



DATOS BÁSICOS TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA	ANDALUCÍA								
	DATOS MENSUALES			DATOS ACUMULADO AÑO			DATOS AÑO COMPLETO		
	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO	DATOS	VAR./DIF INTERANUAL	PERIODO
Número de viajeros en establecimientos hoteleros (miles)	110.878	-6,3%	abr-15	289.110	3,9%	Ene-abr 2015	1.185.417	3,9%	Año 2014
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	501.125	6,2%	abr-15	1.283.541	7,8%	Ene-abr 2015	5.524.352	2,4%	Año 2014
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	12,7%	0,6	abr-15	11,6%	0,2	Ene-abr 2015	12,3%	-0,3	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	238.230	-4,0%	abr-15	599.128	1,0%	Ene-abr 2015	2.573.451	4,3%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	18.200	-1,0%	abr-15	43.336	0,9%	Ene-abr 2015	196.551	5,8%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	220.030	-4,2%	abr-15	555.792	1,0%	Ene-abr 2015	2.376.900	4,2%	Año 2014
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	1,9	3,7%	Año 2013
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	8,5%	0,0	Año 2013
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	9,5	-1,4	Año 2013
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	60,01	-0,2	Año 2013

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

AÑO 2013

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	51,9%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,3
Edad: De 45 a 64 años	39,5%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos	8,7
Situación laboral: Ocupado	57,9%	- Calidad de las playas y de sus servicios	8,5
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	48,5%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	33,3%	- El turismo británico se ha visto muy influenciado por la situación económica, aún persiste cierta cautela,	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	52,8%	valorándose más que nunca el Value for Money (relación calidad/precio).	
Principal medio de transporte: Avión	83,0%	- No obstante, las vacaciones son una necesidad y no un lujo para los británicos: reducirán el número de viaje	
Uso de intermediarios:	27,3%	pero no renunciarán fácilmente a la vacación principal de verano.	
Uso de Internet:	57,7%	- Gran uso de Internet y foros de viajes. La red interviene de forma muy importante en el proceso de decisión	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	36,7%	del destino para los británicos.	
- Visita a monumentos	19,9%	- El touroperador sigue teniendo un papel muy importante en este mercado debido en parte a la figura del seguro	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	58,6%	de viaje ATOL.	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	53,6%	- España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ofrece playa junto con actividades complementaria:	
- Visita a monumentos y museos	36,5%	(destino beach plus).	