

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)	193.352	5,0%	may-19	571.564	4,5%	Ene-may 19	1.509.714	-2,0%	Año 2018
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	854.169	0,7%	may-19	2.412.436	1,8%	Ene-may 19	6.971.232	-1,5%	Año 2018
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	16,4%	-0,5	may-19	12,9%	-0,3	Ene-may 19	13,1%	-0,4	Año 2018
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Total	385.255	4,5%	may-19	1.254.695	7,3%	Ene-may 19	3.382.895	-0,2%	Año 2018
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	42.976	-13,5%	may-19	125.789	-0,9%	Ene-may 19	415.727	35,9%	Año 2018
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	342.279	7,3%	may-19	1.128.906	8,3%	Ene-may 19	2.967.168	-3,8%	Año 2018
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	2,9	1,9%	Año 2017
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	9,7%	-0,3	Año 2017
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	9,6	-0,3	Año 2017
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	70,65	0,0	Año 2017

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA

AÑO 2017

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	51,7%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,4
Edad: De 45 a 64 años	34,0%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos	8,9
Situación laboral: Ocupado	48,9%	- Entornos urbanos	8,9
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	55,3%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	35,5%	- Los británicos viajarán ocurra lo que ocurra: no van a renunciar fácilmente a sus vacaciones.	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	62,8%	- El impacto más inmediato del Brexit sobre el nº de turistas británicos que visitan Andalucía se ha traducido	
Principal medio de transporte: Avión	88,2%	en una ralentización del crecimiento de este emisor en 2017. A medio y largo plazo, su evolución de verá ligada	
Uso de intermediarios:	35,6%	al impacto del Brexit sobre la cotización de la libra respecto al euro (y ya se ha depreciado un -10,5% desde el	
Uso de Internet:	71,5%	referéndum hasta finales de 2016 y otro -6,5% en 2017), y sobre la pérdida de confianza de los consumidores	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	64,8%	debido a la previsible desaceleración de la economía británica y su efecto en las rentas disponibles.	
- Playa	14,4%	- No obstante, continúa siendo el principal mercado emisor de turistas extranjeros para España y Andalucía.	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	51,5%	- Se mantiene el paquete turístico tradicional y aumenta la organización independiente. El Brexit también	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	77,7%	afectará a la operatividad aérea y por ende a la turoperación.	
- Compras	26,1%	- España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ha evolucionado hacia un destino Beach Plus.	

FUENTES: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos ECTA (IECA) | Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) | SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de datos AENA