

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)	86.945	17,3%	feb-20	150.519	12,8%	Ene-feb 20	1.563.825	3,9%	Año 2019
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	358.045	19,1%	feb-20	635.496	12,4%	Ene-feb 20	7.097.283	2,4%	Año 2019
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	11,9%	0,7	feb-20	11,9%	0,3	Ene-feb 20	12,9%	-0,1	Año 2019
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Total	178.563	3,0%	feb-20	325.313	2,3%	Ene-feb 20	192.298	5,7%	Año 2019
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	14.789	-4,9%	feb-20	27.229	-1,9%	Ene-feb 20	14.274	-6,6%	Año 2019
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	163.774	3,8%	feb-20	298.084	2,7%	Ene-feb 20	178.024	6,8%	Año 2019
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	2,9	2,8%	Año 2019
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	9,1%	-0,3	Año 2019
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	9,0	0,0	Año 2019
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	69,62	0,12	Año 2019

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO BRITÁNICO EN ANDALUCÍA			
AÑO 2019			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: <b>Hombre</b>	51,4%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,7
Edad: <b>De 45 a 64 años</b>	30,8%	Aspectos mejor valorados: - <b>Patrimonio cultural</b>	9,0
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	59,4%	- <b>Paisajes y parques naturales; Atención y trato recibidos</b>	8,9
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el tercer trimestre	35,3%	- Reino Unido es un potente emisor de turistas hacia el extranjero, la adversa climatología del país obliga a los	
Principal tipo de alojamiento: <b>Hotelero</b>	61,0%	británicos a viajar fuera de sus fronteras para disfrutar de su tiempo de ocio. Para los británicos el sol y playa	
Principal medio de transporte: <b>Avión</b>	88,8%	sigue siendo su principal motivación para elegir un destino vacacional y el clima un factor clave.	
Uso de intermediarios:	27,5%	- Además, consideran las vacaciones como una necesidad, por lo que no van a renunciar a ellas con facilidad.	
Uso de Internet:	67,8%	- No obstante, la situación económica del país y la cotización de su moneda ejercen una clara influencia tanto	
Principales factores de elegir Andalucía: - <b>Clima</b>	48,5%	en los flujos turísticos que emiten al extranjero como en los gastos que realizan. Y la economía británica se ha	
- <b>Playa</b>	16,7%	visto lastrada en 2019 por la incertidumbre generada por cómo y cuándo se produciría el Brexit.	
Canal principal de información sobre Andalucía: <b>Experiencia propia</b>	58,4%	- España se percibe cada vez más como un destino seguro, que ha evolucionado hacia un destino Beach Plus.	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - <b>Disfrute y uso de la playa</b>	58,6%	Aunque también demandan experiencias deportivas, disfrutar de la naturaleza, la gastronomía y vinos del país.	
- <b>Visitas a monumentos y museos</b>	31,7%	- La red de conexiones aéreas es un factor clave para mantener la posición de fortaleza en este emisor.	