

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)	12.752	-91,8%	oct-20				1.563.825	3,9%	Año 2019
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	33.729	-95,6%	oct-20				7.097.283	2,4%	Año 2019
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	3,4%	-12,7	oct-20				12,9%	-0,1	Año 2019
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Total	28.190	-91,4%	oct-20	631.467	-80,2%	Ene-oct 20	192.298	5,7%	Año 2019
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	4.910	-84,1%	oct-20	72.618	-78,9%	Ene-oct 20	14.274	-6,6%	Año 2019
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	23.280	-92,1%	oct-20	558.849	-80,3%	Ene-oct 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: Hombre	51,4%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,7
Edad: De 45 a 64 años	30,8%	Aspectos mejor valorados: - Patrimonio cultural	9,0
Situación laboral: Ocupado	59,4%	- Paisajes y parques naturales; Atención y trato recibidos	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: Hotelero	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: Avión	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: - Clima	48,5%	en los flujos turísticos que emiten al extranjero como en los gastos que realizan. Y la economía británica se ha	
- Playa	16,7%	visto lastrada en 2019 por la incertidumbre generada por cómo y cuándo se produciría el Brexit.	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	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: - Disfrute y uso de la playa	58,6%	Aunque también demandan experiencias deportivas, disfrutar de la naturaleza, la gastronomía y vinos del país.	
- Visitas a monumentos y museos	31,7%	- La red de conexiones aéreas es un factor clave para mantener la posición de fortaleza en este emisor.	

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