



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA



Realizado: 01/06/2018

DATOS BÁSICOS TURISMO ALEMÁN 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)	100.010	-5,5%	abr-18	231.900	4,3%	Ene-abr 2018	925.855	7,9%	Año 2017
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	404.960	-4,3%	abr-18	932.741	2,2%	Ene-abr 2018	4.518.354	9,4%	Año 2017
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	9,2%	0,4	abr-18	7,3%	0,1	Ene-abr 2018	8,6%	0,6	Año 2017
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Total	113.830	0,2%	abr-18	305.029	16,0%	Ene-abr 2018	1.163.898	19,1%	Año 2017
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	43.028	11,5%	abr-18	96.708	38,5%	Ene-abr 2018	349.961	41,6%	Año 2017
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	70.802	-5,5%	abr-18	208.321	7,9%	Ene-abr 2018	813.937	11,5%	Año 2017
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	1,2	10,4%	Año 2016
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	4,4%	0,1	Año 2016
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	13,0	1,8	Año 2016
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	65,90	4,4	Año 2016

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA			
AÑO 2016			
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Varón	50,2%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,4
Edad: De 45 a 64 años	32,1%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos	8,8
Situación laboral: Ocupado	63,3%	- Seguridad ciudadana	8,8
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	37,6%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el segundo y el tercer trimestre	31,9% - 30,4%	- Permanece casi inalterable su preferencia por el sol y playa, seguida por el descanso, las vacaciones	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,2%	familiares, la naturaleza y el turismo cultural y city breaks	
Principal medio de transporte: Avión	82,7%	- La demanda alemana de viajes vacacionales largos se ha estancado, aumentando el volumen de viaje:	
Uso de intermediarios:	18,4%	cortos, con un aumento del turismo de city break por parte de "los cosmopolitas alemanes", un segmento de	
Uso de Internet:	74,9%	población con un elevado nivel de gasto e interesados en la cultura y la gastronomía	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	34,9%	- Tendencia creciente hacia la reserva de los viajes de forma particular y a través de portales de Internet	
- Visita a monumentos	32,6%	- Internet es su principal fuente de información turística, utilizando el móvil para acceder a esta información	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia Propia	41,4%	- Las redes sociales también son una herramienta importante a la hora de promocionar el destino debido a	
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	59,9%	uso generalizado de las mismas por parte de los alemanes.	
- Visitas a monumentos/museos	53,8%		

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