



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA



Realizado: 31/03/2015

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)	31.086	16,6%	feb-15	50.061	9,4%	Ene-feb 2015	776.400	-1,7%	Año 2014
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	141.142	3,2%	feb-15	236.769	-0,6%	Ene-feb 2015	3.791.253	-0,7%	Año 2014
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	6,1%	-0,4	feb-15	5,8%	-0,6	Ene-feb 2015	8,4%	-0,4	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	32.819	-12,1%	feb-15	58.888	-12,4%	Ene-feb 2015	830.521	1,1%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	2.757	43,8%	feb-15	4.817	29,4%	Ene-feb 2015	151.041	-12,0%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	30.062	-15,1%	feb-15	54.071	-14,8%	Ene-feb 2015	679.480	4,6%	Año 2014
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	1,0	6,6%	Año 2013
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	4,5%	0,1	Año 2013
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	12,8	0,5	Año 2013
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	66,07	-1,4	Año 2013

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA

AÑO 2013

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Mujer	53,1%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Edad: De 45 a 64 años	38,4%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos	8,5
Situación laboral: Ocupado	58,0%	- Patrimonio cultural	8,4
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	38,1%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el segundo y el tercer trimestre	30,3% - 29,5%	- Se mantienen las preferencias por el sol y la playa, así como el turismo de ciudad, pero se observa crecimiento y potencial en pequeños segmentos (cruceros, wellness y cicloturismo). También crecen los viajes de larga distancia.	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	66,4%		
Principal medio de transporte: Avión	66,3%		
Uso de intermediarios:	33,6%	- Cobra importancia la sostenibilidad como factor a tener en cuenta a la hora de organizar un viaje.	
Uso de Internet:	57,4%	- Internet es su principal fuente de información turística, utilizando el móvil para acceder a esta información	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	40,7%	También comparten las experiencias de sus viajes en la Red.	
- Visita a monumentos	19,2%	- Aunque el paquete turístico sigue siendo la principal opción en la organización del viaje y la agencia el principal canal de reserva, se observa un cambio a favor de la reserva directa a los proveedores de alojamiento a través de Internet.	
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia Propia	58,1%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	53,9%		
- Visita a monumentos y museos	33,9%		

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