



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA



Realizado: 03/04/2017

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)	29.724	-2,5%	feb-17	51.450	0,0%	Ene-feb 2017	863.646	7,4%	Año 2016
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	134.160	0,9%	feb-17	233.199	1,3%	Ene-feb 2017	4.161.448	9,9%	Año 2016
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	5,5%	0,5	feb-17	5,3%	0,3	Ene-feb 2017	8,1%	0,2	Año 2016
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	45.119	14,8%	feb-17	82.227	19,1%	Ene-feb 2017	976.928	17,4%	Año 2016
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	7.789	110,6%	feb-17	14.598	106,0%	Ene-feb 2017	247.160	36,5%	Año 2016
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	37.330	4,9%	feb-17	67.629	9,2%	Ene-feb 2017	729.768	12,1%	Año 2016
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 2015

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Varón	48,5%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,1
Edad: De 45 a 64 años	41,2%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos	8,4
Situación laboral: Ocupado	63,6%	- Calidad de las playas y los servicios	8,4
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	48,9%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el segundo y el tercer trimestre	31,8% - 29,8%	- Como producto preferido se mantiene el sol y playa, si bien la tendencia es a mezclarlo con otros tipos de vacaciones: turismo cultural y city breaks, naturaleza, cruceros y turismo familiar.	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,0%	- Tendencia creciente hacia la reserva de los viajes de forma particular y a través de portales de Internet	
Principal medio de transporte: Avión	79,9%	- Internet es su principal fuente de información turística, utilizando el móvil para acceder a esta información.	
Uso de intermediarios:	21,9%	- Las redes sociales también son una herramienta importante a la hora de promocionar el destino debido a	
Uso de Internet:	57,7%	uso generalizado de las mismas por parte de los alemanes.	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	51,9%		
- Visita a monumentos	22,9%		
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia Propia	55,6%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	56,4%		
- Observación de la naturaleza	34,3%		

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