



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA



Realizado: 03/08/2015

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)	78.284	-4,4%	jun-15	386.826	2,1%	Ene-jun 2015	776.400	-1,7%	Año 2014
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	431.363	-8,6%	jun-15	1.704.232	0,1%	Ene-jun 2015	3.791.253	-0,7%	Año 2014
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	8,7%	-1,3	jun-15	8,4%	-0,5	Ene-jun 2015	8,4%	-0,4	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	85.615	-0,8%	jun-15	374.496	-2,0%	Ene-jun 2015	830.521	1,1%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	22.968	16,7%	jun-15	79.942	26,4%	Ene-jun 2015	151.041	-12,0%	Año 2014
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	62.647	-6,0%	jun-15	294.554	-7,6%	Ene-jun 2015	679.480	4,6%	Año 2014
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	1,1	1,7%	Año 2014
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	4,7%	-0,2	Año 2014
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	12,6	-1,3	Año 2014
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	65,83	-2,5	Año 2014

COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA

AÑO 2014

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Sexo: Varón	51,3%	Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,2
Edad: De 45 a 64 años	46,1%	Aspectos mejor valorados: - Atención y trato recibidos	8,6
Situación laboral: Ocupado	64,4%	- Información turística	8,4
		Grado de fidelidad (porcentaje que repite visita respecto al año anterior)	41,5%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		ASPECTOS DIFERENCIALES	
Estacionalidad: Concentración en el segundo y el tercer trimestre	32,3% - 29,0%	- Como productos preferidos se mantiene el sol y playa junto a otros segmentos en auge como el cultural	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	69,2%	y de ciudades, naturaleza y cruceros.	
Principal medio de transporte: Avión	83,0%	- Internet es su principal fuente de información turística, utilizando el móvil para acceder a esta información	
Uso de intermediarios:	31,5%	- También comparten las experiencias de sus viajes en la Red.	
Uso de Internet:	57,7%	- Las redes sociales también son una herramienta importante a la hora de promocionar el destino debido al uso	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	40,7%	generalizado de las mismas por parte de los alemanes.	
- Visita a monumentos	19,0%		
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia Propia	57,8%		
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - Disfrute y uso de la playa	53,6%		
- Observación de la naturaleza	34,0%		

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