



# TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA



Actualizado | 29/12/2014

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)	33.002	-6,1%	nov-14	755.062	-1,8%	Ene-nov 2014	784.794	3,0%	Año 2013
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	147.049	-8,2%	nov-14	3.701.569	-0,7%	Ene-nov 2014	3.797.441	3,6%	Año 2013
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	7,0%	-0,9	nov-14	8,6%	-0,4	Ene-nov 2014	8,8%	-0,1	Año 2013
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	35.417	-13,6%	nov-14	799.540	2,2%	Ene-nov 2014	821.414	28,3%	Año 2013
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	2.940	-20,1%	nov-14	148.993	-12,3%	Ene-nov 2014	171.712	13,0%	Año 2013
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	32.477	-13,0%	nov-14	650.547	6,2%	Ene-nov 2014	649.702	33,1%	Año 2013
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	-1,45	Año 2013

## COMPORTAMIENTO DEL TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA

AÑO 2013

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA
Sexo: <b>Mujer</b>	53,1% Valoración del destino: Escala de 1 a 10
Edad: <b>De 45 a 64 años</b>	38,4% Aspectos mejor valorados: - <b>Atención y trato recibidos</b>
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	58,0% - <b>Patrimonio cultural</b>
	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%
Principal tipo de alojamiento: <b>Hotelero</b>	66,4% - 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 medio de transporte: <b>Avión</b>	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: - <b>Clima</b>	40,7% También comparten las experiencias de sus viajes en la Red.
- <b>Visita a monumentos</b>	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: <b>Experiencia Propia</b>	58,1%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía: - <b>Disfrute y uso de la playa</b>	53,9%
- <b>Visita a monumentos y museos</b>	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