



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA



Realizado: 02/11/2016

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)	122.024	5,0%	sep-16	692.603	8,0%	Ene-sep 2016	803.936	3,6%	Año 2015
Número de pernoctaciones en establecimientos hoteleros (miles)	597.025	5,6%	sep-16	3.314.329	9,4%	Ene-sep 2016	3.785.881	0,6%	Año 2015
Cuota (% sobre total pernoctaciones en Andalucía)	10,4%	0,2	sep-16	7,9%	0,1	Ene-sep 2016	7,9%	-0,4	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Tota	111.809	17,5%	sep-16	772.067	16,0%	Ene-sep 2016	832.067	0,2%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Tradicionales	34.761	39,1%	sep-16	198.613	29,4%	Ene-sep 2016	181.056	19,9%	Año 2015
Llegadas de pasajeros a aeropuertos andaluces. Cías Bajo Coste	77.048	9,9%	sep-16	573.454	12,0%	Ene-sep 2016	651.011	-4,2%	Año 2015
Número de turistas (millones)	-	-	-	-	-	-	1,1	4,8%	Año 2015
Cuota (% sobre total turistas en Andalucía)	-	-	-	-	-	-	4,3%	-0,1	Año 2015
Estancia Media (número de días)	-	-	-	-	-	-	11,1	-0,2	Año 2015
Gasto medio diario (euros)	-	-	-	-	-	-	61,48	-0,5	Año 2015

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	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	68,0%	vacaciones: turismo cultural y city breaks, naturaleza, cruceros y turismo familiar.	
Principal medio de transporte: Avión	79,9%	- Tendencia creciente hacia la reserva de los viajes de forma particular y a través de portales de Internet	
Uso de intermediarios:	21,9%	- Internet es su principal fuente de información turística, utilizando el móvil para acceder a esta información.	
Uso de Internet:	57,7%	- Las redes sociales también son una herramienta importante a la hora de promocionar el destino debido a	
Principales factores de elegir Andalucía: - Clima	51,9%	uso generalizado de las mismas por parte de los alemanes.	
- 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