

CONSEJERÍA DE TURISMO Y COMERCIO



Balance
del **Año**
Turístico
en **Andalucía**
2013

Capítulo 3.4. Mercado alemán

Edita

Consejería de Turismo y Comercio
Calle Juan Antonio de Vizarrón, s/n. Edificio Torretriana
41092 Sevilla
correo-e: publicaciones.ctc@juntadeandalucia.es

Elaboración

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.
Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía
Calle Compañía, 40
29008 Málaga
Teléfono: 951 299 300
Fax: 951 299 315
correo-e: saeta@andalucia.org
www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio
www.andalucia.org

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Comercio e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones.

<http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/publicaciones>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

3.4 MERCADO ALEMAN

Flujos turísticos

Alemania es un país muy viajero, según FUR⁴, más de las tres cuartas partes de la población alemana viaja al menos una vez al año, **realiza una media de 1,29 viajes de larga duración** (5 o más noches) y **2,27 viajes cortos**, entendiéndose por estos los que tienen una duración de 2 a 4 noches.

Durante 2013 un total de 55 millones de alemanes viajaron pasando 5 o más noches fuera de su residencia, llegaron a realizar 70,7 millones de viajes y gastaron 64 miles de millones de euros, una media de 906 euros por persona, gasto total que se ha visto incrementado con respecto a 2012 en 800 millones de euros. El número de viajeros alemanes se ha visto incrementado en un 2,2% mientras que no ha sido así en el caso del gasto por persona y viaje que se ha disminuido ligeramente (-8 euros).

En el caso de los viajes cortos (2 a 4 noches), se observa prácticamente un mantenimiento de los viajeros (-0,3%), ahora bien el gasto total se ha reducido influenciado por la caída de un -5,0% del número de

⁴ Fuente: RA Reiseanalyse 2013. FUR

viajes, registrándose un total de 75,6 millones. Esto equivale a una media de 2,27 viajes por persona frente a 2,39 en 2012.

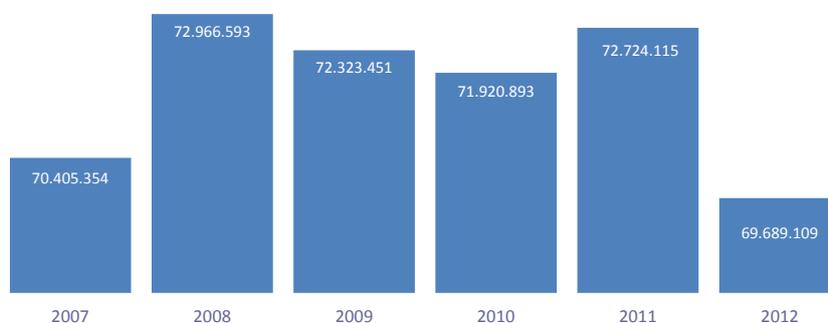
El gasto de los turistas en los viajes cortos, según Reyseanalyse, ha sido de 19,2 miles de millones de euros, un -4,5% menor que el registrado en 2012.

En 2012, Alemania perdió el liderato en cuanto a gastos por turismo y tomó el relevo China que se colocó en primer lugar, también fue adelantada por EE.UU, pasando así a ocupar la tercera posición. Durante 2013 ha mantenido el mismo tercer puesto.

En cuanto a las perspectivas para 2014, estas son muy positivas, **el 55% ya tiene planes para sus vacaciones y solamente el 11% no tiene intención de viajar**. Más de la mitad de la población alemana planifica sus vacaciones pensando en mantener el mismo presupuesto que en 2013, el 11% gastará más y tan solo el 8,0% destinará menos.

Según datos de Eurostat⁵, la población alemana es la que genera un mayor volumen de salidas al extranjero de los países europeos, durante 2012 se realizaron casi 70 millones de viajes. Si se compara con el tamaño de la población se observa una tendencia de mantenimiento de la propensión a salir al extranjero que se estima en 0,9, lo que significa que los habitantes de Alemania realizan como media casi una salida al extranjero al año.

***Salidas de la población alemana al extranjero por motivos personales.
Años 2007 – 2012.***

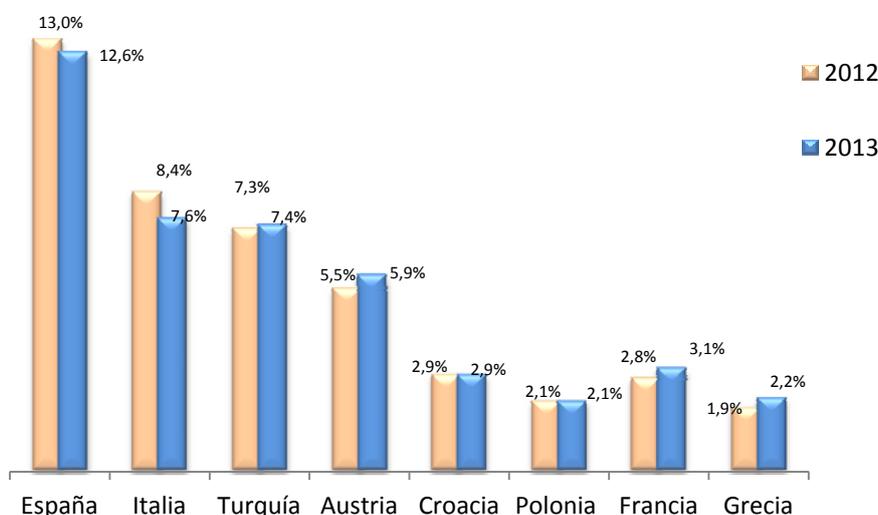


Fuente: Eurostat

Aproximadamente un tercio de los viajes realizados por los alemanes se han efectuado en su propio país, convirtiéndose por ello **Alemania en el primer competidor turístico**, a este le siguen los países del Mediterráneo, dentro de los cuales destaca España como el preferido, **seguida de Italia, Turquía y Austria**. Distribución bastante estable a lo largo de los años.

⁵ Tan sólo se han publicado datos hasta 2012.

Destinos extranjeros del mercado alemán. Año 2012 y 2013.

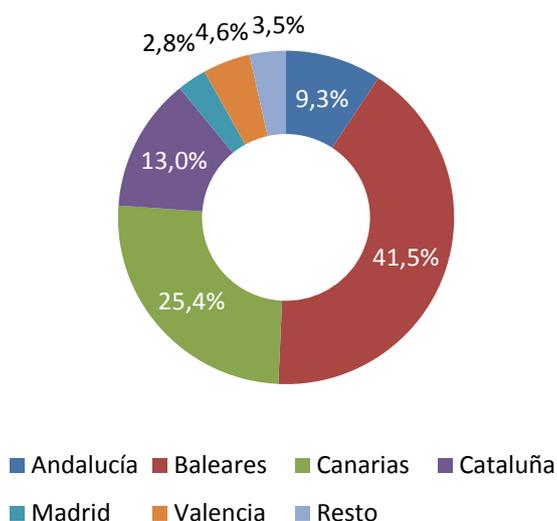


Fuente: FUR, RA 2013 y 2014

Continuando con el Reiseanalyse 2014, la flexibilidad a la hora de escoger un destino por parte del turista alemán es algo a tener en cuenta, a este se le caracteriza como “multi-opcional” por considerar que gran número de destinos del mundo pueden satisfacer sus expectativas.

Andalucía, según datos de Frontur, con el 9,3% de cuota de participación, es el cuarto destino en España en recibir turistas alemanes, situándose detrás de Baleares que es la Comunidad líder para ellos (41,5%), Canarias (25,4%) y Cataluña (13,0%). Durante 2013, se estimaron alrededor de 9,85 millones de llegadas turísticas a España procedentes de Alemania.

Participación de las principales CC.AA. turísticas españolas. Mercado alemán. Año 2013.



Fuente: FRONTUR, Instituto de Estudios Turísticos

En los últimos cinco años **el turismo alemán ha crecido en Andalucía con una media anual del 6,6%**, periodo que se ha caracterizado por años de fuerte crecimiento y otros que presentaban caídas, **llegándose casi a recuperar los niveles anteriores a la crisis.**

Número de turistas alemanes y tasas de variación. Años 2008 – 2013.

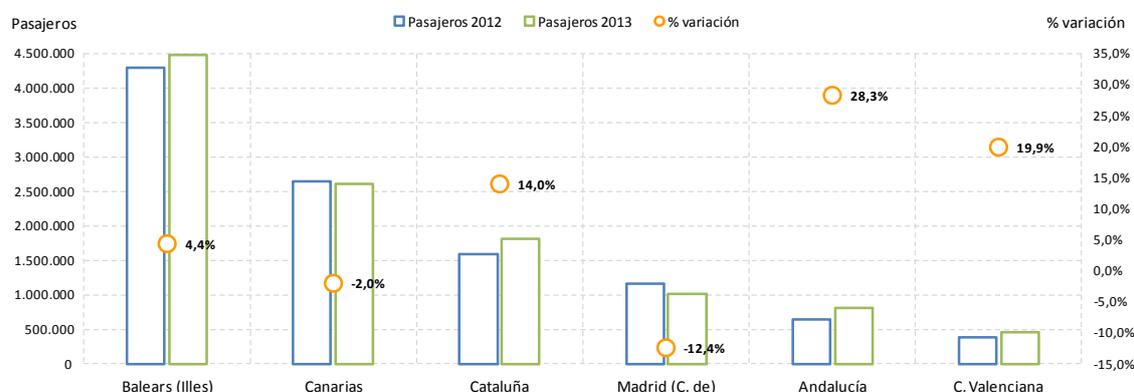


Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía, IECA y Consejería de Turismo y Comercio

En Andalucía, los turistas alemanes representan al 12% de los procedentes del extranjero y al 4,5% del total. Durante 2013 se han recibido en Andalucía algo más de un millón de turistas procedentes de este mercado a la Comunidad andaluza, lo que ha supuesto un crecimiento con respecto al año anterior del 6,6%. El mayor número de llegadas, se concentran en los meses centrales tanto en el segundo como en el tercer trimestre del año en los que se reciben al 60% de los turistas. A final de año se registran el 24% de las llegadas. **El turismo alemán se caracteriza por ser el que mejor distribución presenta a lo largo del año, convirtiéndose en un mercado a tener en cuenta en los procesos de desestacionalización.**

Los aeropuertos andaluces han registrado un total de **821 mil llegadas de pasajeros procedentes de Alemania**, lo que supone un aumento del +28,3% en términos relativos respecto al año anterior, convirtiéndola en la Comunidad Autónoma que más crece. **Andalucía ocupa el quinto lugar en importancia en cuanto a llegadas procedentes de aeropuertos alemanes, captando el 7,1% del total,**

Llegadas de pasajeros procedentes de Alemania a los aeropuertos de las principales Comunidades Autónomas turísticas. Año 2013 y % de variación 13/12



Fuente: AENA

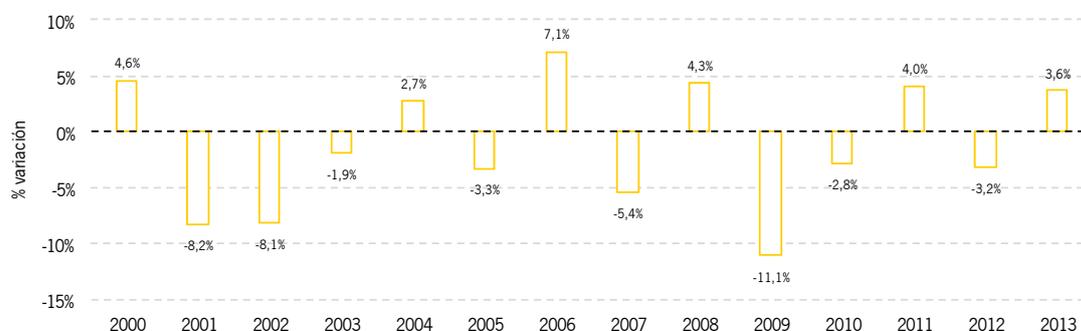
Cinco compañías aéreas concentran el 88% de las llegadas desde Alemania hacia Andalucía: **RyanAir (33,5%), AirBerlin (27,0%), Deutsche Lufthansa (11,8%), Condor Flugdienst (8,4%) y TuiFly (7,4%).**

La gran mayoría de los pasajeros procedentes de Alemania llegan a los aeropuertos de Málaga (78,3%) y Jerez (18,6%), observándose respecto al año anterior, un incremento del 34,9% en el primero y del +13,2% en el segundo.

A partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera (INE) para el año 2013, se cifran en **785 mil los viajeros alemanes** que realizaron un total de **3,8 millones de pernoctaciones** en establecimientos hoteleros de Andalucía, lo que supone un aumento del **+3,6%** respecto a las cifras registradas en el año anterior, con 134 mil noches más.

Esta cifra supone el regreso a las tasas de variación positivas, después del descenso registrado en el año 2012. En un contexto más amplio, se puede observar como en los últimos años se viene registrando una evolución dispar en cuanto al número de pernoctaciones de los alemanes, de manera que desde el año 2003 se alternan tasas de variación positivas y negativas consecutivamente, tal y como se observa en el gráfico.

% Variación pernoctaciones de alemanes en establecimientos hoteleros andaluces. Años 2000 - 2013



Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. INE

El 17,9% de las pernoctaciones extranjeras registradas en alojamientos hoteleros de Andalucía son realizadas por viajeros alemanes, reduciéndose, en poco menos de medio punto, esta cuota respecto al año anterior. Continúa siendo la segunda nacionalidad, tras la británica, predominante entre los viajeros extranjeros que visitan la comunidad andaluza alojándose en establecimientos hoteleros. Además, Andalucía capta el 8,3% de las pernoctaciones hoteleras que realizan los turistas alemanes en España.

El turismo hotelero alemán en España se ha mantenido, gracias al comportamiento de Cataluña (+9,9%) que es la Comunidad turística en la que más han crecido las pernoctaciones hoteleras, de Andalucía en la que se ha registrado un aumento de las mismas del 3,6% y de Baleares (+0,8%) que son las únicas que han presentado signo positivo.

Perfil del turista alemán.

- La **estancia media** se ha estimado en 12,9 días, superando a la media en +3,2 días y en +1,3 días a la correspondiente al turismo extranjero. En los últimos cuatro años esta viene siendo la tónica habitual de los alemanes, disfrutan durante más días del destino andaluz que la media de extranjeros o del total de turistas.
- También el **gasto medio diario** (66,36 euros), realizado en Andalucía, supera a la media del total en casi 7,3 euros, aunque es inferior al correspondiente al conjunto de procedencias extranjeras (-2,3 euros). Casi las tres cuartas partes (74%) de su presupuesto en destino lo desembolsan en tres partidas, la restauración (38%), el alojamiento (22%) y el transporte (14,0%). Los turistas alemanes no se caracterizan por estar entre los extranjeros que más gastan, desde 2010 su presupuesto en el destino se sitúa por debajo de la media extranjera aunque sin embargo si gastan por encima de la media total.
- El **medio de acceso** a la Comunidad es mayoritariamente el avión (82%), seguido del coche que es elegido por el 13% de los alemanes, el **tipo de alojamiento** preferido es el hotelero con una cuota del 74%.

- La **organización del viaje** es de forma particular en el 68% de los casos, destaca por ser la nacionalidad que más acude a los intermediarios. Este comportamiento se observa a lo largo de los últimos cinco años.
- El 66% de los turistas alemanes utilizó **Internet** a la hora de preparar su viaje. De ellos el 60% reservaron el alojamiento, el transporte u otros servicios turísticos en la red y un 47% de ellos terminó adquiriéndolos.
- A la hora de elegir Andalucía como destino, **el clima continúa siendo el factor más decisivo**, considerado así por el 41% de los turistas alemanes. Le sigue las visitas a monumentos (19%) y los precios (17%). La playa es el principal para el 11%.
- El turista alemán viajó a Andalucía fundamentalmente en pareja (61%). Sin embargo, destaca por ser el emisor del destino andaluz que más viaja solo (14%) y el que menos viaja acompañado de sus familiares (16%).
- Las recomendaciones de amigos y familiares y la experiencia propia son los principales **canales de información** utilizados por los turistas alemanes sobre Andalucía, concentrando al 84% de ellos.
- La **valoración media** otorgada por los turistas alemanes al destino turístico andaluz ha alcanzado los 8,2 puntos en una escala de 1 a 10, +0,2 puntos más alta que la valoración adjudicada el año anterior. Los alemanes vienen siendo los turistas más exigentes aunque suelen irse satisfechos. En los dos últimos años han otorgado a Andalucía una calificación superior a los 7,5 puntos. Los conceptos mejor valorados año han sido la atención y el patrimonio cultural.
- Esta buena opinión influye en el **grado de fidelidad** del turista alemán para con el destino, elevándose al 38,2%.

Tendencias recientes

- **Internet se ha convertido en la principal fuente** de información turística. La mayor parte de los alemanes usan este canal para sus viajes. Hay que apuntar que también en su mayoría utilizan el móvil para acceder a esta información on-line. En 2013 el 27% de los usuarios buscó información a través del móvil mientras que viajaba, práctica que se ha duplicado en un año.
- **El 26%** de los turistas que acceden a Internet **compartieron durante 2013 sus experiencias a través de la Red**, mediante la publicación en redes sociales, blogs, fotos o videos y plataformas. Debe anotarse que no es una práctica exclusiva de gente joven, ya que casi la cuarta parte de la población con edad comprendida entre 60 y 70 años también compartieron sus experiencias on-line.
- A la hora de elegir un viaje, la **sostenibilidad** juega un papel muy importante en 2013, para un millón de viajeros este fue el factor decisivo a la hora de viajar y para seis millones es uno de los factores a tener en cuenta a la hora de organizar su viaje.

- Los **viajes de larga distancia** son un buen negocio para los turoperadores, con una cuota del 7% sobre el total de viajes, estos se están incrementando y destinos como Norte América y Asia están creciendo considerablemente.
- Aunque el paquete turístico sigue siendo la opción más relevante en cuanto a la organización del viaje y la agencia de viaje el principal canal de reserva, se está observando un **cambio a favor de la reserva directa** a los proveedores de alojamiento y a través de Internet que están adquiriendo cada vez mayor importancia.
- El **turismo de ciudad** es una opción con una tendencia alcista a largo plazo, El 43% de la población alemana ha mostrado interés en ir de viaje a una ciudad en los próximos tres años y un 25% está empezando a interesarse por este tipo de viajes. Los viajes de ciudad son principalmente cortos, entre los destinos internacionales más importantes para los alemanes en 2013, de este tipo de turismo, se encuentran Londres, París, Amsterdam, Barcelona y Viena.