



Turismo alemán en Andalucía

Año 2024

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA. AÑO 2024

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

COLECCIÓN

Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior
Av. de la Guardia Civil, 1 (Casa Rosa)
41013 Sevilla
NPU-1-10-250065-PDF

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoyandaluciaexterior/servicios/app/csu-peticion.html?cat_servicio_id=22

ELABORA

Oficina del Dato
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía
C/ Compañía nº 40
29008, Málaga
T. 951 299 300
Correo e.: oficinadeldato@andalucia.org ; saeta@andalucia.org

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones
<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=02/2107/01>

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

Índice de contenidos

- 0. Introducción
- 1. Balance turístico año 2024
 - Cuota de participación en el turismo extranjero de Andalucía
 - Distribución por Comunidad Autónoma de destino
 - Distribución trimestral
 - Motivación principal del viaje
 - Estancia y gasto medio diario
 - Otras variables de comportamiento: transporte, tipo de alojamiento y forma de organización del viaje
- 2. Anexo de tablas

0. Introducción

Para llevar a cabo este análisis se ha contado con la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística que provienen de la Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera, FRONTUR y de la Encuesta de Gasto Turístico, EGATUR.

Las comparaciones interanuales se realizarán utilizando las cifras de 2019 - 2024 de las fuentes mencionadas. Hay que tener en cuenta que hay diferencias metodológicas en cuanto al cálculo de las variables entre estas estadísticas y la ECTA. El gasto diario de EGATUR lleva incluido el gasto en origen que repercute en Andalucía, no siendo así en el caso de la ECTA.

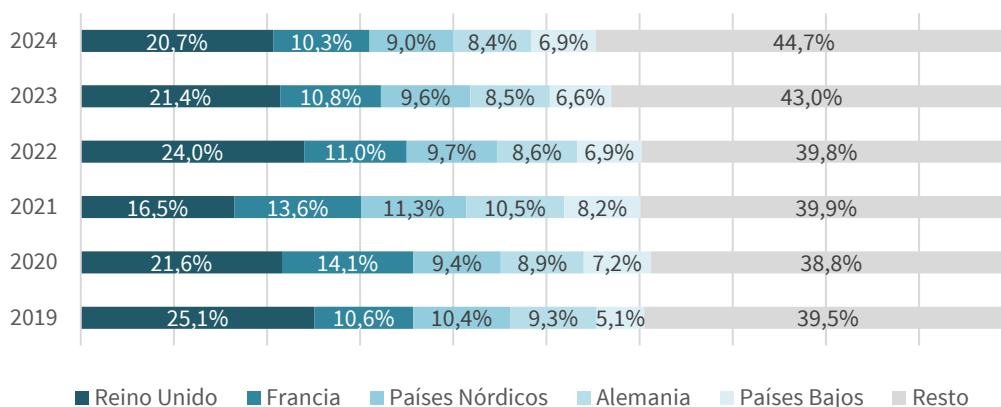
1. Balance turístico del año 2024

Durante este año, Andalucía ha recibido 1,15 millones de turistas procedentes de Alemania, lo que ha supuesto un incremento del +10,3% con respecto al año 2023, consiguiendo alcanzar el nivel pre pandémico (+2,8% respecto al año 2019), para el que se estimaron 1,11 millones de turistas.

CUOTA DE PARTICIPACIÓN EN EL TURISMO EXTRANJERO DE ANDALUCÍA

Aunque la llegada a Andalucía durante 2024 de turistas residentes en Alemania ya alcanza los niveles previos a la pandemia, las llegadas en 2024 solo suponen el 8,4% del total de turistas procedentes del extranjero que visitan la Comunidad en este año, lo que supone una pérdida de cuota de este mercado respecto a la cuota que tenía en el año 2019 (-0,8 puntos porcentuales).

Distribución de los turistas según país de procedencia. Años 2019 - 2024

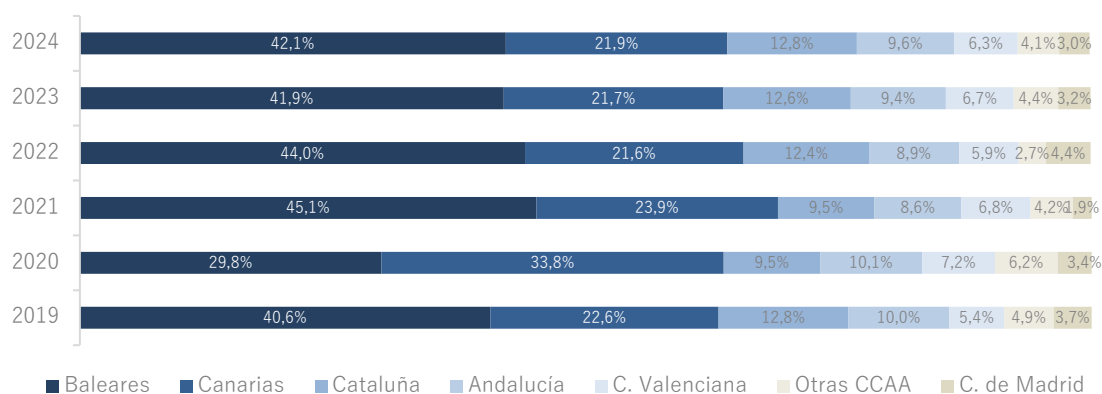


Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS ALEMANES SEGÚN COMUNIDADES AUTÓNOMAS DE DESTINO

El turismo alemán se decanta preferentemente por los destinos insulares y especialmente por las islas Baleares, el 42,1% de las llegadas a España de este mercado son a este destino y el 21,9% a las Islas Canarias. Durante este año, la cuota de Andalucía con respecto a este mercado ha subido hasta el 9,6%, acercándose así al nivel de 2019.

Distribución de los turistas alemanes según Comunidad Autónoma. Años 2019 - 2024

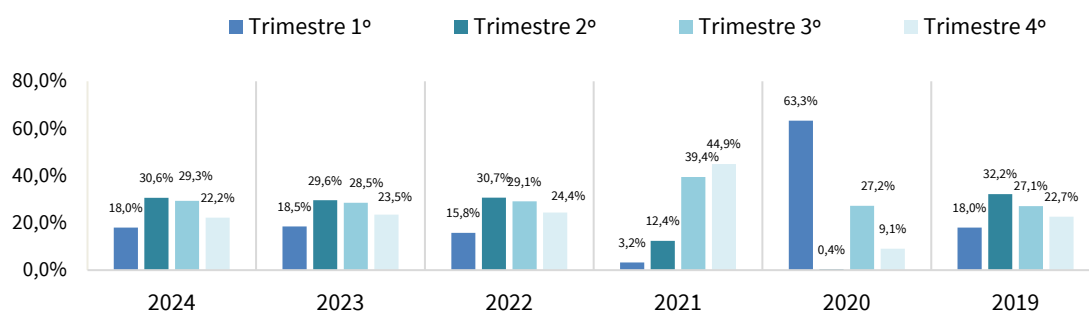


Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS ALEMANES SEGÚN TRIMESTRES

El mercado alemán, se ha caracterizado por ser siempre el que menor estacionalidad ha aportado al destino andaluz. Este mercado es el que mejor distribuye sus llegadas entre los cuatro trimestres del año y se distingue por tener preferencia por el segundo trimestre que es el que más visitas registra.

Distribución de los turistas alemanes según trimestres. Años 2019 - 2024



Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

MOTIVACIÓN PRINCIPAL DEL VIAJE

El motivo principal para el 84,2% del turismo alemán que ha recibido Andalucía durante 2024 ha sido principalmente por el disfrute del ocio, el recreo y de las vacaciones, inferior en 1,2 puntos porcentuales al de 2023, en el que había una menor representación en negocios y motivos profesionales incrementándose este año en +1,6 puntos.

ESTANCIA MEDIA Y GASTO MEDIO DIARIO

La estancia media se ha estimado en 9,8 días, +0,1 día más que en 2023 y +0,7 días más que en 2019. El gasto medio diario se ha estimado en 144,4 euros, superior en +14 euros al correspondiente a 2023, superando también en +27,3 euros el correspondiente a 2019.

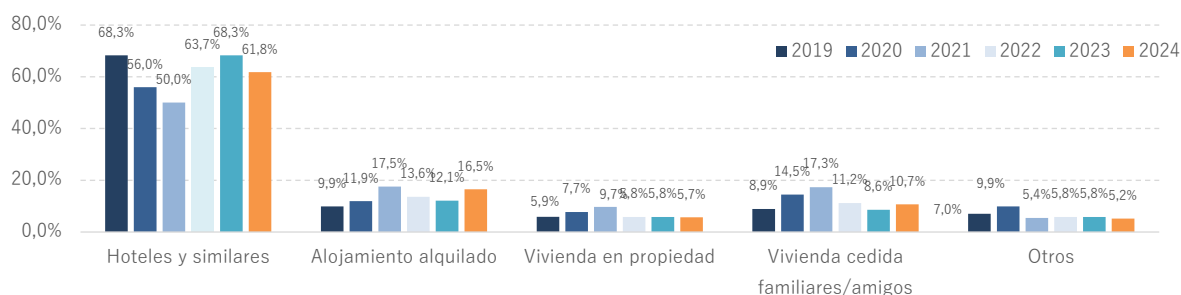
OTRAS VARIABLES DE COMPORTAMIENTO: TRANSPORTE

El 89% de las llegadas fueran por vía aérea como suele ser habitual para este mercado y solo el 10% viene por carretera.

OTRAS VARIABLES DE COMPORTAMIENTO: TIPO DE ALOJAMIENTO

Tras el COVID, la distribución del tipo de alojamiento se vio afectada por un desplazamiento de casi 20 puntos porcentuales del alojamiento hotelero (68,3% en 2019 que pasa al 50,0% en 2021) hacia la vivienda cedida o de amigos y familiares y hacia la vivienda en alquiler principalmente. En 2024, se vuelve a observar un descenso en el uso del alojamiento hotelero respecto al año anterior (-6,5%) y de nuevo en beneficio de la vivienda alquilada o de amistades y familiares.

Distribución de los turistas alemanes según tipo de alojamiento. Años 2019 - 2024



Fuente: Oficina del Dato, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de FRONTUR, INE.

OTRAS VARIABLES DE COMPORTAMIENTO: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

Tradicionalmente, el turista alemán confía en los intermediarios a la hora de organizar su viaje a Andalucía: en 2019, 3 de cada 10 turistas alemanes utilizó un paquete turístico. Este comportamiento se vio muy afectado por la crisis sanitaria del coronavirus, descendiendo en los tres años siguientes. No es hasta el año 2023 que el paquete turístico recupera su protagonismo habitual (33% organizó su viaje a través de intermediarios).

De nuevo en 2024, se observa un cambio en cuanto a la utilización del paquete turístico para viajar a Andalucía, solo el 21,9% había elegido esta opción para visitar el destino andaluz, frente al 33% del año pasado (-11,1 puntos de diferencia)

3. Anexo de tablas

TABLAS DEL BALANCE TURÍSTICO. AÑOS 2019, 2023 y 2024

Alemanes	2024 Prov.	2023 Def.	2019 Def.
INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA			
Número de turistas	1.145.675	1.038.225	1.114.355
% Variación interanual	10,3%	20,2%	
% Variación respecto a 2019	2,8%	-6,8%	
Cuota de participación en el Total de la demanda turística	3,2%	3,0%	3,4%
Cuota de participación en la demanda turística extranjera	8,4%	8,5%	9,3%
Distribución por trimestres:			
Trimestre 1	18,0%	18,5%	18,0%
Trimestre 2	30,6%	29,6%	32,2%
Trimestre 3 (Estacionalidad: concentración en este trimestre)	29,3%	28,5%	27,1%
Trimestre 4	22,2%	23,5%	22,7%
Gasto medio diario en destino (en euros):	144,4	130,4	117,1
Estancia media (nº de días):	9,8	9,7	9,0
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA			
Vía de Entrada de los turistas:			
Carretera	10,0%	10,0%	7,9%
Aeropuerto	89,0%	87,8%	91,5%
Ferry/Barco	1,0%	2,1%	0,6%
Tren	0,0%	0,1%	0,0%
Tipo de Alojamiento:			
Hoteles y similares	61,8%	68,3%	68,3%
Alojamiento Alquilado	16,5%	12,1%	9,9%
Vivienda en propiedad	5,7%	5,8%	5,9%
Vivienda cedida familiares/amigos	10,7%	8,6%	8,9%
Otros (Camping, casa rural, crucero, otros alojamientos de mercado y de no mercado)	5,2%	5,3%	7,0%
Utilización de paquete turístico:			
Sí	21,9%	33,0%	31,6%
No	78,1%	67,0%	68,4%

Motivo principal del viaje:

1. Negocios y motivos profesionales	8,7%	7,1%	8,0%
2. Motivaciones personales:			
- Ocio, recreo y vacaciones	84,2%	85,4%	85,9%
- Estudios	1,2%	0,8%	2,4%
- Otros motivos personales (visitas a familiares y/o amigos, tratamientos de salud, motivos religiosos, compras)	4,8%	4,8%	2,9%
3. Otros motivos	1,1%	1,9%	0,7%