

Turismo alemán en Andalucía

Año 2019

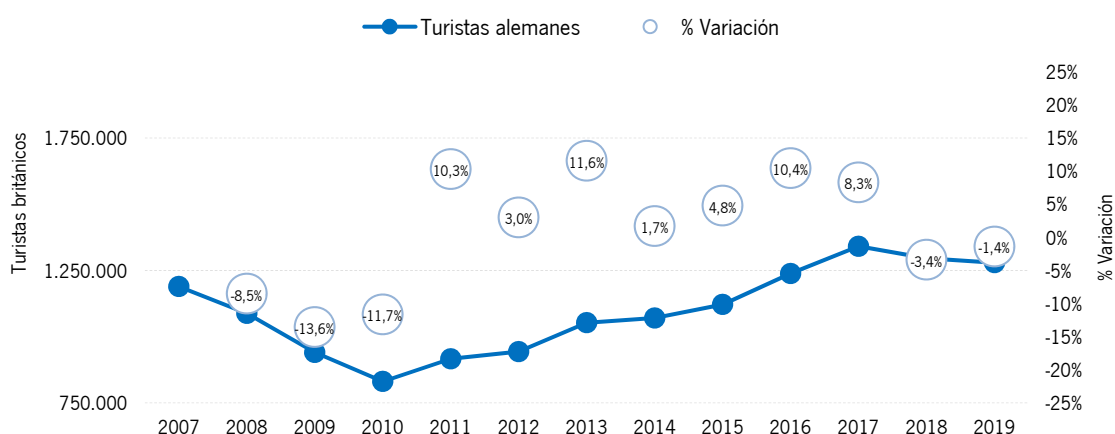
Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

Durante 2019, se han recibido en Andalucía la visita de 1,3 millones de turistas alemanes que han representado el 10,1% del turismo extranjero y el 4,0% del total de turistas. El turismo alemán registra un descenso cerrando el año con una tasa del -1,4%. Estas cifras se basan en las estimaciones que realiza el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) a través de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía.

Turistas alemanes en Andalucía. Años 2007-2019

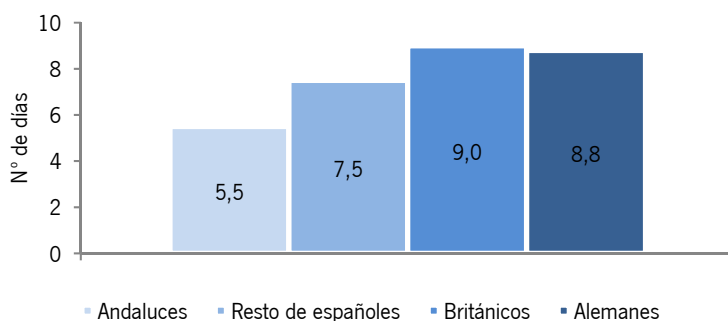


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

En el segundo trimestre del año se acumulan el mayor número de llegadas al destino andaluz, 3,5 de cada 10 de ellos prefieren estos meses para disfrutar de Andalucía. Esta **distribución temporal** es similar a la del año pasado, con mayor presencia en los meses centrales del año.

La **estancia media** estimada, para estos turistas, ha sido de 8,8 días, inferior en medio día a la de 2018 continuando así con la tendencia negativa de años anteriores. En el destino español, este comportamiento es similar.

Estancia media por procedencias. Año 2019



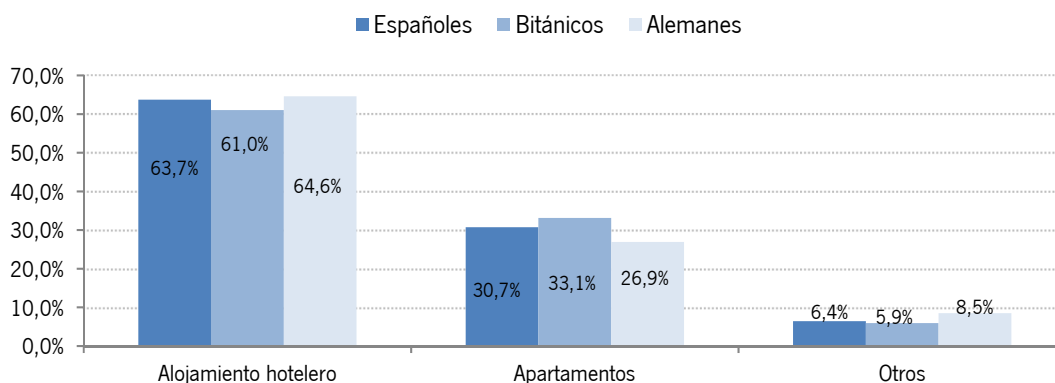
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

El **gasto medio diario se ha estimado en 75,98 euros y ha crecido +0,78 euros** con respecto a 2018, aunque sigue situándose en niveles inferiores a la media del turismo extranjero que gasta 78,58 euros por persona y día. La restauración y al alojamiento en su conjunto, suponen más de la mitad del presupuesto (55,2%), tras ello se sitúa el transporte que supone el 14,0%.

El viaje se **organiza**, principalmente, de forma particular por los turistas alemanes, utilizando el avión como medio de transporte preferido (87,8%), porcentaje inferior en -2,8 puntos con respecto a 2018.

Los turistas alemanes prefieren el establecimiento hotelero (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones), al igual que para el resto de procedencias que visitan Andalucía, también destaca por ser la nacionalidad, entre las analizadas, que más porcentaje de uso de este tipo de alojamiento, registra en el destino andaluz. Durante 2019, el 64,6% de los turistas germanos eligieron este tipo de **establecimientos**, -1,3 puntos menos que en el mismo nivel de 2018, y un 26,9% optó por las viviendas, ya sean alquiladas, de amigos y familiares o en régimen de propiedad.

**Distribución de los turistas según tipo de alojamiento.
Mercados español, británico y alemán. Año 2019.**



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La mayoría de los turistas alemanes que visitaron Andalucía **utilizaron Internet** (68,1%) bien sea para consultar, reservar o adquirir algún producto o servicio turístico de su viaje. Los principales **canales de información** utilizados para conseguir referencias sobre el destino andaluz han sido la experiencia propia y la recomendación de amigos y familiares (46,9% y 24,8%, respectivamente). Estos canales son también los más importantes para los turistas de cualquier otra procedencia, española o extranjera. Sin embargo, se diferencia de otros emisores en la confianza que depositan en las agencias de viajes, ya que a través de estas se han informado el 8,4% de los turistas alemanes que han visitado Andalucía este año, mientras que solo acuden a este canal el 6,5% del total de extranjeros y el 3,7% de los españoles.

Disfrutar de las vacaciones o del tiempo de ocio ha sido el principal **motivo del viaje** a Andalucía, así lo manifestaron el 83,9% de los turistas de esta procedencia. Estos se han sentido atraídos principalmente por el clima (38,6%), la visita a monumentos (19,1%), la playa (18,7%) y los precios (8,2%), que son, un año más, los aspectos más influyentes a la hora de **elegir Andalucía como destino**. Respecto al año anterior, la visita a monumentos y el clima pierden relevancia a favor de la playa, gastronomía, los precios y la calidad de vida/hospitalidad.

Entre las **actividades**, realizadas durante su estancia, destacan el disfrute y uso de la playa, siendo esta realizada por el 55,3% de los turistas alemanes, las visitas a monumentos (55,0%), la observación de la naturaleza (39,7%) y las compras (18,5%).

Los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2019 vinieron en el 53,2% de los casos **acompañados** de su pareja, el 22,9% de familiares, el 10,4% de amigos y el 11,3% vino solo. El **tamaño medio de grupo** que es de 2,1 personas.

La **calificación** que los turistas alemanes han otorgado al destino andaluz has sido de notable alto (8,5 puntos sobre diez), todos los conceptos valorados obtienen más de 8 puntos, excepto el nivel de precios (7,9 puntos). Destacan, valorada con 8,9 la calidad de las playas y de los servicios, seguida con 8,8 puntos del patrimonio cultural y con 8,7 por los paisajes y parques naturales, la seguridad ciudadana y la atención y trato recibido.

Valoración del destino andaluz por conceptos. Mercado alemán. Año 2019

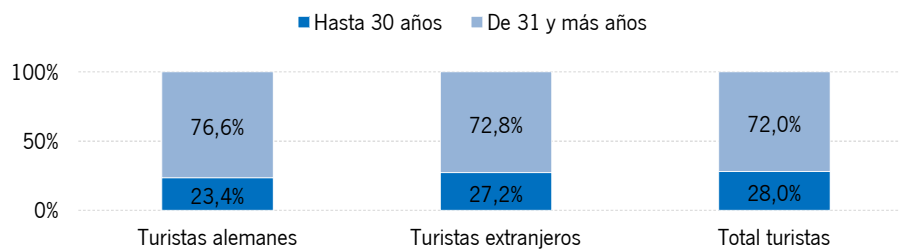


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La satisfacción de los turistas es decisiva para captar a futuros viajeros para el destino andaluz, y ésta se manifiesta en el **grado de fidelidad** para con el destino andaluz. En 2019, el 42,3% de los turistas alemanes que visitaron la Comunidad ya la habían visitado el año anterior.

El **perfil sociodemográfico** del turista alemán que visita Andalucía, se corresponde con una presencia ligeramente superior de hombres (51,5%) que de mujeres. El intervalo de edad más significativo es el comprendido entre 45 y 64 años (29,7%), seguido por el intervalo 30 a 44 años (27,4%) y la situación laboral predominante es disponer de un trabajo remunerado (63,8%). En el gráfico se observa una mayor presencia de turistas alemanes con edad más avanzada, que, en el caso del conjunto de procedencia extranjera, en el que se observa junto para el total de turistas una mayor presencia de turistas más jóvenes.

Estructura de edad de los turistas. Turistas alemanes, turistas extranjeros y total turistas. Año 2019



Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Tabla resumen: Perfil del turista alemán en Andalucía. Año 2019

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2019 (millones)	1,28
Gasto medio diario en destino: euros	75,98
Estancia media: Número de días	8,8
Estacionalidad: Concentración en el 2º trimestre (verano)	35,1%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: Hombre	51,5%
Edad: De 45 a 64 años	29,7%
Situación laboral: Ocupado	63,8%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: Hotelero	64,6%
Principal medio de transporte: Avión	87,8%
Uso de intermediarios: Porcentaje	28,6%
Usó Internet:	68,1%
Para qué utilizó Internet: Reserva	89,7%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	38,6%
- Visita a monumentos: Porcentaje	19,1%
Canal principal de información sobre Andalucía: Experiencia propia	46,9%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	55,4%
- Compras (excluidas las normales)	36,2%
- Visita a monumentos y museos: Porcentaje	32,9%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,5
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Calidad de las playas y los servicios	8,9
- Patrimonio cultural	8,8
- Atención y trato recibido	8,7
- Seguridad ciudadana	8,7
- Paisajes y parques naturales	8,7
Grado de fidelidad: Porcentaje	42,3%
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.	

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.