

Andalucía

# Turismo alemán en Andalucía Año 2017

**Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos**



TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA. AÑO 2017  
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN  
Demanda Turística en Andalucía. Mercados turísticos

EDITA  
Consejería de Turismo y Deporte  
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n  
41092 Sevilla  
correo-e: publicaciones.ctc@juntadeandalucia.es

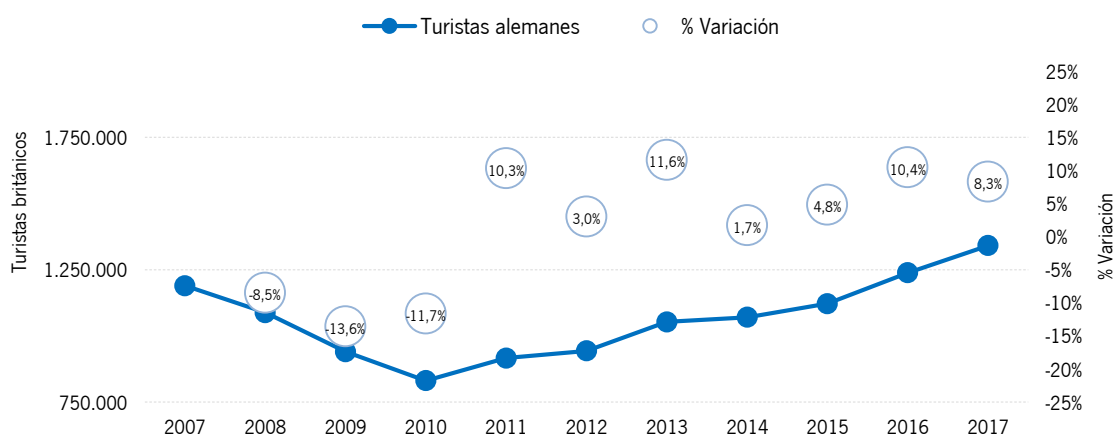
ELABORA  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.  
C/ Compañía nº 40  
29008, Málaga  
T. 951 299 300 Fax. 951 299 365  
Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>  
Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

## TURISMO ALEMÁN EN ANDALUCÍA. AÑO 2017

Durante 2017, según las estimaciones del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA), se han recibido en Andalucía la visita de 1,34 millones de turistas alemanes que han representado el 11,2% del turismo extranjero y el 4,5% del total de turistas. El turismo alemán presenta un comportamiento positivo y cierra este año con una tasa de crecimiento del +8,3%, continuando así con el dinamismo de los últimos años, registrándose una tasa media acumulativa de los cuatro últimos ejercicios de +7,8%.

**Turistas alemanes en Andalucía. Años 2007-2017**

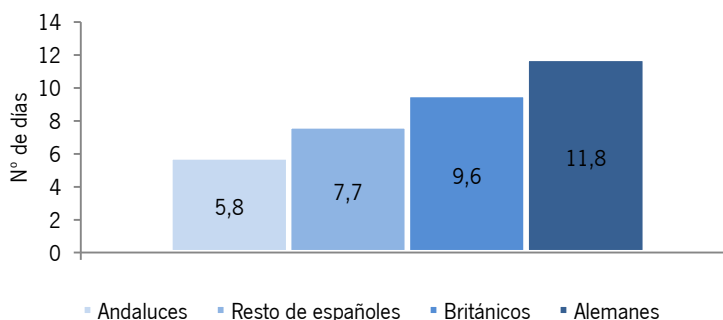


Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

Los turistas alemanes prefieren el segundo trimestre del año para visitar Andalucía, 3,4 de cada 10 de ellos eligieron estos meses para disfrutar del destino andaluz. **Distribución temporal** que es similar a la del año pasado, con mayor peso en los meses centrales del año.

La **estancia media** estimada, para estos turistas, ha sido de 11,8 días, inferior en poco más de un día a la registrada en 2016, una estancia en el destino andaluz que se viene caracterizando, a lo largo de los años, por ser la de mayor duración entre las nacionalidades analizadas.

**Estancia media por procedencias. Año 2017**



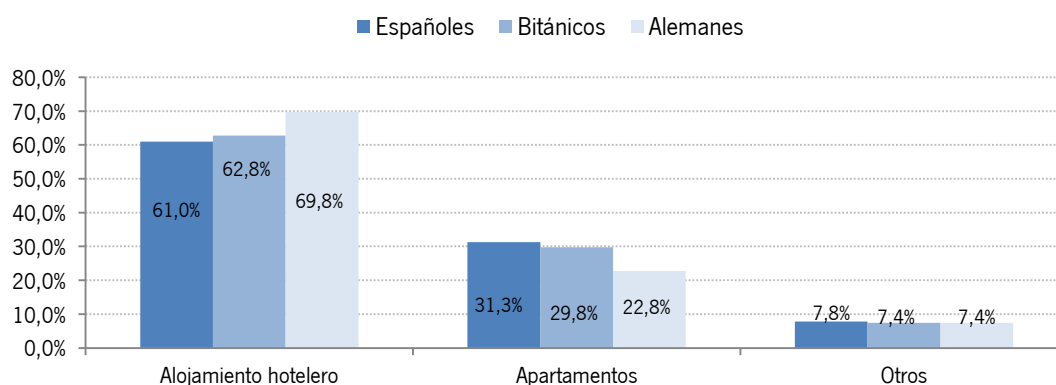
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

El **gasto medio diario** se ha estimado para 2017 en 70,14 euros, que aun registrando durante este año un crecimiento de +4,29 euros con respecto a 2016 sigue en niveles inferiores a la media del turismo extranjero que es de 74,57 euros. De la misma forma que para el resto de procedencias, la mayor parte del presupuesto se destina a la restauración y al alojamiento, estos dos conceptos, en su conjunto, suponen más de dos tercios del presupuesto, tras estos se sitúan las compras que suponen el 16,7%, de las cuales más de la mitad se desembolsa en los sectores no alimentarios.

El viaje se **organiza** principalmente de forma particular por los turistas alemanes, utilizando el avión (87,4%) como medio de transporte preferido, porcentaje superior en casi cinco puntos porcentuales al del año anterior.

Al igual que para el resto de procedencias que visitan Andalucía, los turistas alemanes prefieren el establecimiento hotelero (hoteles, apartahoteles, hostales y pensiones), y a su vez destaca por ser la nacionalidad, entre las analizadas, que más porcentaje de uso del mismo registra en el destino andaluz. Durante 2017, el 69,8% de los turistas germanos eligieron este tipo de **alojamiento**, +1,6 puntos porcentuales superior al de 2016, y un 22,8% 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 2017.**



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

En 2017, el 65,2% de los turistas alemanes que visitaron Andalucía **utilizaron Internet** bien sea para consultar, reservar o adquirir algún producto o servicio turístico de su viaje. Los principales **canales de información** utilizados por el turista alemán para obtener referencias sobre el destino andaluz han sido la experiencia propia y la recomendación de amigos y familiares (51,0% y 24,1%, respectivamente), canales que también son 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 17,3% de los turistas alemanes que han visitado Andalucía este año, mientras que solo acuden a este canal el 9,6% del total de extranjeros y el 3,5% de los españoles.

Disfrutar de las vacaciones o del tiempo de ocio es el principal **motivo del viaje** a Andalucía de los alemanes en 2017, así lo declararon el 89,3% de los turistas de esta nacionalidad. Estos se han sentido

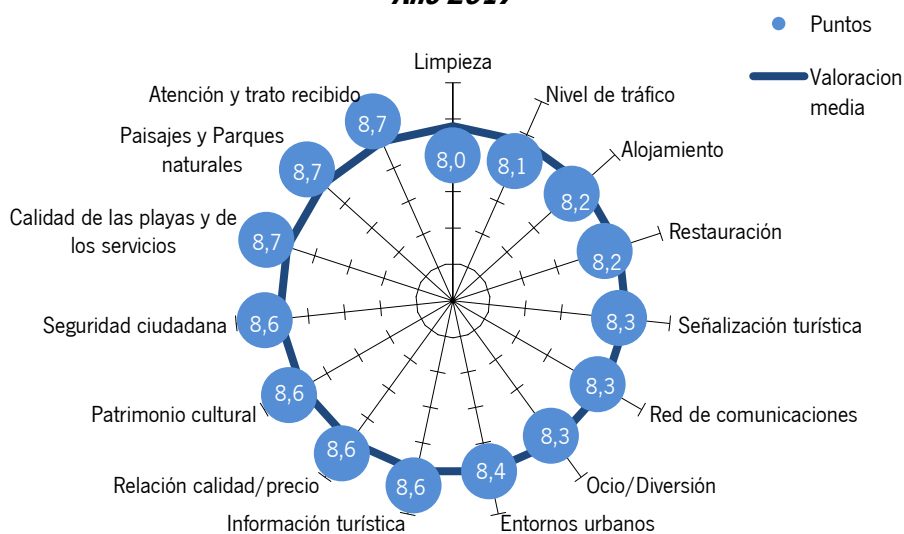
atraídos principalmente por el clima (40,0%), la visita a monumentos (30,4%) y la playa (15,3%) que son, un año más, los aspectos más influyentes a la hora de **elegir Andalucía como destino**. Respecto al año anterior, el clima y el turismo de naturaleza y rural han aumentado su protagonismo, mientras que la playa y la visita a monumentos han perdido relevancia.

Entre las **actividades**, realizadas durante su estancia, destacan el disfrute y uso de la playa, siendo esta realizada por el 59,5% de los turistas alemanes, las visitas a monumentos (55,2%), la observación de la naturaleza (36,9%) y las compras (20,1%).

Los turistas alemanes que visitaron Andalucía en 2017 vinieron en el 57,0% de los casos **acompañados** de su pareja, el 16,7% de amigos, el 15,5% de familiares y el 10,3% vino solo. El **tamaño medio de grupo** que viaja supera ligeramente este año a los niveles del pasado, 2,2 frente a 2,1 personas.

Notable alto es la **calificación** que los turistas alemanes han otorgado al destino andaluz (8,4 puntos sobre diez), destacando, valorados con 8,7 puntos, los paisajes y parques naturales, la atención y trato recibido y la calidad de las playas y de los servicios.

### Valoración del destino andaluz por conceptos. Mercado alemán. Año 2017



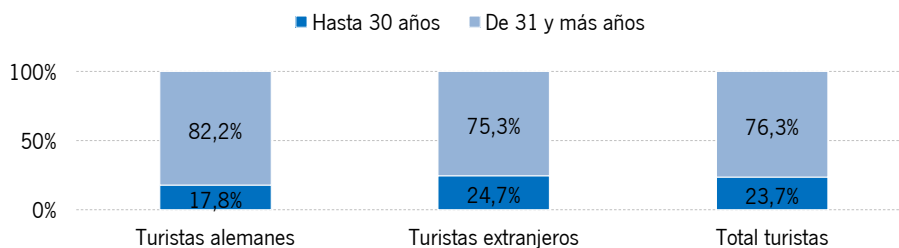
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía a partir de ECTA, IECA.

La satisfacción de los turistas es decisiva para captar a futuros turistas, y ésta se manifiesta en el **grado de fidelidad** hacia el destino andaluz. En 2017, el 39,9% de los turistas alemanes que visitaron la Comunidad ya la habían visitado el año anterior, tres puntos y medio por encima de la media extranjera, y algo más de dos puntos por encima del correspondiente a 2016.

El **perfil sociodemográfico** del turista alemán que visita Andalucía, se corresponde con una presencia ligeramente superior de hombres (51,7%) que de mujeres. El intervalo de edad más significativo es el comprendido entre 45 y 64 años (36,4%), seguido por el intervalo 30 a 44 años (24,3%) y la situación laboral predominante es disponer de un trabajo remunerado (66,6%). 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 2017**



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

### Tabla resumen: Perfil del turista alemán en Andalucía

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA	
Número de turistas en 2017 (millones)	1,34
Gasto medio diario en destino: euros	70,14
Estancia media: Número de días	11,8
Estacionalidad: Concentración en el 2º trimestre (verano)	33,5%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	
Sexo: <b>Hombre</b>	51,7%
Edad: <b>De 45 a 64 años</b>	36,4%
Situación laboral: <b>Ocupado</b>	66,6%
HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Principal tipo de alojamiento: <b>Hotelero</b>	69,8%
Principal medio de transporte: <b>Avión</b>	87,4%
Uso de intermediarios: Porcentaje	47,5%
Usó Internet:	65,2%
Para qué utilizó Internet: <b>Reserva</b>	83,2%
Principales factores de elegir Andalucía:	
- Clima: Porcentaje	40,0%
- Playa: Porcentaje	30,4%
Canal principal de información sobre Andalucía: <b>Experiencia propia</b>	51,0%
Principales actividades desarrolladas en Andalucía:	
- Disfrute y uso de playa: Porcentaje	59,5%
- Compras: Porcentaje	55,2%
OPINIÓN SOBRE ANDALUCÍA	
Valoración del destino: Escala de 1 a 10	8,4
Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
- Atención y trato recibido	8,7
- Paisajes y parques naturales	8,7
- Calidad de las playas y los servicios	8,7
Grado de fidelidad: Porcentaje	39,9%
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.