

MERCADO TURÍSTICO

ALEMANIA

Febrero 2017



**COSTA DEL SOL
MÁLAGA**



CONTENIDO

Metodología	3
Conclusiones	4
1. Alemania como mercado emisor internacional.....	16
2. Indicadores de oferta del mercado alemán	22
3. Caracterización del turista alemán en Málaga- Costa del Sol.....	31
4. Previsión de la oferta de asientos de avión desde Alemania 2017.	39
5. Impacto Económico y de empleo.....	43
Anexo I: Principales Cifras del Mercado Alemán.....	46



Metodología

Con el objetivo de aproximarnos a la realidad del mercado alemán, se ha diseñado una arquitectura de investigación dividida en cinco bloques conceptuales.

Para la realización del primer bloque, denominado: “Alemania como mercado emisor internacional” se han identificado y resumido las principales variables relevantes de dicho mercado, procedentes de diferentes investigaciones realizadas por:

- *ReiseAnalyse. FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.)*.
- Instituto de Estudios Turísticos. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

El bloque número dos, denominado: “Indicadores de oferta del mercado alemán”, ha sido elaborado utilizando los datos suministrados por diferentes fuentes de información del sector turístico, a nivel nacional:

- Instituto Nacional de Estadística (INE).

- Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA).

El bloque tres, resume las características del turista de nacionalidad alemana que visitó Málaga- Costa del Sol durante el año 2016.

Con un total de 783 las encuestas válidas realizadas en la provincia, y para un intervalo de confianza del 95%, con condiciones más desfavorables de muestreo, los resultados generales asumen un margen de error del $\pm 3,5\%$.

El bloque cuatro muestra las previsiones de asientos de las diferentes compañías aéreas para Málaga.

Y, por último, el bloque cinco se estudia los impactos económicos y sobre el empleo que tiene el mercado alemán en la provincia malagueña.



Conclusiones

Alemania como mercado emisor internacional

- Según el estudio de “Reiseanalyse 2016”, *Alemania ha tenido una intensidad de viaje del 77%* (la intensidad de viaje refleja el porcentaje de la población alemana mayor de 14 años que ha efectuado al menos un viaje de 5 o más días durante el año), lo que expresa que el consumo en viajes está sólidamente asentado en la sociedad alemana.
- En total, 53,4 millones de alemanes viajaron de vacaciones durante el año 2016, con una media de 1,29 viajes por persona que se traduce en *69,1 millones de viajes de una duración de cinco días o más*, según el citado informe.
- Según este informe, cada alemán que realiza un viaje de 5 o más días tiene un *gasto medio de viaje de 954 euros*, lo que genera 65.900 millones de euros.
- Según un estudio de *tendencias del mercado alemán* se prevé que los *viajes vacacionales permanezcan constantes* alcanzando un volumen *de 70 millones de viajes en 2025*, mientras que el volumen de viajes cortos crezca ligeramente hasta situarse en 88 millones de viajes con duración de 2 a 4 días. De estos viajes vacacionales, la cuota de destinos internacionales alcanzará un 67%, lo que supone un descenso de 2,6 millones de viajes, situándose en 46,6 millones.



- *Alemania es el primer destino vacacional* de los alemanes (29%), destacando Baviera y las Costas del Mar Báltico como principales receptoras del turismo interno, a continuación, en los *viajes de media distancia*, el *Mediterráneo* es el área geográfica principal (30%).
- Entre los destinos extranjeros, *España* con un 13% de los turistas es *líder*
- La *duración de los viajes* fue de *12,6 días* (10,3 de media para la vacaciones dentro de Alemania y de 13,5 para las vacaciones fuera de Alemania), apreciándose en los *últimos años una reducción de la duración* del viaje,
- En el caso del turista *que viaja a España*, la estancia ligeramente más corta (*8,0 noches*).
- Los *productos turísticos más consumidos* fueron: *sol y playa (46%)*, *descanso (36%)*, *vacaciones familiares (28%)*, *turismo naturaleza (27%)* y *experiencial (23%)*, siendo una pregunta con múltiple respuesta.
- En el caso de *España*, según encuesta anual de FUR, la mayoría de los alemanes buscan *buen tiempo (sol y playa)*, *descanso*, *diversión*, *fiestas o disfrutar de vacaciones en familia*.
- Un *36% de los turistas alemanes utiliza Internet para reserva*, siendo mayoritario todavía los canales de reserva offline



- En cuanto a las *fuentes de información*, la opinión de los *amigos, conocidos y familiares* es la más utilizada por los turistas alemanes. A continuación está los *catálogos, prospectos y folletos*, así como las guías de viaje y reportajes periodísticos.
- Durante el año 2016, cerca de *11,2 millones* de turistas alemanes visitaron España, lo que supuso un incremento del 6,4% respecto al año anterior, aumento que rompe la tendencia de años anteriores, y supone el aumento de más de 547.000 alemanes con respecto al año anterior.
- Alemania, ocupa el *tercer puesto en el ranking de mercados emisores* de turismo internacional llegados a España, superado por Reino Unido (15,7 millones y una variación de +4,49%) y Francia (11,5 millones y una variación de +8,93%).
- Alemania *representa el 14,8% de los turistas internacionales* que llegaron a España durante el año 2016, lo que supone una pérdida de competitividad en este mercado en el destino España.
- En 2016, *cerca de un millón de turistas alemanes visitaron Andalucía*, representando un *9,4% del total de turistas internacionales* llegados a Andalucía
- En 2016 *cerca de 1 millón de turistas alemanes visitaron Andalucía*, el *tercer puesto en el ranking internacional*, superado por Reino Unido y Francia,
- *Andalucía es la cuarta comunidad autónoma* en cuota de turistas alemanes que visitaron España durante 2016, alcanzando el 8,9%,



liderada por Baleares (43,4%), seguida de *Canarias*, destino elegido por una cuarta parte de los turistas alemanes (23,8%) y *Cataluña* (12,6%).

Indicadores de oferta del mercado alemán

- En 2016 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en establecimientos hoteleros superó los **7.808.400 viajeros**, creciendo unos 547.000 alemanes más respecto a 2015 **(+7,5%)**.
- En los hoteles de *Andalucía* se alojan más de uno de cada diez turistas alemanes que se hospedan en establecimientos hoteleros en España, superando los **863.000 viajeros**, lo que supone un crecimiento del 7,4% respecto a 2015.
- En 2016 los establecimientos hoteleros de la *provincia de Málaga* alojaron a **cerca de 275.000 viajeros alemanes**, creciendo **un 4,3%**.
- Estas cifras otorgan al destino *Costa del Sol Málaga* una **cuota del 3,5% del total de viajeros hoteleros alemanes de España y 31,8% de Andalucía**. **Uno de cada tres alemanes hoteleros que visitaron Andalucía se alojó en los hoteles de Málaga.**



- En la *Costa del Sol- Málaga* las pernoctaciones hoteleras de alemanes experimentan un *aumento* del *3,8%*, lo que le ha originado un incremento de las pernoctaciones de más de 51.679 noches hoteleras hasta *alcanzar la cifra de 1.394.299 pernoctaciones alemanas*.
- En los *últimos diez años 2015-2005*, las pernoctaciones de los viajeros alemanes hoteleros *han crecido un 9,7% en el contexto nacional*, no así en *Andalucía*, que registra un descenso acumulado del *-2,6%* ni en *la provincia de Málaga (-11,7%)*.
- En 2016 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en apartamentos turísticos se situó en *947.861 viajeros*, creciendo en un 9,3%.
- En los apartamentos de *Andalucía* se alojan el 6,9% de los alemanes que se hospedan en apartamentos en España, superando los *65.000 viajeros*, lo que supone un importante crecimiento respecto al 2015 (15, 3%).
- En 2016 los apartamentos turísticos de la *provincia de Málaga alojaron más de 39.800 viajeros alemanes*, experimentando un importante crecimiento del 22,6%.
- Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 4,2% del total de viajeros alemanes en apartamentos en España y 61,3% de Andalucía, es decir, *cerca de tres de cada cinco alemanes* que se hospedan en apartamentos turísticos en Andalucía *eligen la provincia de Málaga*.



- En *Costa del Sol Málaga* las pernoctaciones en apartamentos turísticos de alemanes experimentan el mayor incremento de los ámbitos analizados (21,3%) e inferior al de viajeros, alcanzando las 286.000 pernoctaciones en la provincia.

Ranking de Provincias según Viajeros y Pernoctaciones Alemanas en Hoteles y Apartamentos Turísticos

- *Málaga* es la *segunda provincia de la península y la quinta de España*, con mayor número de viajeros y pernoctaciones alemanas en los hoteles y apartamentos reglados.
- Las provincias insulares, *Islas Baleares y Las Palmas* lideran el ranking tanto en viajeros como en pernoctaciones alemanas, siendo los destinos elegidos por cerca de 6 de cada 10 viajeros alemanes que visitan España y generan cerca 7 de cada 10 pernoctaciones que realizan en nuestro país. Les siguen *Barcelona*, primera provincia peninsular, con una cuota de viajeros el 8,3% que desciende en términos de pernoctaciones hasta el 4,4% por su inferior estancia media, y superada por Santa Cruz de Tenerife, que ocupa la cuarta posición en viajeros alemanes y la tercera en pernoctaciones.
- *Málaga, con 314.600 viajeros alemanes* ocupa el segundo puesto peninsular con una cuota del 3,6%, *seguida de Madrid* (292.354 viajeros alemanes), *Cádiz* (285.988 alemanes), *Girona* (191.398 viajeros), Granada (101.607 alemanes) y Coruña (83.384 alemanes).
- En términos de pernoctaciones alemanas, la provincia de Málaga ocupa el tercer puesto peninsular registrando cerca de *1,7 millones de noches de alemanes* en los hoteles y apartamentos, que le otorga una cuota del 2,9% del total nacional (57,8 millones).



Análisis de las llegadas por Aeropuerto procedentes de Alemania

- Según los datos de AENA, en el año 2016 la llegada de *pasajeros procedentes de Alemania* a los aeropuertos de España, en general, han experimentado *crecimiento* tanto en ese último año, como en el acumulado de los últimos diez años, tan solo desciende ligeramente en el año 2008, 2009 y 2012
- Durante el año 2016, *la cifra de pasajeros* procedentes de Alemania llegados a los aeropuertos de España superó la cifra de *13,7 millones de personas*, lo que representó un crecimiento acumulado desde 2006 del 29,9% y del último año del *10,1%*.
- Al aeropuerto de *Málaga Costa del Sol* han llegado en este último año 2016 más de *721.000 pasajeros* procedentes del país germano, experimentando un crecimiento del *+11,3%* respecto al año *2015*; y del *+27,6% con respecto al año 2006*.
- En 2016 los *aeropuertos de 6 ciudades alemanes son las emisoras de cerca de tres de cada cuatro pasajeros* procedentes de Alemania que llegan al Aeropuerto Málaga Costa del Sol.
- *Berlín es la ciudad emisora líder* de pasajeros con destino a Málaga Costa del Sol, registrando un *crecimiento* espectacular del *+56,2%*, superando las *118.000 llegadas* a lo largo de todo el año, *seguida de Munich, Frankfurt y Hamburgo*.
- Se estima que el *grado de ocupación de los asientos ofertados* en 2016 alcanzó el *90,23%*



Caracterización del turista alemán en Málaga- Costa del Sol

- Ocho de cada diez turistas de nacionalidad alemana en la provincia se encuentran *ocupados* (laboralmente hablando); por otro lado, el *retirado* del mercado laboral representa entorno el 11%.
- Una tercera parte de los turistas alemanes tenían entre los 40 y 49 años; convirtiéndose este tramo de edad en el intervalo más representativo. Esta distribución hace que la edad media del turista de este mercado se sitúe en los *45,7 años*.
- Más de la mitad de los turistas alemanes han declarado que *utilizan las redes sociales* (bien de manera diaria o bien ocasionalmente). Las plataformas más mencionadas fueron: Facebook, Google+, Twitter e Instagram.
- El viajar *en pareja* sigue siendo la primera forma de viaje del turista alemán en la provincia, señalada prácticamente por dos de cada tres alemanes. En segundo lugar, se encuentran los que viajan *en familia*, manifestado por una cuarta parte de los alemanes entrevistados.
- Por término medio, el turista alemán se queda en la provincia de Málaga *8,8 días*. Aun así, el intervalo más representativo es de aquellos que alargan su estancia entre los 4 y los 8 días; seguido de las estancias de entre 9 a 15 días.
- Uno de cada tres turistas cuenta con un presupuesto para su viaje de entre 1.200 y 1.600 euros. Por término medio, el turista alemán presupuesta *1.115,70 euros* para venir a Málaga- Costa del Sol.



- Entre las actividades que realizan en el destino, las más mencionadas fueron: *actividades de Sol y playa*, seguidas de *las actividades culturales*, tales como *visitar museos y exposiciones, así como realizar rutas por lugares históricos y monumentos y excursiones a otros municipios*.
- Otras de las actividades por las que el mercado alemán muestra interés y manifiesta realizar en el destino son el disfrutar de la *actividades de senderismo, montañismo o bicicleta, disfrutar de la oferta gastronómica, la oferta de ocio o la práctica de golf*, etc.
- *Internet*, a través de las *páginas webs*, es el *canal de búsqueda* y consulta de información sobre el destino *más utilizado por los turistas alemanes para organizar sus viajes*, señalada mayoritariamente por los turistas entrevistados. También es importante la opinión de sus *familiares y amigos* y su *propia experiencia* viajera en el destino
- *Internet el principal canal de reserva*, señalado por cuatro de cada cinco turistas; seguido de las agencias de viajes. , Dentro de las reservas on line, el transporte es el más contratado de forma on-line, seguido del alojamientos.
- Entre los motivos específicos de ocio y vacaciones, el *disfrutar del Sol y la playa* continua siendo el principal atractivo del destino Costa del Sol, seguido de la *motivación cultural*, señalados ambos mayoritariamente por lo turistas alemanes que nos han visitado en 2016.



- Otras de las motivaciones señaladas que adquieren importancia en nuestro destino son la riqueza y atractivo del *interior y la naturaleza de nuestra provincia*, el disfrutar de la excelente oferta *gastronómica y enológica*, las *actividades de lúdicas y de ocio* que presentan Costa del Sol Málaga, la práctica del *Golf* y la posibilidad de hacer un *Escapadas/City*.
- Además de los motivos por los que decidió emprender el viaje se les preguntó por aquellos *aspectos que influyeron para elegir finalmente Málaga- Costa del Sol*. Los más mencionados fueron *las playas, la bondad del clima y el atractivo de los recursos turísticos*.
- *Otras de las motivaciones* señaladas, aunque con menos intensidad, son la buena *relación calidad precio* que ofrece el destino, la completa *oferta turística*, el que *existan conexiones de vuelos directos* al destino, así como la *calidad de vida y hospitalidad* de los residentes.
- Los turistas alemanes que han visitado el destino Costa del Sol Málaga durante el año 2015 han manifestado un *alto grado de satisfacción calificado su experiencia muy positiva (68,9%) o positiva (30,5%)*.
- En 2016, los turistas alemanes han otorgado una calificación media al destino Málaga- Costa del Sol con *8,84 puntos sobre 10*.



- El aspecto más valorado fueron los *paisajes*, la oferta de *alojamientos* del destino y la *atención y trato recibido* durante su visita; valorado por encima del 8,5.
- En segundo lugar se sitúa la oferta de *restauración*, la oferta de *trenes*, la *relación calidad precio*; y en un tercer bloque se sitúan la seguridad, el entorno urbano, las playas y sus servicios, la oferta de ocio, el entorno y los parques naturales y las posibilidades de compras que ofrece Costa del Sol.

Previsión de la oferta de asientos de avión desde Alemania 2017

- El análisis de la estimación de plazas ofertadas durante el año 2017 hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, hace *prever un buen comportamiento del mercado alemán*.
- *Para 2017 la oferta de asientos* de avión desde Alemania con destino Costa del Sol se sitúa en **910.702 plazas**, esta oferta supone *un crecimiento de +13,9%*, lo que supone un incremento de **más 111.394 nuevas plazas**.
- Presenta una *alta concentración de plazas en los meses estivales*, ofertando de abril a octubre tres de cada cuatro plazas ofertadas en 2017



- Estas plazas son operadas por 9 compañías, *liderando Ryanair y Airberlin*
- En 2017 existe *conexión directa con 16 ciudades, liderando Dusseldorf, Frankfurt y Berlín*, e incorporando *conexión nueva con Hannover*

Impacto económico y de empleo del gasto turístico de turista alemán?

- El *gasto del turista alemán* en la provincia de Málaga genera *un impacto total en la producción* de cerca de *1.000 millones de euros* en 2016, lo que representa el *7,8%* de la producción generada por el gasto turístico total de la provincia. La *producción indirecta e inducida* es de unos *456,5 millones de euros*, mientras que la *directa* se estima en unos *525 millones de euros*.
- En términos de empleo el gasto del turista alemán en la provincia de Málaga, ha generado unos *11.500* empleos en 2016, lo que representa el *7,7% del empleo generado en la provincia por el gasto turístico total*. De ellos, unos *6.500 empleos* son debido al impacto directo del gasto turístico alemán y *5.000 al impacto indirecto e inducido*.



1. Alemania como mercado emisor internacional

Alemania como mercado emisor en el contexto internacional

Según el “Reiseanalyse 2016”, se registró en *Alemania una intensidad de viaje del 77%* (la intensidad de viaje refleja el porcentaje de la población alemana mayor de 14 años que ha efectuado al menos un viaje de 5 o más días durante el año), lo que expresa que el consumo en viajes está sólidamente asentado en la sociedad alemana.

En total, 53,4 millones de alemanes viajaron de vacaciones durante el último año, con una media de 1,29 viajes por alemán que se traduce en *69,1 millones de viajes de una duración de cinco días o más*, según el citado informe.

Además, 31,7 millones de alemanes realizaron 77,1 millones de viajes cortos o escapadas de ocio (de 2 a 4 días).

Según este informe cada alemán que realiza un viaje de 5 o más días tiene un *gasto medio de viaje de 954 euros*, lo que genera 65.900 millones de euros. Por otro lado, aquellos alemanes que realizan un viaje corto tienen un *gasto medio de viaje de 274 euros*, que suponen un total de 21.100 millones de euros.

Según un estudio de *tendencias del mercado* alemán se prevé que los *viajes vacacionales permanezcan constantes* alcanzando un volumen *de 70 millones de viajes en 2025* mientras que el volumen de viajes cortos crezca ligeramente hasta situarse en 88 millones de viajes con duración de 2 a 4 días. De estos viajes vacacionales la cuota de destinos internacionales alcanzará un 67%, lo que supone un descenso de 2,6 millones de viajes, situándose en 46,6 millones.

Alemania es el primer destino vacacional de los alemanes (29%), destacando Baviera y las Costas del Mar Báltico como principales receptoras del turismo interno y, a continuación, en los *viajes de media distancia*, el *Mediterráneo* es el área geográfica principal (30%).



Entre los destinos extranjeros, *España* es líder con un *13,0%* de la cuota, Italia (8,2%), Turquía (7,3%) y Austria (5,3%), destino preferido de cercanía para turismo familiar.

En el mediterráneo, España mantiene (y refuerza) su liderazgo frente a otros destinos competidores. Esto permitió que llegaran más de nueve millones de turistas alemanes a España. Esta tendencia se espera que se refuerce, ya que según el volumen de reservas en Europa de las Agencias de Viajes a 30 de septiembre de 2016, España suma casi la mitad del mercado mediterráneo entre los ocho principales destinos de esta zona geográfica en el mercado alemán.

Según este estudio, la *duración de los viajes* fue de *12,6 días* (10,3 de media para las vacaciones dentro Alemania y de 13,5 para las vacaciones fuera de Alemania), apreciándose en los *últimos años una reducción de la duración* del viaje aparejada al aumento del número de viajes anuales por turista.

Respecto a las pautas de consumo en la reserva de viaje, se mantiene, siendo las más relevantes:

- La *importancia del precio*: sigue primando la importancia de las ofertas y del mejor precio a la hora de elegir un destino por el turista alemán. La *búsqueda de ahorro* lleva aparejada una *gran antelación*, o al contrario, *la reserva tardía* a la espera de *ofertas de último minuto*.
- La *relación calidad precio* es *clave*. El turista alemán está dispuesto a pagar más, si piensa que vale la pena.

En el caso del turista *que viaja a España*, los datos de enero a agosto de 2016, muestran una estancia ligeramente más corta (*8,0 noches*).

Los turistas alemanes muestran una *preferencia por destinos turísticos con buen tiempo y mar*. En los últimos años, *sus preferencias se han mantenido* (familiar, de sol y playa, descanso, etc.).

Los *productos turísticos más consumidos* fueron: *sol y playa* (46%), *descanso* (36%), *Vacaciones familiares* (28%) *turismo*





Alemania en el contexto nacional

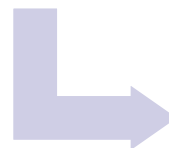
Durante el año 2016, cerca de **11,2 millones** de turistas alemanes visitaron España, lo que supone un crecimiento del 6,4% respecto al año anterior, lo que supone recuperar la tendencia de crecimiento rota en 2015 (-1,21%), con un incremento de más 547.000 alemanes más con respecto al año anterior.

Alemania, ocupa el **tercer puesto en el ranking de mercados emisores** de turismo internacional llegados a España, superado por Reino Unido (17,8 millones y una variación de +12,4%) y Francia (11,4 millones y una variación de +7,1%).

El número de turistas internacionales que visitaron España en 2016 ha vuelto a alcanzar cifra record superando los 75,6 millones de turistas con un incremento del 10,3%. Esto significa que Alemania **representa el 14,8% de los turistas internacionales** que llegaron a España durante el año 2016.

ALEMANIA COMO MERCADO EMISOR

- 53,4 MILLONES DE TURISTAS
- 69,1 MILLONES DE VIAJES VACACIONALES



TURISTAS ALEMANES LLEGADOS A ESPAÑA

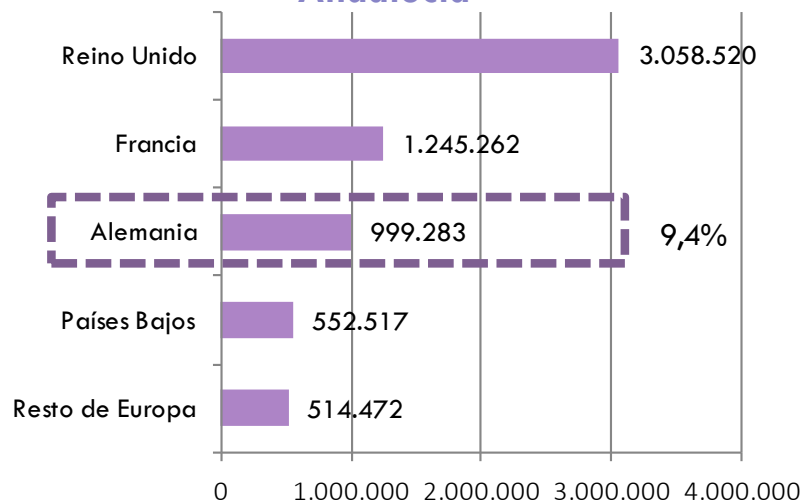
- 11,2 MILLONES DE ALEMANES
- 6,4% VAR. 2016/15
- 14,8% DE LOS TURISTAS INTERNACIONALES



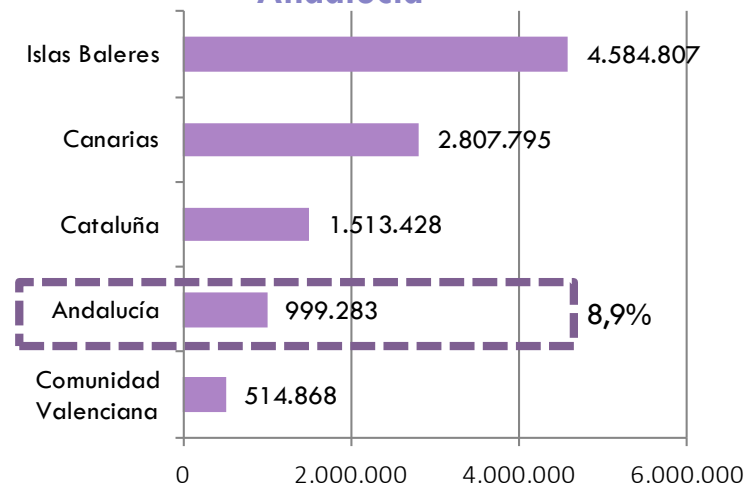
En 2016 *cerca de 1 millón de turistas alemanes visitaron Andalucía*. Este volumen de turistas alemanes llegados a Andalucía, le otorga el *tercer puesto en el ranking internacional*, superado por Reino Unido y Francia, representando un *9,4% del total de turistas internacionales* llegados a Andalucía.

Andalucía es la cuarta comunidad autónoma en cuota de turistas alemanes que visitaron España durante 2016, alcanzando el 8,9%, *liderada por Baleares* (41,0%), seguida de *Canarias*, destino elegido por una cuarta parte de los turistas alemanes (25,1%) y *Cataluña* (13,5%).

Turistas internacionales llegados a Andalucía



Turistas internacionales llegados a Andalucía





Según EGATUR, en 2016 el *gasto generado por los turistas internacionales en España alcanzó los 77.625 millones de euros*, lo que supone un incremento respecto al año anterior del **+9,0%**.

El *mercado alemán genera un gasto turístico de 11.078,1 millones de euros*, rompiendo la tendencia del año anterior, con un incremento del, **5,3%** respecto el año anterior; es el *segundo mercado más importante* superado por Reino Unido.



2. Indicadores de oferta del mercado alemán

Indicadores Hoteleros

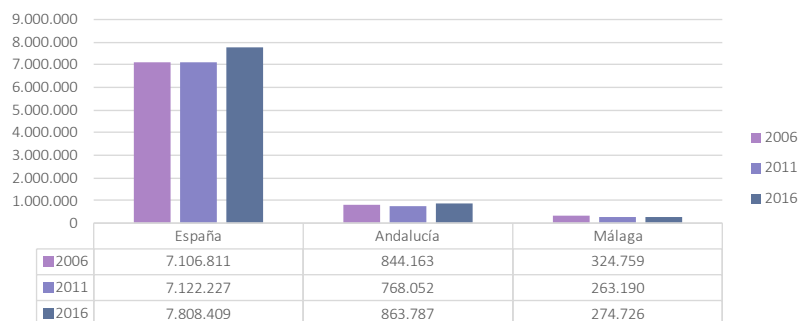
En 2016 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en establecimientos hoteleros superó los **7.808.400 viajeros**, creciendo en unos 547.000 alemanes más respecto a 2015 **(+7,5%)**.

En los hoteles de *Andalucía* se alojan más de uno de cada diez turistas alemanes que se hospedan en establecimientos hoteleros en España, superando los **863.000 viajeros**, lo que supone un crecimiento del 7,4% respecto a 2015.

En 2016 los establecimientos hoteleros de la *provincia de Málaga* alojaron a **274.726 viajeros alemanes**, creciendo **un 4,3%**.

Estas cifras otorgan al destino *Costa del Sol Málaga* una cuota del **3,5% del total de viajeros hoteleros alemanes de España** y **31,8% de Andalucía**, los viajeros de este mercado sigue siendo importante la participación de la oferta hotelera de Costa del Sol Málaga en Andalucía. *Uno de cada tres alemanes hoteleros que visitaron Andalucía se alojó en los hoteles de la provincia de Málaga.*

En los últimos diez años **2016-2006**, los viajeros hoteleros alemanes han crecido en *España* **(9,9%)** y *Andalucía* **(2,3%)**, no así en *Costa del Sol Málaga* **(-15,4%)**.



En 2016 en *España* se registraron más de *57,8 millones de pernoctaciones hoteleras* de alemanes, asciende un 6,3% con respecto a 2015.

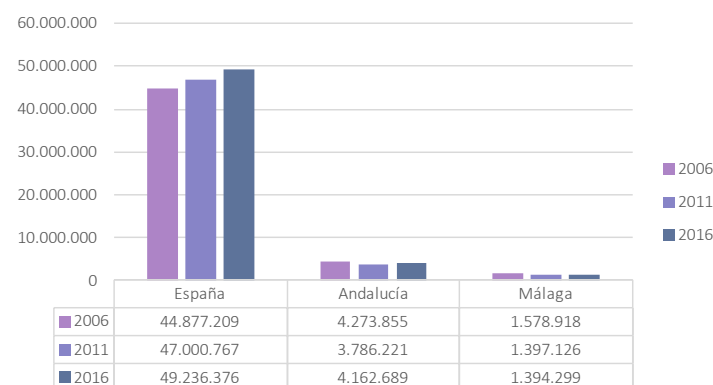
Andalucía recibe el *7,9%* de las pernoctaciones hoteleras alemanas, rozando los *4,6 millones de noches*, lo que supone, un importante crecimiento respecto al 2015, del 10,0%.

En el caso de la *Costa del Sol- Málaga* las pernoctaciones hoteleras de alemanes experimentan un *aumento* importante de *del 6,5%* respecto al año anterior, dos décimas por encima al crecimiento de los viajeros, lo que le ha originado un aumento de las pernoctaciones de más

de 101.800 noches hoteleras hasta *alcanzar la cifra de 1.680.253 pernoctaciones alemanas*.

Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 2, 9% del total de las pernoctaciones hoteleros alemanas de España y 36,8% de Andalucía, es decir, más de una de cada tres noches se registran en los hoteles de la provincia de Málaga

En los *últimos diez años 2016-2006*, las pernoctaciones de los viajeros alemanes hoteleros *han crecido un 9,7% en el contexto nacional*, no así en *Andalucía*, que registra un descenso acumulado de *-2,6%* ni en *la provincia de Málaga (-11,7%)*.





Indicadores Apartamentos Turísticos

En 2016 en *España* la cifra de alemanes que se alojaron en apartamentos turísticos se situó en **867.562 viajeros**, creciendo en más de 80.300 alemanes más respecto a 2015 (+9,3%).

En los apartamentos de *Andalucía* se alojan el 6,9% de los alemanes que se hospedan en apartamentos en España, superando los **65.000 viajeros**, lo que supone un importante crecimiento respecto al 2015 (15,3%).

En 2016 los apartamentos turísticos de la *provincia de Málaga* alojaron más de **39.800 viajeros alemanes**, experimentando un notable crecimiento del 22,6%.

Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 4,2% del total de viajeros alemanes en apartamentos en España y 61,3% de Andalucía, es decir, **cerca de tres de cada cinco alemanes** que se hospedan en apartamentos turísticos en *Andalucía eligen la provincia de Málaga*.

En los últimos diez años 2016-2006, los viajeros alemanes hospedados en apartamentos turísticos en la provincia de Málaga, han aumentado un +57,7%, muy superior al contexto nacional que desciende un -21,6% pero inferior al crecimiento experimentado en Andalucía, que registra en estos diez años una tasa del 72,7%.

En 2016 en *España* se registraron más de **8,6 millones de pernoctaciones de alemanes en apartamentos**, lo que supone un ascenso respecto a 2015 del 4,7%, cinco puntos menos al incremento de viajeros.

Andalucía recibe el 4,43% de las pernoctaciones en apartamentos de alemanas, superando las **361.000 noches**, lo que supone, al igual que ha sucedido con los viajeros, pero con menor intensidad, un aumento respecto al 2014 del +4,56%.

Sin embargo, en *Costa del Sol Málaga* las pernoctaciones en apartamentos turísticos de alemanes experimentan el mayor incremento de los ámbitos analizados (21,3%) e inferior a los viajeros, rozando las 286.000 pernoctaciones en la provincia.



Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 3,3% del total de las pernoctaciones en apartamentos de alemanas en España y 71,5% de Andalucía, es decir, cerca de *siete de cada diez pernoctaciones* alemanas que se registran en los apartamentos de Andalucía, *se producen en la provincia de Málaga*.

Indicadores Hoteles y Apartamentos Turísticos

Durante el año 2016 los viajeros alemanes alojados en establecimientos reglados, hoteles y apartamentos, experimentan crecimientos en el contexto nacional como regional en la provincia, así como en la Costa del Sol Málaga en este último año.

En 2016 en *España* la cifra de viajeros alemanes que se alojaron en hoteles y apartamentos rozo los *8,8 millones*, creciendo un *7,7% respecto a 2015* que supone más de 627.400 alemanes más; y un incremento del *5,3% respecto a 2006*.

En *Andalucía* se alojan uno de cada diez alemanes que se hospedan en hoteles y apartamentos en España, superando los *928.797 viajeros*, lo

que supone un crecimiento respecto al 2015 (+10,0%); y un incremento del 5,3% respecto a 2006.

En 2016 en la *provincia de Málaga se alojaron cerca de 314.600 viajeros alemanes* en los apartamentos y hoteles, lo que supone un ascenso respecto al año anterior del 6,3%; que con respecto a 2006 se sitúa en una tasa negativa de -10,1%.

Estas cifras otorgan al destino Costa del Sol Málaga una cuota del 3,6% del total de viajeros alemanes en hoteles y apartamentos de España y 33,90% de Andalucía, es decir, *uno de cada tres alemanes* que se hospedan en estos establecimientos turísticos reglados en Andalucía *eligen la provincia de Málaga*.

Durante el año *2016* las *pernoctaciones alemanas en establecimientos reglados*, hoteles y apartamentos, ascienden en los tres ámbitos analizados: nacional, Andalucía y la provincia de Málaga.

En 2016 en *España* el número de pernoctaciones de alemanes que se registran en los hoteles y apartamentos, superó los *57,8 millones*,



ascendiendo un **6,3%** respecto a 2015 que supone 3.440.848 alemanes más. Con respecto a 2006, esta cifra supone un incremento de 1,8%

En **Andalucía** se registraron el 7,9% de las pernoctaciones de alemanes en hoteles y apartamentos de España, superando los **4,5 millones de pernoctaciones**, con un **crecimiento del 10,0%** respecto a 2015. Con respecto a las cifras registradas en 2006 se produce un descenso de -1,4%.

En 2016 en la **provincia de Málaga se registraron cerca de 1,7 millones de pernoctaciones** alemanas, lo que supone un **incremento del 6,5%** respecto al año anterior; mientras que con respecto a hace 10 años, se ha registrado un descenso del -7,8%.

Estas cifras otorgan al destino **Costa del Sol Málaga una cuota del 2,9%** del total de las pernoctaciones alemanas en hoteles y apartamentos **de España** y el **36,8% de Andalucía**, es decir, **cerca de cuatro**

de cada diez pernoctaciones alemanas que se generaron en estos establecimientos turísticos reglados **en Andalucía eligen la provincia de Málaga.**

Ranking de Provincias según Viajeros y Pernoctaciones Alemanas en Hoteles y Apartamentos Turísticos

Málaga, es la **segunda provincia de la península y la quinta de España**, con mayor número de **viajeros alemanas** en los hoteles y apartamentos reglados; y desciende en términos de **pernoctaciones**, siendo la **tercera provincia de la península y la sexta en el contexto nacional.**



Islas Baleares lidera con mucha diferencia el ranking tanto en viajeros como en pernoctaciones alemanas, siendo los destinos elegidos por 6 de cada 10 viajeros alemanes que visitan España y generan cerca de 7 de cada 10 pernoctaciones que realizan en nuestro país. Le siguen *Las Palmas, Barcelona*, primera provincia peninsular y *Santa Cruz de Tenerife*.

Los destinos, en general, cuando son insulares, aumentan en términos de pernoctaciones, motivado por su mayor estancia media; y descienden cuando son peninsulares.

Las Palmas pasa de registrar del 19,7% de viajeros alemanes al 28,9% de las pernoctaciones, y mantiene su segunda posición en el ranking nacional en ambos casos.

Barcelona, ocupa la tercera posición en términos de viajeros, con una cuota de 8,3%, representatividad que desciende en pernoctaciones hasta la cuarta posición con tan solo el 4,4% del total de las noches alemanas registradas en España

RANKING VIAJEROS	PROVINCIAS	Nº VIAJEROS	RANKING PERNOCT.	Nº PERNOCTACIONES
1	Illes Balears	3.433.045	1	23.570.026
2	Palmas, Las	1.721.000	2	16.691.257
3	Barcelona	725.329	4	2.530.224
4	Santa Cruz de Tenerife	693.612	3	6.498.310
5	Málaga	314.600	6	1.680.253
6	Madrid	292.354	8	690.965
7	Cádiz	285.982	5	1.816.611
8	Girona	191.398	7	1.110.979
9	Granada	101.607	11	285.360
10	Coruña. A	83.384	15	119.529
TOTAL		8.756.272		57.834.744

Santa Cruz de Tenerife, ocupa la cuarta posición en términos de viajeros, con una cuota de 7,9%, representatividad que asciende hasta el 11,2% de las pernoctaciones alemanas, escalando hasta el tercer puesto en el ranking nacional

Málaga, con 314.600 viajeros alemanes ocupa el segundo puesto peninsular con una cuota del 3,6%, *seguida de Madrid* (292.354 viajeros alemanes), *Cádiz* (285.982 alemanes), *Girona* (191.398 viajeros), Granada (101.607 alemanes) y Coruña (83.384 alemanes).



En términos de pernoctaciones alemanas, la provincia de Málaga desciende hasta el tercer puesto peninsular registrando cerca de **1,7 millones de noches de alemanes** en los hoteles y apartamentos, que le otorga una cuota del 2,9% del total nacional (57,8 millones).

Cádiz, supera a Málaga, ocupando el segundo puesto peninsular y quinto nacional en términos de pernoctaciones; pero desciende hasta el cuarto peninsular y séptimo nacional en términos de viajeros.



Análisis de las llegadas por Aeropuerto procedentes de Alemania

Según los datos de AENA, en el año 2016 la llegada de *pasajeros procedentes de Alemania* a los aeropuertos de España, en general, han experimentado *crecimiento* tanto en ese último año como en el acumulado de los últimos diez años, tan solo desciende ligeramente en el año 2008, 2009 y 2012.

Durante el año 2016, *la cifra de pasajeros* procedentes de Alemania llegados a los aeropuertos de España supera la cifra de *13,8 millones de personas*, lo que representa un crecimiento acumulado desde 2006 del 29,9% y del último año del *10,1%*.

Al aeropuerto de *Málaga Costa del Sol* han llegado en este último año 2016 más de *720.000 pasajeros* procedentes del país germano, experimentando un ascenso del 11,3% respecto al año 2015; dato

significativo si tenemos en cuenta el descenso del año anterior; y un crecimiento del 27,6% con respecto al año 2005.

El Aeropuerto de Málaga- Costa del Sol tiene una *cuota de participación* en el total de llegadas procedentes de Alemania en el contexto nacional, del 5,2% en 2016

AEROPUERTO MÁLAGA COSTA DEL SOL - ALEMANIA

LLEGADAS AEROPUERTO	2015	2016	Var. %	Var. Abs
ESPAÑA	12.523.598	13.789.842	10,1%	1.266.244
MÁLAGA	647.682	721.188	11,3%	73.506
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	5,2%	5,2%		5,8%

En 2016 los *aeropuertos de 6 ciudades alemanes* son las *emisoras de cerca de tres de cada cuatro pasajeros* procedentes de Alemania que llegan al Aeropuerto Málaga Costa del Sol.

Berlín es la ciudad emisora líder de pasajeros con destino a Málaga Costa del Sol, con un incremento del 56,2%, alcanzando las 118.318 llegadas a lo largo de todo el año, *seguida de Munich y Frankfurt, ambas con más de 89.000* pasajeros, aunque la



primera presenta un descenso de 3,6%, mientras que la segunda crece un 5,0%.

Hamburgo, Dusseldorf y Colonia/Bonn, son las tres siguientes ciudades más importantes como emisoras de pasajeros con destino a Málaga, y mueven un volumen similar, en torno a las 87.000 y 70.500 personas; todas presentan un incremento respecto al año anterior, aunque destaca el crecimiento de Hamburgo, con una tasa del 10,4%. En el caso de Colonia/Bonn, crece más moderadamente (1,6%).

CIUDADES CON MAYOR AFLUENCIA DE PASAJEROS

	2015	2016	Var. %	Var. Abs
BERLIN	75.740	118.318	● 56,2%	42.578
MUNICH	92.601	89.236	● -3,6%	-3.365
FRANKFURT	84.919	89.149	● 5,0%	4.230
HAMBURGO	78.759	86.945	● 10,4%	8.186
DUSSELDORF	73.851	78.879	● 6,8%	5.028
COLONIA/BONN	69.419	70.535	● 1,6%	1.116
NIEDERRHEIN	54.104	65.969	● 21,9%	11.865
STUTTGART	31.776	34.403	● 8,3%	2.627
KARLSRUHE-BADEN I	16.855	19.948	● 18,4%	3.093
MEMMINGEN	18.459	18.652	● 1,0%	193
BREMEN	11.898	12.244	● 2,9%	346

A partir del volumen de asientos de vuelos directos desde Alemania a Costa del Sol Málaga en 2016, que se cifra según datos de Forwardkeys, en 799.308 vuelos, y dado que se han registrado, tal y como ya hemos mencionado 721.188 llegadas de pasajeros procedentes de alguna ciudad germana, se estima que el *grado de ocupación medio de los vuelos desde Alemania en 2016 es del 90,23%*.

GRADO DE OCUPACIÓN DE LAS PLAZAS DE ASIENTOS OFERTADAS EN 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de AENA y Forwardkeys



3. Caracterización del turista alemán en Málaga- Costa del Sol

¿De dónde vienen?

Durante el año 2016, *Berlín* vuelve de nuevo a ser la primera ciudad emisora de turistas alemanes a la provincia de Málaga – Costa del Sol. En concreto, el 16,8% de este mercado afirmaron residir en la capital alemana.

Hamburgo se posiciona como la segunda ciudad emisora de turistas hasta el destino. En 2016, los turistas alemanes procedentes de esta ciudad representaron cerca de una décima parte de este mercado.

Estas dos ciudades junto a *Múnich, Dusseldorf, Bonn y Colonia* aportan conjuntamente algo más de la mitad de la demanda del mercado alemán (54,6%).





¿Cómo viajan?

El viajar *en pareja* sigue siendo la primera forma de viaje del turista alemán en la provincia, señalada prácticamente por dos de cada tres alemanes. En segundo lugar, se encuentran los que viajan *en familia*, manifestado por una cuarta parte de los alemanes entrevistados.

Los turistas alemanes que nos visitan *llegan al destino* mayoritariamente por *avión*. Una vez *en el destino*, utilizan el *autobús y el vehículo alquilado* para sus desplazamientos.

Los turistas alemanes escogen alojarse mayoritariamente en un *establecimiento hotelero* en la provincia de Málaga, señalada por más de dos de cada tres, principalmente en categorías de 3 y 4 estrellas.

Los que prefieren un *apartamento turístico* suponen el 19,2%.

En cuanto al régimen de alojamiento, cerca de cuatro de cada diez alemanes que se hospedaron en establecimientos hoteleros optaron por contratar *alojamiento más desayuno*; seguido del régimen de *media pensión*, señalado por algo más de una cuarta parte.





¿Cómo consumen?

Por término medio, el turista alemán se queda en la provincia de Málaga **8,8 días**. Aun así, el intervalo más representativo es de aquellos que alargan su estancia entre los 4 y los 8 días; seguido de las estancias de entre 9 a 15 días.

Uno de cada tres turistas cuenta con un presupuesto para su viaje de entre 1.200 y 1.800 euros. Por término medio, el turista alemán presupuesta **1.115,70 euros** para venir a Málaga- Costa del Sol.

Entre las actividades que realizan en el destino, las más mencionadas fueron: *actividades de Sol y playa*, seguidas de *las actividades culturales*, tales como *visitar museos y exposiciones, rutas por lugares históricos o excursiones a otros municipios*.

Otras de las actividades por las que el mercado alemán muestra interés y manifiesta realizar en el destino es *actividades de senderismo, montañismo o bicilceta, disfrutar de la oferta gastronómica, la oferta de ocio o la práctica de golf*, etc.





¿Cómo se informan?

Internet, a través de las *páginas webs*, es el *canal de búsqueda* y consulta de información sobre el destino *más utilizado por los turistas alemanes para organizar sus viajes*, señalada mayoritariamente por los turistas entrevistados.

Además, aunque con una menor cuota de respuestas, afirman acudir a *agencias de viajes* en su ciudad de origen y consultar *guías de viajes* y *folletos turísticos*

También les es importante la opinión de sus *familiares y amigos* y su *propia experiencia* viajera con el destino.

¿Cómo reservan?

El turista alemán *viaja con reservas al destino Costa del Sol Málaga*, así lo señalan más de nueve de cada diez turistas entrevistados.

Internet el principal canal de reserva, señalado por cuatro de cada cinco turistas, seguido por las agencias de viaje.

El producto más reservado por los alemanes es el *transporte*, con más del 50%, le sigue muy de cerca el *alojamiento* y, en último lugar, el *paquete turístico* cercano al 40%.

Cuando reservan productos de a través de Internet, *el transporte* es el más contratado de forma on-line, con una cuota superior al 50%, seguido del alojamiento con una cuota del 46,9%, también de forma on-line. En el caso del paquete turístico la cuota es menor, cercana al 30%.



En función del producto reservado, el turista escoge canales de compra diferentes. Entre los que *contrataron un paquete turístico, lidera las reservas* realizadas por *Internet*.

El *canal de reserva del alojamiento* de manera independiente, se hizo *mayoritariamente por internet, a través de intermediarios online* (OTA's, meta buscadores,..etc.).

Igualmente los que reservaron *el transporte* (de manera independiente), lo hicieron *a través de internet*, pero este productos se reserva mayoritariamente *a través de la web del proveedor del servicio*, es decir, de la compañía aérea con la que viajan.

¿Por qué vienen?

Más de nueve de cada diez turistas alemanes que nos visitan, lo hacen por *motivos de ocio y vacacionales*.

Entre los motivos específicos de ocio y vacaciones, el *disfrutar del Sol y la playa* continua siendo el principal atractivo del destino Costa del Sol, seguido de la *motivación cultural*, señalados ambos mayoritariamente por lo turistas alemanes que nos han visitado en 2016.





Otras de las motivaciones señaladas que adquieren importancia en nuestro destino son la riqueza y atractivo del *interior y la naturaleza de nuestra provincia*, el disfrutar de la excelente oferta *gastronómica y enológica*, las *actividades de lúdicas y de ocio*, la práctica del *Golf* que presentan Costa del Sol Málaga y la posibilidad de hacer un *Escapadas/City*.

Además de los motivos por los que decidió emprender el viaje se les preguntó por aquellos *aspectos que influyeron para elegir finalmente Málaga- Costa del Sol*. Los más mencionados fueron *las playas, la bondad del clima y el atractivo de los recursos turísticos*.

Otras de las motivaciones señaladas, aunque con menos intensidad, son la buena *relación calidad precio* que ofrece el destino, la completa *oferta turística*, el que *existan conexiones de vuelos directos* con el destino, así como la *calidad de vida y hospitalidad* de los residentes.

¿Están satisfechos?

Los turistas alemanes que han visitado el destino Costa del Sol Málaga durante el año 2016 han manifestado un alto grado de satisfacción calificado su experiencia muy positiva (68,9%) o positiva (30,5%).

En 2016, los turistas alemanes han otorgado una calificación media al destino Málaga- Costa del Sol con *8,84 puntos sobre 10*.

Los aspectos más valorados fueron la oferta de *alojamientos* del destino y la *atención y trato recibido* durante su visita; valorado por encima del 8,5.

En un segundo bloque se sitúa la oferta de *restauración*, la oferta de *trenes*, la *relación calidad precio*, y en un tercer bloque se sitúan la seguridad, el entorno urbano, las playas y sus servicios, la oferta de ocio, el entorno y los parques naturales y las posibilidades de compras que ofrece Costa del Sol.



¿Fidelizamos?

La distribución por el número de visitas nos muestra que para algo más de dos de cada tres turistas alemanes en 2016, está fue su *primera visita* al destino.

Una cuota algo inferior respondió tener *intención de volver* a la provincia en los próximos tres años (61,4%); elevándose la cifra de los que afirmaron tener *intención de recomendar* la visita a Málaga- Costa del Sol a sus familiares y amigos, que se sitúa en el 97,4%.



4. Previsión de la oferta de asientos de avión desde Alemania 2017

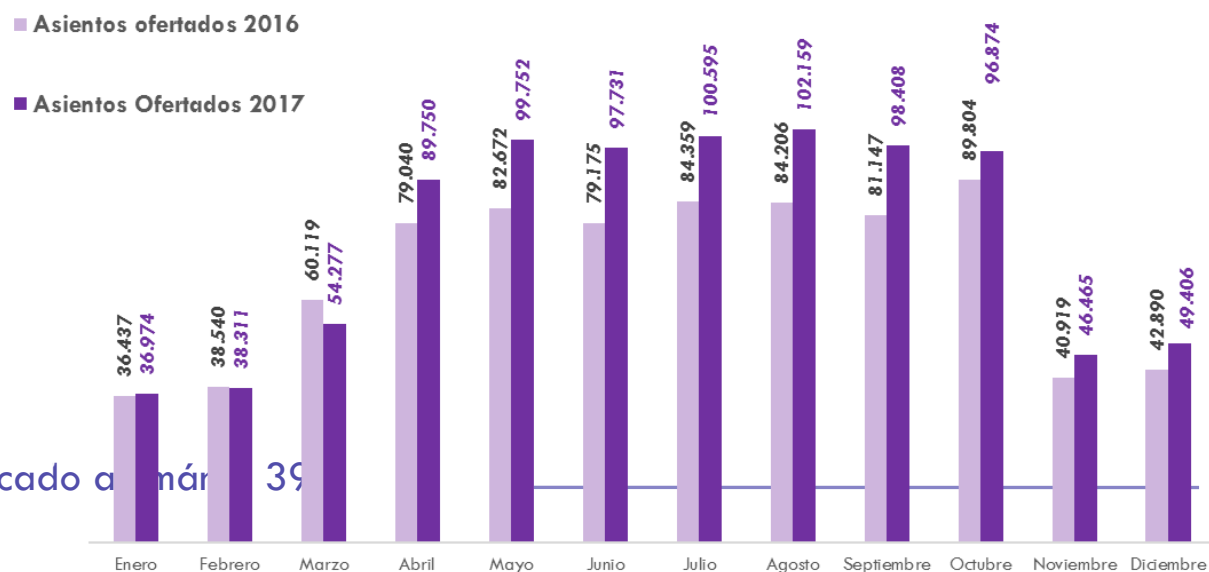
Para 2017 las previsiones de llegadas de turistas alemanes a la Costa del Sol son muy positivas.

A continuación, se analiza la oferta de asientos de vuelos directos desde Alemania hasta el destino Costa del Sol para el año 2017 y su evolución respecto a 2016, a fecha de redacción del informe (febrero 2017).

Se prevé que, en el *año 2017*, puedan llegar al aeropuerto de Málaga un *13,9% de viajeros más*, que en el del año anterior.

En términos cuantitativos, según las previsiones realizadas, durante el año 2017 se *ofertarán 910.702 asientos en los aviones* que hacen el trayecto de los distintos aeropuertos de Alemania a Málaga, mientras que en el mismo periodo del año anterior se pusieron en el mercado 799.308 plazas

En definitiva, se ofertarán en el próximo año más de *110.000 plazas más* desde los aeropuertos alemanes, que los ofertados durante el año 2016.





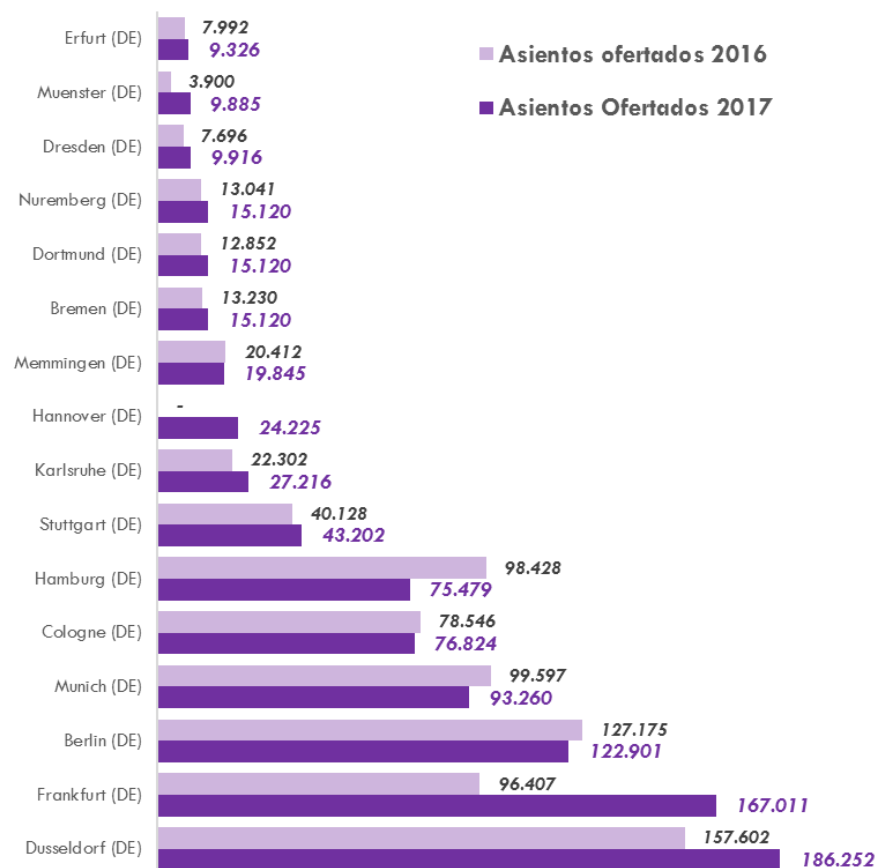
Se observa cómo, mes a mes, se produce un incremento en la oferta de asientos hacia el aeropuerto de Málaga, concretamente el ya señalado + 13,9% de media, salvo durante el primer trimestre que tiene una evolución más moderada, en marzo se reduce un -9,7% y febrero que prácticamente se mantiene (-0,6%).

Los meses de *mayo, junio, julio, agosto y septiembre* la oferta de plazas experimenta un gran *crecimiento de dos dígitos cercanos y superiores al 20%*.

Según las previsiones de contratación de asientos de avión desde las distintas ciudades alemanas de origen hasta el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, se comprueba que, de las *16 ciudades conectadas*, crecen los asientos ofertados en 10 ciudades, *se incorpora una ciudad, Hannover*, y desciende en cinco.

Dusseldorf, Frankfurt, Berlín y Munich, son las ciudades de origen de *dos de cada tres plazas de asientos ofertados* desde Alemania, pero no evolucionan igual. *Destaca Frankfurt, segunda ciudad con mayor* oferta de asientos con destino Málaga y un

crecimiento del 73% lo que supone más de 70.000 plazas más con respecto a 2016 seguida de Dusseldorf, ciudad líder con un 20% de cuota





y un crecimiento del 18%. Berlin y Munich por el contrario, descienden ligeramente.

Nueve compañías operan las más de 910.00 plazas de asientos ofertados en 2017, dos menos que el año anterior con menos plazas.

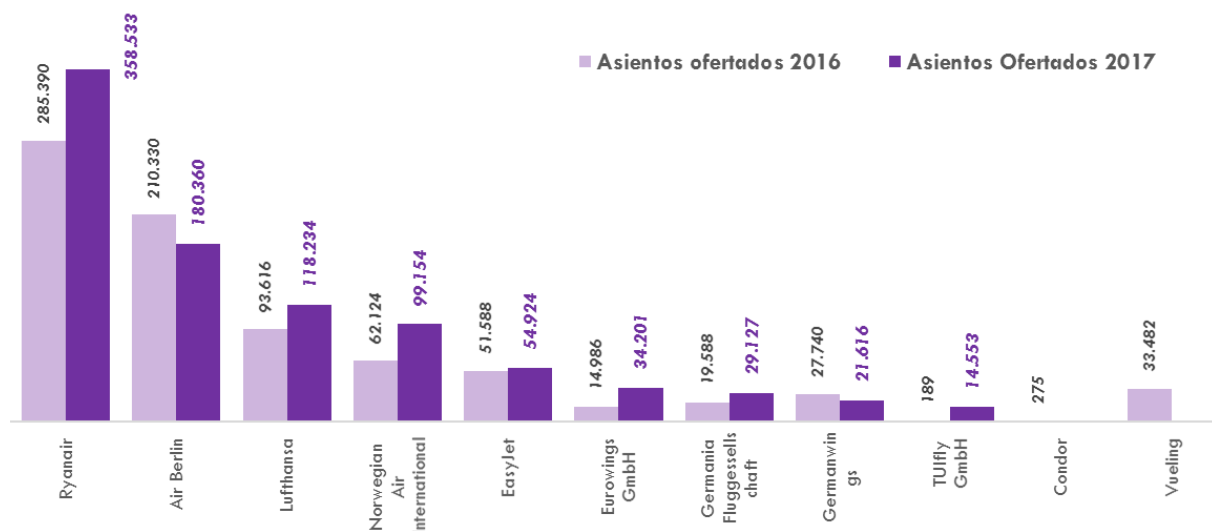
De esas nueve, siete aumentan conjuntamente más de 180.000 plazas para el año 2017; y dos, Airberlin y Germanwings, reducen unas 26.000 plazas.

Ryanair, es la compañía líder en oferta, con 358.533 plazas, un 39% del total; y en evolución cuantitativa, con un incremento de más de 73.000 plazas más con respecto a 2016.

Airberlin, es la segunda compañía que opera mayor número de plazas, a pesar de su descenso, con el 20% del total de la oferta de asientos.

Lufthansa y Norwegian son las siguientes compañías con mayor oferta de plazas de asientos, con crecimientos muy positivos del 26% y 60%, respectivamente. Ryanair, Airberlin, Lufthansa y Norwegian ofertan el 83% del total de las plazas.

Destaca también la compañía Germania que, aunque tan solo representa el 3% de las plazas, ha incrementado su oferta un 128% que supone cerca de 20.000 nuevas plazas para 2017.





Según categoría de asientos ofertados para 2017, el 87% de las plazas son turistas frente al 13% de business, categoría esta última que se ha visto incrementada para este año un 23,8% y en más de 24.000 plazas.

En definitiva, el análisis de la estimación de plazas ofertadas durante el año 2017 hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, hace prever un buen comportamiento del mercado alemán dado que:

- *Crece la oferta de plazas +13,9%* (111.394 más plazas)
- Mayor *concentración de plazas en los meses estivales* (de abril a octubre 75%)
- Operado por *9 compañías*, liderando Ryanair y Airberlin
- Conexión directa con *16 ciudades*, liderando Dusseldorf, Frankfurt y Berlín, e incorporando conexión nueva con Hannover

ORIGEN	Germany
DESTINO	Málaga

Período	Año 2017
Oferta de asientos directos	910.702
Var. 2017/16	13,9%
Nº Compañías que operan	9
Nº Ciudades conectadas	16

RANK. CIUDADES	2017
1 Dusseldorf (DE)	186.252
2 Frankfurt (DE)	167.011
3 Berlin (DE)	122.901
4 Munich (DE)	93.260

RANK. COMPAÑÍA	
1 Ryanair	358.533
2 Air Berlin	180.360
3 Lufthansa	118.234
4 Norwegian Air Internat	99.154



5. Impacto Económico y de empleo

El impacto directo del gasto de los turistas alemanes en la Provincia de Málaga durante 2016, se ha calculado en base a la intensidad de uso y gasto medio de cada uno de los conceptos de gastos incluidos en la encuesta de demanda: transporte al destino, alojamiento, restauración, compras alimenticias, compras no alimenticias, transporte en destino, gasto en cultura (monumentos museos, etc.), ocio y otros conceptos, elevados al número de visitantes que llegaron a la ciudad (turistas y excursionistas), resultando un *impacto sobre la producción directa* que asciende a más de *525 millones de euros*.

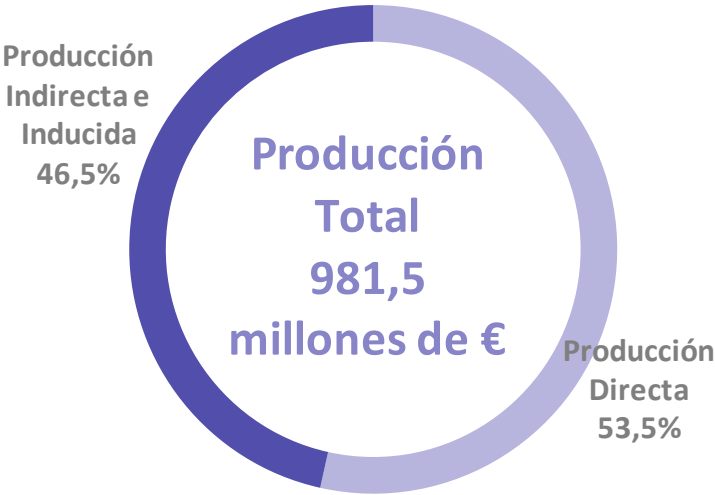
En la siguiente tabla se recoge el reparto final por ramas de actividad del gasto directo del turismo alemán, donde se refleja que la economía malagueña ha recibido un estímulo de demanda de 525 millones de euros, lo que se ha traducido en un aumento de la producción de los bienes y servicios, en el que destaca el incremento que se ha producido en el sector servicios y dentro de estos en otros servicios en el que se encuentra la rama de hostelería, comercio y transportes, que aglutina el 84,6% del gasto del turista alemán.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO		
	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	5.045,77 €	1,0%
INDUSTRIA	438,25 €	0,1%
Extractivas	0,00 €	0,0%
Manufactureras	313,59 €	0,1%
Energía, gas y agua	124,66 €	0,0%
CONSTRUCCIÓN	0,00 €	0,0%
SERVICIOS	519.508,98 €	99,0%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	443.885,34 €	84,6%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	70.485,64 €	13,4%
Otros servicios	4.980,72 €	0,9%
TOTAL	524.993,00 €	100,0%



Aplicando la metodología Input-Output, el impacto total que ha generado el gasto turístico del mercado alemán en 2016 es de **981,5 millones de euros**, lo que representa el **7,8%** de la producción generada por el gasto turístico total de la provincia. La **producción indirecta e inducida** de unos **456,5 millones de euros**, mientras que la directa es de unos 525 millones

Desagregando el impacto económico por ramas, se observa que el sector que ha incrementado más su producción ha sido el sector Servicios, seguido del de la Industria.

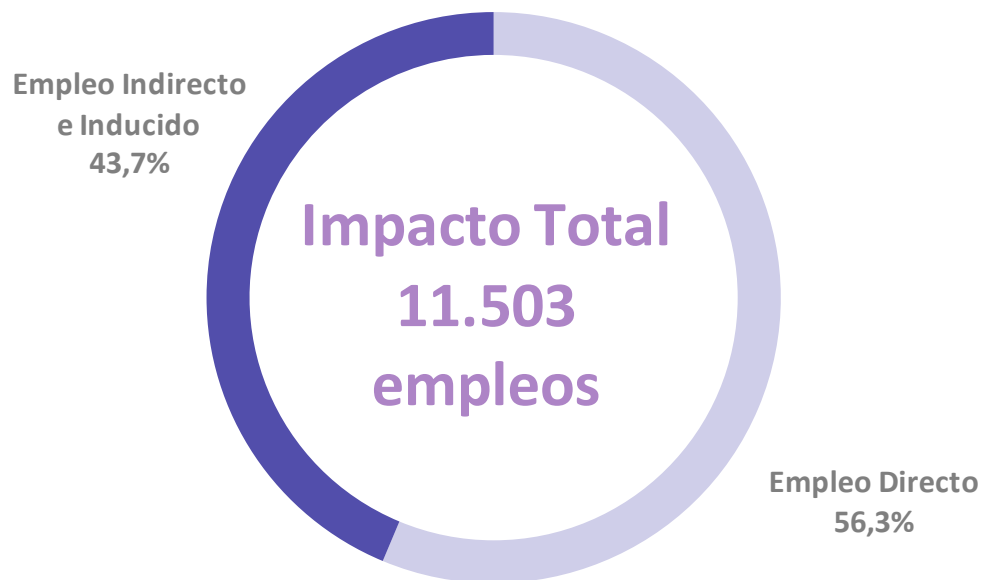


DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN TOTAL GENERADA POR RAMAS PRODUCTIVAS EN EL INTERIOR DE MÁLAGA				
	Producción total		Producción Indirecta e inducida	
	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)	IMPORTE (Miles €)	Porcentaje (%)
AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	15.784,45 €	1,6%	10.738,68 €	2,4%
INDUSTRIA	104.579,53 €	10,7%	104.141,28 €	22,8%
Extractivas	276,52 €	0,0%	276,52 €	0,1%
Manufactureras	68.380,10 €	7,0%	68.066,52 €	14,9%
Energía, gas y agua	35.922,90 €	3,7%	35.798,24 €	7,8%
CONSTRUCCIÓN	27.478,43 €	2,8%	27.478,43 €	6,0%
SERVICIOS	833.671,04 €	84,9%	314.162,06 €	68,8%
Comercio, hostelería, transporte y comunicaciones	565.190,51 €	57,6%	121.305,17 €	26,6%
Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales	230.334,57 €	23,5%	159.848,93 €	35,0%
Otros servicios	28.289,42 €	2,9%	23.308,70 €	5,1%
TOTAL	981.513,46 €	100,0%	456.520,46 €	100,0%

Fuente: Elaboración propia



En cuanto a la generación de empleo, el gasto del turista alemán en la provincia de Málaga, se estima que ha generado unos **11.500** empleos en 2016, lo que representa el **7,7% del empleo generado en la provincia por el gasto turístico total**. De ellos, unos **6.500 empleos** son debido al impacto directo del gasto turístico alemán y **5.000 al impacto indirecto e inducido**.





Anexo I: Principales Cifras del Mercado Alemán

PRINCIPALES CIFRAS DEL MERCADO ALEMÁN

ALEMANIA 2016	Nº Turistas	Rank. Intern	Cuota. Mercado	
	ESPAÑA	11.188.523	3	14,8%
	ANDALUCÍA	999.283	3	9,4%
	Nº Turistas	Gasto medio persona	Gasto medio diario por	Duración media
ALEMANIA	11.188.523	990,00 €	118,00 €	8,4
VAR. 2016/15	6,4%	-1,0%	6,2%	-6,8%

HOTELES

VIAJEROS		2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs 2016/15
	ESPAÑA	7.261.342	7.808.409	● 7,5%	547.067
	ANDALUCÍA	803.936	863.787	● 7,4%	59.851
	MÁLAGA	263.522	274.726	● 4,3%	11.204
	CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	3,6%	3,5%	●	
	CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	32,8%	31,8%	●	
PERNOCTACIONES		2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs 2016/15
	ESPAÑA	46.181.637	49.236.376	● 6,6%	3.054.739
	ANDALUCÍA	3.785.881	4.162.689	● 10,0%	376.808
	MÁLAGA	1.342.620	1.394.299	● 3,8%	51.679
	CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	2,9%	2,8%	●	
	CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	35,5%	33,5%	●	

APARTAMENTOS

VIAJEROS		2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs 2016/15
	ESPAÑA	867.562	947.861	● 9,3%	80.299
	ANDALUCÍA	56.401	65.010	● 15,3%	8.609
	MÁLAGA	32.517	39.874	● 22,6%	7.357
	CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	3,7%	4,2%	●	
	CUOTA MÁLAGA/ANDALUCIA	57,7%	61,3%	●	
PERNOCTACIONES		2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs 2016/15
	ESPAÑA	8.212.259	8.598.368	● 4,7%	386.109
	ANDALUCÍA	361.893	400.008	● 10,5%	38.115
	MÁLAGA	235.818	285.954	● 21,3%	50.136
	CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	2,9%	3,3%	●	
	CUOTA MÁLAGA/ANDALUCIA	65,2%	71,5%	●	

TOTAL HOTELES Y APARTAMENTOS

VIAJEROS	2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs 2016/15
ESPAÑA	8.128.904	8.756.270	● 7,7%	627.366
ANDALUCÍA	860.337	928.797	● 8,0%	68.460
MÁLAGA	296.039	314.599	● 6,3%	18.560
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	3,6%	3,6%	●	
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	34,4%	33,9%	●	

PERNOCTACIONES	2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs 2016/15
ESPAÑA	54.393.896	57.834.744	● 6,3%	3.440.848
ANDALUCÍA	4.147.774	4.562.696	● 10,0%	414.922
MÁLAGA	1.578.438	1.680.253	● 6,5%	101.815
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	2,9%	2,9%	●	
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	38,1%	36,8%	●	



AEROPUERTO MÁLAGA COSTA DEL SOL - ALEMANIA

LLEGADAS AEROPUERTO

	2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs
ESPAÑA	12.523.598	13.789.842	●	10,1%
MÁLAGA	647.682	721.188	●	11,3%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	5,2%	5,2%	●	5,8%

CIUDADES CON MAYOR AFLUENCIA DE PASAJEROS

	2015	2016	Var. % 2016/15	Var. Abs
BERLIN	75.740	118.318	●	56,2%
MUNICH	92.601	89.236	●	-3,6%
FRANKFURT	84.919	89.149	●	5,0%
HAMBURGO	78.759	86.945	●	10,4%
DUSSELDORF	73.851	78.879	●	6,8%
COLONIA/BONN	69.419	70.535	●	1,6%
NIEDERRHEIN	54.104	65.969	●	21,9%
STUTTGART	31.776	34.403	●	8,3%
KARLSRUHE-BADEN BAD	16.855	19.948	●	18,4%
MEMMINGEN	18.459	18.652	●	1,0%
BREMEN	11.898	12.244	●	2,9%

Fuente: INE (Frontur, Egatur, EOH, EOAP) y AENA.



CONEXIONES DIRECTA ALEMANIA - MALAGA

Asientos programados Año 2017

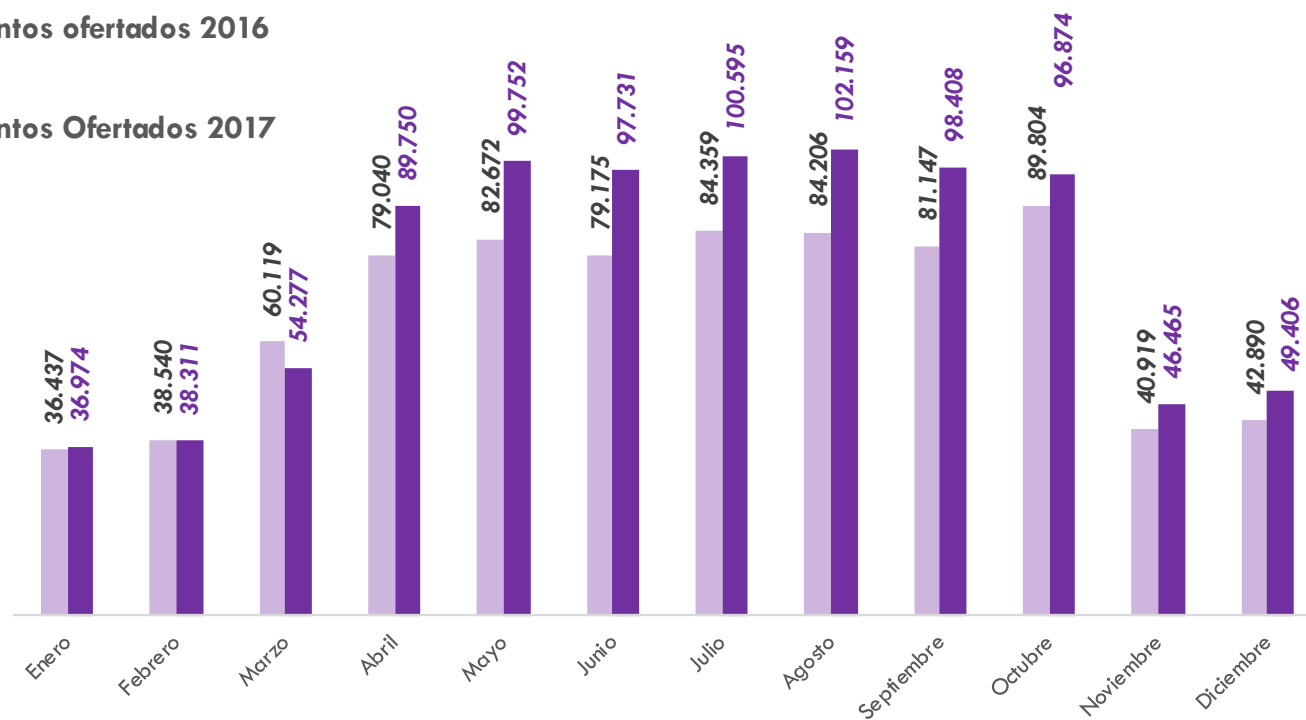
		RANK. CIUDADES	2017
ORIGEN	Germany	1 Dusseldorf (DE)	186.252
DESTINO	Malága	2 Frankfurt (DE)	167.011
		3 Berlin (DE)	122.901
		4 Munich (DE)	93.260
Período	Año 2017	RANK. COMPAÑÍA	
Oferta de asientos directos	910.702	1 Ryanair	358.533
Var. 2017/16	13,9%	2 Air Berlin	180.360
Nº Compañías que operan	9	3 Lufthansa	118.234
Nº Ciudades conectadas	16	4 Norwegian Air Internat	99.154



Evolucion mensual de los asientos programados

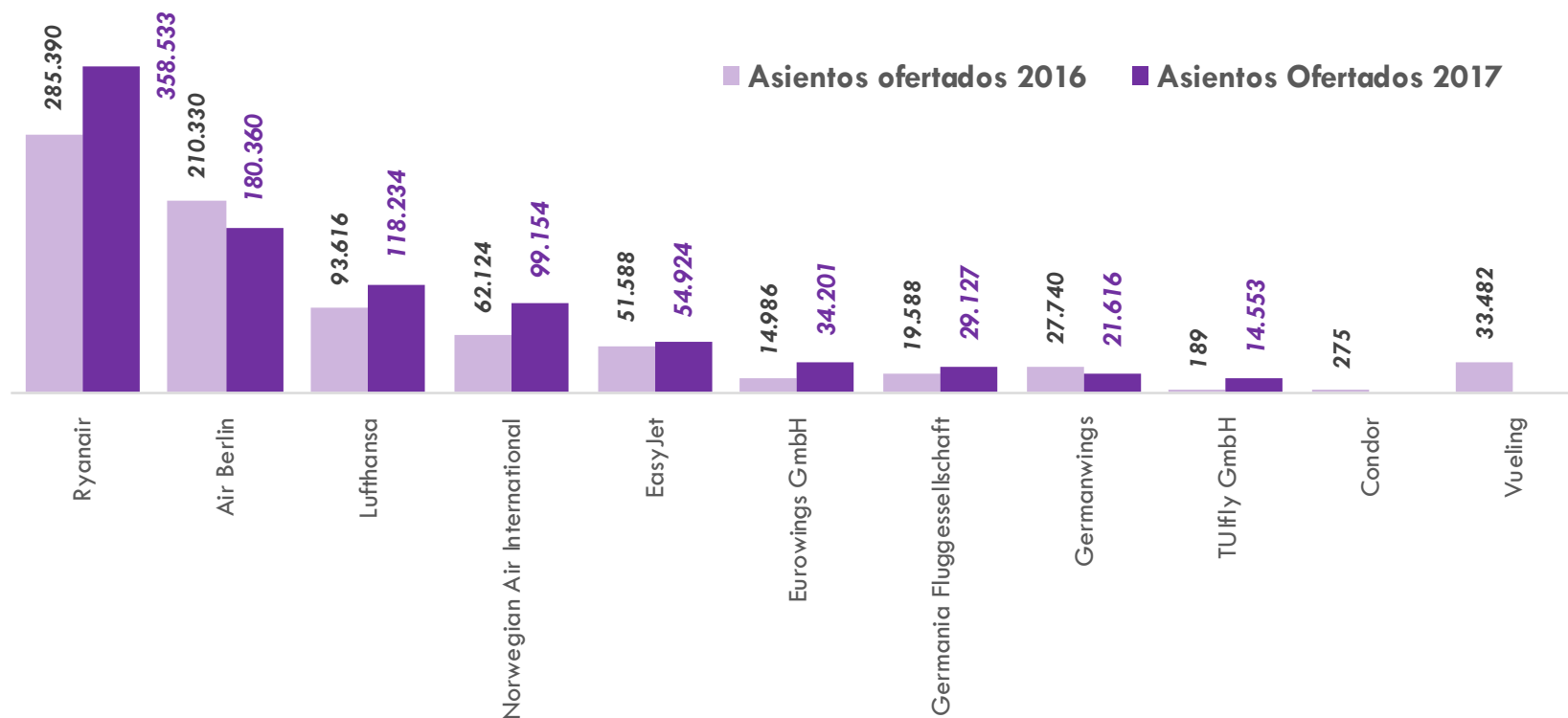
■ Asientos ofertados 2016

■ Asientos Ofertados 2017



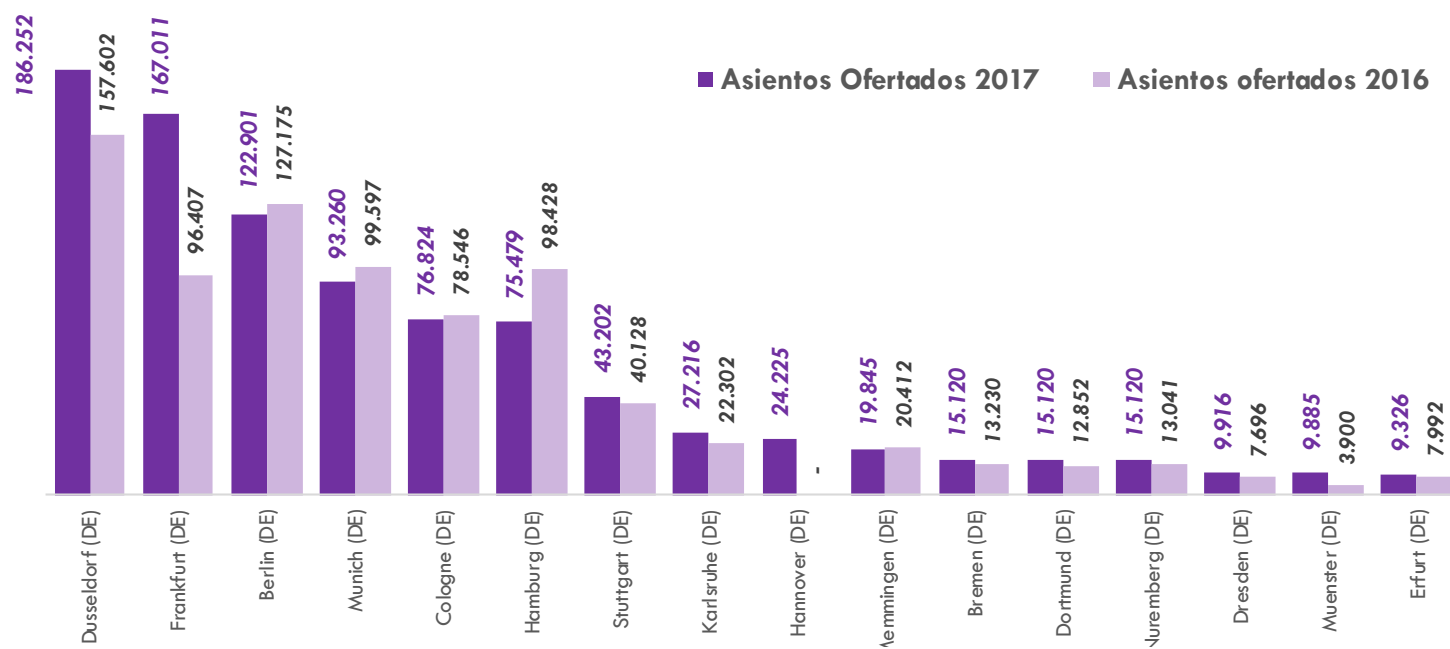


Oferta de Asientos según compañía aérea



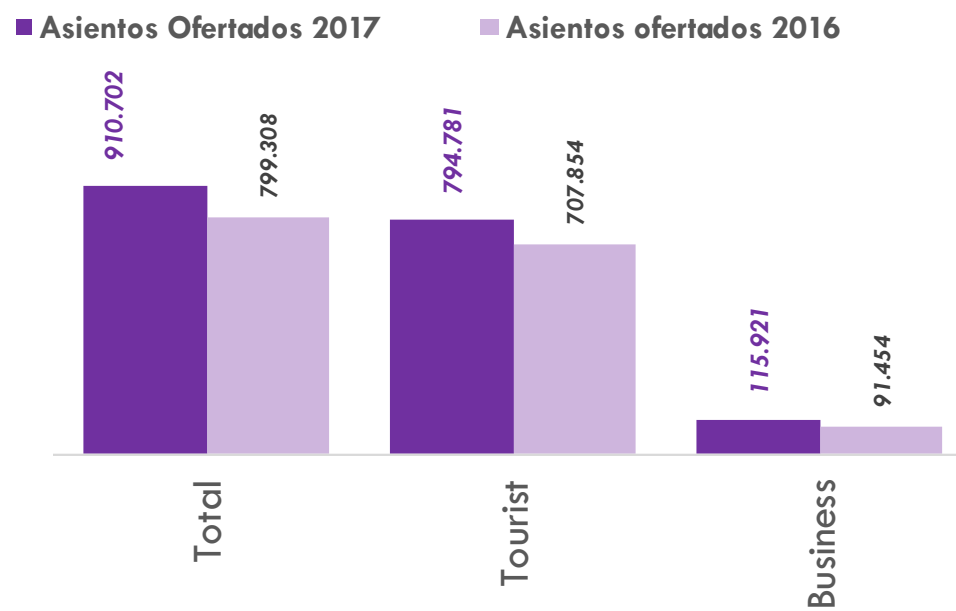


Oferta de Asientos según ciudad de origen





Oferta de Asientos según categoría





**COSTA DEL SOL
MÁLAGA**

Turismo y Planificación Costa del Sol

INFORME DE MERCADO: ALEMANIA. 2016

Para más información contacte con:

Área de Análisis e Inteligencia Turística

analisis@visitacostadelsol.com