

# ITB-Berlín

## Patronato de Turismo de Gran Canaria

---

Dossier 2017



# ÍNDICE

1. EL MERCADO ALEMÁN DE UN VISTAZO	3
2. SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO ALEMÁN	4
3. OPERADORES	11
4. DESTINOS COMPETIDORES	20
5. SITUACIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN CANARIAS	23
6. SITUACIÓN DEL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA	24
7. CONECTIVIDAD AÉREA	32

# 1. El mercado alemán de un vistazo

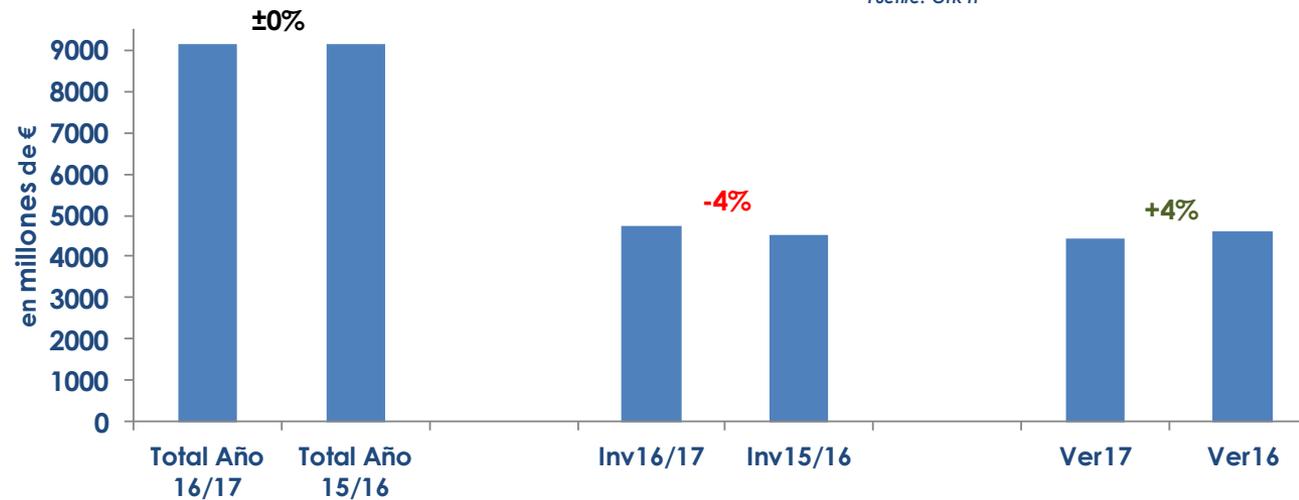
## ECONOMÍA Y SOCIEDAD ALEMANA

	Situación	Perspectiva
<b>Crecimiento PIB</b>	2016: 1,9%	2017: 1,6% 2018: 1,8%
<b>IPC</b>	2016: 0,4%	2017: 1,9% 2018: 1,5%
<b>Déficit Público</b>	2016: 0,6%	2017: 0,4% 2018: 0,4%
<b>Consumo privado</b>	2015: 2,0%	2016: 1,6% 2017: 1,7%
<b>Balance por cuenta corriente (% PIB)</b>	2016: 8,7%	2017: 8,3% 2018: 8,0%
<b>Desempleo</b>	2016: 4,1%	2017: 4,1% 2018: 4,1%

## 2. Situación del mercado turístico alemán

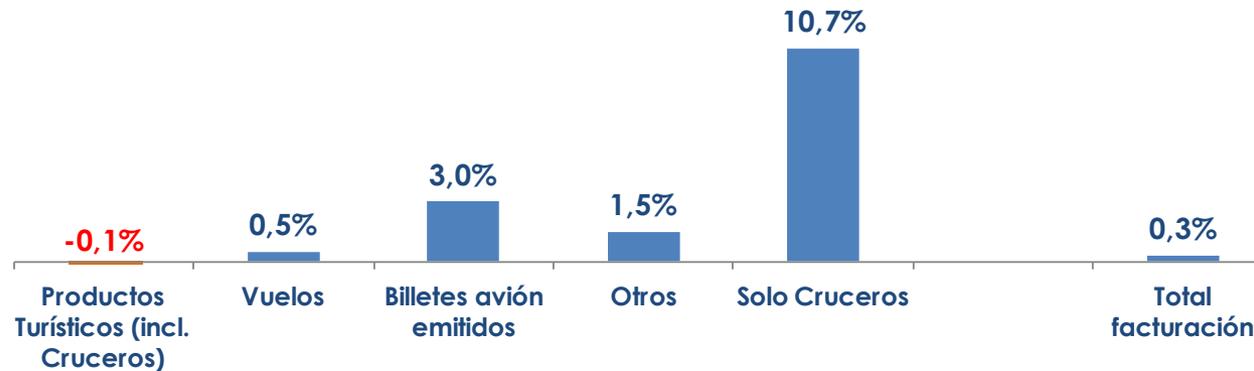
VARIACIÓN DE LA FACTURACIÓN MERCADO EMISOR ALEMÁN  
(RESERVAS ONLINE + OFFLINE HASTA ENE.2017)

Fuente: GfK TI



VARIACIÓN FACTURACIÓN AA.VV. ALEMANAS POR ÁREA DE NEGOCIO 2016

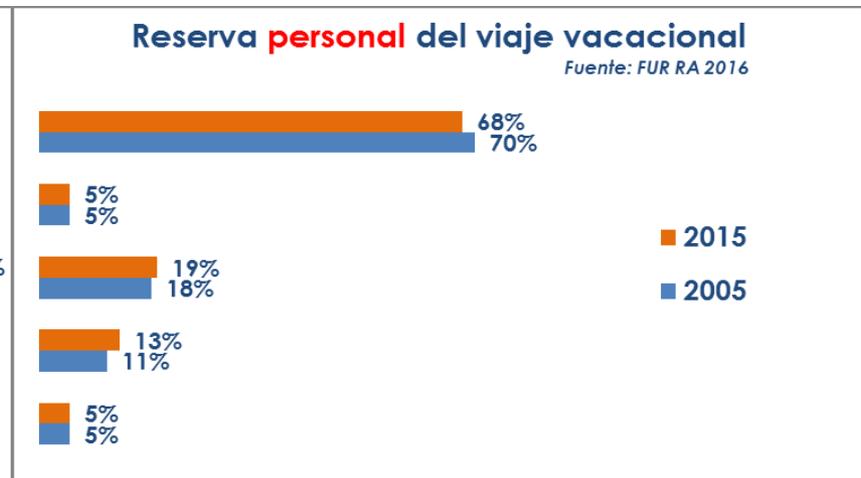
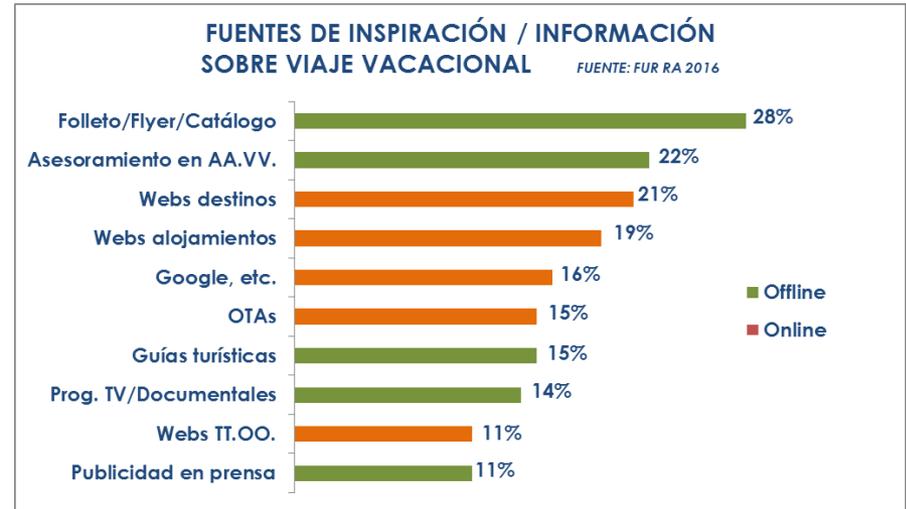
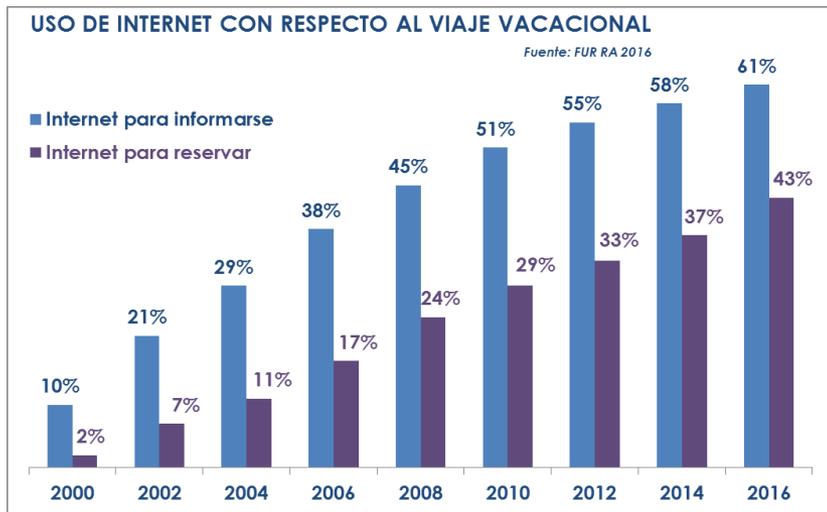
Fuente: Tats-Reisebürospiegel



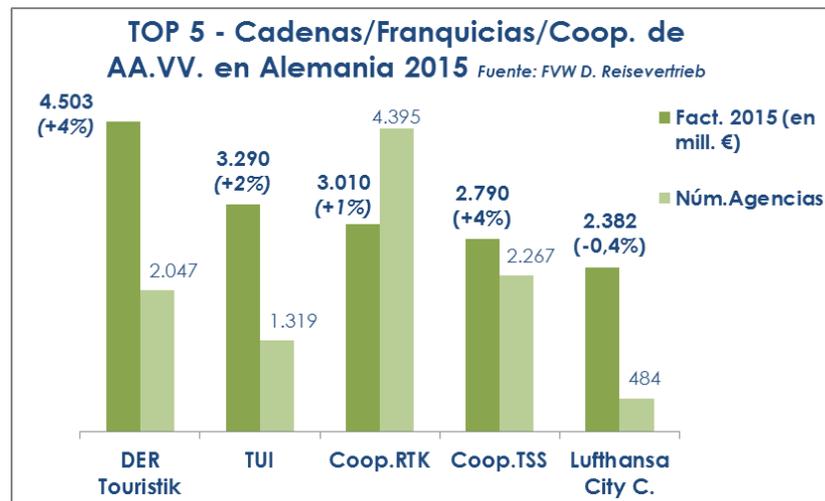
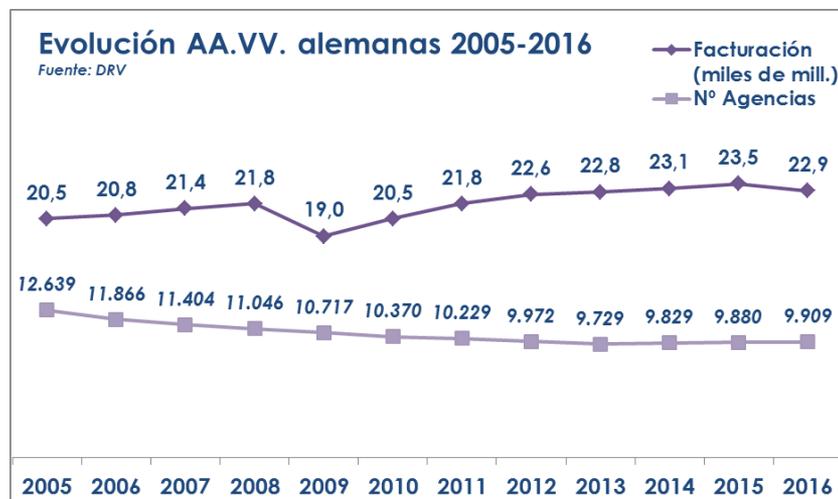
### El viajero alemán



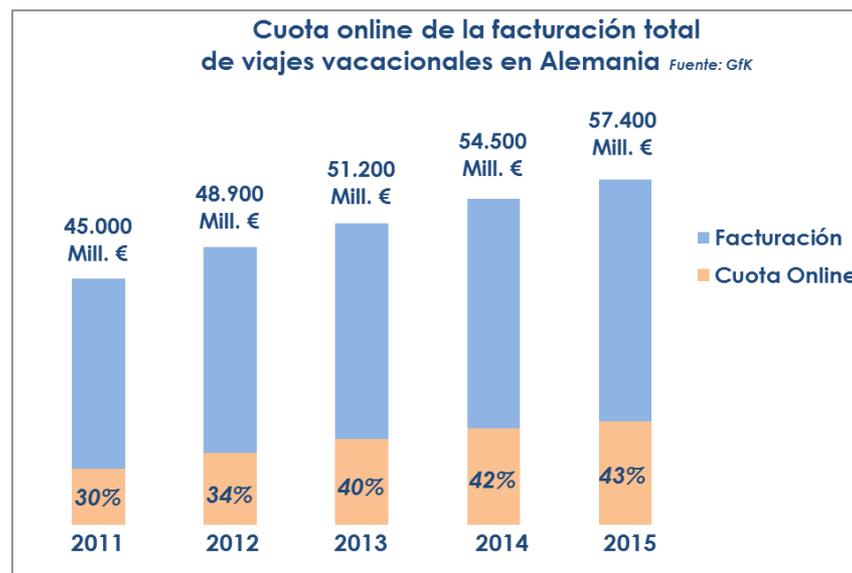
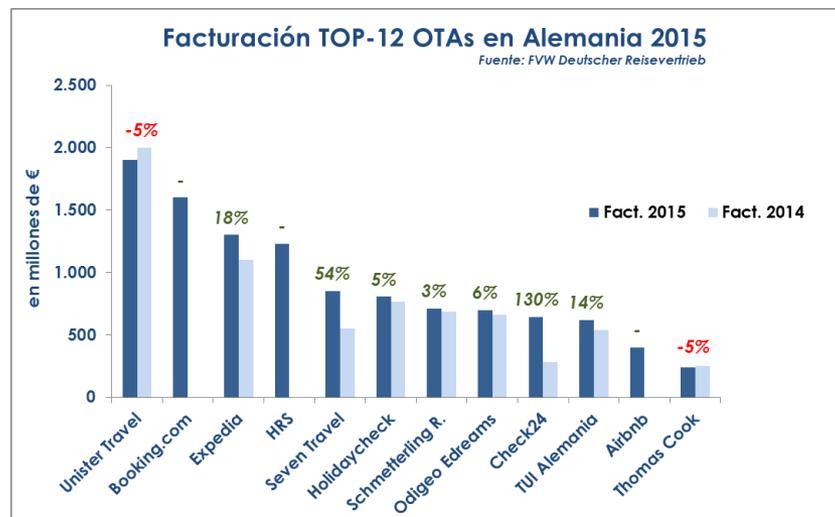
## 2. Situación del mercado turístico alemán



## 2. Situación del sector turístico alemán



## 2. Situación del sector turístico alemán



## 2. Situación del sector turístico alemán

### Previsiones y reservas

**Holidaycheck Urlaubsmonitor 2017 (28.2.2017).** La demanda de viajes vacacionales a destinos de sol y playa en el Mediterráneo Occidental va camino de cifras récord en 2017 en el mercado alemán, según la encuesta representativa Urlaubsmonitor de Holidaycheck llevada a cabo con 2.000 alemanes entre noviembre y enero. En este sentido, 19 de los 20 destinos más demandados ven incrementar las reservas en comparación con el pasado año. Marruecos crece un 162%, si bien su volumen es relativamente pequeño. España, con el mayor volumen en cifras absolutas, acumula un 2% de incremento y presenta a la Costa de la Luz, la Costa del Sol, Canarias y Baleares como sus regiones líderes. Tras tocar fondo en 2015 y 2016, se aprecia un cambio de tendencia en Egipto, con un claro crecimiento del 106%. Algo similar sucede con Túnez, +47%, aunque en este caso se espera una recuperación más lenta. El único destino que mantiene la tendencia negativa es Turquía, -21%. Un 9% de los encuestados reconoció viajar menos ante la inestabilidad sociopolítica que se vive y un 34% afirmó que esta inestabilidad les influye a la hora de elegir un destino. Aproximadamente un 5% reserva con mucha antelación, mientras que un 9% reserva con poca antelación para poder orientar su decisión a la situación sociopolítica que se viva en ese momento.

**GfK Reisebüro-Panel y Tats Reisebürospiegel Enero 2017 (13.2.2017).** Los dos medidores más importantes de reservas en el mercado alemán, GfK Reisebüro-Panel y Tats Reisebürospiegel, señalan hasta enero incluido un acumulado de reservas en positivo de entre el 4% y el 7% para verano 2017. Los meses de noviembre y diciembre han mostrados crecimientos importantes de entre el 9% y el 13% para la temporada estival, confirmando la tendencia de muchos clientes a reservar con antelación ante el temor de no encontrar plazas en sus destinos predilectos, como ya sucedió el año pasado. El mes de enero sin embargo presenta más discrepancias, pues mientras TT.OO. y AA.VV. hablan de un buen volumen de reservas, en la línea de los resultados del Tats Reisebürospiegel, el GfK Reisebüro-Panel señala un volumen de facturación en el mismo nivel de 2016. Con todo, Turquía continúa en caída libre, mientras que Egipto, Grecia y Bulgaria son los destinos con crecimientos más sorprendentes para el verano 2017. Aunque el verdadero impulso para la temporada estival viene dado por el sector de cruceros con incrementos de hasta el 14%.

## 2. Situación del sector turístico alemán

### Canal online

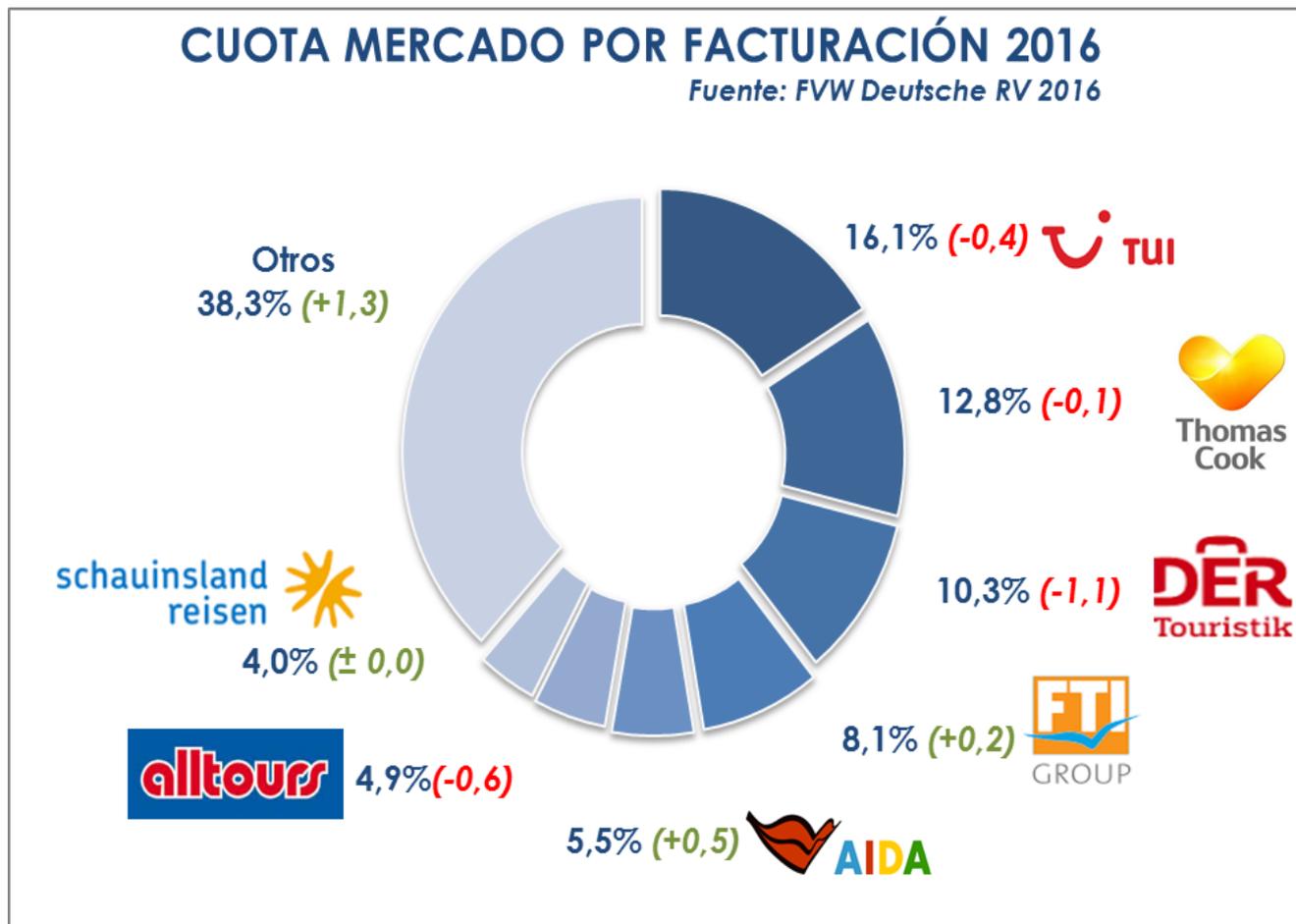
**FUR Reiseanalyse 2017 – Reservas Online (1.3.2017).** El número de alemanes que reservaron online su viaje vacacional de más de cinco días en 2016 aumentó un 7% en comparación con el año anterior. Los cambios de estructuras y tendencias a la hora de reservar el viaje vacacional están cada vez más unidos al desarrollo tecnológico. Un 89% de los usuarios de Internet que viajan, utilizó la web como fuente de información, y un 80% ya ha hecho reservas online.

**Priceline/Booking.com (28.2.2017).** El consorcio americano Priceline, propietaria entre otras marcas de Booking.com, obtuvo en 2016 más facturación (64.000 millones de euros), pero menos beneficios (2.000 millones, -16%). Los ingresos por comisiones llegaron a 6.100 millones de euros (+22%).

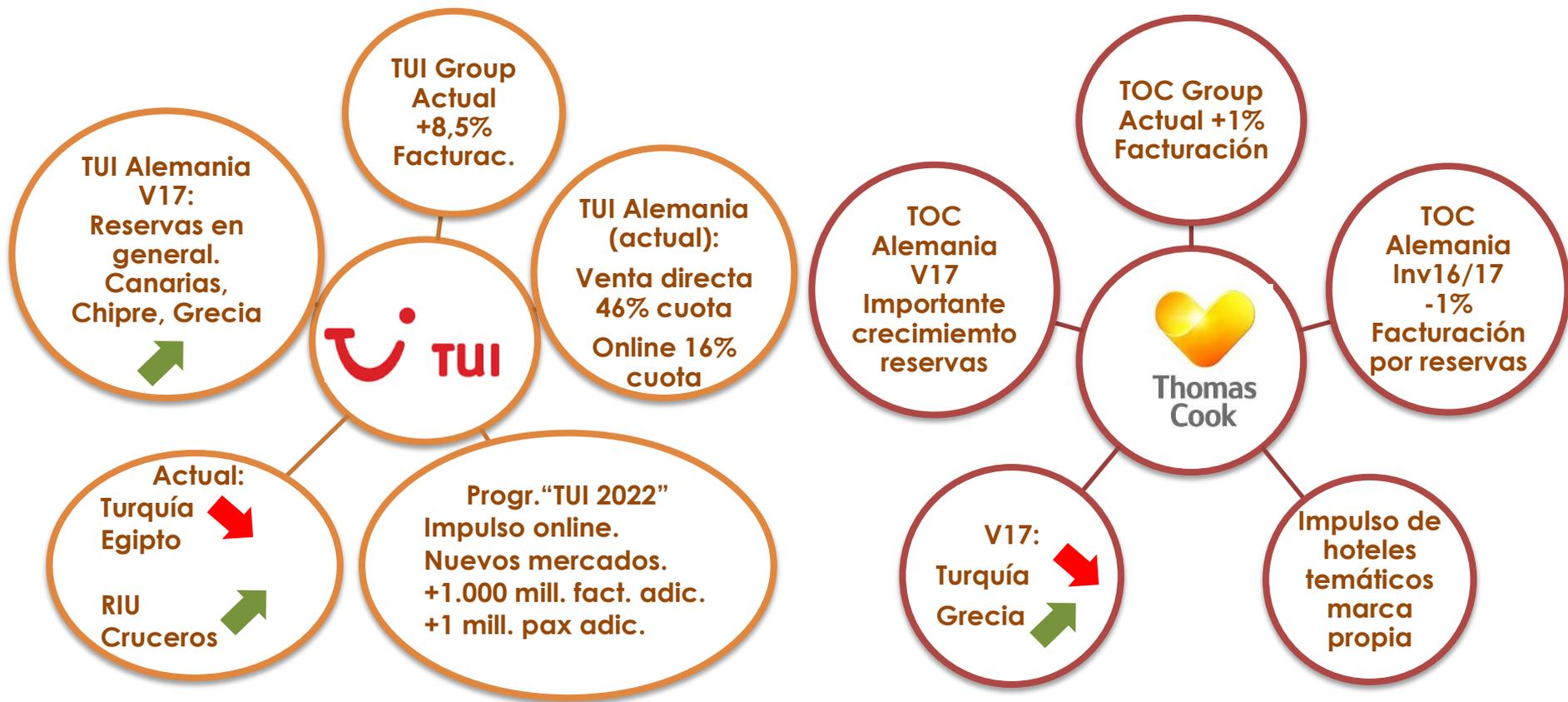
**Expedia/Trivago (10.2.2017).** La agencia de viajes virtual más grande del mundo, Expedia, facturó en 2016 un 32% más hasta los 8.800 millones de dólares. Los beneficios se situaron en 1.600 millones, +39%. El negocio de reservas de hoteles, que se incrementó un 16%, conforma ya un 61% de cuota de facturación de Expedia a nivel mundial; si bien, descendieron los beneficios por pernociación un 4%. También las reservas de paquetes clásicos de Expedia aumentaron un 35%; de vuelos, un 32%; y de coches de alquiler, un 30%. El mayor crecimiento, +43%, se registró en la venta de publicidad y actividades de marketing, especialmente gracias a su filial alemana Trivago, que incrementó su propia facturación un 70%. Trivago invierte actualmente masivamente en publicidad en TV y online. Tan solo en Europa y América se destinan en la actualidad 46 millones de euros.

**DRV/Estadísticas GfK (3.3.2017).** Un análisis conjunto de la Asociación de TT.OO. y AA.VV. de Alemania y del Instituto Estadístico GfK, que mensualmente encuesta 19.000 hogares, señala que en 2016 el 39% de las reservas de viajes o componente vacacionales se hizo online, especialmente gracias a portales como Booking.com, Airbnb o portales de venta de vuelos. Sin embargo, el sector de touroperación tradicional o agencias de viajes convencionales continúa aglutinando la mayor cuota de facturación (61%). El pasado año, los alemanes gastaron 59.800 millones de euros (+2%) en viajes vacacionales y privados. Esta cifra excluye los gastos en destinos para ocio o restauración, así como los viajes de negocio o de un solo día. En 2016, las reservas se inclinaron hacia portales de viaje o reservas directas con proveedores (hoteles, casas vacacionales vuelos, rent a car, etc.), a causa de la debilidad de destinos donde netamente se reservan paquetes turísticos tradicionales, como Turquía, Túnez o Egipto. En este sentido, muchas reservas de hoteles, apartamentos o casas vacacionales en Alemania o en los países fronterizos o en destinos europeos como Francia, Italia o España, se realizan directamente sin necesidad de T.O. o A.V.

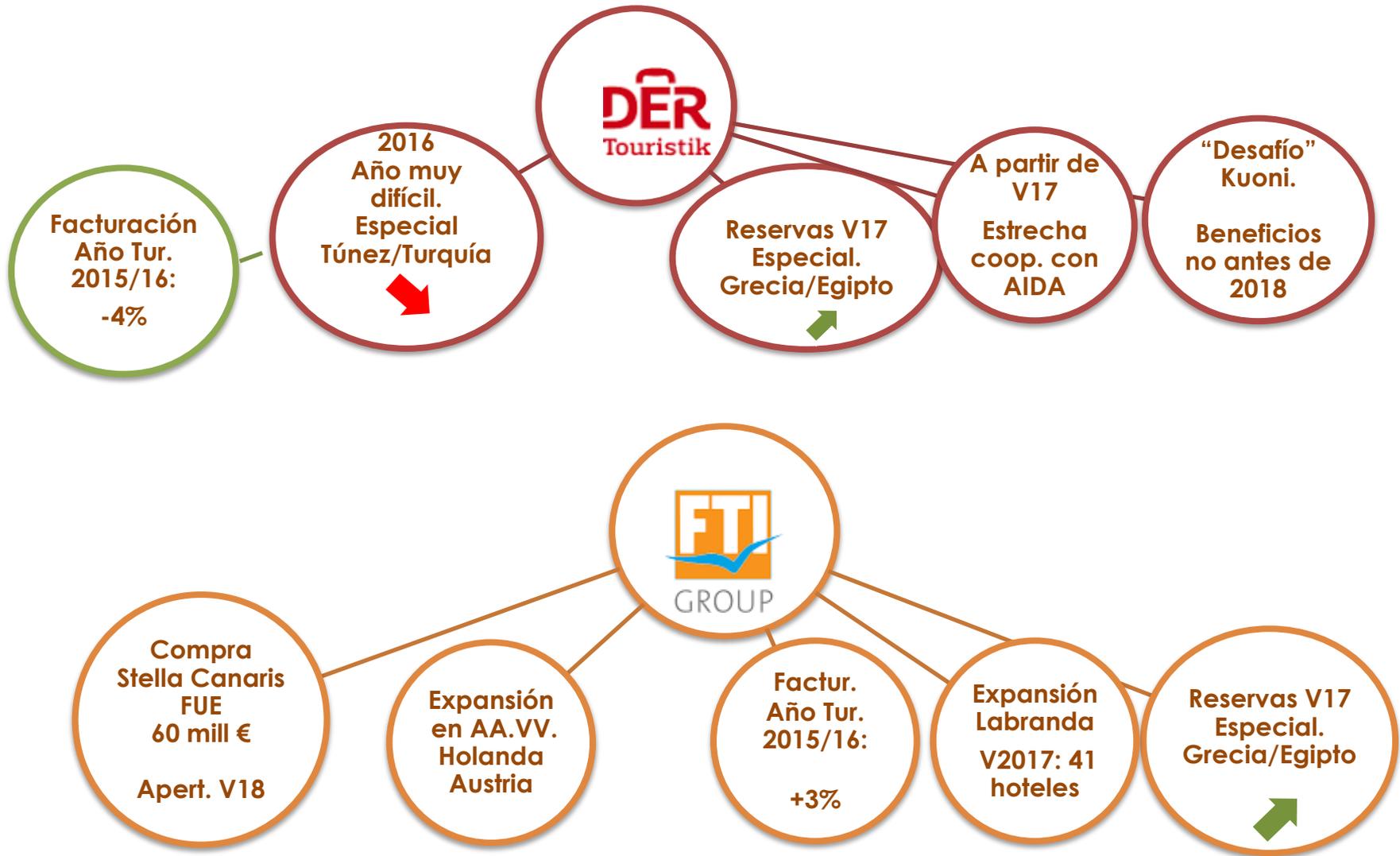
### 3. Operadores. Touroperadores



### 3. Operadores. Touroperadores



### 3. Operadores. Touroperadores



# 3. Operadores. Touroperadores



### 3. Operadores. Touroperadores y AA.VV.

#### Touroperadores y reservas

**Reservas (6.2.2017)** . Una vez pasados los principales meses de reservas vacacionales para verano, diciembre y enero, los grandes touroperadores alemanes (TUI, Thomas Cook, DER T. y FTI) se muestran optimistas y destacan tres tendencias: gran demanda de viajes a Grecia, la vuelta de Egipto al panorama turístico y el crecimiento de Alemania como destino turístico favorito de sus ciudadanos. Las reservas anticipadas se están imponiendo, probablemente porque muchos clientes quieren evitar los problemas del pasado año, en el que apenas pudieron encontrar ofertas en sus destinos favoritos. Por supuesto, España lidera el volumen de la demanda, con Canarias y Baleares a la cabeza, pero los crecimientos más sólidos se registran de momento hacia Grecia y Egipto. También Italia, Croacia y, en la larga distancia, México, ven aumentar sus reservas desde Alemania. La herramienta fwv Vertriebsklima, que mide el clima coyuntural y de satisfacción que se vive en las agencias de viajes, señala una tendencia positiva el primer mes del año con 108,5 puntos, 6,3 más que en diciembre y 13,4 más que en enero de 2016.

**TUI Group (14.2.2017)** . La facturación de TUI Group en el primer trimestre (oct-dic) de su actual año económico se incrementó un 8,5%. Las pérdidas se redujeron un 17%. En los resultados se dejaron notar especialmente las masivas bajas por enfermedad del personal de TUI Fly en octubre de 2016, como protesta por los planes de fusión con Etihad/Niki, que dejaron 22 millones de pérdidas. TUI Group pronostica para el año 2016/17 incremento de beneficios del 10%, toda vez que las reservas de verano marchan a buen ritmo. Especialmente bien evolucionaron en este primer trimestre los negocios en el mercado emisor UK, las cadenas hoteleras RUI y Robinson, y el negocio de cruceros. Los resultados de TUI Alemania se vieron fuertemente afectados por las pérdidas de TUI Fly, aunque las ventas por canales propios y las ventas online crecieron. Con gran expectación, TUI Group ha presentado el programa “TUI 2022” con las siguientes claves: expansión en el negocio hotelero y de cruceros, apuesta por la digitalización y crecer en nuevos mercados, especialmente el asiático. Objetivo: en cinco años facturar 1.000 millones de euros más y sumar un millón de nuevos clientes.

**DER Touristik (27.1.2017)** . Tras un difícil 2016, DER Touristik mira con más optimismo hacia el futuro, especialmente hacia el verano 2017 para el que confirma un auténtico “boom” de Grecia en sus TT.OO., con el doble de reservas que el año pasado en estas fechas y precios estables a diferencia de los destinos españoles. En el plano negativo continúa la débil demanda hacia Turquía y Túnez. La excepción en esta región es Egipto, con un notable incremento de reservas para verano. Los TT.OO. de paquete de DER Touristik: ITS, Jahn Reisen y Travelix, incluyen 250 nuevas conexiones en sus programas de verano, donde Baleares, Canarias, Islas Griegas, Portugal e Italia son principales protagonistas. En la larga distancia destacan Tailandia, República Dominicana, Suráfrica y EE.UU.

### 3. Competidores y operadores. Touroperadores y AA.VV

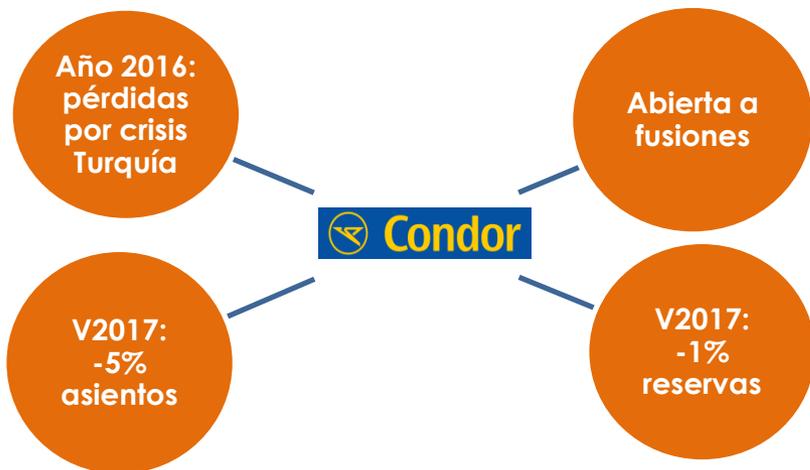
#### Touroperadores y reservas

**Thomas Cook Group (9.2.2017).** La facturación de Thomas Cook Group se incrementó un 1% entre octubre y diciembre de 2016, primer trimestre del actual año económico. Las pérdidas se redujeron mínimamente en un millón de libras hasta los 49 millones. Mientras la facturación por reservas de invierno en UK se encuentra un 4% por encima del pasado año, en la división Europa Continental, con Alemania como peso pesado, cae un 1%. Las reservas de verano se encuentran en todo el grupo un 9% por encima del pasado año, con notables crecimientos en las divisiones Europa Continental y Norte de Europa, aunque en UK solo se incrementan de momento un 1%. Mientras los destinos turcos sufren en la demanda, Grecia crece un 40%. Por otro lado, Condor registró pérdidas en 2016 (ver apartado LL.AA.), de ahí que las capacidades en 2017 se hayan reducido un 5%, aunque no hacia Grecia, donde Condor aumenta en 30.000 asientos su oferta para verano 2017. En cualquier caso, las reservas de la aerolínea para la temporada estival descienden actualmente un 1%.

**FTI (17.2.2017).** FTI es, entre la touroperación alemana, líder en Dubai y Abu Dhabi. En 2016 trasladó a estos dos destinos un 40% más de clientes que el año anterior. El grupo FTI registró 167 millones de facturación a los Emiratos y 198.000 clientes. En el año actual, las reservas a esta región se incrementan en la actualidad un 9%. Por otro lado, atendiendo a la demanda, FTI aumenta en 14 vuelos su oferta hacia Egipto para el periodo de Semana Santa. El mega proyecto Labranda World en Fuerteventura, tras la compra por parte de FTI del gigantesco complejo turístico Stella Canaris por 60 millones de euros, abrirá previsiblemente en verano de 2018.

**AIDA (16.2.2017).** AIDA planea rebasar en 2017 la marca de un millón de pasajeros desde los mercados de habla alemana. Con los encargos de nuevos barcos de la clase Helios, con capacidad hasta 6.000 personas, el líder del mercado de cruceros pretende asegurarse este crecimiento. El barco número doce de la compañía, el AIDA Perla, se botará el 30 de junio en Palma. En 2016, trasladó 928.500 clientes (+10%), gracias a la entrada en escena del AIDA Prima. Actualmente, AIDA se encuentra inmersa en la construcción de dos barcos de la clase Helios. El primero de estos gigantes se pondrá en marcha en diciembre 2018, cubrirá una ruta por Canarias y Madeira y tendrá su puerto base en Gran Canaria. El segundo entrará en escena en 2021.

# 3. Operadores. Líneas aéreas



### 3. Operadores. Líneas aéreas

#### Líneas aéreas

**Aeropuertos Alemanes (28.2.2017).** La actual temporada de invierno está siendo muy exitosa para los aeropuertos alemanes. Tras un mes de diciembre con un incremento de pasajeros del 8%, el mes de enero se cerró con un +7% hasta los 14,8 millones de pasajeros, según Aeropuertos Alemanes (ADV). En el primer mes de año, la mejor evolución la mostró el tráfico europeo (+9%), seguido del de larga distancia (+4,9%) y del interior (+4,1%). El destino más demandado fue España con 13,7 millones de pasajeros (+10,2%).

**TUI Fly (28.2.2017).** TUI, a través de su aerolínea TUI Fly, incrementa las capacidades aéreas desde ocho aeropuertos alemanes para la Semana Santa y el Puente de Mayo. Serán unas 10.000 plazas más a Jerez, Mallorca, Gran Canaria, Kos, Creta y Hurghada.

**Ryanair (28.2.2017).** Ofensiva de Ryanair en Frankfurt. Para el invierno 2017/18, la aerolínea irlandesa estacionará cinco aviones más, que se sumarán a los dos aparatos que iniciarán a partir de este mes de marzo la actividad en este importante aeropuerto alemán. Ryanair planea en un futuro trasladar unos 2,3 millones de pasajeros en las rutas con Frankfurt. A partir de noviembre, Ryanair sumará 20 destinos más desde este aeropuerto, entre ellos Gran Canaria (2 vuelos semanales). Ryanair fortalece en estos momentos en general su presencia en Alemania, incluso en aeropuertos principales, con una política de precios que a buen seguro se va a dejar notar en el panorama aéreo.

**Norwegian (24.2.2017).** La aerolínea escandinava incrementa en verano 2017 su oferta a España desde Alemania. A las cinco rutas desde Düsseldorf a diversos destinos españoles ya planificadas a finales de año, se suma a partir del 4 de mayo un vuelo a Gran Canaria los jueves. En otras cinco rutas se incrementan las frecuencias: a partir de marzo un vuelo más semanal desde Hamburgo a Barcelona; a partir de mayo un vuelo más semanal desde Hamburgo y Múnich a Gran Canaria y desde Colonia a Tenerife.

**Sun Express (21.2.2017).** La *joint venture* de Lufthansa y Turkish Airlines, Sun Express, registró en 2016 unos 1.000 millones de facturación y ocho millones de pasajeros. Unos datos que significan tan solo un ligero descenso en comparación con 2015. Sun Express es actualmente, con 72 aviones en flota, la aerolínea líder en rutas entre Alemania y Turquía, y para 2017 pronostica crecimiento en su cuenta de resultados. Para esto, confía plenamente en un negocio de “último minuto” el próximo verano y en el hecho de que los competidores retirarán miles de asientos del mercado. De hecho, Sun Express incrementa su contingente un 26% la próxima temporada estival en rutas Alemania-Turquía. El plan B, en caso de una mala respuesta del mercado turco, se centra en Egipto y Bulgaria.

#### Líneas aéreas

**Air Berlin (6.1.2017, 3.2.2017 y 23.2.2017).** En 2016, Air Berlín trasladó 28,9 millones de pasajeros (-4,4%) con 35,6 millones de plazas ofertadas (-4%). La ocupación media de los aviones alcanzó el 84,3%, apenas 0,1 puntos más que en 2015. Con año 2016, Air Berlín acumula nueve años seguidos de pérdidas económicas. El mes de enero del presente año lo ha cerrado Air Berlín con 1,52 millones de clientes (-3,4%) y 2,2 millones de asientos ofertados (+0,6%). Air Berlin sufre en estos momentos un profundo proceso de transformación que le llevará, a partir de verano 2017, a dejar de volar a rutas turísticas tradicionales y convertirse en un mero apoyo de su matriz Etihad para vuelos en conexión. Un total de 38 aviones de Air Berlín pasarán en verano 2017 a formar parte de Eurowings, la nueva lowcost de Lufthansa. Además, todos los aviones de la que hasta ahora era su filial en Austria, Niki, formarán junto a la flota TUI Fly una nueva gran compañía aérea con sede en Viena, en el marco de un acuerdo entre TUI y Etihad.

**Eurowings/Lufthansa/Etihad (30.1.2017, 1.2.2017 y 2.2.2017).** Eurowings: emerge un nuevo gigante en el panorama aéreo alemán. A final de 2017, Eurowings, la nueva lowcost de Lufthansa, podría contar con una flota de entre 110 y 120 aparatos, contando los 38 aviones adquiridos por seis años en concepto de leasing a Etihad/Air Berlin y unos 15 ó 20 de la otra filial de Lufthansa, Germanwings. El objetivo de Eurowings: 22 millones de pasajeros en 2017. Múnich y Palma se perfilan como estaciones de operación principales.

En una segunda fase, entraría Frankfurt en escena. La inclusión de los 38 aviones de Air Berlin en Eurowings ya cuenta con luz verde del Tribunal alemán de la Competencia. Por otro lado, Lufthansa y Etihad estrecharán, con diversas medidas y acuerdos, su cooperación a lo largo de 2017: compartirán servicios de mantenimiento de aeronaves y de catering para los pasajeros, además de ampliar el número de vuelos intercontinentales con código compartido. En Múnich y Frankfurt, los pasajeros de ambas LL.AA. serán atendidos en una misma terminal. No se descarta en un futuro una *joint venture* entre ambas compañías.

**Etihad/Air Berlin/Niki/TUI Group/TUI Fly.** Otro gigante aéreo está en proceso. Éste sería el resultante de las negociaciones entre Etihad y TUI Group para formar una nueva línea aérea con sede en Viena y que aglutinaría la flota de TUI Fly y la de Niki, hasta hace poco filial de Air Berlín. El Tribunal alemán de la Competencia debe dar aún luz verde. La actividad de la “nueva Niki”, que estaría conformada por unos 60 aviones y trasladaría anualmente unos 15 millones de clientes, no se iniciaría antes de invierno 17/18.

## 4. Destinos competidores

### PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS ALEMANES (EN MILES)

	Total 2015	Total 2016	VAR.(%)
España	12.403	13.669	10,2%
<b>Solo Baleares</b>	<b>4.388</b>	<b>4.903</b>	<b>11,7%</b>
<b>Solo Canarias</b>	<b>2.834</b>	<b>3.136</b>	<b>10,6%</b>
<b>Solo Gran Canaria</b>	<b>931</b>	<b>1.017</b>	<b>9,2%</b>
Italia	6.152	6.558	6,6%
Grecia	2.629	2.909	10,7%
Portugal	1.890	2.127	12,5%
Turquía	7.719	6.438	-16,6%
Túnez	343	247	-27,9%
Egipto	1.231	823	-33,1%
EE.UU.	5.206	5.349	2,7%
China	1.412	1.454	3,0%
EAU	1.938	2.009	3,6%
Otros destinos	44.199	46.583	5,4%
<b>Total destinos extranjeros</b>	<b>85.122</b>	<b>88.166</b>	<b>3,6%</b>

## 4. Destinos competidores

### Destinos

**Alemania (28.2.2017).** Alemania cerró 2016 con 447,3 millones (+3%) de pernoctaciones de visitantes alemanes y extranjeros. Este dato refleja un crecimiento por séptimo año consecutivo. Las pernoctaciones de alemanes se incrementaron un 3% hasta las 366,5 millones, mientras que las de visitantes internacionales alcanzaron los 80,8 millones (+1,4%).

**Egipto (28.2.2017).** A partir de 1 de julio del presente año, el gobierno egipcio incrementa de 25 a 60 dólares la tasa de entrada en el país. En las últimas semanas, tanto el sector turístico egipcio como los touroperadores extranjeros habían manifestado su rechazo a este aumento, que en realidad debía entrar en vigor el 1 de marzo. La razón era la débil demanda hacia el destino. Sin embargo, el gobierno egipcio solo ha aceptado retrasarlo hasta el 1 de julio. Además, desde inicios de año, la demanda de viajes a Egipto, al menos desde Alemania, ha mejorado notablemente, especialmente para verano.

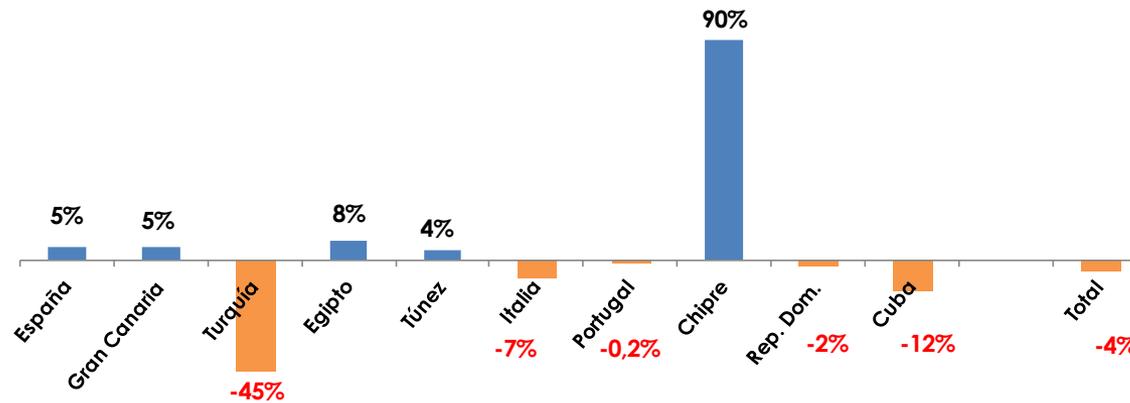
**Turquía (20.2.2017).** Las reservas a Turquía para verano 2017 marchan a un ritmo muy débil. Muchos TT.OO. depositan calculan que podría ser un verano de “último minuto” y fuerte caída de precios hoteleros, sin embargo, nada asegura que las aerolíneas quieran y puedan esperar tanto tiempo. Estimaciones del sector no confirmadas hablan de que TUI Fly y Condor podrían estar planeando retirar capacidades hacia Turquía. Hasta un tercio de los aproximadamente cuatro millones de asientos programados podrían estar en peligro. Crece la preocupación entre la touroperación ante un descenso de la oferta.

**Mallorca (14.2.2017).** La demanda a Mallorca es en este momento tan sólida, que muchos hoteles han optado por abrir antes de tiempo, incluso aún en la temporada baja. Los 10,9 millones de visitantes (+9%) de 2016 podrían repetirse en el año actual, lo que ha llevado a muchos TT.OO. y cadenas hoteleras, como Allsun, Viva o Meliá, a adelantar su actividad de verano en la isla del Mediterráneo. Mallorca se ha posicionado fuertemente en los últimos años durante los meses de invierno en el segmento de turismo activo de interior: bicicleta y senderismo.

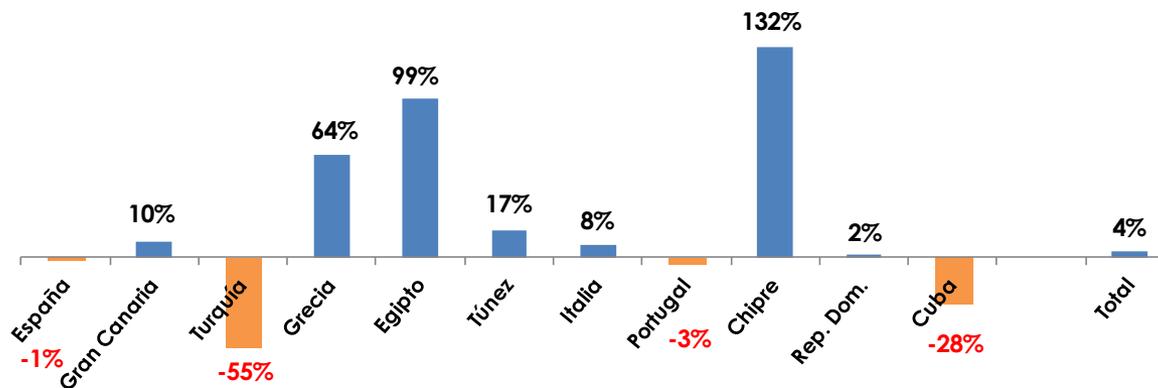
**Grecia (24.1.2017).** A pesar del buen año 2016 en cuanto a número de visitantes, entre enero y noviembre 24,2 millones de turistas (+5%), los ingresos en el sector turístico griego han descendido aproximadamente un 7% hasta los 13.000 millones de euros, según informó el Banco Central del país. La causa principal está en la caída de precios hoteleros que los touroperadores pudieron negociar en 2015. Adicionalmente, se aprecia un mayor ahorro entre los turistas que visitan el país.

## 4. Destinos competidores

VARIACIÓN FACTURACIÓN AA.VV. ALEMANAS **INVIERNO 2016/17**  
(RESERVAS ONLINE + OFFLINE HASTA ENE. 2017) Fuente: GFK TI



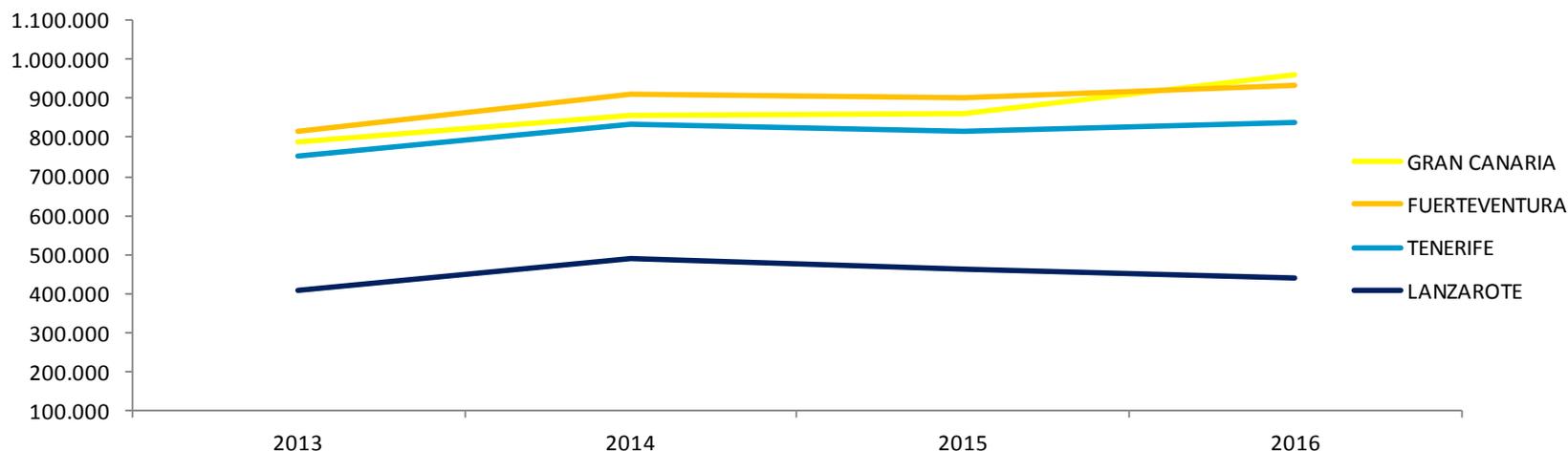
VARIACIÓN FACTURACIÓN AA.VV. ALEMANAS **VERANO 2017**  
(RESERVAS ONLINE + OFFLINE HASTA ENE. 2017) Fuente: GFK TI



# 5. Situación del turismo alemán en Canarias

## EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALEMÁN. CANARIAS E ISLAS. 2013-2016

	CANARIAS		LANZAROTE		FUERTEVENTURA		GRAN CANARIA		TENERIFE	
	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.	Total	Var.
<b>2013</b>	2.552.246	-	406.754	-	814.304	-	787.505	-	751.241	-
<b>2014</b>	2.753.896	7,9%	489.721	20,4%	912.878	12,1%	854.276	8,5%	834.652	11,1%
<b>2015</b>	2.751.307	-0,1%	463.046	-5,4%	902.690	-1,1%	861.190	0,8%	817.212	-2,1%
<b>2016</b>	3.020.296	9,8%	439.609	-5,1%	932.519	3,3%	959.211	11,4%	837.419	2,5%



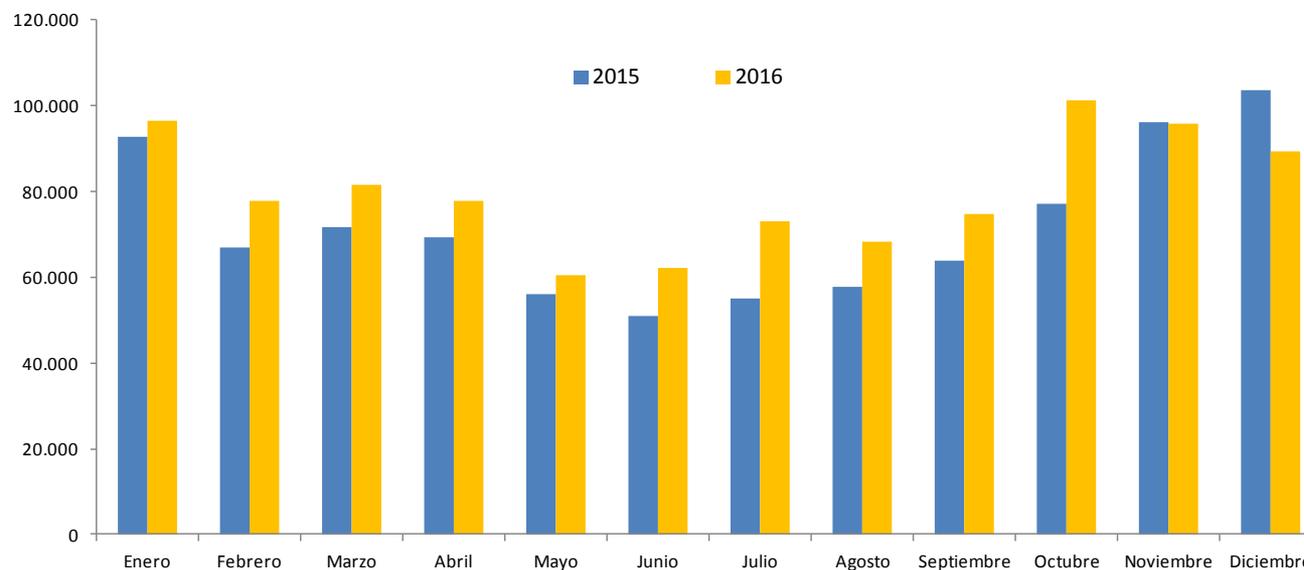
## 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

### EL TURISMO ALEMÁN EN GRAN CANARIA

	Situación 2016
<b>Turistas</b>	959.211 (+11,4%)
<b>Grupos de edad</b>	De 16 a 24 años: 8,72% ; De 25 a 44 años: 32,82%; Mayores de 44 años: 58,45%
<b>Compra del vuelo</b>	Tourop operadores: 42,62%; Compañías aéreas: 9,19%; Agencias de viajes: 31,98%; Portales de Internet: 14,23%
<b>Compra del alojamiento</b>	Tourop operadores: 39,69%; Alojamiento directamente: 4,31%; Agencias de viajes: 32,53%; Portales de Internet: 13,82%
<b>Conceptos reservados en origen</b>	Solo vuelo: 4,13%; vuelo + alojamiento: 13,08%; vuelo+alojamiento+desayuno: 4,15%; vuelo+alojamiento+media pensión: 32,92%; vuelo+alojamiento+pensión completa: 6,46%; vuelo+alojamiento+todo incluido: 36,89%
<b>Estancia media</b>	10,62 días
<b>Aspectos mejor valorados del destino</b>	Servicios de taxi, clima, hospitalidad, trato en el alojamiento y seguridad
<b>Expectativas hoteleras</b> (enero 2017)	Expectativa de crecimiento: 28,18%; Expectativa de mantenimiento: 69,17%; Expectativa de descenso: 2,65%
<b>Gasto turístico</b>	-Gasto total: 1.264.470.846 € -Gasto medio por viaje: 1.423,04 € -Gasto medio por viaje en origen: 1.094,27€ / Gasto medio por viaje en destino: 328,77€

## 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

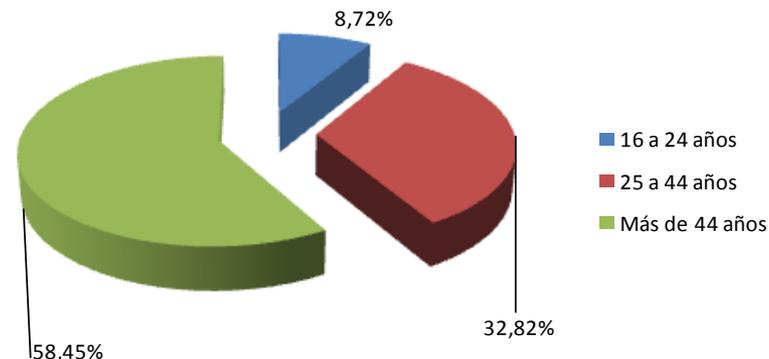
TURISTAS ALEMANES EN GRAN CANARIA. EVOLUCIÓN		
	Turistas	Var. (%)
<b>Total 2014</b>	854.276	8,5%
<b>Total 2015</b>	861.190	0,8%
<b>Invierno 2015-16</b>	533.814	6,77%
<b>Verano 2016</b>	440.042	22,03%
<b>Total 2016</b>	959.211	11,4%



# 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

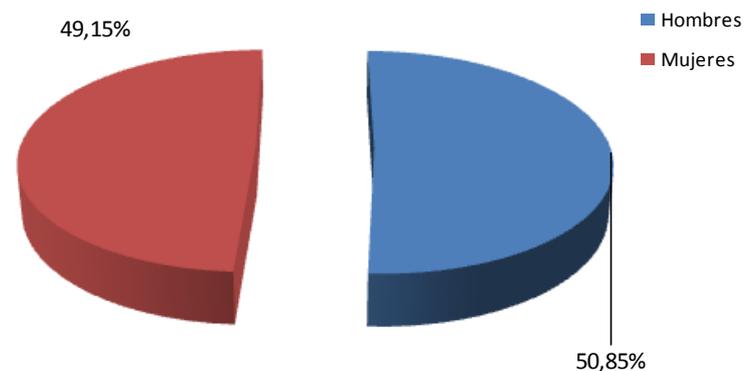
## Turistas alemanes por edad

	2015	2016
<b>GRAN CANARIA</b>		
De 16 a 24 años	9,95%	8,72%
De 25 a 44 años	34,54%	32,82%
Más de 45 años	55,51%	58,45%



## Turistas alemanes por género

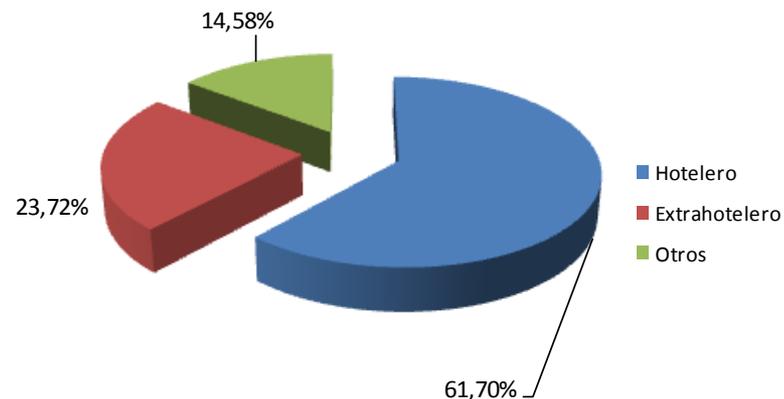
	2015	2016
<b>GRAN CANARIA</b>		
Hombres	50,89%	50,85%
Mujeres	49,11%	49,15%



# 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

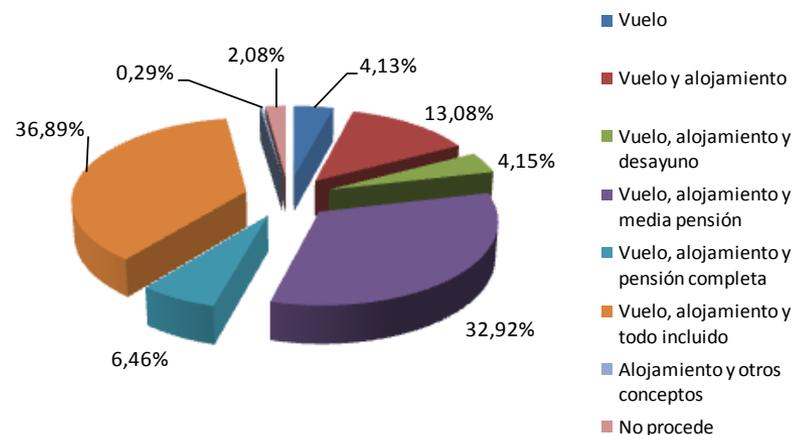
## Tipo de alojamiento

GRAN CANARIA	2015	2016
Hotelero	56,58%	61,70%
Extrahotelero	23,28%	23,72%
Otros tipos	20,15%	14,58%



## Conceptos pagados en origen

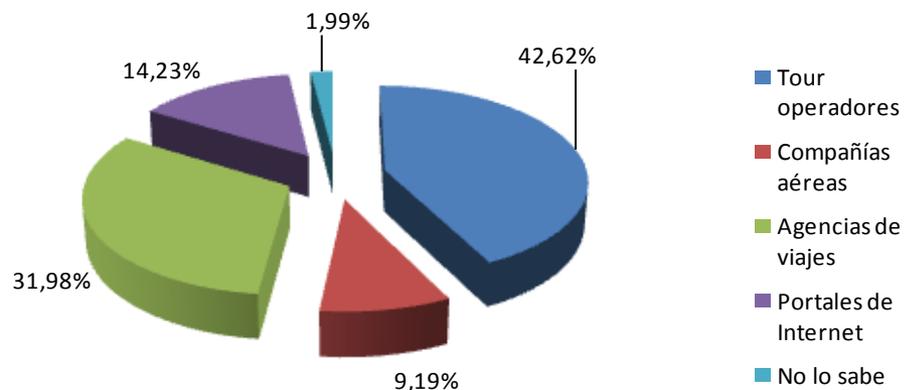
GRAN CANARIA	2015	2016
Solo vuelo	5,36%	4,13%
Vuelo y alojamiento	11,93%	13,08%
Vuelo, alojamiento y desayuno	4,42%	4,15%
Vuelo, alojamiento y media pensión	31,67%	32,92%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	7,94%	6,46%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	35,52%	36,89%
Alojamiento y otros conceptos	0,26%	0,29%
No procede	2,89%	2,08%



## 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

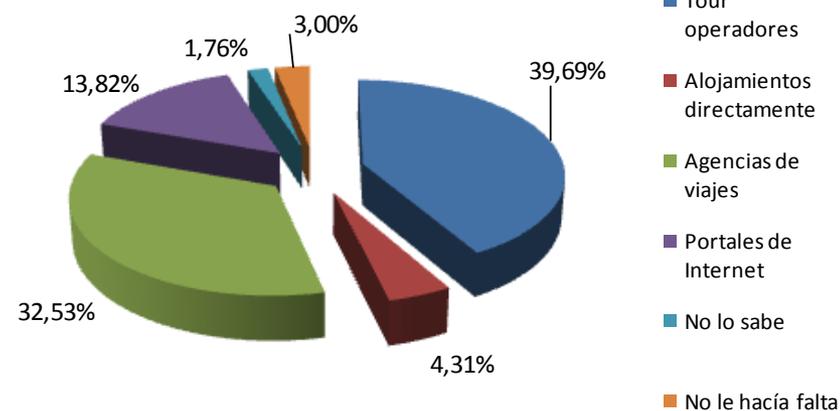
### Canales de reserva del vuelo

GRAN CANARIA	2015	2016
Tour operadores	40,23%	42,62%
Compañías aéreas	10,04%	9,19%
Agencias de viajes	33,62%	31,98%
Portales de Internet	14,03%	14,23%
No lo sabe	2,08%	1,99%



### Canales de reserva del alojamiento

GRAN CANARIA	2015	2016
Tour operadores	39,62%	39,69%
Alojamientos directamente	5,02%	4,31%
Agencias de viajes	34,51%	32,53%
Portales de Internet	14,90%	13,82%
No lo sabe	1,49%	1,76%
No le hacía falta	4,46%	3,00%



## 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

### GASTO DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA. 2016

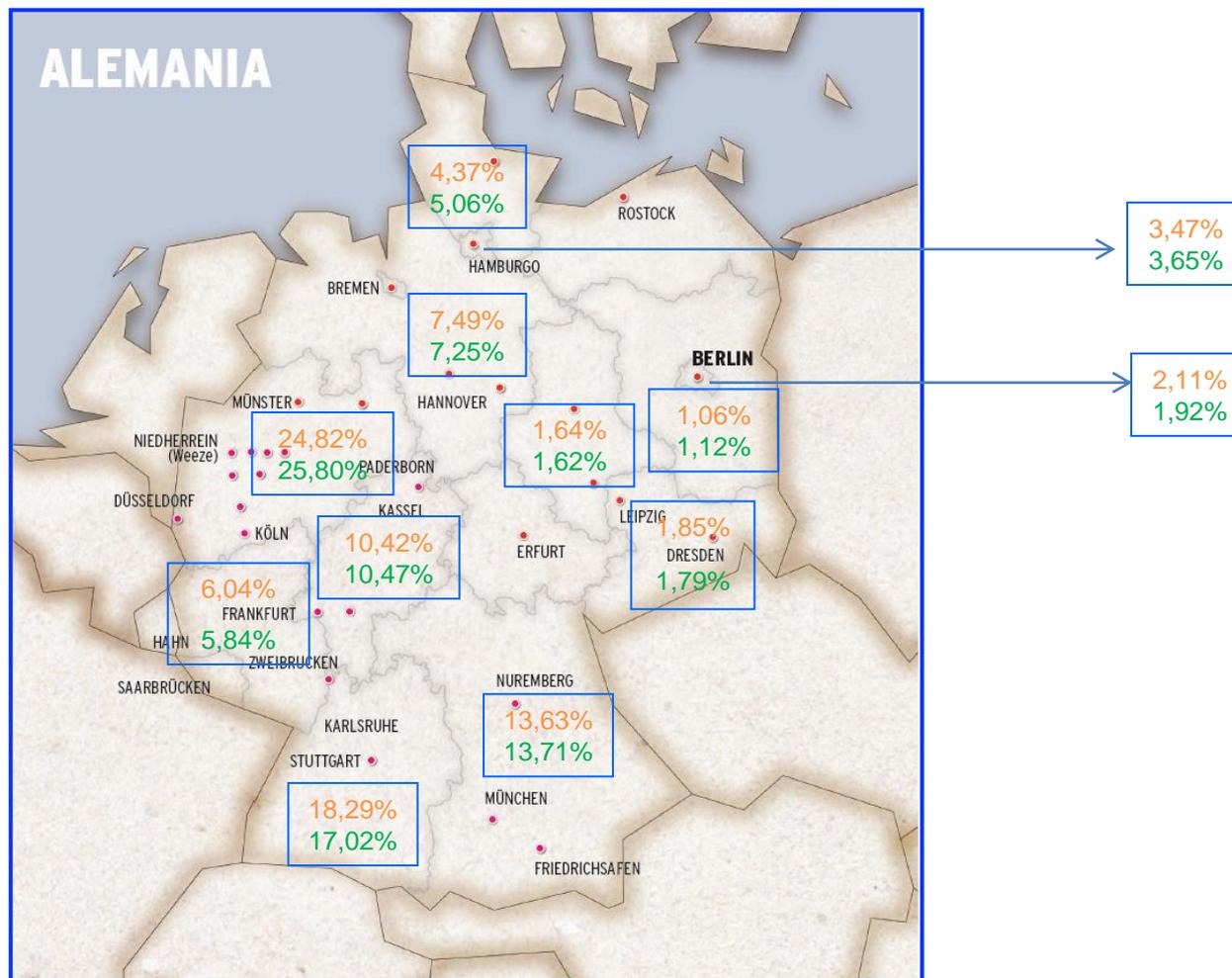
	GASTO TOTAL DE LOS TURISTAS (€)			
	2015	2016	VARIACIÓN	VARIACIÓN (%)
<b>TOTAL PAÍSES</b>	4.057.706.036	4.757.690.029	699.983.993	17,25%
<b>ALEMANIA</b>	1.027.276.315	1.264.470.846	237.194.531	23,09%

		GASTO MEDIO POR VIAJE (€)			
		2015	2016	VARIACIÓN	VARIACIÓN (%)
<b>TOTAL PAÍSES</b>	Total	1.215,91	1.203,24	-12,67	-1,04%
	En origen	843,29	850,13	6,84	0,81%
	En destino	372,62	353,11	-19,51	-5,24%
<b>ALEMANIA</b>	Total	1.376,11	1.423,04	46,93	3,41%
	En origen	1.050,57	1.094,27	43,70	4,16%
	En destino	325,54	328,77	3,23	0,99%

# 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

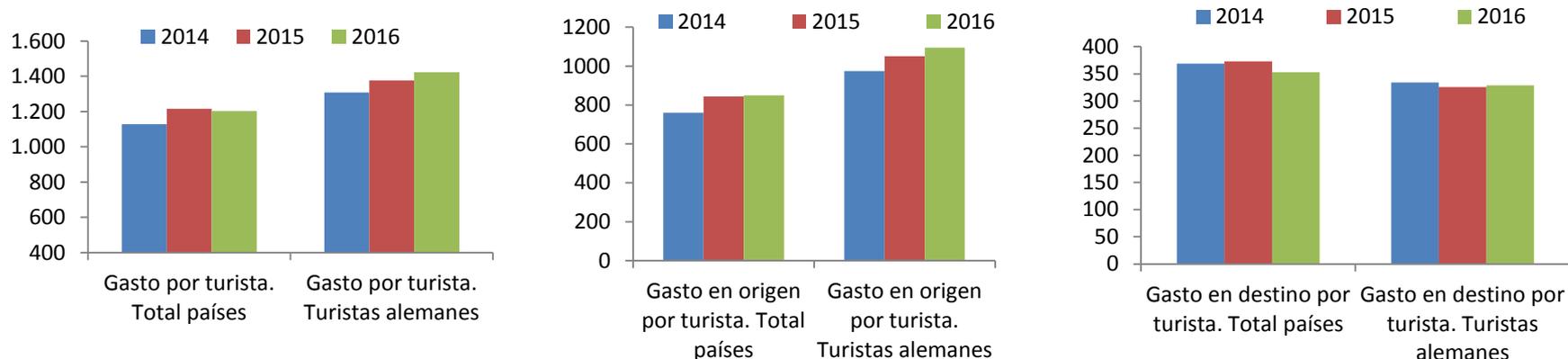
PORCENTAJE DE TURISTAS Y GASTO DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA POR REGIONES. 2016

**Turistas**  
**Gasto**

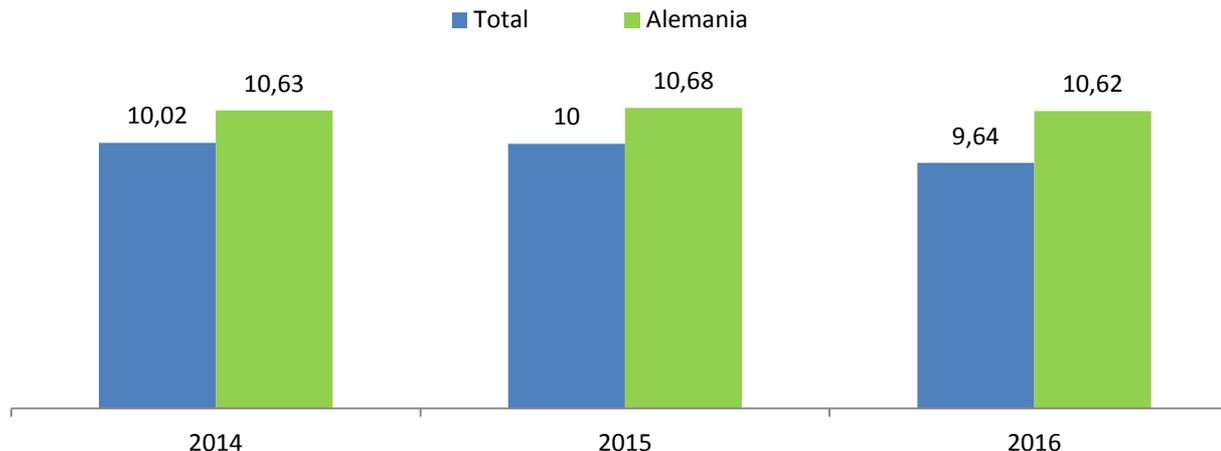


# 6. Situación del turismo alemán en Gran Canaria

## EVOLUCIÓN DEL GASTO POR TURISTA ALEMÁN FRENTE AL TOTAL DE TURISTAS EN GRAN CANARIA (€)



## ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS ALEMANES FRENTE AL TOTAL DE TURISTAS EN GRAN CANARIA (días)

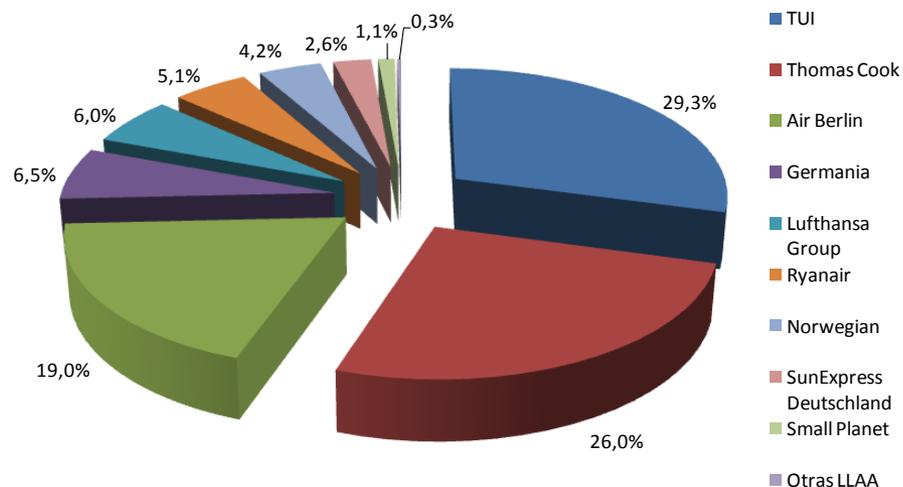


# 7. Conectividad aérea

## PASAJEROS ALEMANES LLEGADOS A GRAN CANARIA. COMPAÑÍAS AÉREAS. 2016

	2015	2016	Var. total	Var. (%)
TUI	251.596	297.579	45.983	18,28%
Condor	255.957	264.461	8.504	3,32%
Air Berlin	166.889	193.037	26.148	15,67%
Germania	82.793	65.930	-16.863	-20,37%
Norwegian	47.757	60.677	12.920	27,05%
Lufthansa	39.520	52.106	12.586	31,85%
Ryanair	65.482	43.122	-22.360	-34,15%
SunExpress Deutschland	11.800	26.068	14.268	120,92%
Small Planet	5.024	11.223	6.199	123,39%
Otras LLAA	4.560	2.660	-1.900	-41,67%
<b>TOTAL</b>	<b>931.378</b>	<b>1.016.863</b>	<b>85.485</b>	<b>9,18%</b>

Cuota de mercado. 2016



# 7. Conectividad aérea

## CONEXIONES ALEMANIA– GRAN CANARIA

DICIEMBRE		
	2015	2016
Aeropuertos	21	21
Operaciones semanales	118	136
Plazas semanales	22.988	26.166

AGOSTO			
	2015	2016	2017(**)
Aeropuertos	20	21	20
Operaciones semanales	63	86	90
Plazas semanales	12.954	16.899	17.506



Fuente: SRS Analyser. Los datos han sido seleccionados por semana tipo en cada mes.  
 (\*\*) PREVISIONES.

# 7. Conectividad aérea

## PASAJEROS ALEMANES LLEGADOS A GRAN CANARIA. AEROPUERTO DE ORIGEN. 2016

	2015	2016	VARIACIÓN TOTAL	VAR.(%)
DUSSELDORF	162.508	182.318	19.810	12,19%
FRANKFURT INTERNACIONAL	107.656	121.993	14.337	13,32%
MUNICH	103.184	111.878	8.694	8,43%
HAMBURGO	89.116	89.709	593	0,67%
HANNOVER	76.716	86.590	9.874	12,87%
COLONIA BONN	73.034	82.814	9.780	13,39%
STUTTGART	61.108	73.650	12.542	20,52%
BERLIN TEGEL	43.112	48.892	5.780	13,41%
BERLIN SCHOENEFELD	33.314	38.390	5.076	15,24%
NUREMBERG	29.509	37.152	7.643	25,90%
LEIPZIG	28.463	34.816	6.353	22,32%
BREMEN	28.907	20.849	-8.058	-27,88%
PADERBORN	15.702	15.160	-542	-3,45%
WEEZE	13.322	13.331	9	0,07%
FRANKFURT HAHN	9.491	9.616	125	1,32%
MUENSTER	10.369	9.025	-1.344	-12,96%
KARLSRUHE-BADEN	14.155	8.410	-5.745	-40,59%
DRESDEN	7.026	8.710	1.684	23,97%
FRIEDRICHSHAFEN	7.848	8.237	389	4,96%
ERFURT	6.998	6.228	-770	-11,00%
SAARBRUECKEN ENSHEIM	4.199	5.333	1.134	27,01%
ROSTOCK-LAAGE LAAGE	4.911	2.479	-2.432	-49,52%
KASSEL KASSEL-CALDEN	730	1.253	523	71,64%



**GranCanaria**  
*Patronato de Turismo*