



## **MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO**

La evolución del turismo alemán en Tenerife: una propuesta para su desarrollo  
a través del turismo gastronómico

(The evolution of German tourism in Tenerife: a proposal for its development through  
gastronomic tourism)

Autoras: D<sup>a</sup> Ina Haurylenka y D<sup>a</sup> Marta Rodríguez Ramos

Tutora: Dra. Beatriz Burgos Cuadrillero

Grado en TURISMO

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2018 /2019

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA, 13 DE SEPTIEMBRE DE 2019



## RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo estudiar la evolución del turismo alemán en Tenerife, desde sus inicios hasta la actualidad mediante una investigación exhaustiva del turista alemán que viene a Tenerife, su perfil, cuáles son sus gustos y preferencias, y por qué eligen esta isla para pasar sus vacaciones. Para ello, nos hemos basado en diferentes estudios y fuentes bibliográficas relacionadas con el tema y, además, en una encuesta propia. Asimismo, se han analizado los datos con la Tasa de variación Porcentual para seguir la evolución de las variables.

Tras analizar los datos recopilados, se propone una excursión por varios lugares de Tenerife enfocada en la gastronomía canaria, basada en las características del mercado turístico alemán emisor, con el fin de atraer a un mayor número de turistas y dar a conocer la oferta gastronómica de Tenerife.

**PALABRAS CLAVE:** mercado turístico alemán, historia, Tenerife, turismo gastronómico.

## ABSTRACT

This project is responsible for studying the evolution of German tourism in Tenerife, from its beginnings to the present through an exhaustive investigation of the German tourist who comes to Tenerife, its profile, what are its tastes and preferences, and why they choose this island to spend your vacation. To achieve this, we have based on different studies and literary works related to the proposed theme. Also, the data have been analyzed with the Percentage Variation Rate to follow the evolution of the variables.

After analyzing the data collected, an excursion through several places in Tenerife is proposed, focused on the Canarian gastronomy, based on the characteristics of the issuing German tourist market, in order to attract a greater number of tourists and publicize the gastronomic offer of Tenerife.

**KEYWORDS:** German tourist, history, Tenerife, gastronomy.

## ÍNDICE

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. INTRODUCCIÓN.....                                                                                  | 5  |
| 2. MARCO TEÓRICO .....                                                                                | 5  |
| 2.1. ANTECEDENTES.....                                                                                | 5  |
| 3. PLANTEAMIENTO DEL TEMA.....                                                                        | 6  |
| 3.1. DELIMITACIÓN TERRITORIAL.....                                                                    | 6  |
| 3.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL.....                                                                       | 6  |
| 3.3. CONCRECIÓN DEL PROBLEMA .....                                                                    | 6  |
| 4. OBJETIVOS .....                                                                                    | 6  |
| 5. METODOLOGÍA.....                                                                                   | 7  |
| 6. ANÁLISIS DEL MERCADO ALEMÁN EN TENERIFE .....                                                      | 8  |
| 6.1. ORIGEN DEL TURISMO ALEMÁN EN TENERIFE .....                                                      | 8  |
| 6.2. ACTUALIDAD DEL TURISMO ALEMÁN EN TENERIFE .....                                                  | 9  |
| 6.3. PERFIL DEL TUIRSTA ALEMÁN .....                                                                  | 12 |
| 6.4. IMAGEN DE TENERIFE POR PARTE DEL TURISTA ALEMÁN .....                                            | 14 |
| 6.5. COMPARACIÓN ENTRE LOS TUIRISTAS ALEMANES Y OTROS MERCADOS EMISORES .                             | 15 |
| 7. EL PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN QUE VISITA TENERIFE .....                                             | 16 |
| 8. ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN DE TENERIFE EN ALEMANIA .....                                             | 17 |
| 9. COMPARACIÓN DEL TURISMO ALEMÁN ENTRE LA ZONA SUR Y LA ZONA NORTE DE TENERIFE.....                  | 19 |
| 10. TURISMO GASTRONÓMICO EN TENERIFE.....                                                             | 20 |
| 10.1. ¿QUÉ ES EL TURISMO GASTRONÓMICO? .....                                                          | 20 |
| 10.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN TENERIFE .....                                     | 21 |
| 10.3. ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS ALEMANES EN TENERIFE .....                                         | 21 |
| 11. TOUR GASTRONÓMICO POR LA ISLA DE TENERIFE .....                                                   | 22 |
| 12. CONCLUSIONES .....                                                                                | 30 |
| 13. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....                                                                     | 31 |
| 13.1 BIBLIOGRAFÍA.....                                                                                | 31 |
| 13.2 WEBGRAFIA .....                                                                                  | 31 |
| ANEXO I: GRÁFICAS SOBRE LOS DATOS DEL PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN DE LOS APARTADOS 6.3, 6.4 Y 6.5 ..... | 34 |
| ANEXO II: ENCUESTA.....                                                                               | 41 |
| ANEXO III: GRÁFICAS SOBRE LOS RESULTADOS DE LA ECNUESTA.....                                          | 44 |

## ÍNDICE DE IMÁGENES, GRÁFICOS Y TABLAS

|                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Imagen 1: Principales zonas de alojamiento de turistas alemanes.....                      | 13 |
| Imagen 2: Finca Las Margaritas .....                                                      | 24 |
| Imagen 3: Guachinche Los Gómez .....                                                      | 24 |
| Imagen 4: Escaldón .....                                                                  | 25 |
| Imagen 5: Ropa vieja.....                                                                 | 25 |
| Imagen 6: Carne fiesta .....                                                              | 26 |
| Imagen 7: Huevos estrellados .....                                                        | 26 |
| Imagen 8: Iglesia de Nuestra Señora de la Concepción.....                                 | 27 |
| Imagen 9: Casa Lercaro .....                                                              | 27 |
| Imagen 10: Barraquito .....                                                               | 28 |
| Imagen 11: La Casa de los Balcones .....                                                  | 28 |
| Imagen 12: Ayuntamiento de La Orotava .....                                               | 29 |
| Imagen 13: Iglesia de San Agustín.....                                                    | 29 |
| Imagen 14: Bodegas Monje.....                                                             | 30 |
| <br>                                                                                      |    |
| Gráfico 1. Turoperadores alemanes líderes en el mercado.....                              | 18 |
| <br>                                                                                      |    |
| Tabla 1: Evolución del turismo alemán (1993-2006).....                                    | 10 |
| Tabla 2: Evolución del turismo alemán (2007-2018).....                                    | 11 |
| Tabla 3. Turistas alemanes en zona sur (Arona y Adeje) y su tasa de variación.....        | 19 |
| Tabla 4. Turistas alemanes en zona norte (Puerto de la Cruz) y su tasa de variación ..... | 20 |
| Tabla 5. Actividades realizadas por los turistas alemanes en Tenerife .....               | 22 |



## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la industria del turismo en Canarias es uno de los sectores más importantes y con más éxito del archipiélago, ya que aporta una gran estabilidad económica a las islas (Hosteltur, 2017). Los orígenes del turismo tienen lugar en los años ochenta del siglo XIX, cuya razón principal era la salud, pues muchas personas empezaron a venir a Canarias para aliviar enfermedades cutáneas, reumáticas y respiratorias, ya que los filósofos y médicos recomendaban la terapia a base de los baños en las aguas del mar, principal recurso que tienen las islas, además de las propiedades beneficiosas que aporta su clima cálido, el cual ayuda también a la cura de dichas enfermedades (González Lemus, 2007). A su vez, muchos exploradores y naturalistas viajaban a Canarias para realizar sus rutas expedicionarias, quienes impulsaron la fama de las islas. En el año 1886 (debido a la apertura de la Compañía de Hoteles y Sanatorium del Valle de la Orotava) comenzó el turismo moderno en Puerto de la Cruz, donde se estableció en el año 1890 el primer gran hotel de España - el Gran Hotel Taoro. En esta época eran comunes las visitas de extranjeros británicos, pero ya en el siglo XX resalta la aparición de los turistas alemanes (González Lemus, 2007).

Desde los inicios del turismo en las Islas Canarias hasta hoy, el número de turistas procedentes de Alemania ha ido creciendo, convirtiéndose en uno de los principales países emisores de turistas tanto para Canarias, en general, como para la isla de Tenerife, en particular, llegando a la cifra de 641.603 alemanes alojados en esta isla en 2018 (Webtenerife, 2018), ocupando la tercera posición del ranking de mercados turísticos emisores líderes en Canarias, después de los británicos y españoles.

Por este motivo, es importante analizar la evolución del turismo alemán en Tenerife para conocer en profundidad este mercado emisor y poder plantear una mejor oferta turística enfocada al mismo. El objetivo de este trabajo se centra en el estudio de la aparición del turismo alemán en la isla de Tenerife, su proceso de transformación a lo largo de los años y la situación actual. Asimismo, se detallará el perfil actual del turista alemán, sus gustos y motivaciones de viaje y se planteará una propuesta en función de los resultados del análisis.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. ANTECEDENTES

El tema elegido para el desarrollo del presente trabajo ha sido estudiado por otros autores, de forma directa o indirecta. En este caso, cabe mencionar a González Lemus que ha realizado una gran cantidad de libros y trabajos relacionados con la historia del desarrollo del turismo alemán en Canarias, entre otros, *Clima y Medicina. Los orígenes del turismo en Canarias; La mirada inacabada. Naturaleza y sociedad canaria vistas por viajeros alemanes (desde Humboldt a Pannwitz)* o *Las islas de la ilusión. Británicos en Tenerife*, donde analiza las distintas fuentes documentadas concernientes a los alemanes y sus viajes a las Islas Canarias a lo largo de los siglos (empezando por el siglo XVIII).



Además, es relevante señalar al doctor Sarmiento Pérez, cuya obra *Las Islas Canarias en los textos alemanes (1494-1865)* recoge los testimonios de algunos de los primeros viajeros de habla alemana que visitaron Canarias desde el siglo XV hasta el XIX, que nos aporta mayor claridad sobre los inicios del turismo alemán en las Islas Canarias.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL TEMA**

#### **3.1. DELIMITACIÓN TERRITORIAL**

En lo referente a la acotación territorial, se ha elegido la isla de Tenerife, ubicada en el centro del archipiélago canario, entre las islas de La Gomera y Gran Canaria. Es la isla más extensa del Archipiélago con una superficie de 2.057 kilómetros cuadrados (Gran Enciclopedia Virtual de las Islas Canarias, s.f.).

#### **3.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL**

Dado que el presente trabajo considera toda la información sobre cómo ha evolucionado el turismo alemán desde sus inicios, la delimitación temporal se concreta desde el primer momento en que los alemanes visitaron Tenerife, es decir, desde el siglo XV aproximadamente, hasta la actualidad.

#### **3.3. CONCRECIÓN DEL PROBLEMA**

El tema a analizar en el estudio actual consiste en investigar las raíces del mercado turístico alemán en la isla de Tenerife y su evolución hasta el día de hoy, así como las principales características del turista alemán, es decir, sus gustos, necesidades y preferencias con respecto a sus vacaciones. Dicho análisis nos ayudará a averiguar si el turismo alemán es un mercado importante para la isla y si, realmente, la oferta turística de Tenerife satisface sus necesidades, así como establecer qué zonas de la isla son las más visitadas por ellos. En base a este análisis, se realizará una propuesta sobre cómo poder incrementar las llegadas de turistas alemanes a aquellas zonas de la isla que visitan con menos frecuencia.

### **4. OBJETIVOS**

Los objetivos de este estudio son, principalmente, un análisis profundo del perfil del turista alemán que visita la isla de Tenerife, donde nos proponemos investigar tanto su origen, es decir, en qué momento empezó a visitar Tenerife y qué le motivaba a venir, así como la evolución del turismo alemán hasta la actualidad, esto es, los cambios que ha experimentado con respecto a sus gustos y motivaciones por visitar la isla. Para ello, tenemos que realizar un análisis sobre cómo es el turista alemán actual (edad, sexo, estado civil, gustos, estilo de vida, motivación por la que viaja a Tenerife, gasto en el destino, canal a través del cual reserva el viaje, etc.) y qué imagen tiene de Tenerife. Asimismo, llevaremos a



cabo una investigación de campo para obtener datos reales mediante la realización de encuestas con el fin de descubrir el perfil del turista alemán que viene a Tenerife. Analizaremos, además, cómo se promociona Tenerife en los turoperadores alemanes líderes del mercado para averiguar qué lugares de la isla frecuentan en mayor medida.

A partir de este análisis, podremos establecer la importancia del mercado alemán para el turismo de Tenerife y crearemos una propuesta basada en las encuestas y en los correspondientes análisis que realizaremos, con el fin de que el viajero tenga una mejor experiencia y así aumentar el número de turistas alemanes que visitan la isla.

## 5. METODOLOGÍA

Con respecto a la metodología, utilizaremos, en primer lugar, fuentes de carácter secundario, es decir, una revisión bibliográfica en relación con el tema elegido como son la consulta de libros, informes, artículos y páginas web para conocer la historia del turismo alemán en Tenerife, su evolución hasta la actualidad, el perfil del turista alemán y el modo en el que se promociona la isla de Tenerife en Alemania como destino turístico.

Por un lado, analizaremos obras que reúnen los textos escritos por los autores de procedencia alemana, donde se explican sus viajes a Tenerife; de esta manera obtendremos información sobre los orígenes del turismo alemán en la isla. Por otro lado, nos basaremos en los datos que recoge la página web *Webtenerife* (<https://www.webtenerife.com/>), concretamente, en dos informes realizados en 2017, así como en los datos de un informe realizado en el año 2016 recogido en la página web de *Promotur* (<https://turismodeislascanarias.com/es/>). Ambas páginas webs contienen información relevante para nuestra investigación, ya que se encuentran estudios detallados, realizados a través de encuestas, sobre el turista alemán de Tenerife, sus características personales, gustos y preferencias, el motivo por el que vienen a Tenerife, en qué zona de la isla se alojan, qué actividades realizan durante sus vacaciones, su nivel de satisfacción, etc. Se trata de dos páginas webs corporativas creadas por el Cabildo de Tenerife y por una entidad pública conocida como Turismo de Tenerife, quien se dedica plenamente al estudio del turismo de Tenerife, por tanto, se trata de unos resultados totalmente fiables.

En cuanto a las estadísticas, se ha tomado como referencia la página web del Instituto Canario de Estadística (ISTAC), perteneciente al Gobierno de Canarias, donde se han tomado las estadísticas relevantes para la investigación sobre el turista alemán. A la hora de realizar el análisis de las mismas, se ha empleado la *Tasa de Variación Porcentual*, cuya ecuación es la siguiente:

$$(V_2 - V_1) / V_1 \times 100$$

en la que  $V_1$  representa el valor pasado o inicial y  $V_2$  representa el valor presente o final, para calcular las diferencias entre los valores de distintos años y, así, analizar la evolución de distintas variables.

Del mismo modo, nos basaremos en fuentes de carácter primario, ya que hemos realizado una investigación cuantitativa, donde se han obtenido datos a través de la formulación de un cuestionario estructurado, elaborado a través de la plataforma online *Google Formularios*, constituido por 9



preguntas de respuesta cerrada, cuyas opciones pueden ser de múltiple respuesta (de varias opciones, elegir más de una respuesta) o politómicas (de varias opciones, elegir una respuesta), con el objetivo de conseguir datos más precisos sobre el turista alemán de Tenerife. Llevaremos a cabo la realización de 100 cuestionarios mediante entrevistas personales, seleccionando a los individuos de forma aleatoria en el Aeropuerto *Reina Sofía*<sup>1</sup>, siendo requisito ser turista de procedencia alemana mayor de edad<sup>2</sup>.

Por último, en base a los datos de la investigación llevada a cabo en el presente trabajo, se propondrá una excursión organizada, con el fin de aumentar el turismo alemán en Tenerife y diversificar la oferta turística para este segmento del mercado.

## 6. ANÁLISIS DEL MERCADO ALEMÁN EN TENERIFE

### 6.1. ORIGEN DEL TURISMO ALEMÁN EN TENERIFE

En la revisión de la literatura ligada al tema del presente trabajo, se puede afirmar que ya a partir del siglo XV se registraron los primeros viajes de los alemanes a las Islas Canarias. El doctor Sarmiento Pérez recoge en su obra *Las Islas Canarias en los textos alemanes (1494-1865)* los escritos hechos por distintos autores, viajeros, comerciantes y científicos alemanes entre los siglos XV y XIX. Sarmiento Pérez distingue tres tipos de textos: los textos de los autores que nunca estuvieron en las Islas Canarias, los textos de aquellos que las visitaron y la obra del escritor británico Mac-Gregor, escrita en alemán.

El comienzo de la popularidad de las Islas Canarias entre los alemanes se debe a los científicos, geólogos, vulcanólogos, botánicos y viajeros amantes de la naturaleza que visitaron las islas de forma intencionada o, haciendo escala, de camino a otros destinos. Es el caso de Alexander von Humboldt, geógrafo y viajero que, al emprender el viaje a las tierras hispanoamericanas, hizo escala en Tenerife, donde visitó el Jardín de Aclimatación, el Jardín Sitio Litre y el Teide. Algunos de los mayores científicos del siglo XIX sintieron la invitación hecha por el naturalista alemán de visitar las islas por razones científicas, pues la influencia que ejerció en el mundo intelectual y científico de la época despertó en muchos el interés por el archipiélago (González Lemus, 2007).

Tanto Sarmiento Pérez, como González Lemus coinciden en que el segundo visitante alemán más destacado fue el naturalista Leopold von Buch. Junto con el botánico Christian Smith visitaron tanto los pueblos del sur como del norte de la isla. Después de su viaje por las islas (también visitó Lanzarote), von Buch escribió el libro *Physikalische Beschreibung der Kanarischen Inseln*.

Destaca una importante cantidad de científicos en distintas áreas que decidieron visitar las Islas Canarias y darlas a conocer en el mundo alemán. Sin embargo, no son menos importantes los viajes de los aristócratas. En este caso, cabe destacar la creciente importancia del clima canario que fue el

---

<sup>1</sup> Las encuestas se realizaron los días 14 15 y 16 de julio de 2019.

<sup>2</sup> En el Anexo II se encuentra el cuestionario en inglés con las preguntas planteadas a los turistas.



detonante para la aparición del turismo de salud. A partir de la segunda mitad del siglo XIX, cambia el tipo de visitante que llega al archipiélago canario, la motivación del “nuevo” viajero consiste en el entretenimiento y curación de ciertas enfermedades (Sarmiento Pérez, 2005). Cabe destacar a Catharina von Pommer-Esche, nacida en una importante familia aristocrática en Berlín, en cuyo libro *Die Kanarischen Inseln* está descrita su visita a Tenerife y Gran Canaria. Además, es importante la obra de Anna von Werner, hija de un importante miembro del ejército prusiano, que lleva por título *Reisebriefe: Madeira, Teneriffa, Gran Canaria und Kamerun*, en la cual la mitad de la obra está dedicada a las islas de Tenerife y Gran Canaria. Estas obras, entre otras, demuestran el cambio en la tipología del turista que visitaba Canarias en el siglo XIX. En la segunda mitad del siglo XIX, aparecen más viajeros, en este caso también mujeres, que se dirigen hacia las islas con la intención de conocer el lugar y disfrutar de lo que éste ofrece, en vez de estudiarlo de forma científica. Asimismo, publican obras que están enfocadas a la descripción del sitio como un destino turístico y no enfocado al estudio científico.

A principios del siglo XX, el hotel Taoro en Puerto de la Cruz es adquirido por el doctor Pannwitz, originario de Alemania, y pasa a llamarse *Kurhaus Humboldt* (Sanatorio Humboldt). Desde entonces, Tenerife se convirtió, gracias a su clima, en el destino más apropiado para combatir las enfermedades como la tuberculosis. Según González Lemus, los ingleses creían que el clima costero era el más adecuado para curar distintas enfermedades, mientras que los alemanes consideraban el clima de montaña como el más beneficioso. Por este motivo, el lugar más importante para realizar todo tipo de experimentos respiratorios para los alemanes fueron Las Cañadas del Teide donde se realizó una expedición en 1910, protagonizada por gran cantidad de científicos y astrónomos de origen alemán, austriaco, francés e inglés. El objetivo de esta expedición consistía en llevar a cabo una serie de experimentos con la luz solar y, también, la observación del cielo, debido a la claridad de la atmósfera de dicho lugar. En base a los experimentos llevados a cabo, se publicaron diferentes estudios realizados por los participantes de la expedición, dando mayor notoriedad a las Islas Canarias y a su clima curativo.

Durante la segunda mitad del siglo XX, el modelo turístico de salud predominante se convirtió en el de sol y playa y se empezaron a ocupar zonas que, hasta el momento, no estaban explotadas turísticamente que, en el caso de Tenerife, se trata de Los Cristianos, Las Américas y Costa Adeje. De tal manera que su naturaleza, su clima y el Patrimonio Histórico han hecho que la importancia de Tenerife como destino vacacional crezca año tras año (Webtenerife, s.f.).

## 6.2. ACTUALIDAD DEL TURISMO ALEMÁN EN TENERIFE

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el boom turístico en Canarias se produjo a partir de la segunda mitad del siglo XX con la modalidad turística predominante de sol y playa. Sin embargo, a partir de principios del siglo XXI, la demanda turística ha ido evolucionando, debido al desarrollo económico y tecnológico mundial. La demanda turística se ha diversificado, dando paso a nuevas

modalidades turísticas, como el turismo rural y cultural, entre otras. Además, han surgido nuevos tipos de alojamientos y otras infraestructuras turísticas.

Durante toda la evolución del turismo en Canarias, el turista alemán seguía dentro de los puestos líderes entre todas las nacionalidades que visitaban las islas. A pesar de que la isla de Gran Canaria, desde el comienzo del desarrollo turístico del archipiélago, ha recibido a lo largo del año 2018 mayor cantidad de los turistas procedentes de los aeropuertos alemanes, Tenerife le sigue en segunda posición, hospedando a 641.603 turistas originarios de Alemania (Webtenerife, 2018).

A continuación, se muestra una tabla con los datos referentes al número de turistas alemanes hospedados en Tenerife entre los años 1993 y 2006 donde se refleja la evolución de este mercado emisor y cómo ha variado la cantidad de visitantes alemanes en la isla. Como podemos observar, desde el año 1993 hasta 2006 el número de turistas procedentes de Alemania, por normal general, ha ido en aumento. En cuanto al número de turistas alojados en la isla de Tenerife, tiene un peso importante en las llegadas totales a Canarias y, también, ha experimentado un crecimiento notorio desde 1993:

**Tabla 1: Evolución del turismo alemán (1993-2006)**

| <b>Año</b>  | <b>Islas Canarias</b> | <b>Tenerife</b> |
|-------------|-----------------------|-----------------|
| <b>1993</b> | 2.237.086             | 502.322         |
| <b>1994</b> | 2.557.119             | 610.525         |
| <b>1995</b> | 2.752.696             | 666.374         |
| <b>1996</b> | 2.782.539             | 669.909         |
| <b>1997</b> | 2.766.293             | 681.712         |
| <b>1998</b> | 2.865.381             | 705.477         |
| <b>1999</b> | 3.027.949             | 748.551         |
| <b>2000</b> | 2.920.164             | 742.248         |
| <b>2001</b> | 2.906.576             | 751.319         |
| <b>2002</b> | 2.692.920             | 698.962         |
| <b>2003</b> | 2.743.993             | 697.859         |
| <b>2004</b> | 2.537.342             | 671.942         |

|             |           |         |
|-------------|-----------|---------|
| <b>2005</b> | 2.583.950 | 736.073 |
| <b>2006</b> | 2.657.786 | 769.252 |

Fuente: *Webtenerife*. Elaboración: Propia

En cuanto a la evolución del número de turistas alemanes en Tenerife entre los años 2007 y 2018, podemos observar en la siguiente tabla que entre 2007 y 2009 el número de alemanes alojados en Tenerife disminuyó paulatinamente. Según las estadísticas de Turismo de Tenerife, entre 2007 (649.982) y 2008 (624.768) los alojados decrecieron un 3,88% y entre 2008 y 2009 (523.436), un 16,22%. En 2010 la cifra de los alojados creció un 2,5%, llegando a los 536.354 turistas, así como en 2011 que aumentó hasta los 589.284 huéspedes. Desde 2012 el número de los alemanes alojados en Tenerife fue disminuyendo hasta que en 2014 creció un 9,7% (611.875) para volver a bajar en 2015 un 3,5% (590.615). En 2016 el número aumentó de forma significativa – un 11,1%, llegando a 656.289 los alemanes que optaron por pasar sus vacaciones en Tenerife. En cuanto al año 2017, la cifra decrece un 4,1% respecto al año 2016, llegando a ser 629.583 los alojados y en 2018 crece hasta 641.603 el número de visitantes hospedados en la isla de Tenerife:

**Tabla 2: Evolución del turismo alemán (2007-2018)**

| <b>Año</b>  | <b>Islas Canarias</b> | <b>Tenerife</b> |
|-------------|-----------------------|-----------------|
| <b>2007</b> | 2.574.765             | 649.982         |
| <b>2008</b> | 2.501.070             | 624.768         |
| <b>2009</b> | 2.229.920             | 523.436         |
| <b>2010</b> | 2.323.551             | 536.354         |
| <b>2011</b> | 2.719.589             | 589.284         |
| <b>2012</b> | 2.642.136             | 570.616         |
| <b>2013</b> | 2.594.775             | 557.670         |
| <b>2014</b> | 2.904.689             | 611.875         |
| <b>2015</b> | 2.867.997             | 590.615         |
| <b>2016</b> | 3.161.523             | 656.289         |
| <b>2017</b> | 3.249.351             | 629.583         |

|      |           |         |
|------|-----------|---------|
| 2018 | 3.217.001 | 641.603 |
|------|-----------|---------|

Fuente: Webtenerife. Elaboración: Propia

Analizando los datos anteriormente descritos, se puede llegar a la conclusión de que el número de visitantes alemanes tiene un gran peso en las llegadas totales de turistas a Tenerife. Cabe destacar que la disminución significativa de la llegada de los turistas se percibe entre 2008 y 2013, aproximadamente, pero se recupera en 2014.

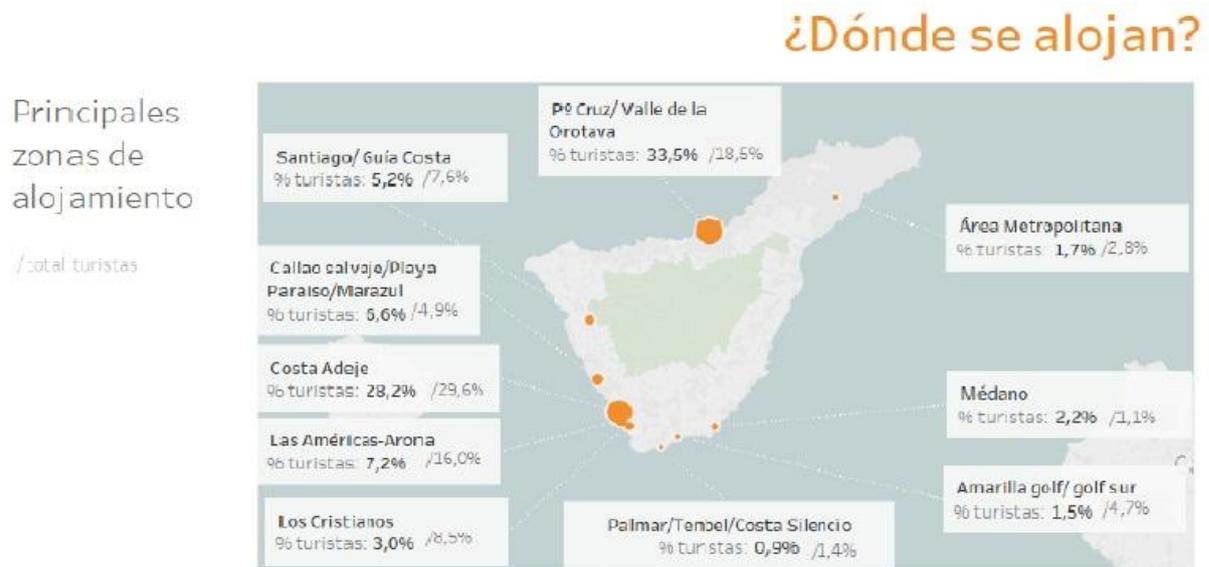
Es importante señalar que el desarrollo tecnológico y el cambio de tendencias en el turismo influyen en los gustos y necesidades de los viajeros, por tanto, sería adecuado analizar el perfil de los turistas procedentes de Alemania para entender su motivación a la hora de visitar Tenerife y ver si la isla ofrece una oferta adecuada a este segmento de mercado.

### 6.3. PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN

Para describir el perfil del turista alemán nos hemos guiado por los datos recogidos en los estudios que se encuentran en la página oficial de Webtenerife y Promotur realizados en 2016 y 2017. En primer lugar, es importante señalar una serie de datos significativos de estos turistas: la edad media es de 48 años, por tanto, podemos decir, que la mayoría de los turistas alemanes que visitan la isla son adultos de entre 46 a 60 años, con un porcentaje de 34,1%; les siguen, con un 23,5%, alemanes de entre 31 a 45 años, y con un 23% los mayores de 60 años, siendo los alemanes más jóvenes, entre 16 y 24 años, los que menos visitan Tenerife. Con respecto a los acompañantes en el viaje, el 65,2% de los turistas alemanes suelen ir acompañados de sus parejas, mientras que el porcentaje de los viajes en familia es mucho menor (10,6%). Cabe destacar, que son turistas fieles al destino, ya que el 51,0% afirma haber visitado Tenerife en otra ocasión (Webtenerife, 2017).

En relación con los lugares de Tenerife donde se alojan los turistas alemanes, podemos observar en la siguiente imagen que el 33,5% se hospeda en Puerto de la Cruz y en el Valle de la Orotava, el 28,2% en Costa Adeje, convirtiéndose estas zonas las favoritas de los alemanes; y con un menor porcentaje se alojan en Las Américas, Arona, Callao Salvaje y Los Cristianos. El tipo de alojamiento que suelen elegir son los apartoteles y los hoteles, sobre todo, hoteles de 4 estrellas (47,9%), seguidos por los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas (17,9%). En menor medida, se alojan en alquileres vacacionales (11,5%) y apartamentos turísticos (9,6%).

**Imagen 1: Principales zonas de alojamiento de turistas alemanes**



Fuente: Cabildo de Tenerife. Elaboración: *Webtenerife*

A la hora de contratar el viaje, lo planifican de la siguiente manera: en lo correspondiente al régimen alimenticio, el 38% se decanta por la opción de media pensión (desayuno y una comida), el 22,6% opta por la opción de todo incluido (desayuno, almuerzo, cena, aperitivos y bebidas), el 22,2% no contrata ninguna pensión alimenticia, un 10,9% solamente desayuno, y tan solo un 1,3% contrata la pensión completa (desayuno, almuerzo y cena). Por otro lado, para la contratación del alojamiento, el 51,6% lo reservan a través de un tour operador y de agencia de viajes, con un uso de oficinas físicas del 39% y de oficinas virtuales del 6,4%; un 5,9% lo reservan directamente con el alojamiento, utilizando las páginas webs de estos y otros portales alojativos. En cuanto a la contratación del vuelo, un 58% lo contrata a través de touroperadores o agencias de viajes, siendo lo más frecuente acudir a su oficina de ventas (42,7%), aunque también utilizan, en menor medida, sus portales webs (9,6%) y un 21% lo contrató directamente con la compañía aérea, principalmente a través de su web (15,1%). Por último, un 19,1% lo contrató a través de otras plataformas o páginas web existentes en el mercado y diferentes de las de tuoperación y agencias de viajes (*Webtenerife*, 2017).

¿Qué hacen los turistas alemanes durante su estancia en Tenerife? Según las estadísticas, el 74,5% practica alguna actividad turística. Entre las actividades deportivas, el senderismo es la que cuenta con una mayor cuota (26%) en comparación con otros deportes como el golf, submarinismo o escalada, las cuales también son practicadas por este tipo de turismo pero con un porcentaje mucho menor; y entre las actividades de ocio destacan, en primer lugar, las visitas a parques temáticos (42%), siendo Loro Parque y Siam Park los más visitados; en segundo lugar, las excursiones relacionadas con la observación de cetáceos (15%); en tercer lugar, subida al Teide en teleférico (13%); en cuarto lugar, los tratamientos de salud (7,6%) realizados principalmente en las instalaciones del alojamiento; en quinto lugar, visitas a museos, conciertos y exposiciones (6,3%) y con un menor porcentaje las actividades relacionadas con la observación de estrellas, de aves, y las fiestas y otros eventos populares (*Webtenerife*, 2017).



El turismo alemán que visitó la isla en 2017 realizó un gasto medio de 1224€ por persona, su gasto en origen se situó en 851€ y su gasto medio en destino fue de 381€. Según IET<sup>3</sup>, el gasto en origen recoge todos los gastos y pagos hechos en el lugar de residencia del turista relacionados con su viaje al destino turístico, mientras que el gasto en destino son todos los gastos y pagos realizados por el turista directamente en el destino (Hosteltur, 2012). El gasto medio diario por persona se situó en 113€, donde 79€ corresponde al gasto en origen y 35€ al gasto en destino. En lo relativo al gasto en destino, la principal partida de gastos son los consumos y compras fuera del alojamiento, donde un 23,2% pertenece al gasto en cafeterías, restaurantes y bares, un 14,5% compete a las compras que no son ni comidas ni bebidas, y el 13% a las compras de comida y bebida (supermercados, licorerías y tiendas alimenticias); también destacan los gastos relativos a los servicios pagados dentro del alojamiento, como los extras alojativos (minibar, restaurante, cafetería...) representando el 10,9%, y el 8,2% concierne al alojamiento pagado en Tenerife. El resto de los gastos en destino corresponde a las actividades de ocio, diversión, cultura y deporte, donde destacan las excursiones (teleférico, observación de estrellas, observación de cetáceos) con un 6,9% y las visitas a parques acuáticos, botánicos y zoológicos con un 5,6%; por último, añadir que un 8,4% pertenece al gasto relativo al alquiler de un coche.

#### 6.4. IMAGEN DE TENERIFE POR PARTE DEL TURISTA ALEMÁN

En este apartado abordaremos una serie de cuestiones en relación con la percepción que tienen los turistas alemanes sobre la isla de Tenerife, qué es lo que les motiva a venir, si se sienten satisfechos tras su visita, cuáles son sus expectativas, si se cumplen y cómo nos valoran.

Las Islas Canarias es uno de los destinos preferidos de los alemanes; alrededor de tres millones de turistas alemanes viajan a las islas cada año para disfrutar de sus vacaciones, siendo Gran Canaria (846.822), Fuerteventura (784.700) y Tenerife (670.472) las más visitadas y, con una menor cifra de visitas, les sigue la isla de Lanzarote con 298.196 alemanes y la isla de La Palma con 81.455 alemanes (Promotur, 2016).

Pero ¿por qué eligen Tenerife? ¿Cuáles son los aspectos que les motivan a venir a nuestra isla? Basándonos en las investigaciones recogidas en la página oficial de *Webtenerife* y realizadas por la entidad de *Turismo de Tenerife* (2017), el buen clima, las playas y la tranquilidad son el principal motivo por el que viajan a Tenerife y también se sienten atraídos por la “estética” de la isla, es decir, por sus paisajes, su belleza, por conocer lugares diferentes. Otro factor importante es la seguridad que tiene la isla, es decir, la ausencia de delincuencia, así como una estabilidad política, las facilidades de traslado, la buena conectividad que existe entre los aeropuertos de la isla con los aeropuertos internacionales, además de los precios, las condiciones y las características de los alojamientos. Otros aspectos que les motiva a visitar Tenerife, aunque en menor medida, son la gastronomía, la cultura, las actividades de ocio y los parques temáticos, así como las actividades deportivas, en especial, el senderismo que cada vez se posicionan mejor. Sin embargo, la razón principal por la que finalmente deciden venir es

---

<sup>3</sup> Instituto de Estudios Turísticos de España

debido a que ya conocían Tenerife por visitas anteriores, por tanto, podemos decir que son turistas muy fieles al destino; otras razones que les impulsan a venir son por recomendación de sus amigos y familiares, por la información que obtienen de Internet o por recomendación de las agencias de viajes.

En lo referente al nivel de satisfacción percibido tras su viaje a Tenerife, se sitúa en 8,6 puntos (en una escala del 1 al 10), por tanto, es un nivel de satisfacción bastante alto donde los aspectos que han valorado más positivamente son la seguridad, el buen trato y la amabilidad por parte de la población local. Sin embargo, las valoraciones más bajas corresponden a factores como el precio, la gastronomía, el comercio y el alojamiento. Atendiendo al cumplimiento de las expectativas de Tenerife, el 57,2% afirma que sus viajes a la isla son mejor de lo que esperaban; sin embargo, para un 9,6% sus vacaciones en Tenerife no han cubierto sus expectativas previas (Webtenerife, 2017).

## **6.5. COMPARACIÓN ENTRE LOS TURISTAS ALEMANES Y OTROS MERCADOS EMISORES**

Basándonos en los datos de Webtenerife (2017), cada año, una gran cantidad de turistas visitan Tenerife, entre ellos, destacan los siguientes mercados: Reino Unido, colocándose en el primer puesto con un porcentaje de 36,3%; en segunda posición, se encuentra el turismo peninsular con un volumen de visitantes del 21,3%; en tercer lugar Alemania, también con un importante peso en número de turistas (11%); les sigue, con un menor volumen de visitantes, Bélgica (3,3%), Holanda (3,2%), Suecia (3,1%), Francia (3%), Italia (2,7%), Rusia (2,4%), Suiza y Austria (2,3%), Finlandia (2,2%), Irlanda (2,1%), Noruega y Dinamarca (1,7%).

Por otro lado, según la facturación del destino<sup>4</sup> y considerando la totalidad del gasto en destino y en origen, la posición de los distintos emisores turísticos es la misma que la del número de turistas que visitan la isla. En primer lugar, Reino Unido con un peso en facturación del 34,9% generando más de la tercera parte de los ingresos del destino, aunque situándose por debajo de la media de visitantes; en segundo lugar, el mercado español, aportando un considerable menor peso en facturación (14,7%) que en volumen de turistas; en tercer lugar, el mercado alemán que, al contrario de los dos mercados anteriores, su peso de facturación (12,5%) es superior a su cuota de turismo, lo que le convierte en un mercado emisor rentable. Esto mismo sucede con el resto de los mercados emisores, a excepción del mercado francés cuya cuota de facturación es inferior a su cuota turística. El mercado ruso, belga, suizo y austriaco, al igual que el alemán, tienen diferencias más acentuadas en su aporte de ingresos relativo a su cuota turística en la isla. Por último, los mercados italiano, holandés e irlandés, equilibran sus cuotas turísticas y sus cuotas de aporte de ingresos.

Como podemos comprobar el turista alemán es uno de los más rentables, pues su aporte en ingresos es superior al de su cuota de turismo; por ello, es importante mantener a este turista, y a ser posible, atraer más turistas alemanes, ya que aporta un gran beneficio económico para la isla.

---

<sup>4</sup> Entendiendo todo el dinero que se ha obtenido por parte del turista alemán (Webtenerife, s.f.).



## 7. EL PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN QUE VISITA TENERIFE

A parte de los datos obtenidos sobre el perfil del turista alemán, mediante el análisis de las estadísticas, queremos obtener información de primera mano para asegurarse de la veracidad de ésta. Para ello, hemos realizado 100 cuestionarios basados en 10 preguntas de respuesta cerrada, algunas de ellas con respuesta múltiple, con el fin de conocer en profundidad el perfil del turista alemán que visita Tenerife. A continuación, se presentan las preguntas y las respuestas obtenidas<sup>5</sup>.

1. La primera pregunta se centraba en la edad del viajero. Como se puede observar en la gráfica, el mayor porcentaje (33%) tiene entre 51 y 60 años, en segundo lugar, le siguen los de edades comprendidas entre 41 y 50 años (27%) y en tercer lugar aquellos entre 61 y 70 años (16%).
2. Seguidamente se les planteó la pregunta de si venían acompañados o si viajaban solos/as. Un 58% contestó que viene con su pareja, un 24% con la familia y un 14% viaja con amigos y un 4% ha venido sin acompañante.
3. La tercera pregunta se centra en el período de tiempo que pasarán en Tenerife. En este caso, la mayoría (66%) viene entre 1 y 7 días; en segundo lugar, se encuentra el período entre 1 y 14 días (26%) y, finalmente, un 8% contestó que se iban a quedar durante más de 14 días.
4. A continuación, se les preguntó a través de qué canales habían conocido la isla de Tenerife. Como se puede observar en la gráfica, la mayoría (39%) la conoce por las visitas previas; un 29% conoce Tenerife a través de las recomendaciones de los familiares o amigos, un 21% a través de los turoperadores y agencias de viajes, un 9% a través de anuncios en Internet y, solamente, un 2% se ha guiado por los anuncios en distintos medios de comunicación como la televisión, radio, prensa, etc.
5. En quinto lugar se les planteó la pregunta de cuáles eran los medios a través de los cuales adquirieron el viaje a Tenerife. El mayor porcentaje corresponde a los turoperadores y, en segundo lugar, se encuentran las páginas web y los metabuscadores que comparten casi la misma posición.
6. Además, se preguntó por la zona donde se alojan durante la estancia en la isla. En este caso, predomina la zona sur (58,4%) sobre la zona norte (25,7%). Asimismo, algunos viajeros (9,9%) van a visitar las dos zonas y un 5% pasará las vacaciones en otras zonas de la isla.
7. La séptima pregunta hace referencia al motivo por el cual se eligió dicha zona para disfrutar de las vacaciones con la intención de saber qué recursos de la isla atraen más a los turistas alemanes. Se trata de una pregunta con respuesta múltiple, puesto que puede haber varios recursos que les interese a los viajeros, es decir, que no solo vengan a Tenerife por un recurso en concreto, sino por varios. La mayoría de los turistas ha respondido más de una opción, por esta razón, la suma total de los porcentajes es superior al 100%, donde vemos que el principal recurso es el clima y el sol (65,3%), al que siguen los paisajes (47,5%), playas (43,6%) y tranquilidad y relajación (42,6%). Con un menor

---

<sup>5</sup> Para más información ver Anexo II



porcentaje se encuentran visitar nuevos lugares (34,7%), los deportes (31,7%), oferta de la isla de Tenerife (27,7%) y el precio (17,8%). En el tercer grupo de los motivos se incluyen la facilidad de

transporte y otros motivos propios del viajero (ambos 7,9%), seguridad (5%) y la calidad del entorno (2%).

8. Con el objetivo de crear una propuesta relacionada con la gastronomía canaria, decidimos preguntar a los turistas alemanes si les interesa la oferta gastronómica de Tenerife. En este caso, un 88% ha contestado afirmativamente mostrando su interés por la gastronomía.

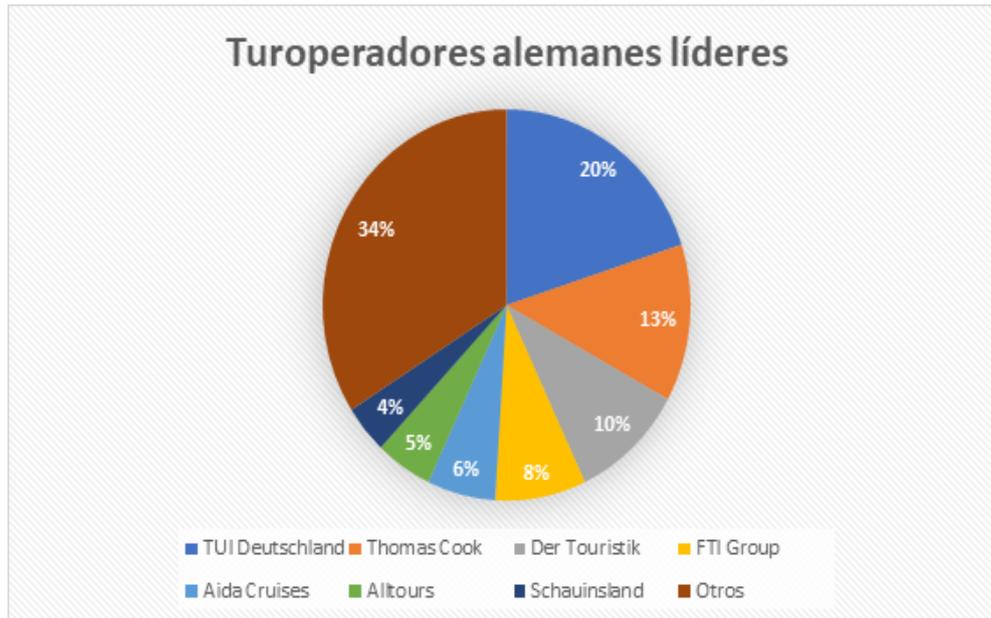
9. Asimismo, consideramos que la oferta cultural (visitas a pueblos con arquitectura típica canaria, conocimiento de la historia y cultura canaria a través de la observación de objetos y productos típicos y de las explicaciones sobre las tradiciones o historias canarias) es un punto fuerte que ofrece Tenerife, por tanto, decidimos preguntar si hay interés en dicha oferta y, concretamente, un 79% ha mostrado interés en la cultura de Tenerife.

Tras analizar los datos obtenidos, la mayoría de los alemanes vienen a Tenerife en pareja, son de edades comprendidas entre los 41 y 60 años y suelen pasar entre 1 y 7 días en la isla. En cuanto a los canales informativos por los cuales conocen Tenerife, muchos de ellos lo conocían por anteriores visitas, pero no son menos importantes las recomendaciones de familiares y amigos, así como, la publicidad que hacen los turoperadores y las agencias de viajes. Cabe mencionar que la mayoría de los alemanes compran los viajes a Tenerife a través de los turoperadores y que la principal zona de la isla que visitan es la zona sur. Es relevante conocer los motivos por los cuales se elige una zona concreta, ya que nos permitirá entender qué aspectos de la isla son importantes para los alemanes. En dicha investigación se ha descubierto que los 4 motivos más destacados son (1) el clima y el sol, (2) las playas, (3) la naturaleza y los paisajes y, por último, (4) la calma, tranquilidad y relajación. Además, es importante resaltar que los alemanes tienen un gran interés por conocer la gastronomía y la cultura canaria.

## **8. ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN DE TENERIFE EN ALEMANIA**

Como se ha comentado anteriormente, un 51,6% de los alemanes contratan sus viajes a través de los turoperadores y agencias de viajes. Por consiguiente, es importante analizar cómo se promociona la isla de Tenerife a través de los turoperadores alemanes, es decir, las zonas de la isla que más se promocionan, los precios, los lugares y los atractivos turísticos a visitar que ofrecen sus páginas web, etc. Según el *Informe sobre Mercado Turístico Alemán (2017)* de Turismo y Planificación Costa del Sol, los turoperadores líderes que operan en Alemania en cuanto a los viajes a toda España son los siguientes: TUI Deutschland (20% de liderazgo sobre todos los demás touroperadores del mercado), Thomas Cook (13%), Der Touristik (10%), FTI Group (8%), Aida Cruises (6%), Alltours (5%), Schauinsland (4%), siendo el 34% restante otros turoperadores de menor importancia, como podemos observar a continuación:

**Gráfico 1. Turoperadores alemanes líderes en el mercado**



Fuente: Informe sobre Mercado Turístico Alemán (2017) de Turismo y Planificación de Costa del Sol.  
Elaboración: Propia

Al analizar las estadísticas de Webtenerife sobre el mercado turístico alemán en Tenerife<sup>6</sup>, el gran porcentaje de turistas alemanes eligen la zona sur de la isla para pasar sus vacaciones (Costa Adeje, Playa de Las Américas, Los Cristianos, Callao Salvaje, etc.). Esto se debe a que el principal motivo por el que visitan la isla de Tenerife, como ya hemos reflejado, son el sol y la playa, y el sur de la isla es la zona más idónea para ello. No obstante, el segundo motivo es la naturaleza y el deporte, para lo cual, la zona norte es el mejor lugar de la isla, lo que se refleja en el porcentaje de los turistas que se decantan por La Orotava y el Puerto de la Cruz.

Al analizar la oferta de los turoperadores líderes anteriormente mencionados, los dos turoperadores con el mayor porcentaje de liderazgo en el mercado, es decir, TUI Deutschland y Thomas Cook, basan su oferta alojativa en la zona sur de Tenerife, concretamente, en Costa Adeje, mientras que, el resto de los turoperadores del mercado se decantan por ofrecer, en mayor medida, el norte de la isla. Pero, al ser TUI y Thomas Cook los turoperadores más populares, podemos concluir que por esta razón y por el principal motivo de visitar Tenerife, es decir, para disfrutar de sol y playa, la mayoría de los visitantes alemanes se alojan en la zona sur. Además, es importante mencionar que, en todas las páginas web de los turoperadores analizados, el alojamiento del mismo tipo y categoría en el sur con la misma categoría es casi 100€ más caro que en el norte.

En cuanto a la descripción de Tenerife que ofrecen dichas páginas web, debemos destacar que es escasa, ya que tiene poca información sobre el lugar y, además, se ofertan fundamentalmente los atractivos turísticos del norte de la isla. Respecto a otras páginas web (*Skyscanner, Reisen Exklusiv,*

<sup>6</sup> Ver apartado 6.3.

etc.), foros de discusión (*Holiday Check, Forum Teneriffa, etc.*) y blogs de viajes (*Wimdu, Teneriffa News, Teneriffa Live, etc.*), entre otros, donde los internautas comentan acerca los lugares de interés y distintas actividades que ofrece Tenerife, la gran mayoría son del área norte de la isla como, por ejemplo, Masca, Punta de Teno, Anaga, La Orotava, el Monte de las Mercedes, Teide, etc. De tal manera que se recomienda poco el sur de la isla, a excepción de sus playas.

Por lo tanto, a pesar de que se promociona más en distintos canales el norte de Tenerife, los turistas alemanes prefieren el sur (Webtenerife,2017). Esta idea se fundamenta en que los dos principales turoperadores promocionan mejor el sur de la isla que el norte, motivo por el cual la mayoría de los turistas vienen de vacaciones al sur de Tenerife. Por consiguiente, consideramos necesario aumentar el número de turistas alemanes en la zona norte, ya que, también, ofrece atractivos para este mercado emisor como, por ejemplo, las playas, senderos, actividades deportivas, lugares naturales excepcionales, gastronomía y cultura.

## 9. COMPARACIÓN DEL TURISMO ALEMÁN ENTRE LA ZONA SUR Y LA ZONA NORTE DE TENERIFE

A continuación, se presentan los datos referentes a las llegadas de los alemanes a las dos zonas de Tenerife analizadas en el presente trabajo (ISTAC, 2010 – 2017), donde en primer lugar, analizaremos la variación interanual del número de turistas alemanes de cada zona.

Si observamos los datos de la tabla que representa el número de turistas de procedencia alemana que visitó Tenerife desde el año 2010 al 2017, concretamente, Arona y Adeje (zona sur de la isla), podemos afirmar que un mayor número de alemanes elige Adeje antes que Arona, para pasar sus vacaciones. La tasa de variación nos indica que el número de turistas alemanes no suele variar mucho cada año, hay una ligera disminución de un año a otro, a excepción del año 2016 donde se observa un aumento considerable de turistas alemanes, como se refleja en las siguientes gráficas:

**Tabla 3. Turistas alemanes en zona sur (Arona y Adeje) y su tasa de variación**

| Año  | Nº turistas alemanes en Adeje | Nº turistas alemanes en Arona | Total turistas alemanes en sur | Variación porcentual |
|------|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|----------------------|
| 2010 | 167.711                       | 49.451                        | 217162                         | 0%                   |
| 2011 | 195.862                       | 59.491                        | 255353                         | 18%                  |
| 2012 | 180.170                       | 66.857                        | 247027                         | -3%                  |
| 2013 | 177.059                       | 57.904                        | 234963                         | -5%                  |
| 2014 | 177.968                       | 53.585                        | 231553                         | -1%                  |
| 2015 | 168.157                       | 60.337                        | 228494                         | -1%                  |
| 2016 | 208.449                       | 70.285                        | 278734                         | 22%                  |
| 2017 | 204.032                       | 70.380                        | 274412                         | -2%                  |

Fuente: Instituto Canario de Estadísticas (ISTAC) Elaboración: Propia

En cuanto al número de turistas alemanes que visita Tenerife, pero en la zona norte de la isla, únicamente Puerto de la Cruz, destaca que cada año el número de turistas aumenta, sobre todo, en el año 2016 con un 21% más de turistas alemanes y en el año 2017 se observa la cifra más alta de visitas:

**Tabla 4. Turistas alemanes en zona norte (Puerto de la Cruz) y su tasa de variación**

| Año  | Nº turistas alemanes en Puerto de la Cruz | Variación porcentual % |
|------|-------------------------------------------|------------------------|
| 2010 | 110.313                                   | 0%                     |
| 2011 | 121.007                                   | 10%                    |
| 2012 | 142.679                                   | 18%                    |
| 2013 | 138.995                                   | -3%                    |
| 2014 | 145.140                                   | 4%                     |
| 2015 | 156.301                                   | 8%                     |
| 2016 | 189.504                                   | 21%                    |
| 2017 | 195.713                                   | 3%                     |

Fuente: Instituto Canario de Estadísticas (ISTAC) Elaboración: Propia

En cuanto a la comparación entre las zonas norte y sur, observamos una leve diferencia entre ambas, ya que a partir del año 2013 la diferencia de visitantes procedentes de Alemania entre las dos zonas no llega a los 100.000 turistas, donde los años 2016 y 2017 son los que menos diferencia muestran.

En conclusión, al no observar diferencias elevadas de las llegadas de los alemanes entre ambas zonas investigadas, se puede afirmar que este segmento de turistas se decanta de forma similar por ambas zonas para pasar las vacaciones. Por consiguiente, las dos zonas - norte y sur, son importantes para crear un producto adecuado para aumentar el turismo alemán en la isla.

## 10. TURISMO GASTRONÓMICO EN TENERIFE

### 10.1. ¿QUÉ ES EL TURISMO GASTRONÓMICO?

El turismo gastronómico se define como una forma diferente de hacer turismo, donde la gastronomía del país visitado es el principal motivo del viaje, es decir, es una manera distinta de conocer el lugar que se visita, basada en las manifestaciones de la cultura culinaria de cada país y está dirigido no solo a las personas que les gusta comer o que se dedican a la cocina, sino también a aquellas personas que están dispuestas a probar cosas nuevas y explorar nuevos sabores. Las actividades del turismo gastronómico no se concentran únicamente en visitar restaurantes, sino también abarca actividades como la preparación de la comida típica, visitar mercados y tiendas de productos alimenticios locales, casas de lugareños, participar en fiestas locales, etc. (Labella, 2008).

Por tanto, el turismo gastronómico se basa en un concepto de conocer y aprender, comer, degustar y disfrutar de la cultura gastronómica identificada con un territorio (OMT, 2019). De esta manera, la gastronomía está ligada al turismo cultural, ya que se convirtió en un elemento imprescindible para conocer la cultura y el modo de vivir de un territorio (Webtenerife, 2018).

El turismo gastronómico es uno de los segmentos emergentes más importantes del sector turístico, debido a su gran demanda. El viaje, la degustación y la cultura se unen creando una nueva forma de viajar, la cual resulta ser una importante tendencia del mercado. Además, actividades como visitar

bodegas, conociendo su cultura mientras se catan vinos y se prueban los alimentos típicos de la zona, se ha convertido en una forma de viajar que atrae a un gran número de turistas y es que España se muestra como un destino líder en el turismo gastronómico, debido a su rica y variada comida tradicional (Excelenciasgourmet, 2018).

## **10.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO GASTRONÓMICO EN TENERIFE**

Aunque la gastronomía no sea el principal recurso turístico de Canarias y tampoco el motivo principal por el que los viajeros deciden visitar las islas, este producto realmente está dando resultados muy positivos, ya que los visitantes han valorado con una elevada puntuación su experiencia culinaria en el archipiélago (Hosteltur, 2018).

Tenerife cuenta con una gran oferta gastronómica, ya que se puede disfrutar tanto de los mejores platos tradicionales, así como degustar la cocina más moderna, “fruto de la fusión de la creatividad y la tradición gastronómica, en los restaurantes más vanguardistas de la isla” (Tenerife, 2019). Por ello, el Cabildo está impulsando nuevos planes relacionados con la gastronomía y el turismo de Tenerife, cuyo objetivo es crear una estrategia para mejorar el sector gastronómico, ya que se ha convertido en un elemento indispensable para conocer la cultura y el modo de vida de un territorio y, además, es una oportunidad para diversificar el turismo e impulsar el desarrollo económico local (Europapress, 2018).

Actualmente, en Tenerife existen una serie de rutas gastronómicas ofrecidas a través de distintas páginas web como, por ejemplo, *TripAdvisor*, *Webtenerife*, *Cantour.es*, etc. En la página oficial del turismo de Tenerife (*Webtenerife*), en el apartado “*Qué hacer*”, “*Comer y beber*” vemos una variedad de opciones de bodegas, guachinches y restaurantes a elegir, así como una explicación sobre los productos canarios, platos típicos y vinos.

En cuanto a los vinos, el enoturismo (o turismo de vino) también está presente en Tenerife, ya que en la isla se encuentra una gran cantidad de bodegas que cultivan y elaboran su propio vino. La variedad de la oferta de dichas excursiones y rutas, tanto de vino como de gastronomía en general, es escasa hoy en día y no está muy promocionada en comparación con otro tipo de excursiones.

## **10.3. ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS ALEMANES EN TENERIFE**

No cabe duda de que la gastronomía canaria es un pilar fundamental para el turismo en la isla de Tenerife y, en concreto, el turista alemán también considera que este recurso es uno de los motivos más importantes por los que visita Canarias, como podemos observar en los datos que se reflejan a continuación:

**Tabla 5. Actividades realizadas por los turistas alemanes en Tenerife**

|                                                  | 2018      |
|--------------------------------------------------|-----------|
| Playa                                            |           |
| Alemania                                         | 2.189.843 |
| Piscina, instalaciones del hotel                 |           |
| Alemania                                         | 1.154.281 |
| Pasear, callejear                                |           |
| Alemania                                         | 1.506.465 |
| Recorrer la isla por su cuenta                   |           |
| Alemania                                         | 1.432.478 |
| Excursiones organizadas                          |           |
| Alemania                                         | 549.185   |
| Excursiones marítimas / observación de cetáceos  |           |
| Alemania                                         | 329.472   |
| Observación astronómica                          |           |
| Alemania                                         | 127.209   |
| Museos, exposiciones, centros culturales         |           |
| Alemania                                         | 302.203   |
| Bodegas, mercadillos, fiestas populares          |           |
| Alemania                                         | 339.733   |
| Degustar gastronomía canaria o productos locales |           |
| Alemania                                         | 846.587   |
| Parques de ocio o de atracciones                 |           |
| Alemania                                         | 391.909   |
| Ocio nocturno, conciertos, espectáculos          |           |
| Alemania                                         | 257.717   |
| Tratamiento de belleza y salud                   |           |
| Alemania                                         | 126.933   |
| Actividades deportivas                           |           |
| Alemania                                         | 498.767   |
| Actividades de naturaleza                        |           |
| Alemania                                         | 390.462   |
| Actividades en el mar                            |           |
| Alemania                                         | 411.906   |

Fuente: Instituto Canario de Estadísticas (ISTAC)

En esta tabla podemos apreciar que los turistas alemanes suelen ir a la playa, estar en el hotel, pasear o recorrer la isla durante sus vacaciones en Tenerife. Sin embargo, la actividad que se encuentra en quinto lugar es la degustación de la gastronomía canaria o productos locales y ya son 846.587 los turistas alemanes que disfrutaron de esta experiencia en el 2018. Este hecho demuestra el interés del turista alemán por la gastronomía canaria y, con una oferta gastronómica adecuada, se podría aumentar la satisfacción respecto al destino de los visitantes procedentes de Alemania y, además, atraer a más turistas.

## 11. TOUR GASTRONÓMICO POR LA ISLA DE TENERIFE

Presentamos, a continuación, una propuesta con el objetivo de potenciar el “gastroturismo” en la isla de Tenerife, puesto que, como ya hemos comentado anteriormente, es un tipo de turismo de gran potencial tanto para el mercado turístico alemán como para todos los demás mercados. Además, este tipo de turismo transformaría, en parte, la imagen de Tenerife no solo como un destino de sol y playa, sino que le daría una imagen más moderna, innovadora y con una oferta turística variada. Este cambio de imagen atraería, probablemente, una mayor cantidad de turistas alemanes, ya que abarca nuevos segmentos del mercado.



La propuesta se concreta en una excursión basada en la gastronomía canaria y autóctona de la isla de Tenerife. Se puede realizar la excursión desde cualquier punto de la isla y abarcará tanto la zona sur como norte, puesto que, en base a la investigación realizada en el presente trabajo, hemos concluido que las dos zonas son relevantes para los turistas alemanes.

Los lugares a visitar: *Finca Las Margaritas*, *Guachinche Los Gómez*, *Bodegas Monje* los hemos elegido, ya que se promocionan a través de la página oficial de turismo de Tenerife - *Webtenerife*, en la sección "Qué visitar en Tenerife". Además de ser lugares conocidos y con buenas recomendaciones de parte de otros viajeros y lugareños. En cuanto a La Orotava, dónde harán una ruta a pie, ésta destaca por la elevada cantidad de recursos de alto valor histórico que representan la cultura canaria, que serán de gran interés para los excursionistas.

La excursión empezará a las 8:00 p.m. para los turistas que se alojan en el norte de la isla y a las 9:00 p.m. para aquellos que están en el sur. Los excursionistas serán recogidos en el punto de encuentro más cercano a su alojamiento y trasladados a la primera parada de la ruta en una guagua. Los grupos no deben superar las 15 personas para que el guía turístico, que los va a acompañar durante todo el viaje y que hablará alemán, pueda atenderles mejor.

Los excursionistas llegarán a la *Finca Las Margaritas* en Las Galletas a las 10:00 p.m., aproximadamente, donde empezarán la ruta gastronómica. Una vez allí, los guías de la finca explicarán la naturaleza y la cultura del plátano, la historia y la importancia de su cultivo en Tenerife y, específicamente, en el municipio de Arona. Los turistas realizarán un recorrido y al final del mismo se hará un descanso con la degustación de los plátanos y productos complementarios, así como se hará una demostración de elaboración de forma tradicional del gofio<sup>7</sup>. La primera visita acabará en torno a las 11:00 p.m. y, a continuación, los turistas dispondrán de media hora más para preguntar dudas, hacerse fotos y adquirir productos en la tienda de la finca.

---

<sup>7</sup> Se trata de uno de los pilares de la alimentación en Canarias, considerada seña de su identidad, por ser heredado de los guanches. Consiste en harina de cereales tostados, de la cual existen diferentes variedades. Se usa en diferentes platos típicos canarios como el escaldón de gofio, mousse de gofio, turrón de gofio, etc. (Fuente: <https://www.webtenerife.com/tenerife/gastronomia/productos/el+gofio.htm>).

**Imagen 2: Finca Las Margaritas**



Fuente: Canarias Convida (<https://canariasconvida.com/item/las-margaritas/>)

A las 11:30 p.m. los turistas subirán a la guagua en dirección a la siguiente parada, *Guachinche Los Gómez* en La Orotava, donde almorzarán. Después de, aproximadamente, una hora y media de camino llegarán al guachinche (en torno a las 13:00).

**Imagen 3: Guachinche Los Gómez**



Fuente: Guachincheando (<http://guachincheando.blogspot.com/2010/02/los-gomez.html>)

Los guachinches empezaron abriéndose en el garaje o en alguna de las habitaciones de las casas de campo de los agricultores y bodegueros cuyas esposas preparaban tapas de comida casera cuando organizaban reuniones de amigos, junto a un buen vaso de vino de cosecha propia. Actualmente, un



verdadero guachinche sigue siendo una casa particular donde sirven cuatro o cinco platos de comida tradicional canaria, vino del país y agua (Kilómetrosquecuentan, 2016).

Una vez en el *Guachinche Los Gómez*, el guía turístico les informará sobre la historia del guachinche y los turistas podrán acceder a un “buffet” con cuatro comidas típicas canarias, vino y agua. Además, el guía turístico les explicará cómo cocinar estos platos y cuáles son los productos típicos que se usan para su cocción. Se trata, en primer lugar, del escaldón, cuyo principal ingrediente es el gofio, cubierto por el famoso mojo rojo canario que es una salsa típica hecha principalmente de pimiento (Tenerife, 2014):

**Imagen 4: Escaldón**



Fuente: <https://cookpad.com/es/recetas/496410-escaldon-de-gofio>

en segundo lugar, ropa vieja, otra comida muy típica que consiste en un guiso de garbanzos, carne, y papas:

**Imagen 5: Ropa vieja**



Fuente: <https://unareceta.com/ropa-vieja-canaria/>

en tercer lugar, carne fiesta, elaborada con carne de cerdo y acompañado de papas arrugadas (se denominan así ya que tienen una forma diferente de cocinar las papas, consiste en hervirlas sin pelar y añadiendo mucha sal) o fritas:

**Imagen 6: Carne fiesta**



Fuente: <https://gastrocanarias.com>

por último, huevos estrellados hecho de papas fritas, huevos y el chorizo tradicional canario conocido como chorizo de Teror:

**Imagen 7: Huevos estrellados**



Fuente: [https://www.tripadvisor.es/Tenerife\\_Canary\\_Islands.html](https://www.tripadvisor.es/Tenerife_Canary_Islands.html)

Una vez que los excursionistas hayan disfrutado de la comida tradicional, se dirigirán a la villa de La Orotava, al casco histórico, para conocer los edificios de arquitectura canaria más importantes de la zona. El guía turístico los acompañará y les irá explicando los detalles históricos y culturales de cada monumento para que los visitantes puedan aprender más sobre la cultura local. Caminarán por la calle *Tomás Zerolo* hasta llegar a la primera parada *Iglesia de Nuestra Señora de la Concepción*, una muestra del barroco que destaca por su cúpula inspirada en la catedral de Florencia (Italia), además puede ser divisada desde diferentes puntos de La Orotava; aquellos turistas que lo deseen, tendrán también la oportunidad de visitar la iglesia por dentro.

**Imagen 8: Iglesia de Nuestra Señora de la Concepción**



Fuente: <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/rotava/lugares-interes/iglesia-concepcion.htm>

En torno a las 15:15 p.m. llegarán a la segunda parada, *Casa Lercaro* (a dos minutos a pie de la iglesia):

**Imagen 9: Casa Lercaro**



Fuentes: <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/rotava/lugares-interes/casa-lercaro.htm>

Se trata de una casa que perteneció a una familia noble y destaca por su clásica construcción arquitectónica; al llegar al patio principal, disfrutarán de un barraquito<sup>8</sup> en la cafetería junto a unas espectaculares vistas de La Orotava:

---

<sup>8</sup> Se trata de una bebida de café muy popular en Canarias cuyos ingredientes son: leche condensada, café, leche natural, licor 43, canela y corteza de limón (Fuente: <https://www.webtenerife.com/elblog/2013/02/barraquito-receta/>).

**Imagen 10: Barraquito**



Fuente: <https://www.atlasobscura.com/foods/barraquito>

A las 16:00 p.m. llegarán a la *Casa del Turista*; se trata de una tienda de souvenirs donde los excursionistas encontrarán los trajes típicos de las Islas Canarias, objetos de barro elaborados por artesanos locales, productos agroalimentarios típicos, etc. En las cercanías de la *Casa del Turista* se encuentra la *Casa de los Balcones*, que destaca por sus balcones y patio interior como muestra auténtica de la arquitectura tradicional canaria:

**Imagen 11: La Casa de los Balcones**



Fuentes: <https://sobrecanarias.com/2010/08/25/la-casa-de-los-balcones-la-orotava/>

Para ir finalizando con la ruta, a las 16:30 se dirigirán al Ayuntamiento de La Orotava, edificio destacado del municipio por su color rosa y la plaza que le rodea:

**Imagen 12: Ayuntamiento de La Orotava**



Fuente: <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/orotava/lugares-interes/ayuntamiento.htm>

Por último, visitarán la *Plaza de la Constitución*, donde encontrarán la Iglesia de San Agustín, un edificio con una mezcla de estilos arquitectónicos entre mudéjar, neoclásico y barroco:

**Imagen 13: Iglesia de San Agustín**



Fuente:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Iglesia de San Agust%C3%ADn, La Orotava, Tenerife, Canarias, Espa%C3%B1a.JPG](https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Iglesia_de_San_Agust%C3%ADn,_La_Orotava,_Tenerife,_Canarias,_Espa%C3%B1a.JPG)

A las 16:45 se dirigirán hacia *Bodegas Monje* ubicadas en El Sauzal; se trata de una bodega muy conocida en la isla por sus tradicionales vinos elaborados por ellos mismos. Los turistas descubrirán la tradición vitivinícola canaria a través de sus paisajes con vistas a los viñedos, gastronomía y cultura; además, les explicarán cómo elaboran el vino y tendrán la oportunidad de disfrutar de una cata de diferentes vinos (tintos, rosados, y blancos) y de degustar los quesos canarios (queso blanco fresco de cabra de Tenerife, queso de cabra ahumado de La Palma, queso semicurado de cabra de pimentón de Fuerteventura y queso curado de cabra-oveja de Gran Canaria):

**Imagen 14: Bodegas Monje**



Fuente: <https://www.webtenerife.com/que-hacer/comer-y-beber/bodegas/bodegas+monje.htm>

Tras haber disfrutado de un día conociendo diferentes lugares de la isla, degustando la gastronomía canaria y acercando al turista a su cultura, la excursión llegará a su fin a las 19:00 con el traslado de los turistas a sus respectivos hoteles. Esta excursión va destinada a los turistas alemanes, ya que, basándonos en nuestras investigaciones, la cultura y la gastronomía es algo que les interesa de Tenerife, por ello, hemos decidido hacer una excursión enfocada en estos dos aspectos.

Para dar a conocer esta excursión consideramos necesario que los turoperadores alemanes la incluyan en su oferta de productos turísticos en Tenerife, ya que, como pudimos comprobar, los alemanes organizan sus viajes a la isla, en su mayoría, a través de los turoperadores. También, sería necesario promocionarla a través de las páginas de Webtenerife y Promotur, puesto que son las fuentes oficiales del turismo de Tenerife.

## **12. CONCLUSIONES**

Tras haber realizado una investigación profunda sobre el turista alemán de Tenerife, hemos llegado a las siguientes conclusiones.

En primer lugar, hay que mencionar que el mercado emisor alemán es importante por varias razones. Una vez analizada su evolución a través de las fuentes bibliográficas, descubrimos que fue uno de los primeros que visitó la isla de Tenerife. Además, los visitantes alemanes vieron un potencial turístico elevado en la isla y participaron en su transformación y adaptación al recibimiento de los turistas con la construcción de hoteles y sanatorios.

Tras haber realizado una comparación con otros mercados emisores, hallamos que el visitante alemán deja mucho dinero en la isla y, por consiguiente, es relevante mantener y aumentar la cuantía de este mercado, dado que es beneficioso para la economía de la isla. Haciendo referencia al perfil del turista alemán, cabe destacar que los alemanes son turistas fieles al destino, puesto que muchos visitan la isla nuevamente. Esto se debe a que Tenerife tiene muchos factores (buen clima, seguridad, paisajes) que atraen a este tipo de turista y más de la mitad del total de las llegadas están satisfechos con el destino.



Los resultados sacados gracias a la Tasa de Variación Porcentual utilizada en el presente trabajo para calcular la variación interanual de las llegadas de este mercado a Tenerife demuestran que la cantidad de estas crece un poco cada año.

Asimismo, debido a las encuestas que realizamos para indagar aún más en el perfil del turista alemán, pudimos averiguar que el turista alemán tiene bastante interés por conocer la gastronomía y la cultura local. Si bien es cierto que existe una oferta gastronómica en Tenerife, realmente no está lo suficientemente explotada, pero si se realizara una buena promoción y se ampliará la oferta, podría aumentar el número de turistas alemanes y obtener mayores beneficios económicos. Por esta razón, decidimos enfocar nuestra propuesta en una excursión gastronómica, puesto que Canarias es rica en gastronomía y se puede sacar provecho para el turismo.

Con la excursión propuesta abordaremos un segmento de mercado nuevo y poco explotado en la isla, concretamente el del turismo gastronómico, aumentando, de esta manera, el número de turistas alemanes y diversificando la oferta turística de Tenerife.

### 13. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

#### 13.1 BIBLIOGRAFÍA

- González Lemus, N. (2010). *La expedición alemana de 1910 a las Cañadas del Teide. Turismo de salud y clima de montaña*, La Orotava: Ayto. La Orotava.
- (2008). *La mirada inacabada. Naturaleza y sociedad canaria vistas por viajeros alemanes (desde Humboldt a Pannwitz)*, La Orotava: Ayto. La Orotava.
- (2007). *Clima y medicina. Los orígenes del turismo en Canarias*, España: Ediciones IDEA.
- Hernández Socas, E./Tabares Plasencia, E. (2008). *Viajeras de lengua alemana en Canarias en el marco de la literatura de viajes femenina*, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y Universidad de Leipzig.
- Sarmiento Pérez, M. (2005). *Las Islas Canarias en los textos alemanes (1494-1865)*, Las Palmas de Gran Canaria: Anroart Ediciones.

#### 13.2 WEBGRAFIA

- Europapress. (2018). *Tenerife busca consolidarse como destino líder gastronómico con una nueva estrategia*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/islas-canarias/noticia-tenerife-busca-consolidarse-destino-lider-gastronomico-nueva-estrategia-20180129124120.htm> (fecha de consulta: 18/08/2019).
- Excelencias Gourmet. (2018). *Turismo gastronómico español en crecimiento*. Recuperado de: <https://www.excelenciasgourmet.com/es/turismo-gastronomico/turismo-gastronomico-espanol-en-crecimiento> (fecha de consulta: 18/08/2019).
- GEVIC. (s.f.). *Situación y descripción paisajística de Tenerife*. Recuperado de: [https://www.gevic.net/info/contenidos/mostrar\\_contenidos.php?idcat=36&idcap=58&idcon=329](https://www.gevic.net/info/contenidos/mostrar_contenidos.php?idcat=36&idcap=58&idcon=329) (fecha de consulta: 5/06/2019).
- Hosteltur. (2017). *El turismo supone ya el 34% de la economía de Canarias*. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/124195\\_turismo-supone-ya-34-economia-canarias.html](https://www.hosteltur.com/124195_turismo-supone-ya-34-economia-canarias.html) (fecha de consulta: 27/05/2019).



- (2012). *¿Engañamos a nuestros lectores con las cifras de turistas y de gasto turístico?*. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/194070\\_enganamos-nuestros-lectores-cifras-turistas-gasto-turistico.html](https://www.hosteltur.com/194070_enganamos-nuestros-lectores-cifras-turistas-gasto-turistico.html) (fecha de consulta: 28/05/2019).
- (2018). *La gastronomía gana terreno en la experiencia del turista en Canarias*. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/128245\\_gastronomia-gana-terreno-experiencia-turista-canarias.html](https://www.hosteltur.com/128245_gastronomia-gana-terreno-experiencia-turista-canarias.html) (fecha de consulta: 18/08/2019).
- (2019). *Mercado alemán el que más gasta y más tiempo permanece*. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/127079\\_el-mercado-aleman-es-el-que-mas-gasta-y-mas-tiempo-permanece-en-canarias.html](https://www.hosteltur.com/127079_el-mercado-aleman-es-el-que-mas-gasta-y-mas-tiempo-permanece-en-canarias.html) (fecha de consulta: 25/04/2019).
- Kilómetros que cuentan. (2016). *Ruta gastronómica por Tenerife: nos vamos de guachinches*. Recuperado de: <http://kilometrosquecuentan.com/ruta-gastronomica-tenerife/> (fecha de consulta: 17/08/2019).
- La Gaveta Voladora. (2018). *Visitar La Orotava, ruta a pie y paradas recomendadas*. Recuperado de: <https://lagavetavoladora.com/visitar-la-orotava-ruta-recomendada/> (fecha de consulta: 20/08/2019).
- Nicolás González Lemus (2007), *Historia del turismo en Canarias (orígenes)*. Recuperado de: <http://www.revistacanarii.com/canarii/7/el-turismo-en-canarias-sus-origenes> (fecha de consulta: 22/06/2019)
- Organización Mundial del Turismo/Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420995> (fecha de consulta: 18/08/2019).
- TripAdvisor. *Excursión a Bodegas Monje de Tenerife con catas de vinos y quesos*. Recuperado de: [https://www.tripadvisor.es/AttractionProductReview-g187482-d12845501-Tenerife\\_Bodegas\\_Monje\\_Winery\\_Tour\\_with\\_Wine\\_and\\_Cheese\\_Tastings-Santa\\_Cruz\\_de\\_Ten.html](https://www.tripadvisor.es/AttractionProductReview-g187482-d12845501-Tenerife_Bodegas_Monje_Winery_Tour_with_Wine_and_Cheese_Tastings-Santa_Cruz_de_Ten.html) y <https://bodegasmonje.com/catas-degustaciones/degustaciones/> (fecha de consulta: 23/08/2019).
- (s.f.) *Guachinche Los Gómez*. Recuperado de: [https://www.tripadvisor.es/Restaurant\\_Review-g315920-d3218988-Reviews-Los\\_Gomez-La\\_Orotava\\_Tenerife\\_Canary\\_Islands.html](https://www.tripadvisor.es/Restaurant_Review-g315920-d3218988-Reviews-Los_Gomez-La_Orotava_Tenerife_Canary_Islands.html) (fecha de consulta: 21/08/2019).
- Turismo de Islas Canarias (Promotur). (2016). *Datos del perfil del turista alemán que visita las Islas Canarias*. Recuperado de: [https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur\\_alemania\\_2016.pdf](https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_alemania_2016.pdf) (fecha de consulta: 22/06/2019).
- Turismo del Cabildo de Tenerife. *Gastronomía*. (s.f.) Recuperado de: <https://www.tenerife.es/portalcabte/es/descubre-tenerife/gastronomia/56/597> (fecha de consulta: 17/08/2019).
- Turismo y Planificación Costa del Sol. (2018). *Informe sobre el Mercado Turístico Alemán*. Recuperado de: <file:///C:/Users/client/Downloads/TFG/Informe%20Mercado%20Alem%C3%A1n.pdf> (fecha de consulta: 3/06/2019).
- Vix. (2008). *¿Qué es el turismo gastronómico?*. Recuperado de: <https://www.vix.com/es/imj/mundo/2008/11/20/turismo-gastronomico> (fecha de consulta: 18/08/2019).
- Webtenerife. (2019). *Turismo en cifras Alemania 2018*. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/investigacion/nuestros-mercados/turismo-en-cifras/?page-index=61&filter-year=2018> (fecha de consulta: 20/06/2019).
- (2018). *Plan director de gastronomía y turismo de Tenerife*. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/es/corporativa/que-hacemos/actuaciones-destino/gastronomia/documents/plan%20director%20de%20turismo%20y%20gastronom%C3%ADa%20de%20tenerife.pdf> (fecha de consulta: 25/08/2019).

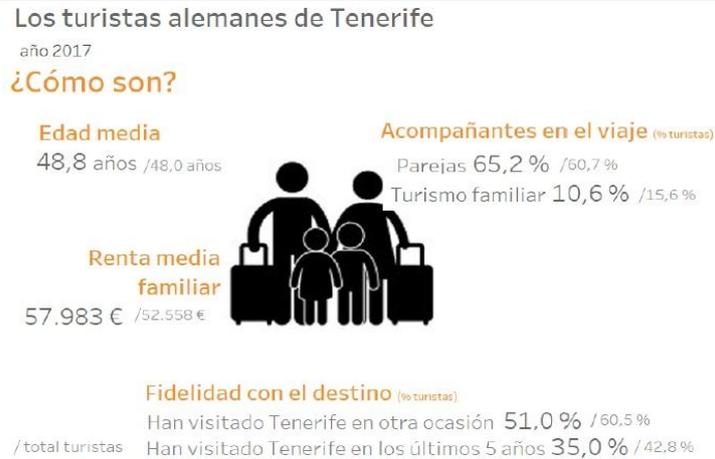


- (2017). *Datos de los turistas alemanes de Tenerife*. Recuperado de: [https://www.webtenerife.com/es/investigacion/nuestros-mercados/el-turista-de-tenerife-segun-mercados/documents/los%20turistas%20alemanes%20de%20tenerife%202017%20\(imp\).pdf](https://www.webtenerife.com/es/investigacion/nuestros-mercados/el-turista-de-tenerife-segun-mercados/documents/los%20turistas%20alemanes%20de%20tenerife%202017%20(imp).pdf) (fecha de consulta: 22/06/2019).
- (2017). *Turismo en cifras Alemania 2016*. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/investigacion/nuestros-mercados/turismo-en-cifras/?page-index=61&filter-year=2016> (fecha de consulta: 20/06/2019).
- (s.f.) *El auge del Turismo*. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/tenerife/historia/acontecimientos/auge-turismo.htm> (fecha de consulta: 20/06/2019).
- (s.f.) *Finca Las Margaritas*. Recuperado de: [https://experience.webtenerife.com/es/actividades/visitas\\_culturales\\_en\\_tenerife/visita\\_platanera\\_tenerife](https://experience.webtenerife.com/es/actividades/visitas_culturales_en_tenerife/visita_platanera_tenerife) (fecha de consulta: 21/08/2019).
- (s.f.) *¿Quiénes somos?*. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/corporativa/que-es-turismo-de-tenerife/> (fecha de consulta: 22/06/2019).

**ANEXO I**

**GRÁFICAS SOBRE LOS DATOS DEL PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN DE LOS APARTADOS 6.3, 6.4 Y 6.5**

**Imagen 1: Cómo son los turistas alemanes de Tenerife (2017)**



Fuente: Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. **Elaboración:** Webtenerife

**Imagen 2. Intervalos de edad de los turistas alemanes que visitan Tenerife (2016)**

| Intervalos de edad (turistas > 16 años) |       |
|-----------------------------------------|-------|
| De 16 a 24 años                         | 8,3%  |
| De 25 a 30 años                         | 11,1% |
| De 31 a 45 años                         | 23,5% |
| De 46 a 60 años                         | 34,1% |
| Mayores de 60 años                      | 23,0% |

Fuente: ISTAC **Elaboración:** Promotur

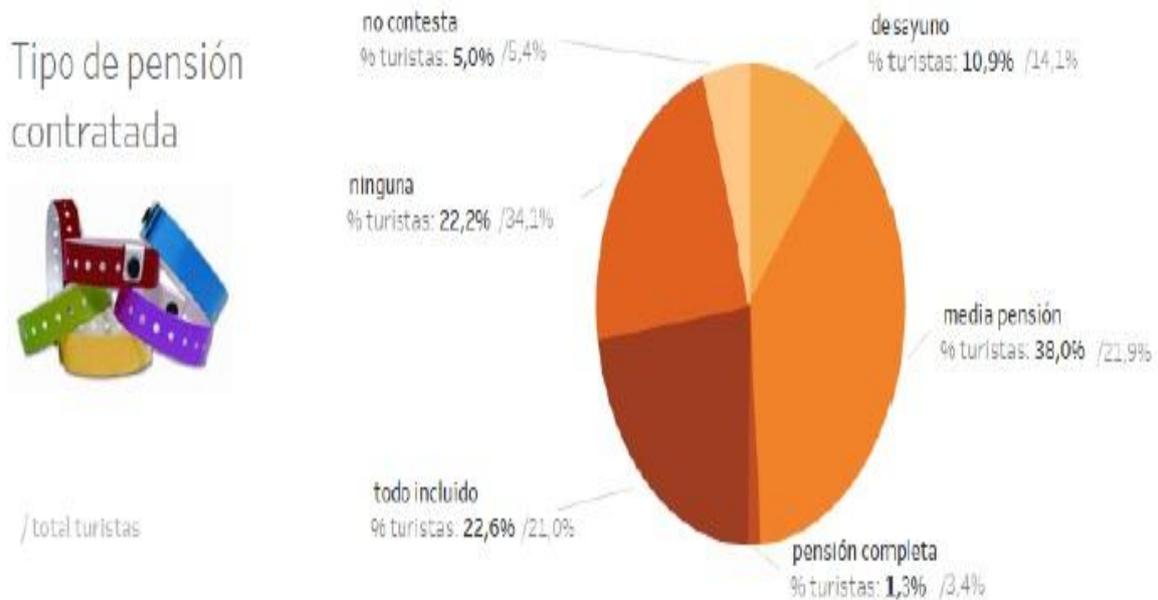
**Imagen 3. Dónde se alojan los turistas alemanes (2016)**

*¿Dónde se alojan?* 

|                                        | Alemanes | Total mercados |
|----------------------------------------|----------|----------------|
| Hotel 5*                               | 4,4%     | 7,1%           |
| Hotel/ Apartahotel 4*                  | 47,9%    | 39,6%          |
| Hotel/ Apartahotel 1-2-3*              | 17,9%    | 14,6%          |
| Extrahoteleros                         | 21,9%    | 31,5%          |
| Vivienda propia o de amigos/familiares | 2,8%     | 4,6%           |
| Otros tipos de alojamiento             | 5,0%     | 2,6%           |

Fuente: Turismo de Islas Canarias **Elaboración:** Promotur

**Imagen 4. Tipo de pensión que contrata el turista alemán cuando visita Tenerife (2017)**



**Fuente:** Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. **Elaboración:** Webtenerife

**Imagen 5. Cómo contratan los turistas alemanes su estancia en Tenerife (2017)**

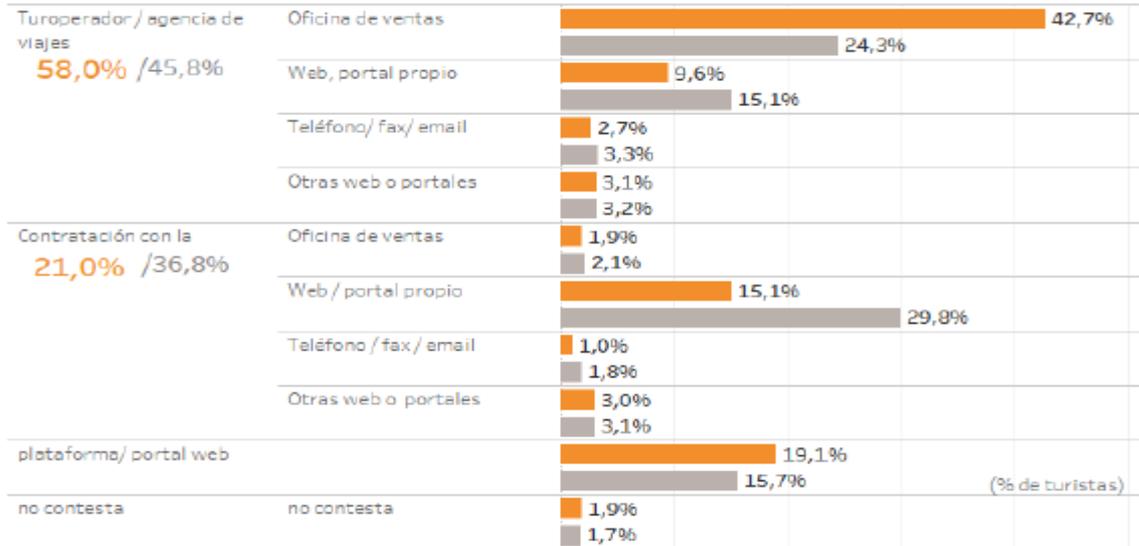


**Fuente:** Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. **Elaboración:** Webtenerife



Imagen 6. Cómo contratan los turistas alemanes su vuelo (2017)

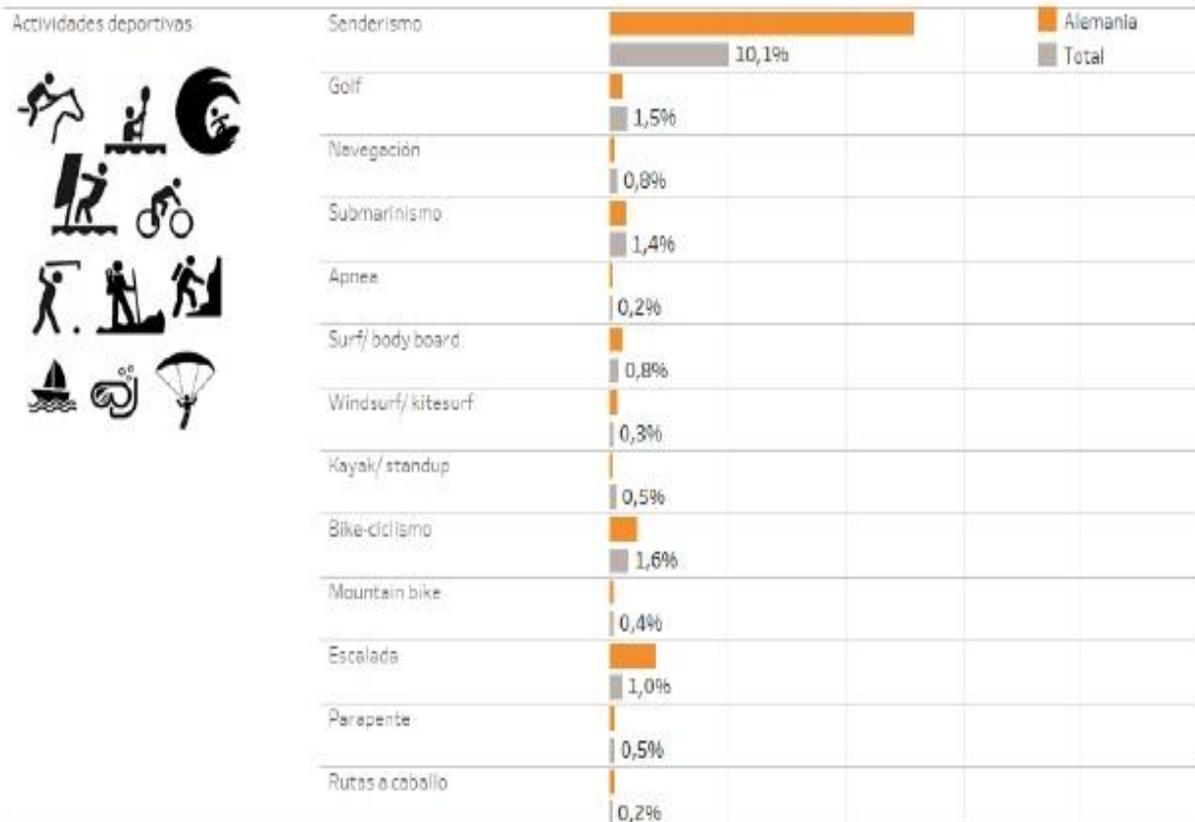
Vuelo



Fuente: Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. Elaboración: Webtenerife

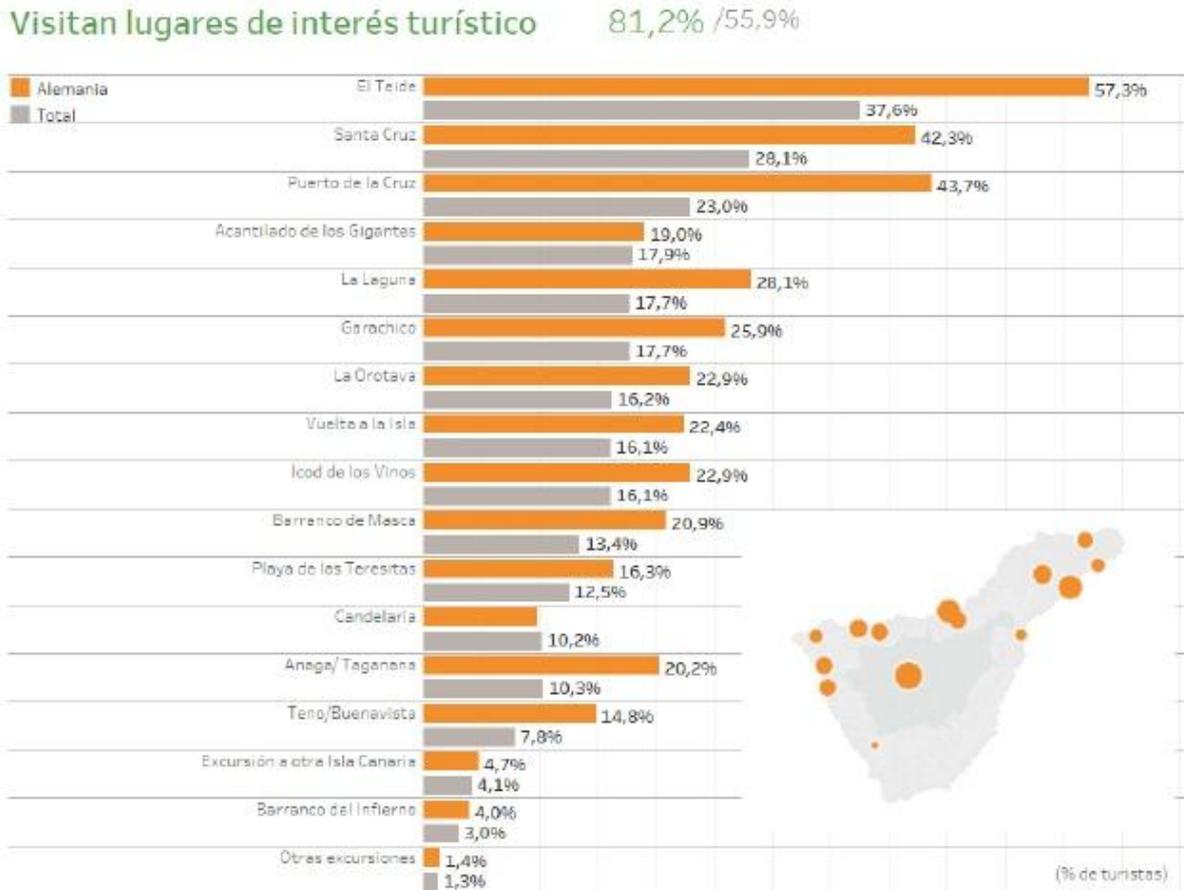
Imagen 7. Qué hacen los turistas alemanes mientras están en Tenerife (2017)

Practican alguna actividad turística 74,5% /56,9%



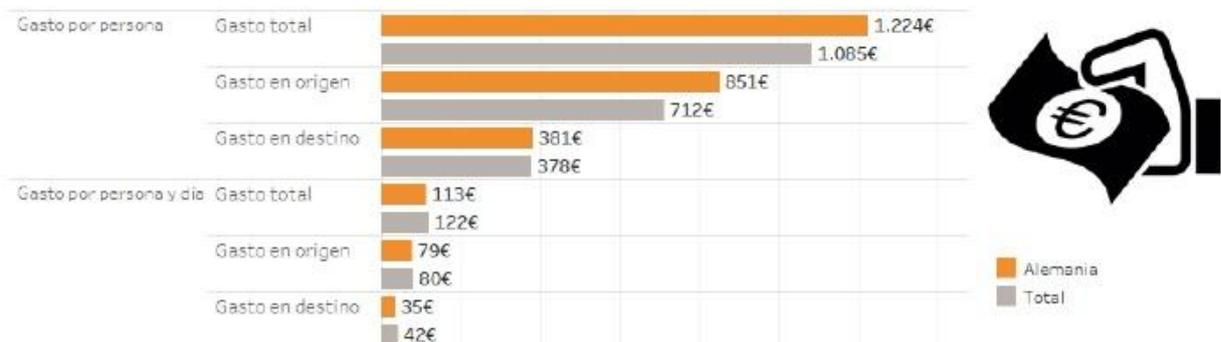
Fuente: Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. Elaboración: Webtenerife

**Imagen 8. Qué lugares visitan los turistas alemanes mientras están en Tenerife (2017)**



Fuente: Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. Elaboración: Webtenerife

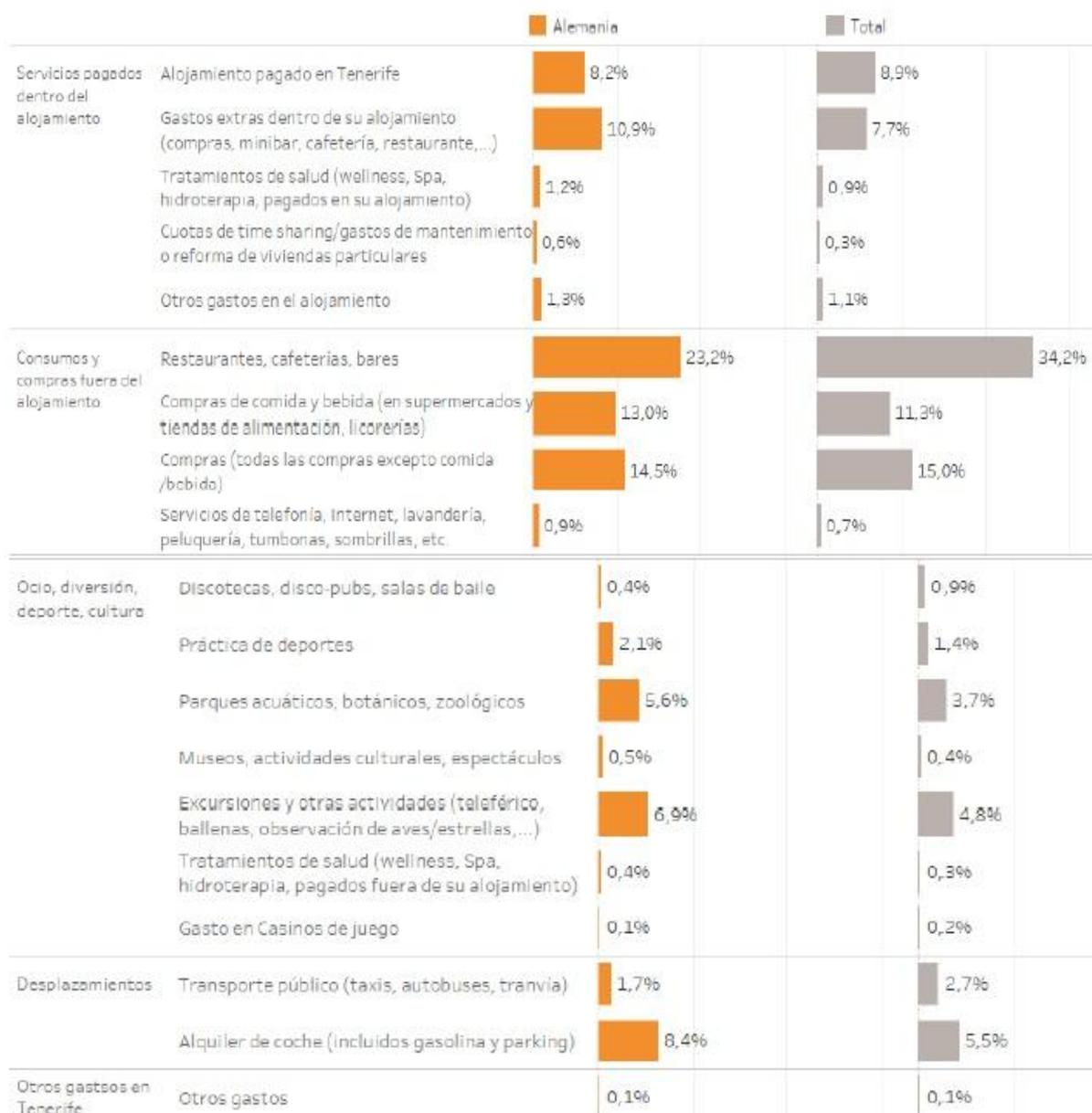
**Imagen 9. Gastos del turista alemán de su viaje a Tenerife (2017)**



Fuente: Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. Elaboración: Webtenerife

**Imagen 10. Gastos en destino del turista alemán (2017)**

**Distribución del gasto en destino (%)**



Fuente: Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. Elaboración: Webtenerife

**Imagen 11. A qué isla viaja el turista alemán (2016)**

| Número de turistas (> 16 años) a: | Alemanes | Total mercados |
|-----------------------------------|----------|----------------|
| - Lanzarote                       | 298.196  | 2.328.674      |
| - Fuerteventura                   | 784.700  | 1.914.107      |
| - Gran Canaria                    | 846.822  | 3.654.806      |
| - Tenerife                        | 670.472  | 4.885.901      |
| - La Palma                        | 81.455   | 221.541        |

Fuente: Turismo de Islas Canarias. Elaboración: Promotur



Imagen 12. Razones por las que el turista alemán elige Tenerife (2016)

| Aspectos que influyen en la elección | Alemanes | Total mercados |
|--------------------------------------|----------|----------------|
| Clima/Sol                            | 93,6%    | 89,8%          |
| Playas                               | 46,3%    | 34,5%          |
| Tranquilidad/descanso/relax          | 43,5%    | 36,6%          |
| Paisajes                             | 30,0%    | 21,9%          |
| Seguridad                            | 15,7%    | 11,1%          |
| Conocer nuevos lugares               | 13,6%    | 14,6%          |
| Oferta de turismo activo             | 6,5%     | 5,1%           |
| Facilidades de traslado              | 5,5%     | 8,9%           |
| Precio                               | 5,2%     | 12,7%          |
| Un lugar adecuado para niños         | 4,2%     | 7,5%           |
| Calidad del entorno ambiental        | 3,4%     | 6,5%           |
| Actividades Náuticas                 | 3,1%     | 2,2%           |
| Oferta cultural                      | 2,0%     | 2,6%           |
| Parques de ocio                      | 1,8%     | 3,0%           |
| Oferta de turismo rural              | 1,5%     | 1,0%           |
| Compras                              | 1,4%     | 2,6%           |

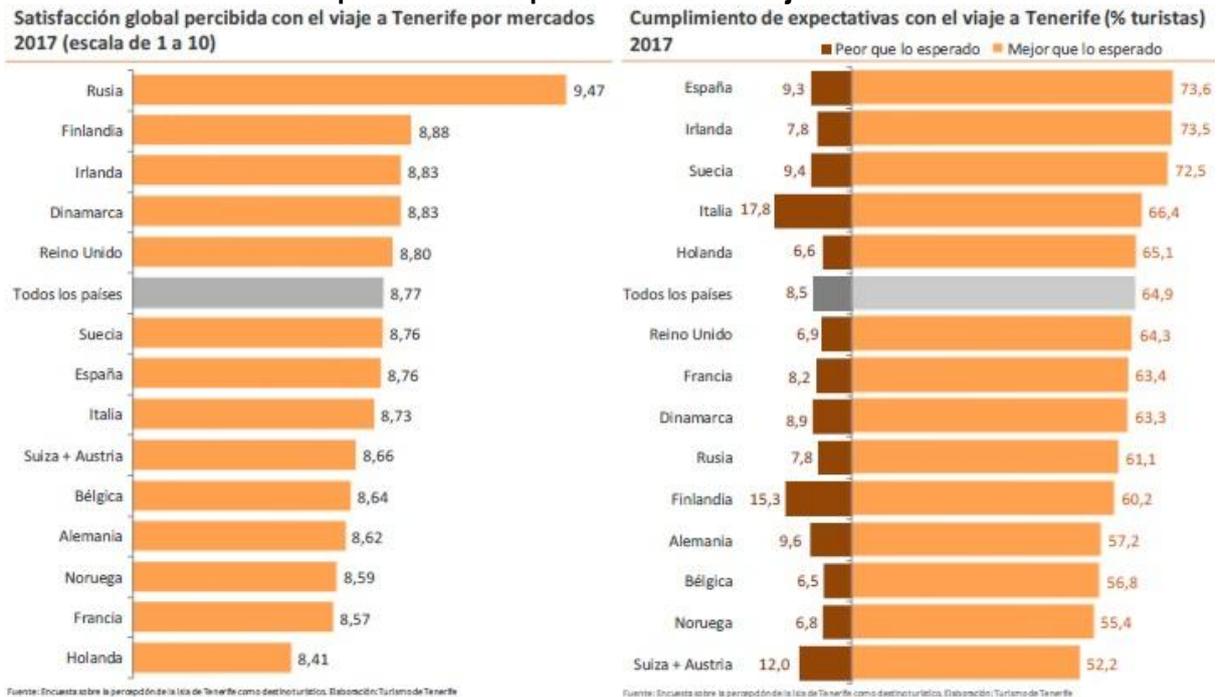
Fuente: Turismo de Islas Canarias Elaboración: Promotur

Imagen 13. Aspectos que les impulsa a venir (2016)

| Aspectos que impulsaron la elección     | Alemanes | Total mercados |
|-----------------------------------------|----------|----------------|
| Conocía Canarias por visitas anteriores | 66,0%    | 64,1%          |
| Recomendación de amigos o familiares    | 30,5%    | 34,5%          |
| A través del canal Canarias de TV       | 0,6%     | 0,3%           |
| A través de otros canales de TV o radio | 1,4%     | 0,8%           |
| Información prensa/revistas/libros      | 4,2%     | 3,8%           |
| Asistencia a feria turística            | 0,5%     | 0,5%           |
| Catálogo de turoperador                 | 9,5%     | 8,0%           |
| Recomendación agencia de viajes         | 17,9%    | 9,7%           |
| Información obtenida en internet        | 22,7%    | 25,8%          |
| Programa de turismo tercera edad        | 0,0%     | 0,2%           |
| Otros                                   | 5,0%     | 6,1%           |

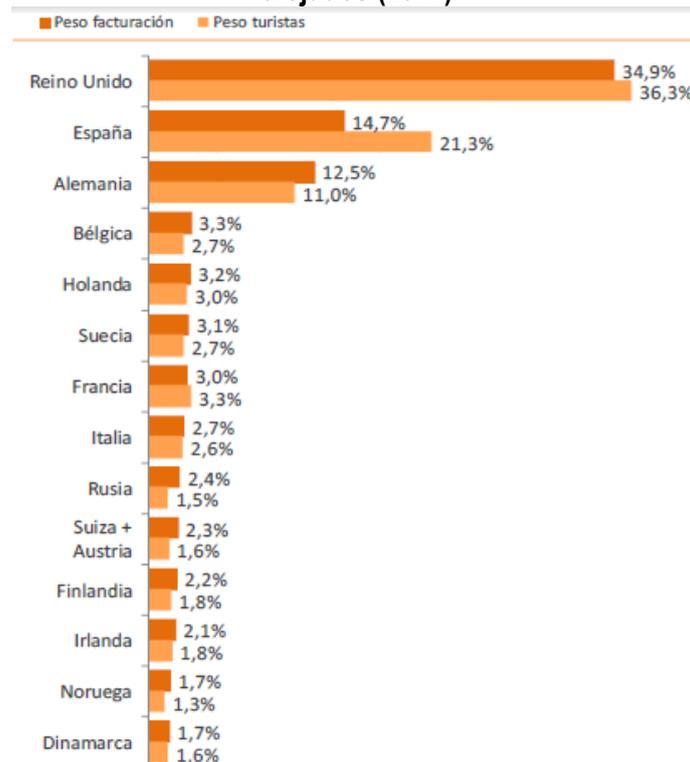
Fuente: Turismo de islas Canarias. Elaboración: Promotur

**Imagen 14. Satisfacción global percibida con el viaje a Tenerife por mercados 2017/  
Cumplimiento de expectativas con el viaje a Tenerife**



**Fuente:** Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. **Elaboración:** Webtenerife

**Imagen 15. Distribución por mercados: facturación generada por el gasto turístico y turistas alojados (2017)**



**Fuente:** Encuesta sobre el turista que visita Tenerife, Cabildo de Tenerife. **Elaboración:** Webte



## ANEXO II

### ENCUESTA

PREGUNTAS RESPUESTAS 101

### German tourists in Tenerife

Descripción del formulario

Age

Selección múltiple

- <18
- 18-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70
- >70
- Añadir opción: AÑADIR RESPUESTA "OTRO"

Companion/s on the trip \*

- Alone
- Family
- Couple
- Friends
- Other

How many days do you stay in Tenerife? \*

- 1-7
- 1-14
- >14



Through what channels do you know Tenerife? \*

- Advertising on Internet
- Advertising on the radio, newspapers, magazines, TV
- Recommendations from family / friends
- Tour operators/travel agencies
- I know Tenerife from previous visits
- Other

Where / how do you buy the trip to Tenerife? \*

- Tour operators/ travel agencies
- Websites
- Metasearch engine

...

What area of Tenerife do you visit? \*

- South (Costa Adeje, Playa de las Américas, Las Cristianas etc.)
- North (Puerto de la Cruz, La Orotava, etc.)
- Some days in the south and some in the north
- Other



**Why did you choose this area?**

Casillas de verificación

|                                                                                                                    |   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Climate and sun                                                                           | X |
| <input type="checkbox"/> Beaches                                                                                   | X |
| <input type="checkbox"/> Landscapes                                                                                | X |
| <input type="checkbox"/> Quality of the environment                                                                | X |
| <input type="checkbox"/> Calm, rest and relaxation                                                                 | X |
| <input type="checkbox"/> Security                                                                                  | X |
| <input type="checkbox"/> Offer  | X |
| <input type="checkbox"/> Sport                                                                                     | X |
| <input type="checkbox"/> To visit new places                                                                       | X |
| <input type="checkbox"/> Good transport accessibility                                                              | X |
| <input type="checkbox"/> Price                                                                                     | X |
| <input type="checkbox"/> Other                                                                                     | X |

...

**Are you interested in the gastronomic offer of Tenerife? \***

Yes

No

**Are you interested in the culture offer of Tenerife? \***

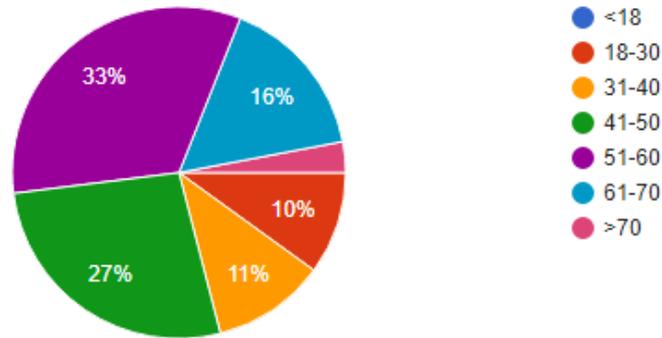
Yes

No

**ANEXO III**

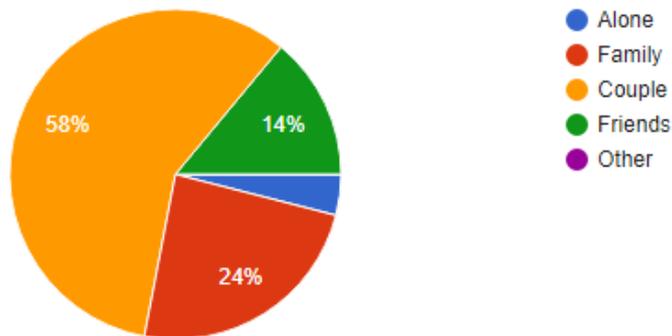
**GRÁFICAS SOBRE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS**

**Gráfico 1. Edad de los alemanes que visitan Tenerife**



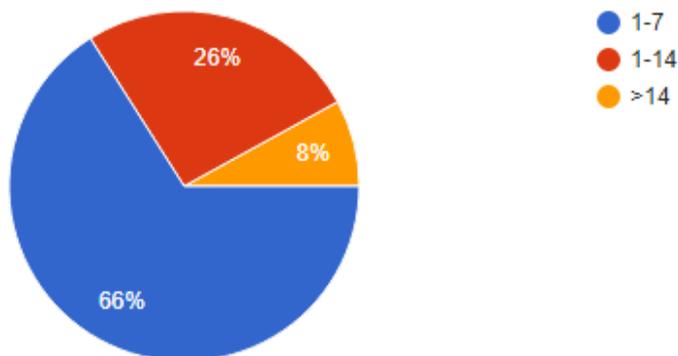
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 2. Acompañantes en el viaje**



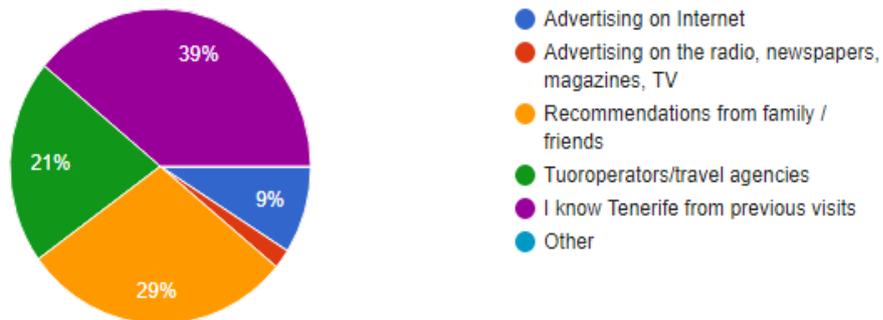
Fuente: elaboración propia

**Gráfico 3. Período de tiempo que pasarán en Tenerife**



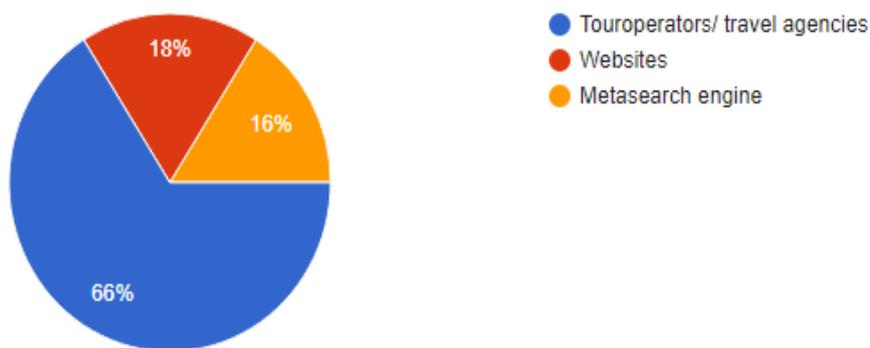
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 4. Canales a través de los cuales los alemanes conocen Tenerife**



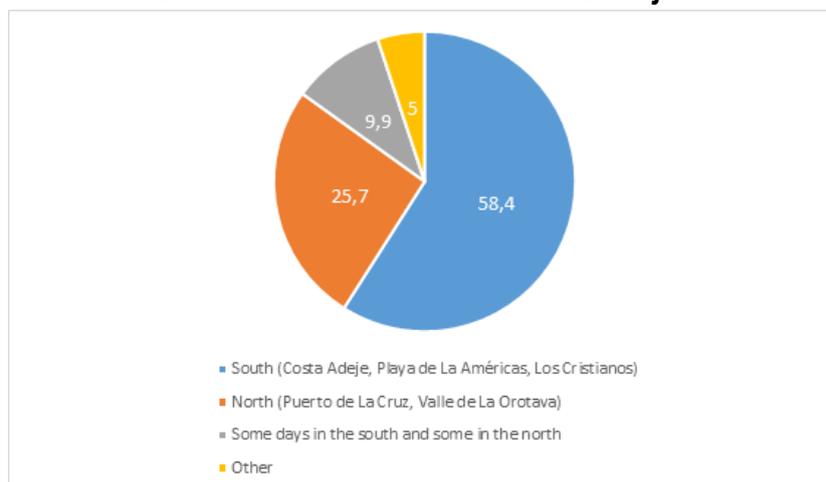
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 5. Canales a través de los cuales los alemanes compran el viaje a Tenerife**



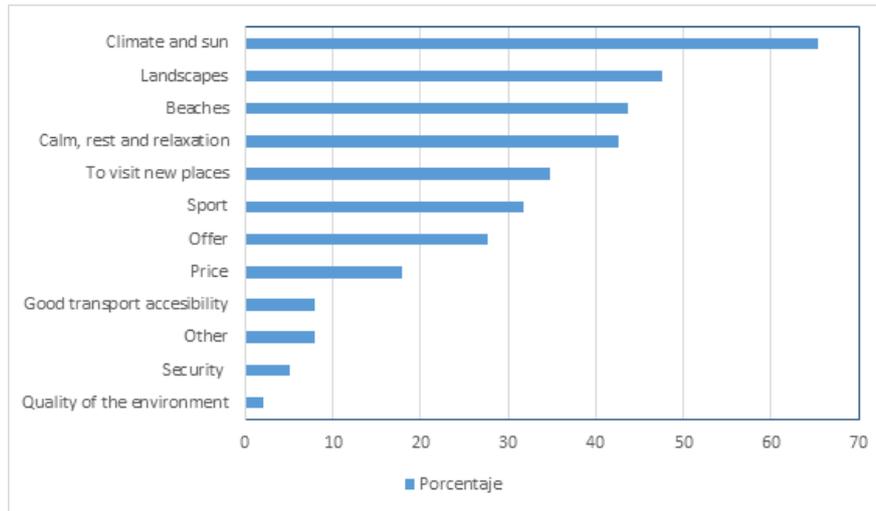
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 6. Zona/s de la isla donde se alojan**



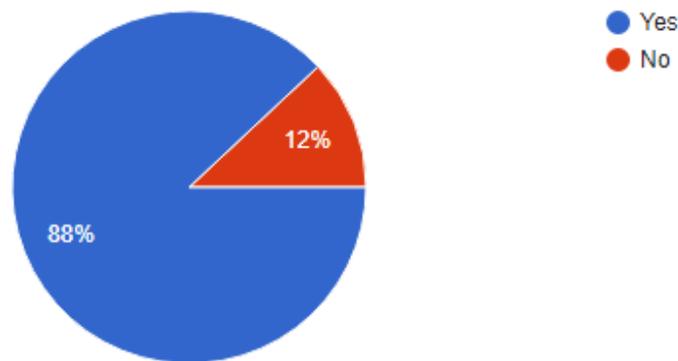
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 7. Motivo de elección de la zona**



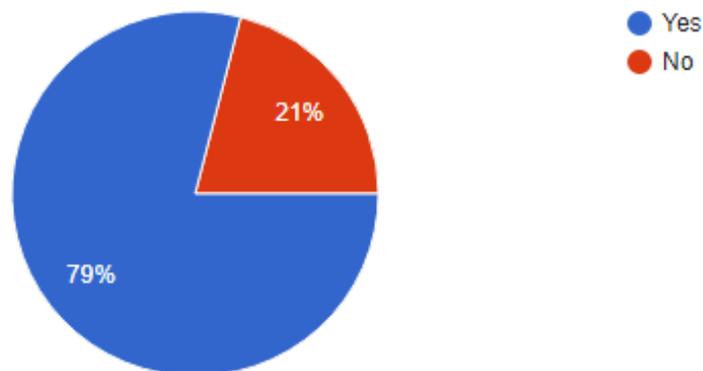
Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 8. Interés por la oferta gastronómica de Tenerife**



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 9. Interés por la oferta cultural de Tenerife**



Fuente: Elaboración propia