

GUÍA DE ATENCIÓN AL TURISTA ALEMÁN



Ministerio de Turismo
Presidencia de la Nación

PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN

Tendencia por sexos



Mujeres

Turismo por vacaciones



Hombres

Turismo MICE (negocios)

Inversión



De acuerdo a la OMT, Alemania se ubica como el tercer país que mas gasta en turismo.

Temporada



Agosto y Septiembre

30 a 40 días de vacaciones

Lengua

Alemán

2da. lengua Inglés

Edad promedio

46 años

Reservas



- 40 AÑOS

ORGANIZAN
POR INTERNET

+ 40 AÑOS

ORGANIZAN
POR AGENCIA DE VIAJES

PRESUPUESTO-TIEMPO-EDAD

18-30 AÑOS

Desean viajar por un periodo largo.

Pequeño presupuesto.

Participar con las comunidades locales.

31-49 AÑOS

Periodo corto de vacaciones laborales.

Buen presupuesto.

Realizar muchas actividades.

50 + AÑOS

Mucho tiempo.

Buen presupuesto.

Son curiosos. Experimentar cosas nuevas.

Temporada baja.

ACTIVIDADES PREFERIDAS

- Priorizan los destinos de sol y playa.
- Turismo de alta gama.
- Viajes en familia.
- Turismo sostenible: vacaciones con un alto compromiso en el desarrollo social.
- Ecoturismo: experiencias de viajes en la naturaleza.
- Turismo aventura: priorizan la seguridad.
- Turismo cultural: Patrimonio de la Humanidad, ciudades históricas, entre otros.



GASTRONOMÍA ALEMANA

La gastronomía de Alemania es uno de los principales distintivos de la cultura de este país en el resto del mundo, destacada por su variedad.

La cocina alemana se constituye a base de influencias recibidas por los países vecinos como Holanda, Suiza, Francia, Austria, teniendo así notables variantes en las distintas zonas del país.

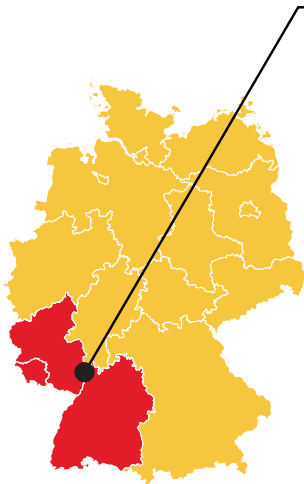
La cocina alemana también se caracteriza por sus abundantes raciones y la presencia de carnes, embutidos, mariscos, verduras y lácteos. Además de sus reconocidas bebidas como el vino y la cerveza, que se degustan tanto cotidianamente como en celebraciones.

PLATOS TÍPICOS

- Brezel
- Brötchen
- Salchichas
- Schnitzel
- Nudel
- Knödel



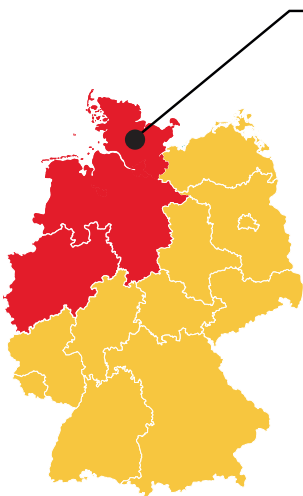
GASTRONOMÍA POR REGIÓN



Suroeste de Alemania:

En esta zona, la gastronomía alemana se ve influenciada fuertemente por la francesa, dando origen a platos como los siguientes:

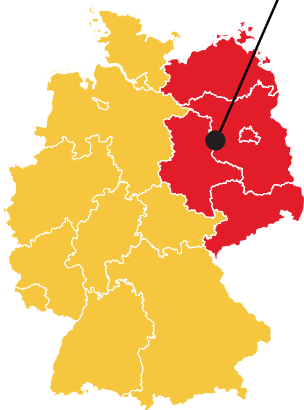
- Flammkuchen
- Sauerkraut
- Tarta de la Selva Negra
- Spätzle
- Gaisburger Marsch



Norte de Alemania:

Las zonas del norte de Alemania se encuentran cerca del mar del Norte y el mar Báltico, adoptando y recibiendo notables influencias de Dinamarca. Entre los principales platos de la zona se encuentran:

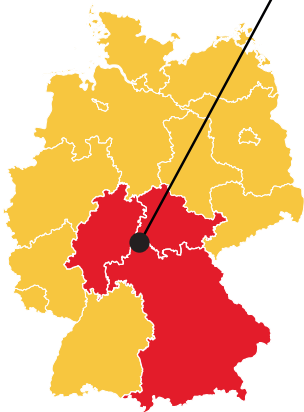
- Lübecker National
- Hamburger Aalsuppe
- Panhas
- Rheinischer Sauerbraten
- Rote Grütze



Noreste de Alemania:

Esta zona se caracteriza por sus sabores fuertes, destacan las patatas y los nabos en la mayoría de sus preparados. Entre sus platos encontramos

- Eisbein
- Kasseler
- Currywurst
- Plinsen



Alemania Central:

Aquí los platillos son normalmente acompañados de la cerveza, además se acompañan con mucha pasta y carnes

- Thüringer Klöße
- Kartoffelsuppe.
- Thüringer Rostbratwurst
- Baumkuchen

FECHAS FESTIVAS DE ALEMANIA

AÑO NUEVO	EPIFANÍA	VIERNES SANTO	PASCUA
1 de enero	6 de enero	14 de abril	16 de abril

LUNES DE PASCUA	DÍA DEL TRABAJADOR	ASCENCIÓN DE JESUCRISTO	PENTECOSTÉS
Mes de abril	1 de mayo	25 de mayo	4 de junio

LUNES DE PENTECOSTÉS	CORPUS CHRISTI	ASUNCIÓN DE MARÍA	DÍA DE LA UNIDAD ALEMANA
Mes de mayo	15 de junio	15 de agosto	3 de octubre

DÍA DE LA REFORMA	DÍA DE TODOS LOS SANTOS	NAVIDAD
31 de octubre	01 de noviembre	25 de diciembre

HISTORIA DE LA CULTURA

Alemania ha contribuido inmensamente en el mundo del arte y la cultura, alberga un número elevado de monumentos que han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, y su cultura

muestra diversas huellas de arte y arquitectura medieval reflejadas en sus catedrales, monasterios y castillos, es también conocida por su amor por la música y la literatura.

Alemania, oficialmente República Federal de Alemania, es una república parlamentaria federal de Europa Central, que forma parte de la Unión Europea (UE). Consta de dieciséis estados (Länder, Bundesländer) que se subdividen en 439 distritos (Kreise) y ciudades (Kreisfreie Städte). Su territorio abarca 357.021 km y una población con más de 82 millones de habitantes, siendo el país más poblado de la Unión Europea, considerada el hogar del tercer mayor grupo de emigrantes internacionales.

Un gran número de personas con ascendencia alemana se encuentran en los Estados Unidos (50 millones), Brasil (5 millones) y Canadá (3 millones). Alrededor de 3 millones de “Aussiedler” (étnia alemana, principalmente de Europa oriental y la antigua Unión Soviética) se han asentado en Alemania desde 1987.

Tiene un número de grandes ciudades, la más grande y poblada es Berlín (su capital), Hamburgo, Munich, Colonia, Frankfurt y Stuttgart.

El país ha desarrollado un alto nivel de vida. Tiene una posición clave en los asuntos europeos y mantiene una multitud de estrechas asociaciones a nivel mundial. Es reconocida por sus logros científicos, tecnológicos y culturales.

La cultura alemana va más allá de sus fronteras, y abarca varias regiones de Europa debido a los cambios territoriales que ha sufrido el país durante siglos. Fue tierra natal de muchas figuras históricas y de varios poetas, filósofos, científicos y compositores famosos, como Franz Kafka, Nicolás Copérnico y Wolfgang Amadeus Mozart.

Alemania es conocida como “Das Land der Dichter und

Denker” (la tierra de los poetas y pensadores). Las raíces de su cultura comenzaron mucho antes del surgimiento de Alemania como nación-estado y abarcó el mundo de habla alemana.

A pesar de ser una nación cultural, en Alemania realmente no existe una competencia nacional en materia de cultura. La Constitución alemana reconoce muy pocas atribuciones a la Federación, por lo cual la mayor parte de las instituciones culturales están a cargo de los Estados Federados y las entidades locales.

Como manifestación de una nación alemana, desde la era del Imperio Guillermino de finales del siglo XIX la cultura alemana fue sospechosa de megalomanía (manía o delirio de grandeza). Finalmente, el nacionalsocialismo condujo a una consecuente reo-

rientación. Tras la Segunda Guerra Mundial se impuso la percepción de que Alemania solo podría retornar al seno de la comunidad internacional si evitaba cualquier atisbo de exaltación cultural de tinte nacional.

En 1949, al fundarse la República Federal de Alemania, se rescató la tradición federal y la soberanía cultural se dejó en poder de los 16 Estados Federados. El cargo de Ministro adjunto de Cultura y Medios, directamente subordinado al jefe del Gobierno central en Berlín, no se instituyó hasta 1999.

Desde entonces en Alemania algún que otro asunto cultural vuelve a plantearse en su vertiente nacional. Gracias a esta autonomía cultural han surgido importantes focos culturales a lo largo y ancho del país.

En el año 2002 fue creada la Fundación Cultural de la Federación, institución activa a escala nacional e internacional que patrocina proyectos culturales en consonancia con los retos del arte y la cultura en el siglo XXI. Tiene su sede en Halle del Saale.

Dentro de este proceso Berlín ha venido consolidándose como imán de la creatividad y entre tanto se ha constituido en un auténtico “campo de fuerza” cultural, un crisol de culturas en cuyos museos se condensa la historia de la humanidad en su conjunto. El Monumento en memoria de los judíos asesinados de Europa levantado en la capital, es una muestra de cómo Alemania encara su pasado y de lo que supone una política cultural nacional a la altura del siglo XXI. A su vez, el federalismo cultural despierta las ambiciones de los distintos Estados

Federados, porque la política cultural es una política de localización.



POLÍTICA CULTURAL EXTERIOR

La política cultural exterior es junto con la diplomacia clásica y la política económica exterior el tercer pilar de la política alemana. Su meta es promover los intereses alemanes en materia cultural, transmitir una imagen actual de Alemania y coadyuvar al proceso de la integración europea.

COSTUMBRES Y TRADICIONES

La sociedad alemana se caracteriza por la habilidad que tienen sus ciudadanos para planificar y organizar. Se suele asociar a este pueblo con la celebración de las reglas y la disciplina, y lo cierto es que los alemanes tienen estas dos cualidades muy arraigadas y se enorgullecen de ello. Es debido a esto que la puntualidad, pulcritud y orden están prácticamente presentes en todos los ámbitos, haciendo que la vida en Alemania sea muy placentera.

- **Fiestas alemanas:** es importante llevar un obsequio como forma de agradecimiento. Sin embargo, no se deben regalar rosas rojas, a no ser que se quiera hacer una declaración de amor.

- **La puntualidad:** es la base de la sociedad alemana; por

lo tanto, las personas llegan a la hora citada, ni más tarde ni más pronto. Para ellos ser impuntual es signo de ser maleducado.

- **Para dirigirse a los demás:** los jóvenes están acostumbrados a tutearse. Pero en el caso de dirigirse a un extraño o a una persona mayor, se le trata de usted y se le habla con buenos modales. “Tú” en alemán se dice “du”, mientras que “usted” es “Sie”.

- **Saludos:** nunca se dan dos besos, ya que los alemanes necesitan su espacio personal. Por ello, la fórmula correcta es la de dar un apretón de manos, pero no acompañarlo con un abrazo o con palmadas en la espalda.

- **Cumpleaños:** Cuando empieza el día, un familiar enciende

el mismo número de velas que años cumple la persona. Al final del día, el cumpleañosero sopla las velas mientras pide un deseo. Si las apaga todas, el deseo se cumplirá.

- **En la mesa:** Los cubiertos que utilizan son de estilo continental. Para señalar que han terminado de comer, los colocan en paralelo a la derecha del plato. La servilleta la ubican en el regazo en el momento que van a empezar. Es de mala educa-

ción apoyar los codos en la mesa, tan sólo se puede hacer en las pausas. Para desear buen provecho, se dicen las palabras Gutten Appetit. En el caso de brindar hay dos expresiones distintas, Zum Wohl! o Prost!, siendo esta última más típica cuando se brinda con cerveza.

CONSEJOS ÚTILES

1. DESTINATARIO

Definir el segmento de mercado al que desea llegar y desarrollar su producto teniendo en cuenta sus necesidades y expectativas, es diferente lo que espera un joven a un adulto mayor aunque los dos sean viajeros activos.

El segmento que más está llegando al país está concentrado entre los 21 y 40 años. La llegada de mujeres también está creciendo. A futuro los viajes de las personas mayores serán más significativos.

2. ACTIVIDADES

Las enfocadas a Naturaleza pueden llegar a ser muy atractivas para este mercado, sobre todo teniendo en cuenta que valoran ampliamente su diversidad.

3. VIVIR

Diseñar experiencias auténticas es muy importante para las personas interesadas en turismo de naturaleza o aventura, es importante preparar su producto teniendo esto presente.

4. CREAR

Una página Web de alta calidad (fotos, información precisa), adaptada a cualquier dispositivo y amigable en la navegación con el usuario. Mantenerla actualizada con las ofertas vigentes de los productos y tener presente que se pueda leer en inglés y alemán. Si ha obtenido algún premio, destacarlo puede respaldar su producto

5. GUÍAS

Tener especialistas o con certificaciones es muy importante, así como demostrar que se es capaz de atender cualquier emergencia que pueda surgir dentro del desarrollo de las actividades planeadas.

6. SEGURIDAD

Es un aspecto primordial en las actividades de aventura y en la naturaleza.

7. NATURALEZA

Los viajeros de naturaleza tienden a seleccionar hoteles de pequeña escala y en lo posible en el entorno natural (esto no significa carezcan de una infraestructura básica).

8. MANEJO

El turismo sostenible cobra cada vez mayor importancia para poder realizar negocios con los mayoristas y para los turistas alemanes, los mismos se definen como responsables del impacto

que causan en el ambiente por lo que sería interesante otorgarles información sobre cómo ser más sostenibles en cada destino.

9. IDIOMA

Los guías deben hablar como mínimo inglés, pero es preferible que se puedan comunicar en alemán, sobretodo para las personas mayores.

10. ITINERARIOS

Los planes flexibles han incrementado su popularidad y los tour operadores de Alemania necesitan operadores que puedan responder a dicha necesidad.

11. CONSTRUIR

Una buena relación costo/beneficio del producto, pero teniendo en mente que los competidores no solo están en Sudamérica sino en los países asiáticos.

12. PUNTUALIDAD

La organización del itinerario del producto debe ser la más alta. Los alemanes exigen respeto por su tiempo por lo que ser puntual en las actividades es importante.



FRASES ÚTILES EN ALEMÁN

Hola : *Hallo*

¿Cómo está usted? :
Wie geht es Ihnen?

Muy bien, gracias :
Gut, danke.

¿Cómo se llama (usted)? :
Wie ist Ihr name?

¿Quién es usted? :
Wer bist Du?

(Yo) Soy :
Ich bin

Por favor : *Bitte*

Gracias : *Danke*

De nada : *Bitte*

Sí : *Ja*

No: *Nein*

Disculpe, perdone:
Entschuldigung

Adiós:
Auf Wiedersehen!

Buenos días:
Gut Morgen

Buenas tardes:
Guten Tag

Buenas noches:
Guten Abend



RECOMENDACIONES

Contar con información disponible respecto a:

Teléfonos y centros de atención médica en los alrededores.

Teléfonos y centros policiales.

Teléfonos, dirección y Web de embajada o servicios consulares según corresponda.

Farmacias 24hs.

Según el perfil del turista, se puede recabar información sobre:

Lugares de interés que haya en la provincia, localidades que tengan que ver con la identidad del turista. Para recabar esta información, se recomienda las siguientes páginas:

sindit.argentina.tur.ar
yvera.gob.ar

Conocer la cultura, gustos y preferencias del pasajero que

nos visita, ayudará a elegir las mejores opciones que ofrece nuestro país para responder a sus expectativas.

En los casos que no se maneje el idioma, intentemos, por lo menos realizar el primer saludo de presentación en alemán. Esto además de indicar un servicio personalizado, generará empatía y confianza. Hagamos que la experiencia sea memorable. Además de las bondades de nuestro país, sus

riquezas naturales y culturales, la cordialidad con que lo tratemos, la calidad en el servicio que brindemos y la vocación que demos en nuestra labor serán la clave para hacer que su visita sea única, y lo que es más importante... ¡hará que regrese!

PÁGINAS SUGERIDAS

turismo.gob.ar
argentina.travel
sindit.argentina.tur.ar
yvera.gob.ar

CURSOS GRATUITOS ONLINE SOBRE ALEMANIA

campus.turismo.gob.ar
Campus virtual Ministerio de Turismo.

Consultas:
campusmintur@turismo.gob.ar

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

www.ecured.cu/Cultura_de_Alemania

www.cotelcobogota.com/afiliados/Perfil-del-Turista-Aleman.pdf

www.universia.es/estudiar-extranjero/alemania/vivir/cultura-tradiciones/1145

turismo.org/gastronomia-de-alemania/

