

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



## CHINA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Pekín

NIPO: 115-23-008-X

Octubre 2023



### TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

CHINA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

## COYUNTURA ECONÓMICA

### CUADRO MACROECONÓMICO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
<b>PIB REAL</b> (Tasa de variación Interanual)	3,0	5,3	4,7
<b>RENTA DISPONIBLE</b> (CNY per cápita)	51.131,6	54.404,5	58.182,0
<b>TASA DE AHORRO</b> (% s/ ingreso disponible)	36,2	36,2	36,2
<b>GASTO DEL CONSUMIDOR</b> (% s/ PIB)	37,8	38,3	38,8
<b>POBLAC. EMPLEADA (en miles)</b>	731.661,4	730.900,3	726.369,2
<b>TASA DE DESEMPLEO</b> (% s/ poblac. activa)	5,6	5,2	5,2
<b>INFLACIÓN</b> (Tasa de variación interanual)	2,0	1	2,1
<b>IPC (2012=100)</b>	131,9	133,2	136,0
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023*</b>
<b>TIPO DE CAMBIO (euro/yuan)</b> 2021 y 2022: media anual 2023*: último día del último mes completo (29 septiembre).	7.6282	7.0792	7,7352

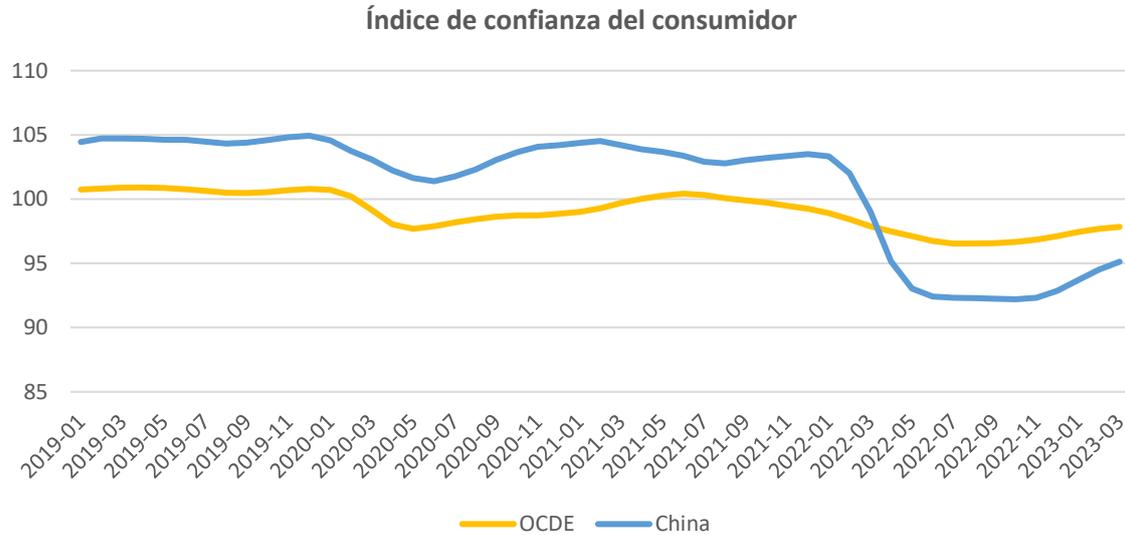
Fuente: Euromonitor y Banco Central Europeo.

China continúa siendo un mercado turístico con enorme potencial e interés, con un nicho de viajeros enorme y una importante demanda acumulada entre las rentas altas. No obstante, su economía sufre las consecuencias de tres años bajo la política Cero COVID: La contracción del sector inmobiliario, la crisis de exportación, el bajo consumo interno y el aumento del desempleo, especialmente juvenil (18%) y urbano, retrasan la recuperación.

Con el fin de contrarrestar las dificultades económicas, China está tomando medidas significativas de estímulo económico para compensar su reciente desaceleración, si bien algunos expertos consideran que deberían ser intensificadas.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE, con datos disponibles para China hasta marzo de 2023. China sufrió una fuerte caída de la misma durante el 2022 y, si bien se detecta una recuperación, no se ha producido el efecto rebote esperado con el anuncio de la reapertura del país.





Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice.

## 5

### FACTORES POLITICO SOCIALES

La política cero CoVID quedó oficialmente desmantelada el 27 de diciembre de 2022, con la supresión de restricciones y test al retorno a China. No obstante la recuperación de la conectividad, la reestructuración de la concesión de visados Schengen y la reactivación de la industria emisora necesitó de varios meses para poder operar con funcionalidad.

La autorización progresiva de la emisión de viajes turoperados en bloques de países, autorizándose a España en una temprana segunda tanda de países en fecha 15 de marzo, se cerró el pasado agosto con los destinos de Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y Australia.

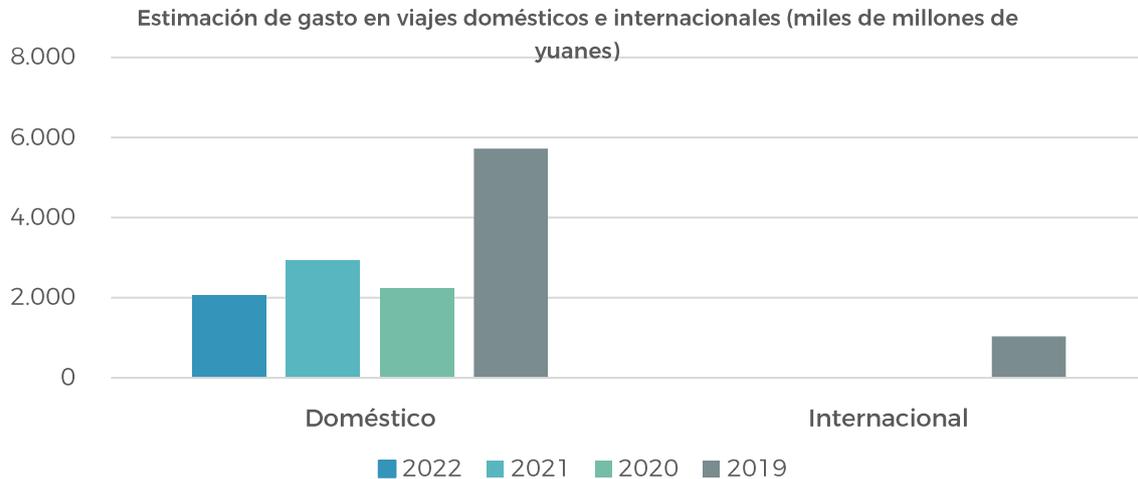
### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según datos de la primera OTA china, Ctrip.cn, durante la pasada Semana Dorada el volumen de viajes al extranjero se multiplicó por 8 en comparación con el mismo periodo de 2022. Si bien las cifras de turismo doméstico igualan las alcanzadas en 2019, en turismo emisor las cifras se han quedado en el 85% de turistas que han cruzado la frontera en comparación con aquel año.

Durante este importante festivo chino, también según datos de Ctrip.cn, España ha logrado el segundo puesto entre los usuarios de esta plataforma, en el ranking de los



destinos internacionales de larga distancia que más crecen entre los turistas chinos, tras Suiza, y por delante de Reino Unido o Francia.



Fuente: Euromonitor

6

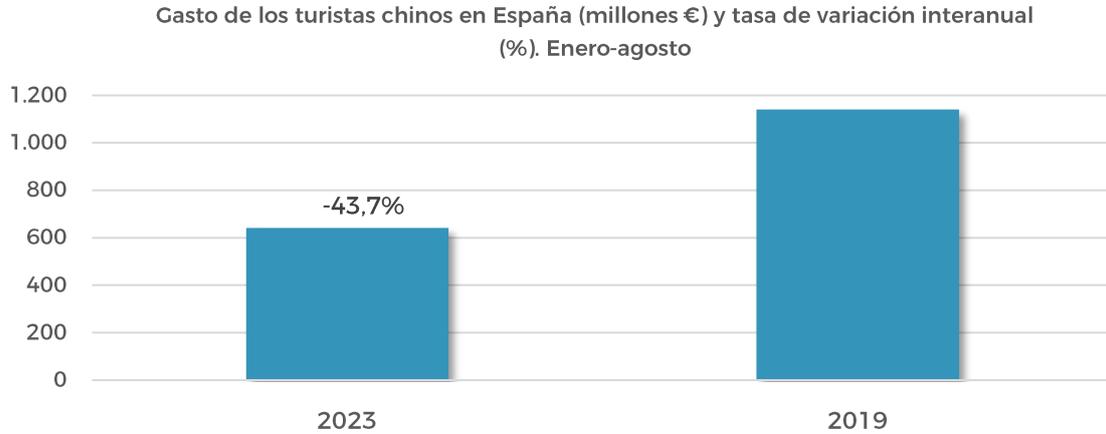
Según los últimos datos publicados por Euromonitor, el gasto en viajes domésticos de los turistas chinos se vio reducido a la mitad durante los tres años bajo la política Cero COVID. El gasto para viajes internacionales que se muestra como nulo en el gráfico durante ese periodo debido a la inexistencia de viajes turísticos durante el mismo.

Según datos de Egatur (INE), el gasto total de los turistas chinos en España durante el periodo enero-agosto de este año representa un 49% del que hubo en el mismo periodo en 2019. En 2019, fueron 700.748 los turistas chinos que ingresaron al país y gastaron 2.407 euros por persona, según datos obtenidos del INE. En 2023 y después de la pandemia de Covid-19, los datos arrojan que en los primeros seis meses del año han ingresado 135.715 personas y han gastado 3.106 euros por persona, esto es un 29% más.

Por tanto la reducción a la mitad del gasto total de los turistas chinos en España con respecto a 2019 coincide con la reducción del volumen total de llegadas durante el periodo mencionado y debido a la recuperación paulatina de las infraestructuras del turismo emisor, situada en el -43,7%, pero no refleja el aumento del gasto por viajero, que ronda un aumento del 30%. Es por ello que debemos tomar el año 2023 como un año que no ha comenzado a funcionar de forma análoga a antes de la pandemia sino a partir de comienzos del verano, con ajustes todavía pendientes.

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

CHINA Temporada de otoño/invierno 2023-2024



Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE

## INDICADORES DE PROSPECTIVA

7

### Percepción, consideración e intención del viaje

La imagen positiva que existía de España en el mercado chino antes de la pandemia ha continuado ampliándose y profundizándose. Esta buena reputación se refleja en los contactos cualitativos con el sector y en diversos estudios y rankings, como los relacionados con la popularidad en las redes sociales. Así, en la segunda parte del año, Turespaña ascendió al segundo puesto en visitas totales de entre todos las DMO en el país.

Las tablas a continuación muestran las preferencias de los consumidores chinos del primer Tier chino, comparando a España con sus países competidores clave (Italia, Francia, Alemania, y Reino Unido) según estudio demoscópico de Yougov para Turespaña.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN				ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE			
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)	Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Francia	11,6	15,3	1	Alemania	3,6	1,1
2	Italia	10,8	11	2	Francia	2,7	4,4
3	Alemania	10,1	8	3	España	2,6	1,1
4	España	10	6	4	RU	1,9	1,8
5	RU	7,1	8,5	5	Italia	1,5	1,8

Fuente: <https://es.yougov.com/>

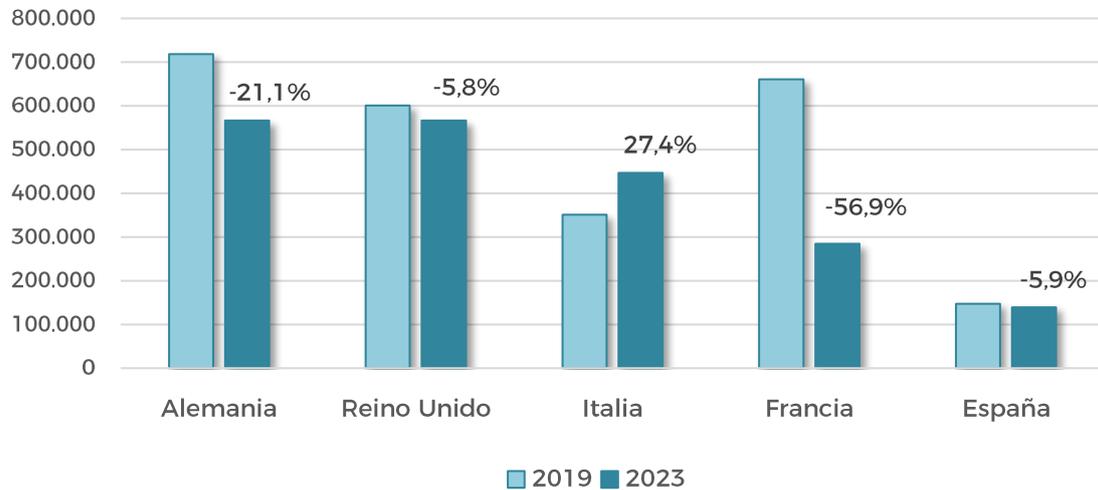


Como puede apreciarse, a fecha de cierre de este informe, España ha logrado aumentar 4 puntos su calificación en términos de índice de Consideración con respecto al año anterior, la mayor subida de entre sus competidores.

En lo que respecta a intención de viaje, España se sitúa en tercera posición, superando a Reino Unido y a Italia. Entre los competidores, aún situándose en lo alto del ranking en ambos índices, destaca el significativo descenso en las puntuaciones obtenidas por Francia con respecto al año anterior.

### Previsiones de vuelos

#### Asientos programados para la temporada de invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser

La recuperación de las capacidades aéreas con respecto a 2019 entre España y China se sitúa a fecha de cierre de este informe en un 94,1% para la temporada de invierno 2023-2024 (1 de octubre a 31 de marzo), presentando junto a Reino Unido (94,2%) e Italia (127,4%) la mayor tasa de recuperación de entre los competidores. Francia destaca como el país con la menor recuperación(-56,9%), seguida de Alemania(-21,1%).

### Búsquedas y reservas



Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

9

Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner desde China para viajar a España para la temporada de invierno se han mantenido, por lo general, por encima del conjunto de búsquedas internacionales durante los últimos 6 meses. Si bien las búsquedas se han mantenido por debajo de las que se realizaban antes de la pandemia, oscilando entre el -20% y el -60%, los datos ofrecidos por el motor de búsquedas muestran un incremento de hasta el 30% con respecto a 2019 durante el pasado mes de julio, y del 20% durante el pasado mes de septiembre.



Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

En el gráfico anterior se compara la variación de España y diversos competidores en el volumen de reservas en aerolíneas IATA realizadas para vuelos en la temporada de invierno 2018/2019 y 2023/2024.

Según los datos proporcionados por ForwardKeys, el número de reservas de vuelos en aerolíneas IATA realizados durante los últimos 12 para la temporada de invierno para España sigue por debajo del que hubo para el mismo periodo antes de la pandemia. Sin embargo, España presenta una de las mayores tasas de recuperación con respecto a sus competidores (40%), superada únicamente por Turquía (60%). De entre los competidores, Grecia presenta la tasa más baja de recuperación (29%).

En cuanto a las reservas por CCAA, Cataluña y Comunidad de Madrid acaparan la casi totalidad de las reservas. Ambos destinos presentan una tasa de recuperación de alrededor del 40% con respecto al mismo periodo pre-pandemia, un mejora considerable teniendo en cuenta que su tasa de recuperación para seis meses atrás año se situaba en torno al 15%.



Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

Nueve meses después de la reapertura del mercado turístico chino, el mercado empieza a reportar claros y positivos signos de recuperación que, si bien está siendo gradual y no explosiva, en el caso de España es especialmente positiva. Los datos que arroja el presente informe deben verse a la luz de que, tras tres años de cierre, la recuperación de las infraestructuras turísticas –conectividad, visados, plantillas de las turoperadoras y agencias chinas- ha sido progresiva y no ha comenzado a ser operativa y funcional hasta principios de verano y principios de otoño, según los casos.

La conectividad directa con España ya desde septiembre alcanza los niveles de 2019, siendo uno de los países con mayor tasa de recuperación. Sin embargo, el necesario abaratamiento de los vuelos en su conjunto depende de la recuperación general de la conectividad, ya que las capacidades aéreas internacionales con China, actualmente se sitúan en el 52%. A la recuperación y consolidación de la conectividad también

contribuirá el incremento de pasajeros, empresarios, estudiantes y turistas internacionales, actualmente en cifras muy inferiores a 2019.

En lo que respecta a la concesión de visados, los 15 centros de visados que existían antes de la pandemia diseminados por todo el territorio recuperaron su funcionamiento al inicio de la temporada de verano, y los Consulados de Pekín, Shanghái y Cantón siguen realizando los ajustes de personal necesarios para la recuperación de los plazos y cifras pre pandemia. La apertura del Consulado en Chengdú ha fortalecido la red de consulados españoles en China, y se espera que comience a conceder visados antes de que termine el año 2024.

Entre los datos que ilustran la buena marcha del turismo emisor chino están las cifras de llegadas de turistas chinos a España con una clara tendencia ascendente; que España fue el segundo destino de largo radio que más creció, entre los turistas de la plataforma Ctrip durante la Semana Dorada de octubre; que el gasto medio por usuario para en España creció en un 30% en comparación con 2019; y que las búsquedas de vuelos desde China hacia España para la temporada de invierno durante los meses de mayo, junio y julio superaron hasta en un 20% las de 2019.

11

Si bien la economía china atraviesa dificultades tras tres años de estricto cierre, y siguen quedando ajustes pendientes para la recuperación completa del turismo, China continúa siendo un mercado turístico con enorme potencial para los destinos europeos, con un nicho de viajeros enorme y España se posiciona de forma favorable para la llegada del turismo chino temporada de invierno de 2023/2024.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA 