

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



ALEMANIA Temporada de verano 2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Berlín

NIPO: 219-24-018-5

Abril 2024



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político-sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2022	2023	2024 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	1,9	-0,2	-0,1
PIB nominal per cápita (euros)	46.145,31	48.652,50	49.580,68
Gasto consumidor (% variación interanual)	-1,3	7,6	0,7
Población empleada (miles)	45.596,3	45.921,8	45.922,3
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	5,3	5,7	5,7
IPC (% variación interanual)	6,9	5,9	1,1
Tasa de hogares de clase media (%)	63	64,1	64,7

Fuente: Oxford Economics.

4

	2022	2023	2024*
DIF. INFLACIÓN (Alemania)	0,4	2,6	2,7

2022 y 2023: tasa anual media
 * Último mes publicado: tasa media últimos 12 meses
 (Tasa anual menos tasa anual española).

Fuente: Eurostat

En 2023 el PIB alemán ha caído un 0,3% (-0,1% depurando el efecto calendario) respecto a 2022. La evolución ha sido especialmente negativa en el último trimestre de 2023, en el que el PIB alemán descendió también un 0,3% respecto al mismo período de 2022. La previsión oficial para 2024 es muy pesimista (0,2%), muy similar a la de la mayoría de los institutos de investigación económica y organismos multilaterales. La única noticia positiva es la evolución de la inflación, que está remitiendo ostensiblemente después de registrar una inflación media en 2023 del 5,9%. La tasa de inflación en Alemania adelantada por el Instituto Federal de Estadística para el mes de marzo de 2024 ha sido del +2,2%, el valor más bajo desde abril de 2021 (+2,0%). La inflación subyacente (excluidos los alimentos y la energía) ha sido del +3,3%.

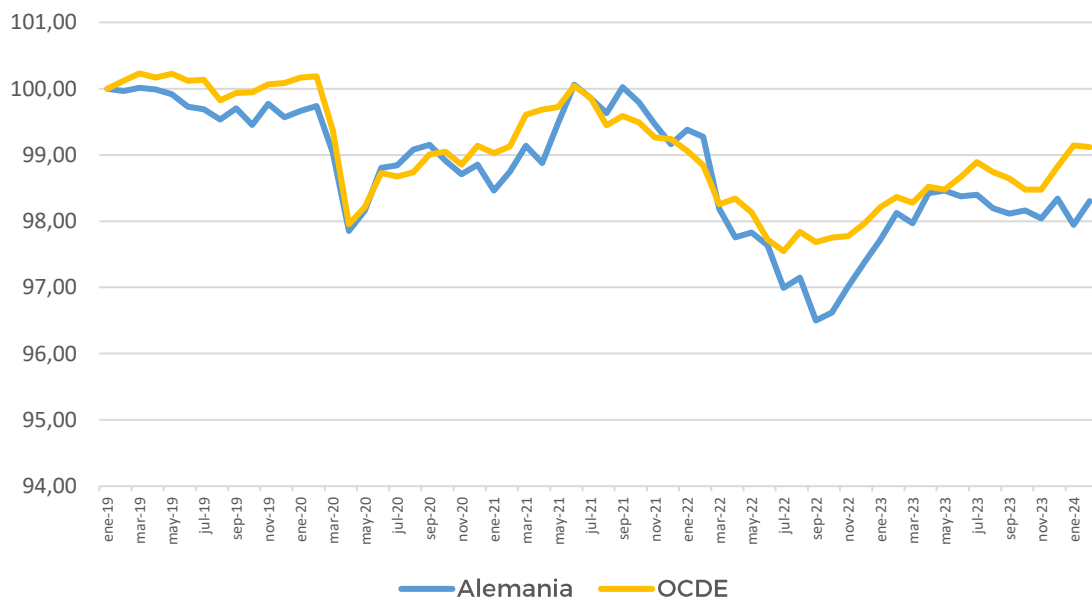
A pesar de la expiración el pasado mes de enero de los frenos a los precios de los productos energéticos y del aumento de los precios del CO₂, los precios de la energía han sido 2,7% más bajos en marzo de 2024 que en el mismo mes del año anterior.

También los precios de los alimentos estuvieron un -0,7% por debajo de los niveles del mismo mes del año anterior (por primera vez desde febrero de 2015 en que cayeron -0,2%), significativamente por debajo de la tasa de aumento general de precios.

El siguiente gráfico muestra la evolución del Índice de Confianza del Consumidor desde enero de 2019 a febrero de 2024, elaborado con datos de la OCDE. Se aprecia que el índice en Alemania ha experimentado una tendencia descendente desde septiembre de 2021 hasta septiembre de 2022, mes en el que el diferencial negativo respecto al de la media de la OCDE fue el más acusado. En abril y mayo de 2023, después de una recuperación parcial, ambos índices convergen de forma circunstancial, volviendo a deteriorarse el índice alemán a partir de junio de año pasado. En febrero de 2024, último dato disponible a fecha de realización de este informe, el índice alemán ha repuntado, compensando la caída de enero, pero situándose todavía por debajo del de la media de la OCDE, y lejos de los niveles de 2019.

5

Índice de Confianza del Consumidor (CCI)



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la OCDE (Consumer Barometer).

FACTORES POLITICO-SOCIALES

El Gobierno actual, liderado desde finales de 2021 por una coalición formada por los Socialdemócratas (SPD), la Alianza 90/Los Verdes (Die Grünen) y los Demócratas Libres



(FDP), llamada coalición “semáforo” por los respectivos colores de los partidos que la integran, está siendo muy cuestionado por la debilidad que muestra la economía alemana y la dificultad de adoptar decisiones consensuadas que supongan un aliciente rápido a la recuperación económica y a la reducción de la burocracia que constriñe el desarrollo. A pesar del grave revés sufrido por el Gobierno de coalición respecto del proyecto de ley de presupuestos para 2024, presentado en otoño de 2023, por la limitación que el Tribunal Constitucional alemán ha establecido al endeudamiento en él previsto, finalmente ha sido posible aprobar un presupuesto para 2024, así como adoptar otros acuerdos en materia de transición energética con cargo al Fondo de Clima y Transformación. El incremento de las tasas al transporte aéreo recientemente aprobado, un 22% de media (que supone, por ejemplo, 2,8 euros más por billete emitido en vuelos a España) ha sido consecuencia de esta necesidad sobrevenida de obtener financiación alternativa al endeudamiento.

6

Otras circunstancias limitan la capacidad de actuación y de financiación del presupuesto del Gobierno, como es el aumento comprometido de gasto en defensa (anunciado en 2022). La recientemente anunciada posibilidad de reintroducción del servicio militar obligatorio con motivo de la situación generada por la invasión rusa de Ucrania es otra de las medidas polémicas con las que tiene que lidiar actualmente el Ejecutivo alemán.

El año ha comenzado con una notable conflictividad laboral, con huelgas y paros en transporte por ferrocarril, en aeropuertos y en compañías aéreas, aparte de las movilizaciones del sector primario como consecuencia, fundamentalmente, del anuncio de la supresión de las ayudas al gasóleo consumido en las explotaciones agrícolas y ganaderas. Los acuerdos sociales firmados en las últimas semanas con el colectivo de maquinistas, por un lado, y tripulantes de cabina, por otro, han pacificado en cierta medida el panorama.

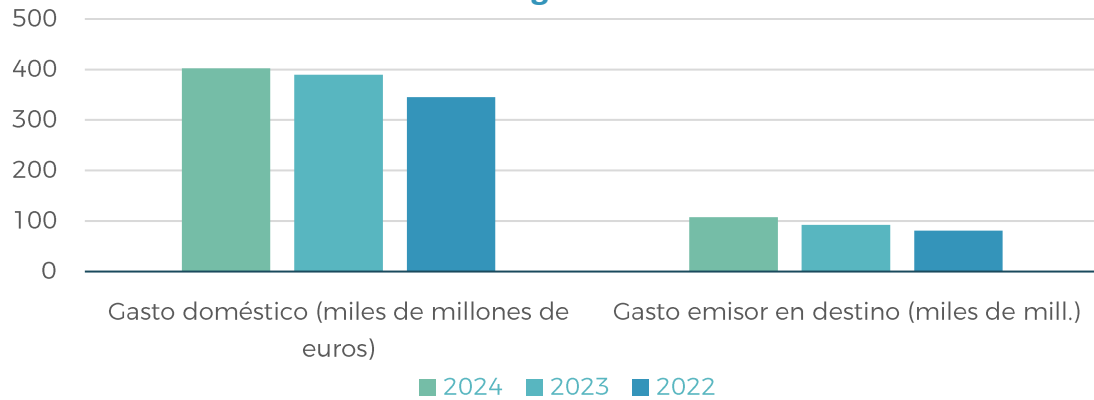
Las próximas elecciones al Bundestag serán en 2025.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda muestran que el gasto total de los alemanes en viajes al extranjero se ha recuperado notablemente en los últimos tres años, si bien esa recuperación ha sido algo menor que la del gasto doméstico. En términos absolutos, el gasto total de viajes al extranjero será, según la previsión para 2024, algo más de una cuarta parte del gasto total en viajes dentro de Alemania.



Evolución gasto turístico

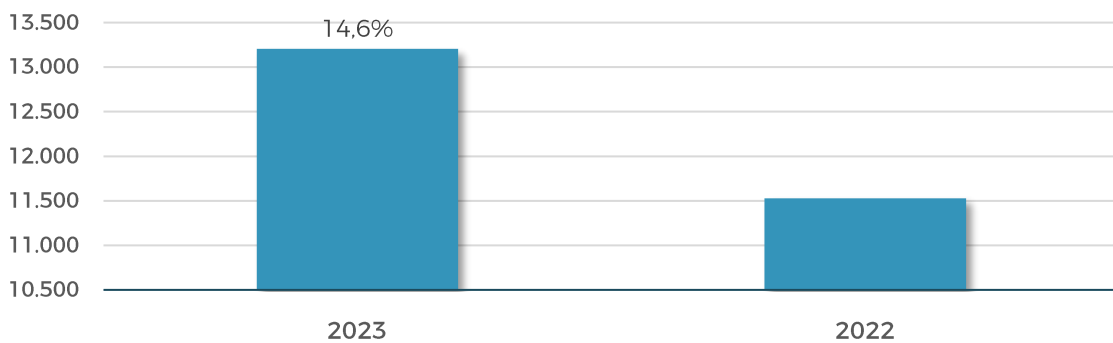


Fuente: Oxford Economics

Respecto al año 2023, según datos de Egatur (INE), el gasto efectuado por los alemanes en sus viajes a España creció en 2023 un 14,6% en comparación con el año anterior, situándose ya claramente por encima de las cifras de 2019 (+11%), a pesar de haberse recibido un número ligeramente menor de turistas que en 2019 (-3,2%).

7

Gasto de los turistas alemanes en España (millones €) y tasa de variación interanual 2022-2023(%)



Fuente: EGATUR (INE)

INDICADORES DE PROSPECTIVA

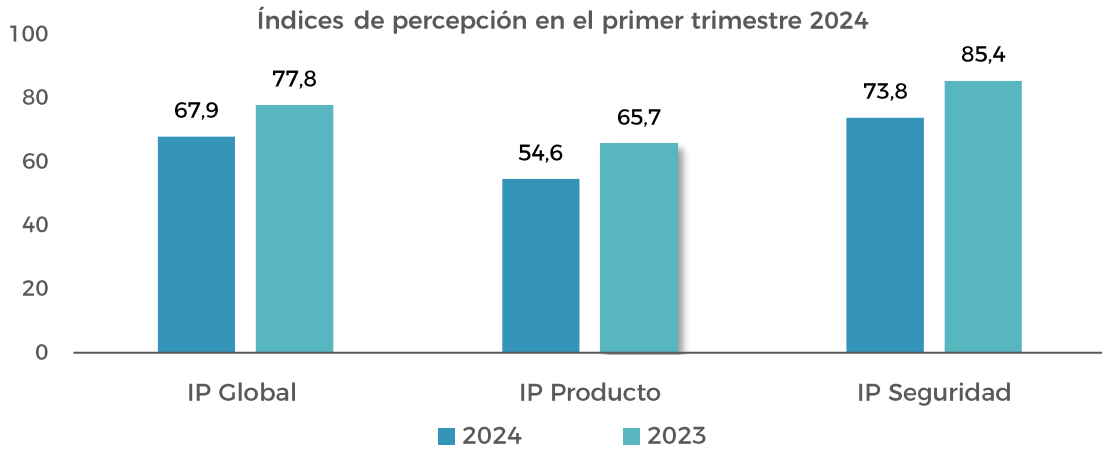
Percepción, consideración e intención del viaje

En Alemania la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles altos, aunque ha descendido respecto del año 2023. Destaca el índice de percepción de seguridad, en particular, tanto este año como el año pasado.



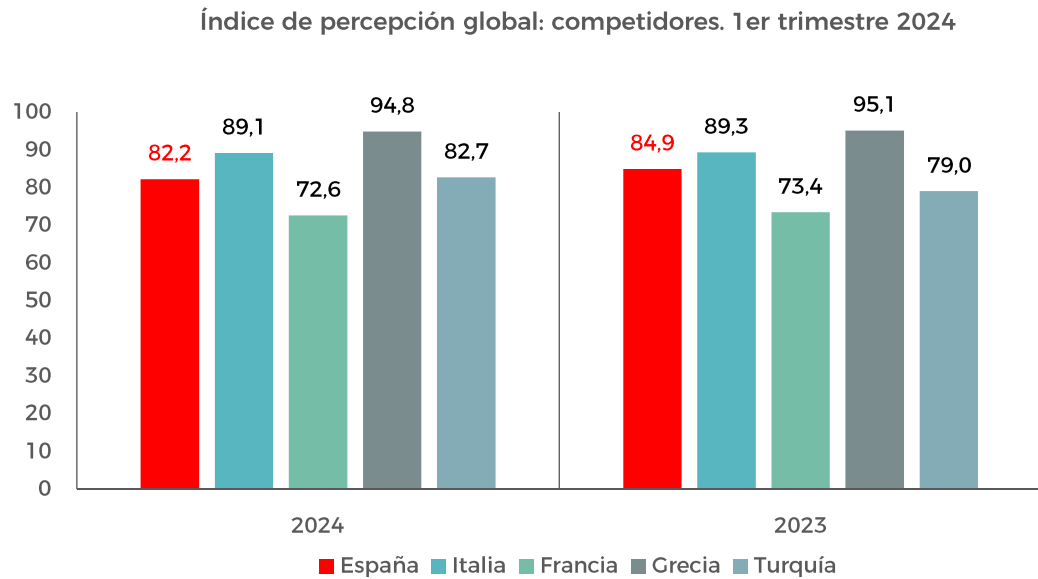
INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ALEMANIA Temporada de primavera/verano 2024



En el índice de percepción global respecto de los competidores, España se sitúa por detrás de Grecia, Italia, y Turquía, y por delante de Francia.

8



Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales). IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto = índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad = índice de percepción de seguridad.



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ALEMANIA Temporada de primavera/verano 2024

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	Italia	34,6	33,8
2	España	32,5	33,5
3	Grecia	29,2	28,3
4	Portugal	24,3	24,3
5	Turquía	14,1	14

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	12,9	13,8
2	Italia	12,0	12,0
3	Grecia	8,0	9,2
4	Turquía	6,7	5,8
5	Portugal	6,4	5,7

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	Portugal	77,3	77,7
2	España	72,6	72,0
3	Grecia	69,9	72,3
4	Italia	67,3	69,9
5	Turquía	29,9	44,5

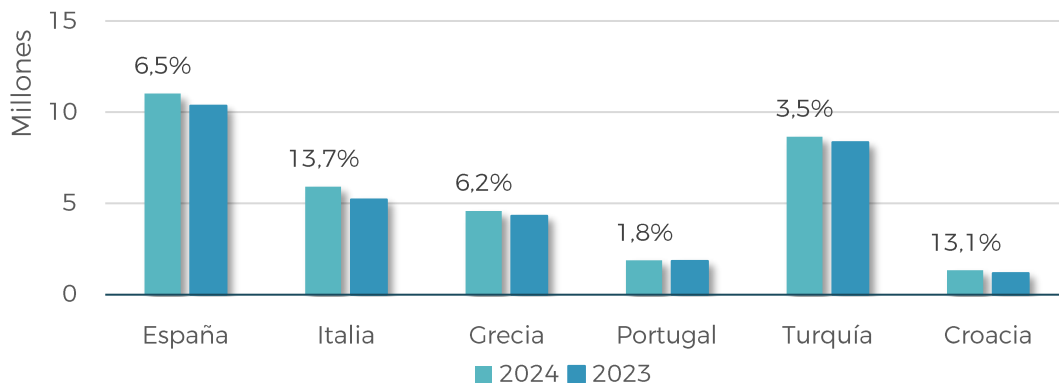
9

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

España ocupa el segundo puesto en el índice de consideración, por detrás de Italia, y se sitúa en primer lugar en intención de viaje entre los principales competidores, por delante de Italia, Grecia, Portugal y Turquía. Por otro lado, en el índice de satisfacción también se coloca en segundo lugar, detrás -a cierta distancia- de Portugal.

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de verano



Fuente: OAG Schedules Analyser

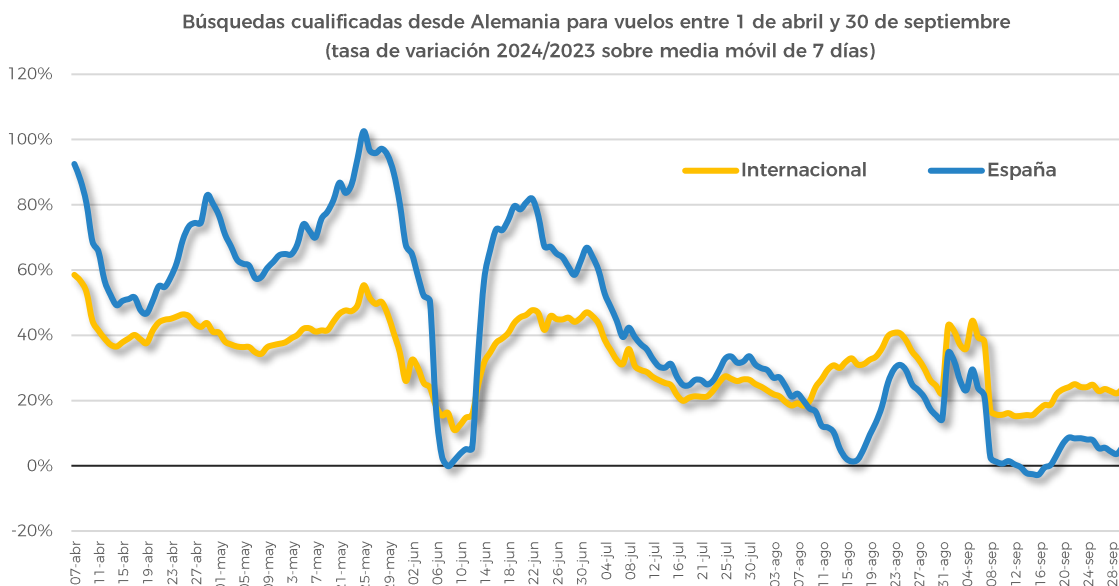


Las capacidades programadas para España entre el 1 de abril y el 30 de septiembre sitúan a España como líder entre los principales países de destino desde Alemania, con más de 10 millones de asientos programados, seguida de Turquía. El país que más incremento de asientos registra es Italia (+13,7%), seguido de Croacia (+13,1%). Egipto, competidor que no se recoge en la tabla anterior, cuenta para la temporada con una cifra de asientos sólo ligeramente menor a la de Croacia, pero con un incremento del 16,6%.

De forma paulatina, pero constante, la conectividad aérea está recuperando rutas que se perdieron como consecuencia de la pandemia. Valga como ejemplo que Norwegian ha reanudado vuelos desde Múnich a Alicante y Málaga a partir de principios de abril, o que Condor retoma, después de varios años de ausencia, la importante ruta Düsseldorf-Ibiza. Como curiosidad, Ryanair volará por primera vez desde Berlín a Castellón en la temporada de verano. Pero siguen sin recuperarse rutas con aeropuertos como Granada, Pamplona, Santander, Zaragoza, Vitoria o Lérída.

Búsquedas y reservas

10



Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/> (nota: no es posible reflejar la tasa de variación correspondiente a las búsquedas realizadas el 29 de febrero de 2024, año bisiesto)

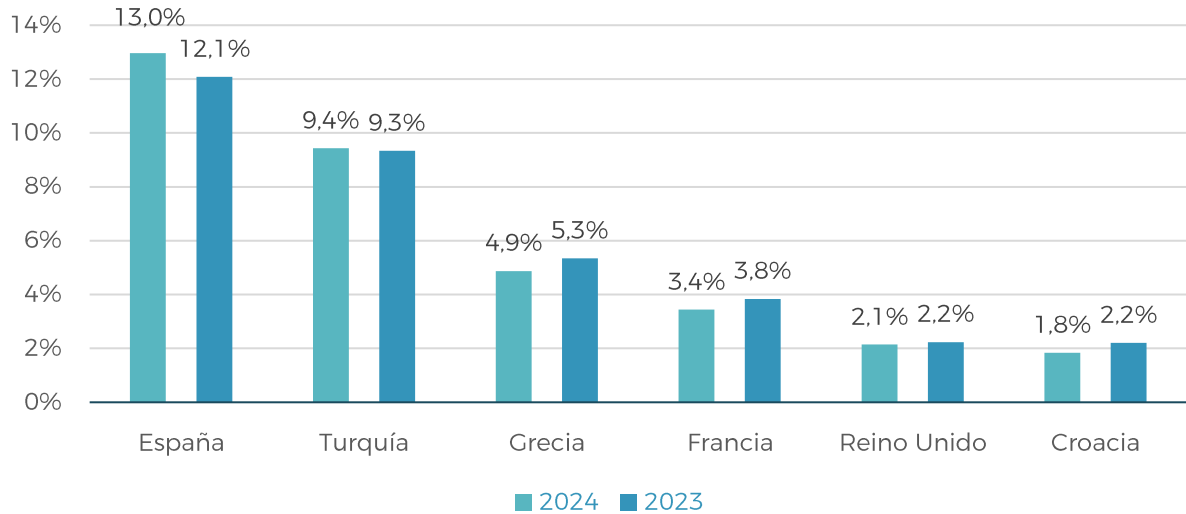
Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta a España para la temporada de verano realizadas hasta la fecha a través del motor de búsqueda de Skyscanner, plataforma con relevante implantación en Alemania, se han comportado, en general, notablemente mejor que las búsquedas internacionales en la mayor parte de periodos, situándose en tasa de variación sólo por debajo de las internacionales para las búsquedas a partir del 10 de agosto. En fechas previas destacan picos de búsquedas cualificadas para vuelos a finales del mes de abril, así como una línea ascendente en



las búsquedas de vuelos a partir del 9 de mayo, para todo ese mes. El siguiente pico de búsquedas de vuelos se produce en el mes de junio y va descendiendo hasta que en agosto la tasa de variación en búsquedas de vuelos internacionales, como ya se ha indicado, supera a las de vuelos a España.

Cuota de búsquedas de alojamientos.

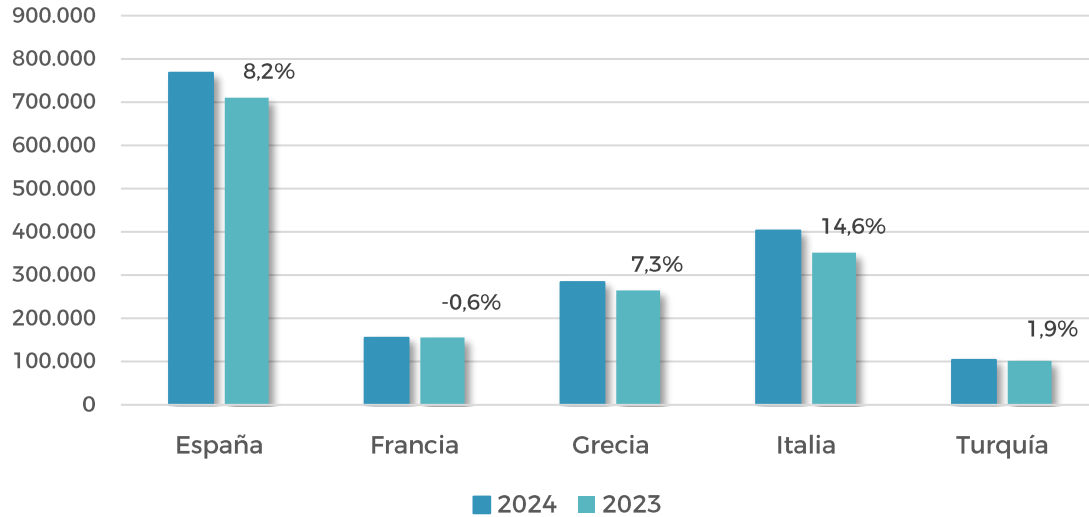
Marzo 2023 vs marzo 2024



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

El gráfico anterior recoge las cuotas de búsquedas de alojamiento realizadas en Google Destinations Insights desde Alemania para alojamientos en España en lo que va de año, así como las búsquedas de alojamientos en los 5 destinos competidores. España, en primer lugar con un 13% de cuota, se sitúa por delante de Turquía (9,4%), seguida, ya a mucha mayor distancia, de Grecia (4,9%) y Francia (3,4%). Además, la cuota de España mejora respecto del año 2023 casi un punto, a diferencia de la mayoría de competidores, que pierden cuota.

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada de verano



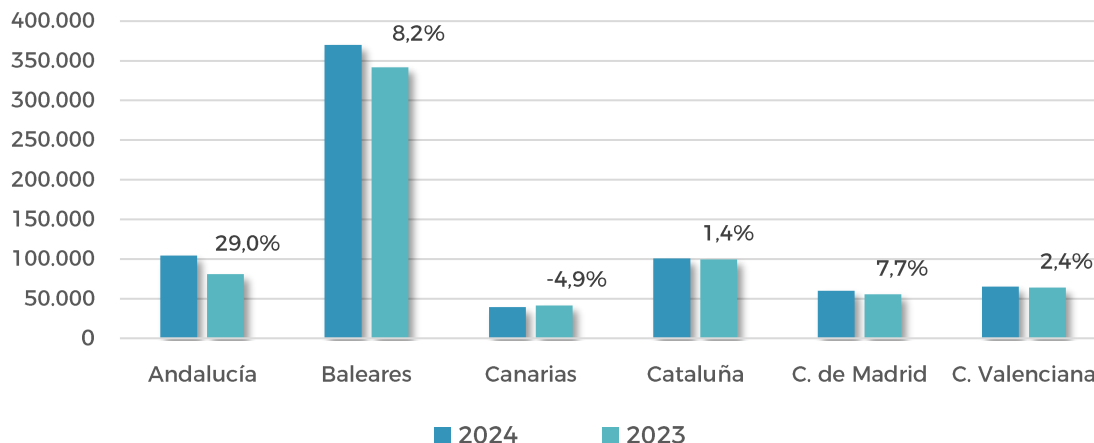
Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

12

El gráfico precedente refleja las reservas para vuelos en temporada de verano (1 de abril a 30 de septiembre) desde Alemania a España y diversos competidores en aerolíneas IATA (no incluye, por tanto, ni compañías de bajo coste ni chárter). Se aprecia la recuperación en el caso de España, pero también en Grecia e Italia.

En el siguiente gráfico pueden observarse los mismos datos referidos a los principales destinos españoles, que reflejan crecimientos en Andalucía, Baleares, Comunidad de Madrid y Comunidad Valenciana, y una caída hacia Canarias.

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada de verano



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



PRINCIPALES CONCLUSIONES

Todas las encuestas recientemente publicadas han señalado que, a pesar de la inflación y de la débil situación de la economía alemana, las personas residentes en Alemania no van a renunciar a realizar un viaje principal de vacaciones en la presente temporada de primavera-verano. Las vacaciones ocupan el segundo lugar en la lista de prioridades de gasto de la población alemana, sólo por detrás del gasto en alimentación, y por delante del realizado en salud y vivienda.

Las diferentes entidades que realizan un seguimiento de los estados de ventas de las agencias de viajes y/o de las plataformas en línea señalan que, aunque el año turístico se inició con un fuerte ritmo de reservas anticipadas, debidas -en su mayor parte- a una fuerte demanda de destinos "todo incluido", especialmente Turquía- por parte de familias con niños en edad escolar, este ritmo se ha mantenido también durante el mes de marzo. Así, TDA ha comunicado que a finales de ese mes ya se había alcanzado para el año turístico 2023/2024 el 70% de las ventas totales realizadas en el año turístico 2022/2023.

13

España es, con una cuota de mercado del 14,4%, el país líder entre los destinos internacionales de la demanda alemana de turismo para viajes de cuatro o más noches de duración, a distancia de los seguidores inmediatos (Italia y Turquía, ambos con el 8,2%). Nada hace presagiar que esta posición se pueda ver amenazada en la presente temporada, ni que circunstancias como la repercusión en medios de posibles limitaciones al consumo de agua en ciertas áreas, o acontecimientos climatológicos extremos, como olas de calor, puedan alterar de una forma sensible los flujos de la demanda.

Entre los destinos previstos para viajar en 2024, según la encuesta realizada por GfK para el BAT recientemente publicada, Alemania figura en primer lugar, con un 28,2% de las preferencias, seguida de España con el 8,4%, Italia con el 5,9%, el conjunto de países escandinavos con el 3,8% y Turquía con el 3,5%.

En resumen, salvo que puedan surgir circunstancias no previstas que alteren de forma sustancial el panorama que describen los indicadores recogidos en este informe, la temporada de primavera-verano de 2024 desde el mercado emisor alemán será muy positiva y recogerá tanto un incremento del gasto como en la cifra final de turistas recibidos.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

