

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



CHINA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Pekín

NIPO: 219-24-018-5

Octubre 2024



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2023	2024	2025 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	5,21	4,84	4,12
PIB nominal per cápita (euros)	11.547	11.963	12.691
Gasto consumidor (% variación interanual)	0,34	4,87	5,25
Población empleada (miles)	751.118	754.687	755.355
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	3,64	3,45	3,39
IPC (% variación interanual)	0,24	0,39	1,48
Tasa de hogares de clase media (%)	13,79	14,82	15,92

Fuente: Oxford Economics.

4

	2022	2023	2024*
TIPO DE CAMBIO (yuan/euro)	7,0788	7,6600	7,8230

2022 y 2023: media anual
2024*: último día del último mes completo (27 de septiembre).

Fuente: Banco Central Europeo.

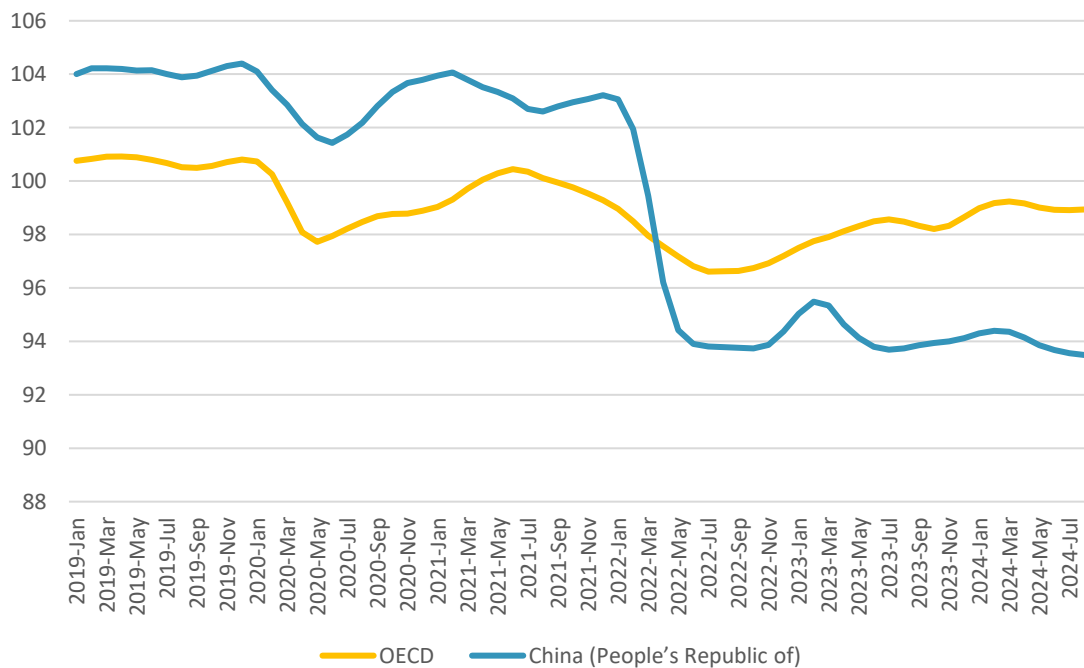
La economía china atraviesa un momento complicado, con una serie de desafíos que incluyen el riesgo de estancamiento deflacionario, un consumo debilitado y un alto desempleo juvenil. Ante esta situación, el gobierno de China ha implementado una serie de estímulos monetarios con el objetivo de reactivar el crecimiento económico. Estas medidas incluyen recortes en los tipos de interés, bajadas en los requisitos de reserva de los bancos, y apoyo específico al mercado bursátil, buscando dinamizar el consumo y aliviar las cargas financieras de millones de hogares. En conjunto, el Banco Central de China estima que estas políticas beneficiarán a 150 millones de personas y podrían reducir los costes de intereses en unos 150.000 millones de yuanes al año, promoviendo una mayor inversión y consumo.

Sin embargo, la reacción inicial en los mercados financieros internacionales no ha del todo optimista. Tras las vacaciones nacionales y la reapertura de los mercados, los principales índices bursátiles de China sufrieron importantes caídas debido a la falta de detalles concretos sobre las políticas anunciadas. La necesidad de medidas más

estructurales que aumenten de manera sostenida los ingresos disponibles de los hogares y fomenten un consumo robusto a largo plazo sigue siendo crucial para lograr una recuperación económica sólida y duradera.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE, cuyos datos más recientes han sido el catalizador para el paquete de medidas de estímulo señalado:

Índice de confianza del consumidor



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

FACTORES POLITICO SOCIALES

Las políticas de exención de visado para ciudadanos chinos se han convertido en un factor clave para incentivar el turismo desde China, especialmente en el sudeste asiático, pero no solo. A países como Tailandia, Singapur y Malasia, que han adoptado estas medidas con éxito, se suman resultados inéditos de crecimiento de turismo chino a destinos no pertenecientes al espacio Schengen, como Serbia o Albania.

Al mismo tiempo, las autoridades chinas también están realizando esfuerzos significativos para atraer turistas internacionales, eliminando la necesidad de visado

durante 15 días para varios países, entre ellos España, en principio hasta finales de 2025. Esta iniciativa responde tanto a las demandas del sector turístico chino como al objetivo de reactivar el consumo y estimular la economía.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según datos del Ministerio de Cultura y Turismo de China, durante las últimas vacaciones de la Fiesta Nacional china, también conocida como Semana Dorada, celebradas en octubre, el número de viajes domésticos creció un 10,2% respecto al mismo periodo en 2019, y el gasto total aumentó un 7,9%. Estas cifras se complementan con el dato de las reservas hoteleras durante ese periodo, que crecieron un 5% en comparación con el año pasado, y con la recuperación de las reservas en hoteles internacionales, que alcanzaron un 120% en relación con 2019.

En cuanto a los viajeros al exterior durante la festividad, la cifra disponible a la fecha de cierre de este informe es la proporcionada por la Academia China de Turismo, que cifra el número de viajeros salientes en 5,19 millones, una cantidad ligeramente superior a la cifra de viajes recibidos desde el exterior en el mismo periodo.

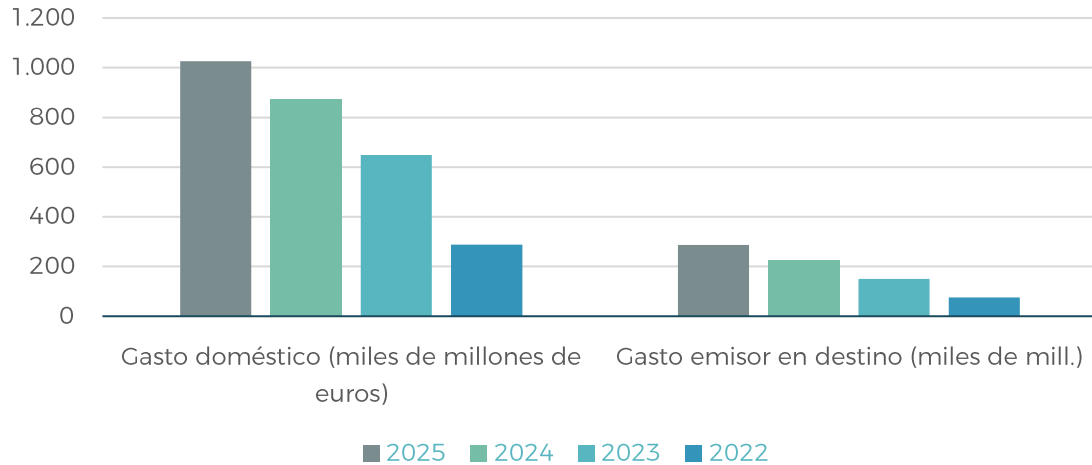
6

Los datos de Ctrip, la principal OTA de China, muestran por su parte que durante las vacaciones del Día Nacional, los residentes de ciudades de primer y segundo nivel están viajando más lejos y gastando más. Entre los 20 principales destinos de viajes al extranjero, 12 son destinos de larga distancia, como el Reino Unido, Estados Unidos y Australia, que representan el 37% del gasto total en turismo internacional.

Durante el primer semestre de 2024, según el analista chino FastData, el número de viajeros chinos al extranjero alcanzó los 60,71 millones, un aumento del 50,4% interanual, y se ha recuperado en un 74,7% en comparación con 2019. No obstante, se espera que esta cifra crezca en el segundo tramo del año, alcanzando el 90% de los niveles de 2019 en la segunda mitad de 2024, y que finalmente se recuperen los niveles de 2019 en la primera mitad de 2025, según la misma fuente.

En este contexto, España recibió a 450.000 turistas chinos entre enero y agosto de 2024, un 97% de los que llegaron a nuestro país en el mismo periodo de 2019 (Frontur), ofreciendo una recuperación muy superior a la de los principales competidores europeos, que se sitúan entre el 60 y el 80% de recuperación en relación con antes de la pandemia.

Ev. gasto turístico. Transporte internacional excluido



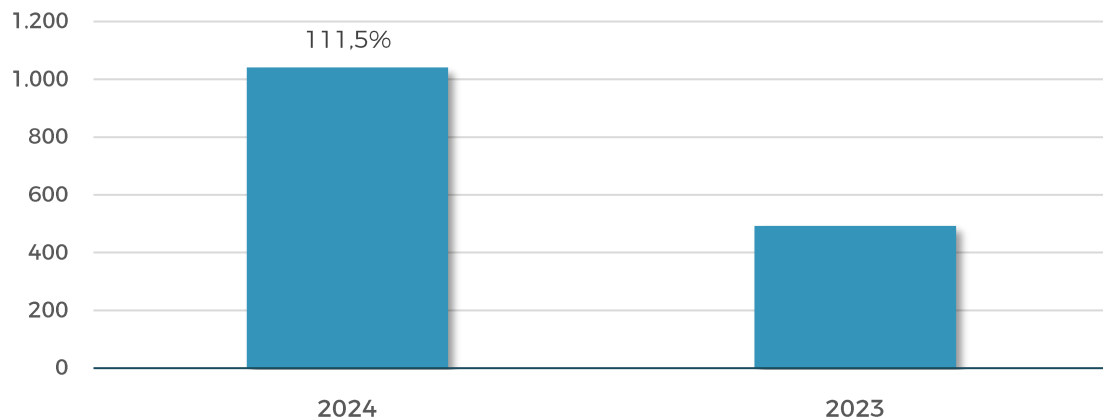
Fuente: Oxford Economics

7

Según estimaciones de Oxford Economics se observa un crecimiento sostenido del gasto de turismo doméstico entre 2022 y 2025. El gasto dentro del país aumenta notablemente finalizada la pandemia en China, con una subida significativa en 2023 que continúa en los años posteriores, pronosticando su punto más alto en 2025.

En cuanto al gasto emisor en destino, es decir, el gasto de los turistas en el extranjero, también presenta una proyección de crecimiento constante. Aunque los valores globales, lógicamente son menores en comparación con el gasto doméstico, sigue una progresión similar, con un incremento anual hasta 2025.

Gasto de los turistas chinos en España (millones €) y tasa de variación interanual (%). Enero -agosto.



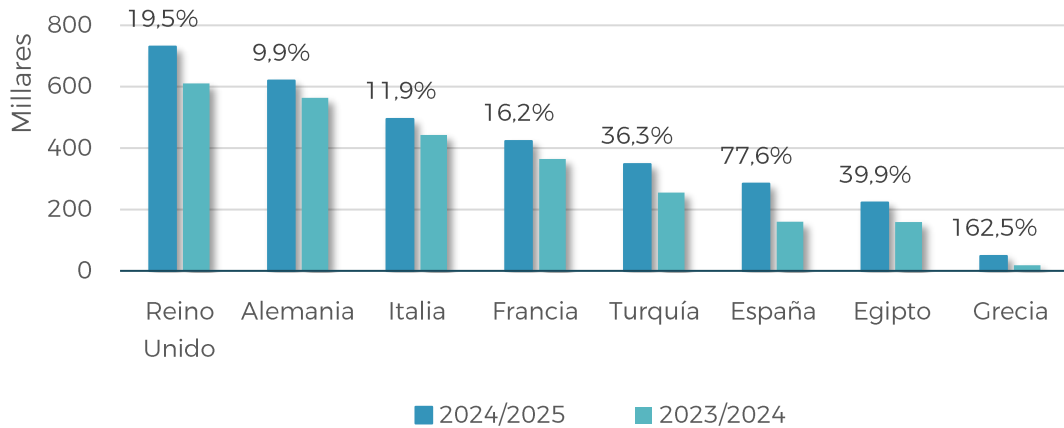
Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos de INE

Según la estimación de Turespaña a partir de datos de EGATUR, el gasto medio por turista ha aumentado un 25% en lo que va de año, con una estancia media de casi 7,5 días, y con un gasto diario de 410 euros. Se ha detectado, en general, una tendencia global a un mayor desembolso en alojamiento y restauración en todos los destinos europeos, en detrimento de las compras, tal y como confirma el sector y los establecimientos especializados en ventas a turistas de este mercado.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de otoño/invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser

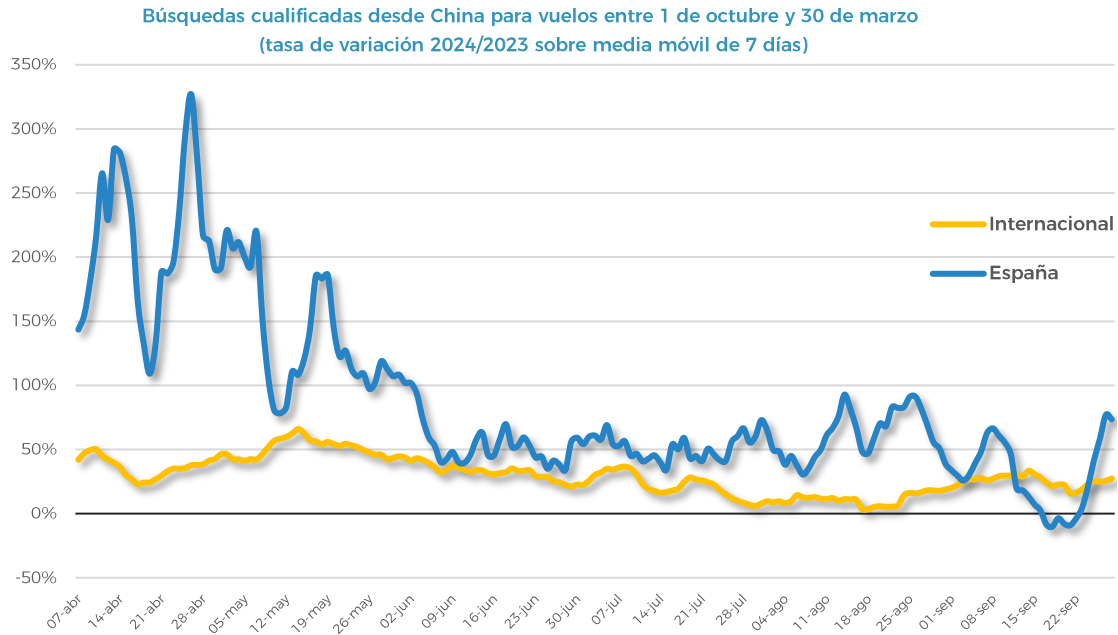
Las capacidades aéreas entre España y China para la temporada de invierno de 2024 (1 de abril a 30 de septiembre) con respecto a 2019 presentan a fecha de cierre de este informe un aumento del 78,5%. Si bien es oportuno en la medida en que la recuperación de la conectividad internacional en 2023 fue irregular, se puede ver en el gráfico que también la el crecimiento en relación con el mismo ha sido exponencial.

Francia y Alemania destacan como los competidores cuyas capacidades siguen por debajo de los niveles de 2019, pese a la recuperación en relación con 2023, en parte por el encarecimiento derivado de la imposibilidad del sobrevuelo de Rusia, y su volumen global de capacidades sigue siendo superior.

En septiembre de 2024, entre China y España se operaron un total de 27 frecuencias semanales desde Madrid (MAD) y 15 desde Barcelona (BCN), lo que suma un total de 42 frecuencias semanales entre ambos países. Desde Madrid, destacan las 11 frecuencias semanales a Pekín (PEK), seguidas de 7 a Shanghái (PVG) y 3 a Hong Kong (HKG). Desde Barcelona, Pekín alcanza las 7 frecuencias semanales, mientras que

Shenzhen y Shanghai tienen tres respectivamente. En general, Pekín es el destino con más frecuencias tanto desde Madrid como desde Barcelona, consolidándose como el principal destino en las conexiones entre ambos países.

Búsquedas y reservas

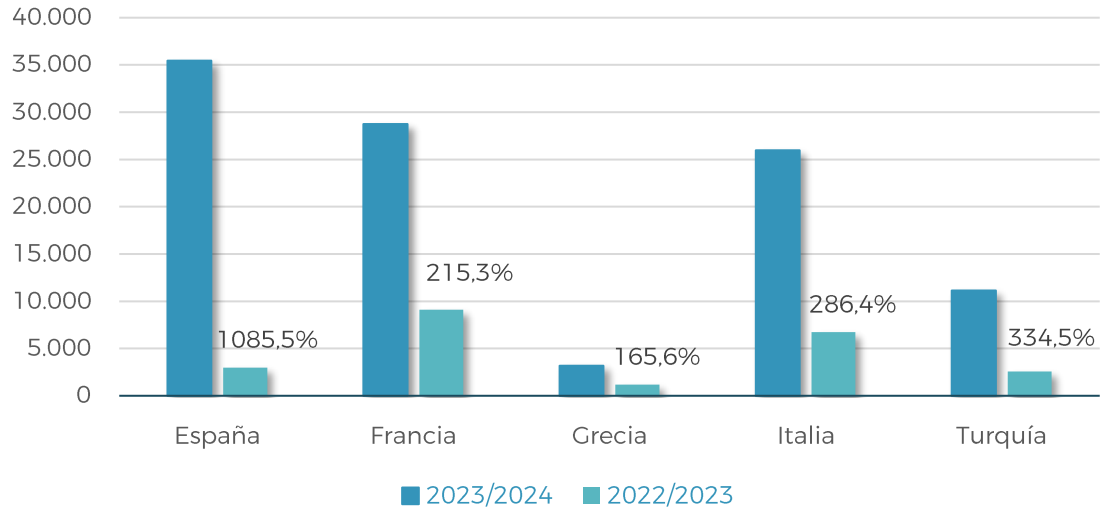


Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

Según las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner, se observa que las búsquedas hacia España tienen una mayor variabilidad y crecimiento, alcanzando picos de más del 300% a inicios de enero, coincidiendo con un incremento del +42% de viajeros durante el Año Nuevo Chino. A lo largo del periodo, las búsquedas presentan oscilaciones constantes, mientras que las internacionales mantienen una tendencia más estable y moderada, moviéndose alrededor del 50% de variación con respecto al año anterior.

Hacia finales de septiembre, ambos segmentos muestran un incremento, destacándose el aumento más pronunciado en las búsquedas hacia España. Sin embargo, no se espera un pico similar para la Semana Dorada de octubre, en consonancia con el resto de datos observados. Este comportamiento se enmarca en una recuperación global de nuestro país siempre por encima de la media de destinos turísticos europeos e internacionales, en la que España está bien posicionada.

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada invernal/estival



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

10

En el gráfico precedente se muestran las reservas en aerolíneas IATA para la temporada invernal/estival comparando los periodos 2023/2024 con 2022/2023 en varios países europeos y Turquía. España destaca con un crecimiento espectacular que hay que comprender en relación con el año de cierre del mercado de 2022, y el año anómalo de recuperación de 2023.

Francia, Italia y Turquía también muestran crecimiento pero menor, ilustrando la exponencial recuperación de España en relación con estos destinos competidores. Este gráfico pone de manifiesto una recuperación notable en las reservas de vuelos hacia destinos europeos, con España liderando claramente el repunte, lo que refuerza su posicionamiento como destino preferido en esta temporada.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

La economía china enfrenta retos importantes, como el riesgo de estancamiento deflacionario, un consumo débil y un alto desempleo juvenil. Para contrarrestar esta situación, el gobierno ha implementado estímulos monetarios, incluyendo recortes en los tipos de interés, bajadas en los requisitos de reserva de los bancos y apoyo al mercado bursátil. Estas medidas buscan impulsar el consumo y aliviar las cargas financieras de millones de hogares. Sin embargo, la reacción de los mercados ha sido cauta, y habrá que estar al desarrollo de los próximos meses para confirmar la evolución de la economía china y el consumo.



En el ámbito político-social, las políticas de exención de visado han incentivado el turismo chino, especialmente hacia el sudeste asiático y otros destinos como Serbia o Albania. Además, China ha eliminado temporalmente la necesidad de visado para turistas internacionales de varios países, incluyendo España, con el objetivo de estimular su propia industria turística y reactivar la economía, una medida que estará vigente hasta finales de 2025.

Como destino turístico europeo España está mejor posicionada que nunca en el mercado chino en relación con su histórico, y esta conclusión se puede inferir tanto de los datos de gasto en destino y gasto diario; volumen en relación con los competidores y conectividad.

Los datos de volumen se mantienen en torno al 97% de los datos de 2019, cifra positiva a la luz de los datos de importantes destinos competidores, que oscilan entre el 50% y el 80% de recuperación.

Al mismo tiempo el gasto del viajero chino en España crece significativamente en un 25% en relación con 2019 y un gasto diario de 410 euros en la medida en que la estancia media se reduce de 10 a 7,5 días.

11

Por todo lo anterior, y siempre en el contexto de dificultades económicas que atraviesa China arriba expuesto, España se posiciona positivamente en el mercado de cara a la coyuntura de invierno, en especial en cuanto a gasto por viajero, diversificación y desestacionalización. Posicionamiento que obtendrá excelentes resultados de prosperar las medidas de estímulo de la economía y consumo lanzadas por las autoridades chinas, momento en el que, no solamente el segmento más alto, sino también las clases medias empiecen a viajar.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

