

INDICADORES TURÍSTICOS

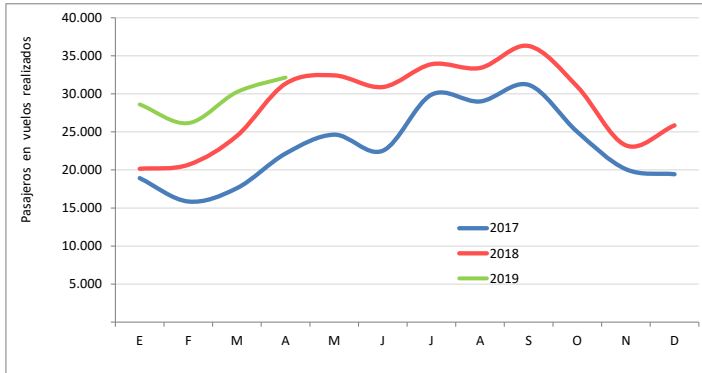
LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)

|          |                     |            |                           |            |     |
|----------|---------------------|------------|---------------------------|------------|-----|
| AÑO 2018 | Total Internacional | 82.773.156 | Principales Destinos 2018 | Cataluña   | 46% |
|          | China               | 649.032    |                           | Com.Madrid | 32% |
|          | Cuota de Mercado    | 0,8%       |                           | Andalucía  | 16% |

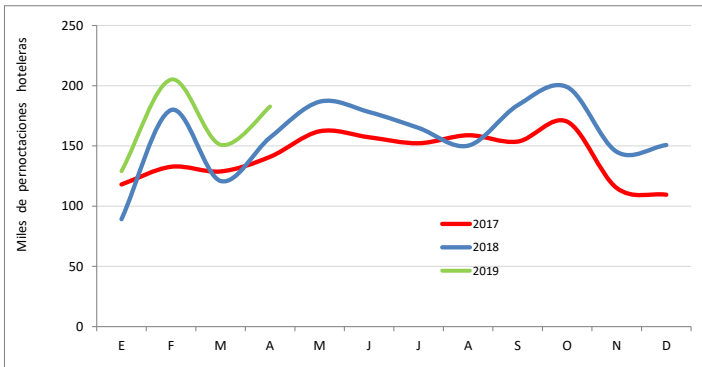
GASTO TOTAL - Egatur (INE)

|          |                     |                |                           |            |     |
|----------|---------------------|----------------|---------------------------|------------|-----|
| AÑO 2018 | Total Internacional | 89.856.447.561 | Principales Destinos 2018 | Cataluña   | 47% |
|          | China               | 1.309.741.358  |                           | Com.Madrid | 31% |
|          | Cuota de Mercado    | 1,5%           |                           | -          | -   |

VUELOS REALIZADOS - AENA



PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



|          |                     |             |                           |                |     |
|----------|---------------------|-------------|---------------------------|----------------|-----|
| AÑO 2018 | Total Internacional | 223.767.392 | Principales Destinos 2018 | Cataluña       | 32% |
|          | China               | 1.905.419   |                           | Madrid (C. de) | 23% |
|          | Cuota de Mercado    | 0,9%        |                           | Com.Madrid     | 21% |

A pesar de los significativos crecimientos registrados en los últimos años, la cuota de España en este mercado está todavía en los niveles típicos de un mercado emergente (0,91%). Este porcentaje resulta de dividir las entradas registradas en 2018 por Frontur (INE) entre el total de salidas realizadas al extranjero por los turistas chinos (excluyendo Hong Kong, Macao y Taiwán), que en 2018 ascendieron a 71,25 millones, un +17,6% más que las registradas en 2017. De acuerdo con el Informe Anual sobre el Turismo Emisor Chino en el año 2018, publicado conjuntamente por el organismo oficial China Tourism Academy en colaboración con Ctrip, los 10 destinos internacionales que experimentaron mayor crecimiento en 2018 fueron, por este orden: Myanmar, Montenegro, Serbia, Laos, Argentina, España, Camboya, México, Brasil y República Checa. Dicho Informe también señala que el turismo chino a Europa creció un +1,7% en 2018, mientras que el turismo chino a España creció un +26,1% (Frontur), por lo que se deduce que España sigue ganando cuota de mercado respecto al resto de países europeos, que son nuestros competidores directos.

El mercado chino está experimentando una rápida y profunda transformación como consecuencia del aumento de la clase media, de la agilización en la política de tramitación de visados y de la constante apertura de rutas aéreas directas con destinos internacionales. Actualmente sólo el 10% de la población dispone de pasaporte. Se prevé que en el año 2025 serán 150 millones de ciudadanos chinos los que dispondrán de él, de forma que los viajes internacionales alcanzarán los 220 millones (Goldman Sachs).

Los turistas chinos que viajan al extranjero lo hacen cada vez de forma más independiente (el 56%), dejando atrás la tendencia de viajar en grupos organizados. Este fenómeno está dando lugar a la aparición de un turista experimentado que demanda una mayor diversidad de oferta turística. Frente al tradicional perfil del turista chino se viene observando un nuevo segmento de demanda: los *millennials*; jóvenes de clase media-alta que están transformando radicalmente el turismo emisor chino, y cuyo peso seguirá creciendo en años venideros.

Los turistas chinos tienen como destinos preferidos los mercados de los países asiáticos, en los que concentran casi el 89% de sus viajes. Los productos más solicitados cuando viajan a Europa son: arte y cultura, compras, gastronomía y turismo urbano. En Europa el producto de sol y playa tiene poca demanda entre el turista chino, que prefiere dirigirse para ello a los países asiáticos de su entorno por su cercanía, mejor precio, mayor accesibilidad y por no requerir visado.

El año 2016 supuso un importante punto de inflexión en lo que se refiere a la conectividad aérea entre España y China, pasando de disponer de solo dos rutas directas en 2015 a nueve en 2019, de forma que en la actualidad el número de ciudades chinas con conexión directa con España asciende a un total de 6: Pekín, Shanghai, Hong Kong, Shenzhen, Hangzhou y Chengdu, con un total de 36 frecuencias semanales en temporada alta y 32 en temporada baja.

En el año 2018 nos visitaron 649 mil turistas chinos, lo que supone un crecimiento del 26,1% respecto al año anterior. El gasto, 1.310 millones de euros, también registró un avance, así como las pernoctaciones hoteleras (+12,2%). En 2018 la principal motivación de los turistas chinos que visitaron España fue el ocio (88% del total). Los viajes de negocios también mostraron un elevado peso relativo (10%) situándose en el cuarto lugar solo por detrás de Portugal, Japón e Italia. Pernoctaron mayoritariamente en hoteles (89%), siendo este el segundo mercado que en mayor medida recurrió al alojamiento hotelero, solo por detrás de Japón. Su destino favorito fue Cataluña (46%) seguido a gran distancia por la Comunidad de Madrid (32%) y Andalucía (16%). El 89% de ellos contaba con estudios superiores. Fundamentalmente viajaron sin paquete turístico (55%), siendo este el segundo mercado, tras Japón, que en menor medida recurrió a la utilización del paquete turístico (45%) y las principales actividades que realizaron fueron compras (73%), visitas culturales (68%) y visitas a ciudades (51%), mientras que solo un 30% declaró realizar actividades de sol y playa (estimación Turespaña). En el primer trimestre de 2019 las pernoctaciones hoteleras del mercado chino han mostrado un considerable crecimiento (+22,1%) (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

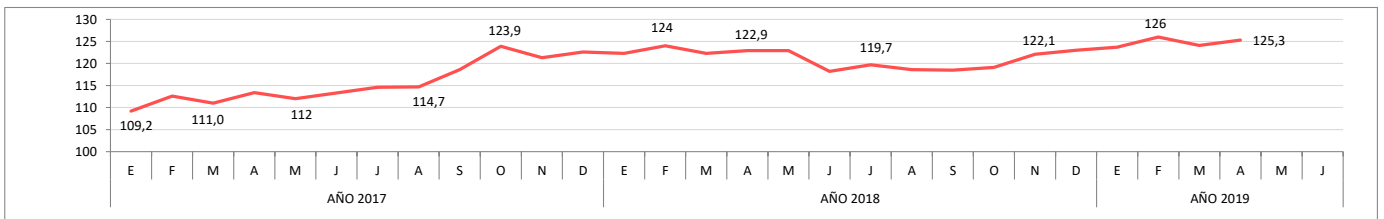
|                                 |          |            |           |             |
|---------------------------------|----------|------------|-----------|-------------|
| % VARIACIÓN INTERANUAL ASIENTOS | AÑO 2019 |            |           |             |
|                                 | Junio    | Julio      | Agosto    | Jun.-Agosto |
| Asientos en vuelos previstos    | 14,3%    | 3,0%       | 6,0%      | 7,5%        |
| Pasajeros en vuelos realizados  | Año 2018 | Abril 2019 | Acumulado | Abril 2019  |
|                                 | 24,4%    | 2,6%       |           | 21,2%       |

INDICADORES ECONÓMICOS

|                                |      |      |      |           |           |           |           |                           |
|--------------------------------|------|------|------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------------------------|
|                                | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 - 1T | 2019 - 2T | 2019 - 3T | 2019 - 4T | 2019 <sup>Previsión</sup> |
| PIB (% VARIACION) <sup>1</sup> | 6,7% | 6,9% | 6,6% | 1,4%      |           |           |           | 6,4%                      |
| IPC <sup>2</sup>               | 2,0% | 1,6% | 2,5% | 1,8%      |           |           |           | 2,6%                      |
| TASA DE DESEMPLEO              | 4,0% | 3,9% | 4,0% | 3,7%      |           |           |           | 4,0%                      |

<sup>1</sup> Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales  
<sup>2</sup> Los datos trimestrales reflejan la inflación acumulada en el año  
Fuentes: Eurostat, FMI y Autoridades Nacionales

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - National Bureau of Statistics of China



TIPO DE CAMBIO (EUR/CNY)

