

# Tecnología para viajes: *e-travel* en Alemania

## A. CIFRAS CLAVE

Durante el año 2018 los alemanes efectuaron un gasto total de 154.000 millones de euros en turismo, tiempo libre, entretenimiento y cultura. El sector hotelero y de acomodación alemán registró un récord de pernoctaciones, alcanzando un total de 477 millones este año. Por su parte, los alemanes incurrieron en un gasto de 79.400 millones de euros en sus viajes al extranjero. Por lo que se refiere a los **canales de reserva**, 2018 ha sido el primer año en la historia en el que se reservaron más viajes *online* que a través del canal *offline*. Aproximadamente el 60% de los viajes se reservaron *online*. Además, el número de empresas tecnológicas y *startups* vinculadas al sector turístico ha crecido considerablemente durante los últimos años. Todo esto representa el marco perfecto para el desarrollo y crecimiento del sector turístico alemán en su vertiente *online* y tecnológica.

El sector del <i>e-travel</i> en Alemania	2018
Ingresos mundiales del sector <i>e-travel</i>	756,8 miles de millones de EUR
Ingresos totales en Alemania del sector <i>e-travel</i>	32,4 miles de millones de EUR
Número total de viajes efectuados por alemanes (corta y larga duración)	158,1 millones
Gasto medio por persona (larga duración)	1.017 EUR
% del total de reservas efectuadas <i>online</i>	60 %
% de la población alemana con acceso a Internet	84 %
% de la población que utiliza Internet para informarse acerca de sus viajes	67 %
Cuota de mercado de las OTA	40%

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa de las actividades / productos del sector estudiado

El sector turístico tecnológico puede definirse de dos formas diferenciadas. Por un lado, atendiendo a la tipología de empresas y sus servicios y, por otro, en función del canal utilizado para la contratación de estos. Con relación a la primera clasificación, existen tres niveles distintos: compañías de viaje *online* (OTA), proveedores de soluciones tecnológicas para viajes (GDS) y compañías de arrendamiento a corto plazo.

- Las **OTA**<sup>1</sup> proveen, principalmente a los viajeros interesados en estancias vacacionales, herramientas innovadoras y potenciadoras de las búsquedas. También ayudan a los oferentes de servicios turísticos mediante apoyo en servicios de *marketing*.
- Los **GDS**<sup>2</sup>, a través de sus plataformas, cubren un gran espectro de soluciones tecnológicas. Permiten que los consumidores tengan acceso a un número creciente de ofertas de viaje y otros servicios. Estos sistemas son usados como **nodo central de acceso a reservas**, principalmente de aerolíneas, habitaciones de hotel o alquiler de vehículos, entre otros.
- Las **empresas de alquiler temporal** ponen en contacto a propietarios de viviendas con demandantes turísticos. Para ello, ponen a disposición de ambos una plataforma *online* y diversas condiciones para lograr acuerdos de forma más efectiva.

Por otro lado y atendiendo a la segunda clasificación, en función del canal utilizado para la contratación del servicio, se hace referencia al conocido como **e-travel**. El sector del *e-travel* se encuentra dividido en dos grandes segmentos: Servicios *online* de movilidad y servicios de reservas *online*.

- **Servicios *online* de movilidad:** dividido a su vez en 4 subsegmentos, en concreto: vuelos, alquiler de vehículos, trenes y autobuses y otros servicios de movilidad urbana.
- **Servicios de reservas *online*:** dividido a su vez en 3 subsegmentos, en concreto: alquiler vacacional, reserva de hoteles y paquetes turísticos.

### B.2. Tamaño del mercado y principales actores

Las OTA, o agencias turísticas *online*, aumentan paulatinamente su cuota de mercado en Alemania, en detrimento de los canales de venta tradicionales. En primera posición como claro líder del mercado se encuentra **booking.com**, que ingresó aproximadamente 2.400 millones de euros por ventas en el mercado alemán en 2018. En segunda posición, y con ingresos por ventas de 1.450 millones de euros, se encuentra **Expedia**. La tercera posición la ocupa **Check24**, que ha experimentado un gran crecimiento durante 2018, llegando a facturar 1.400 millones de euros.

Actualmente, el éxito o fracaso de muchas OTA y de otros actores del sector turístico depende de su relación y dependencia de los GDS, los cuales ofrecen sistemas de gestión de reservas, sistemas de inventario y facturación y sistemas de venta en línea. En la actualidad, los 3 principales proveedores mundiales de servicios GDS prestan servicio a más de 1.500 aerolíneas, 1,5 millones de hoteles y cerca de 120 líneas de cruceros y ferris.

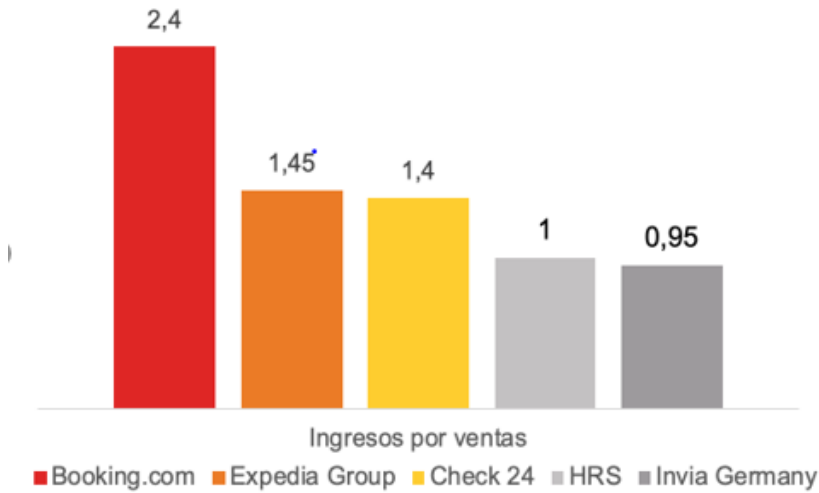
En relación con el alquiler *online* de **alojamiento vacacional**, Alemania es el país europeo con la mayor demanda de este tipo de alojamiento. Alrededor de 10 millones de usuarios alemanes han reservado algún tipo de alojamiento vacacional a través de Internet. A su vez, plataformas y empresas de alquiler temporal como **Airbnb**, **Wimdu**, **Homeaway** o **Homestay** han incrementado paulatinamente su cuota de mercado.

<sup>1</sup> OTA: Online Travel Agencies.

<sup>2</sup> Global Distribution Systems.

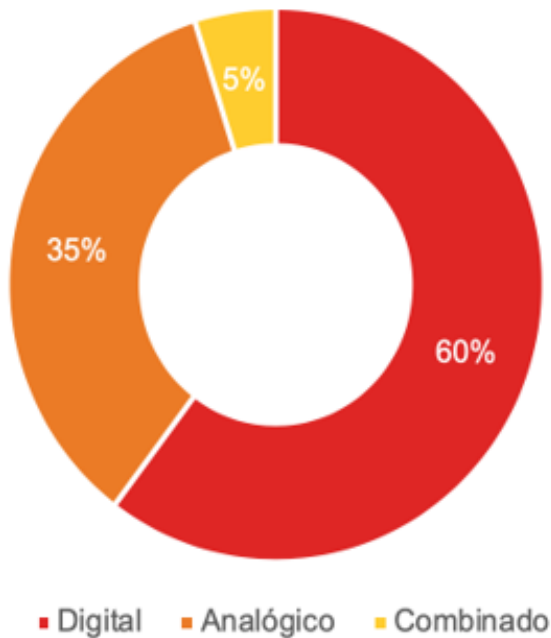


**INGRESOS DE LAS OTA DE ALEMANIA POR VENTAS PRINCIPALES**  
(miles de millones de euros)



Fuente: FVW Dossier 2018.

**CANAL DE RESERVAS ONLINE Y OFFLINE**  
Sobre un total de 127 M de viajes en Alemania



Fuente: [Vir Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt 2019](#).



## PRINCIPALES GDS DEL MUNDO EN CIFRAS

	Aerolíneas	Hoteles	Alquiler de vehículos	Líneas de crucero	Compañías ferroviarias	Ingresos mundiales (miles de millones)
<b>AMADEUS</b>	770	650.000	42.000	53	90	EUR 4,94
<b>SABRE</b>	400	175.000	40.000	17	50	USD 3,87
<b>TRAVELPORT</b>	400	650.000	36.000	50	15	USD 2,5

 Fuente: *Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland 2017, BMWi.*

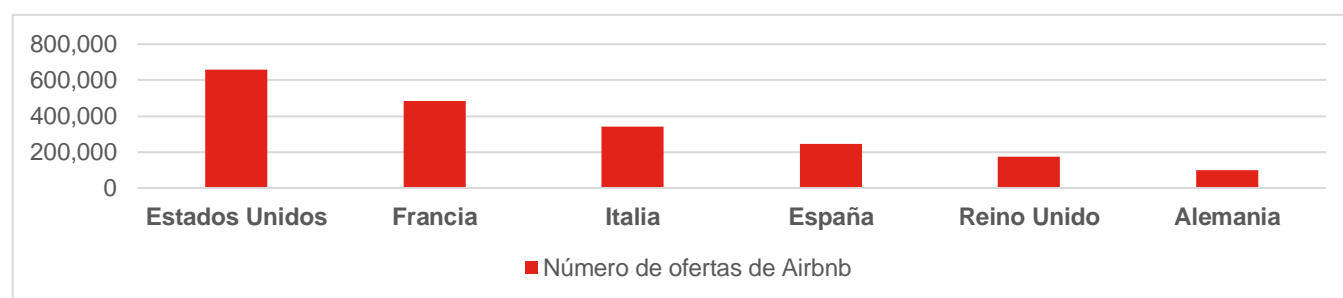
## OFERENTES DE ALOJAMIENTO PRIVADO EN ALEMANIA

	Número de países	Número de ofertas (mundo)	Número de ofertas (Alemania)
<b>9flats</b>	140	200.000	2.065
<b>Airbnb</b>	200	4.000.000	100.000
<b>BedyCasa</b>	185	50.000	30
<b>Nightswapping</b>	160	5.767	221
<b>Wimdu</b>	150	350.000	12.156

 Fuente: *Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland 2017, BMWi.*

## NÚMERO DE RESERVAS DE AIRBNB EN EUROPA

Valores absolutos basados en el número de ofertas

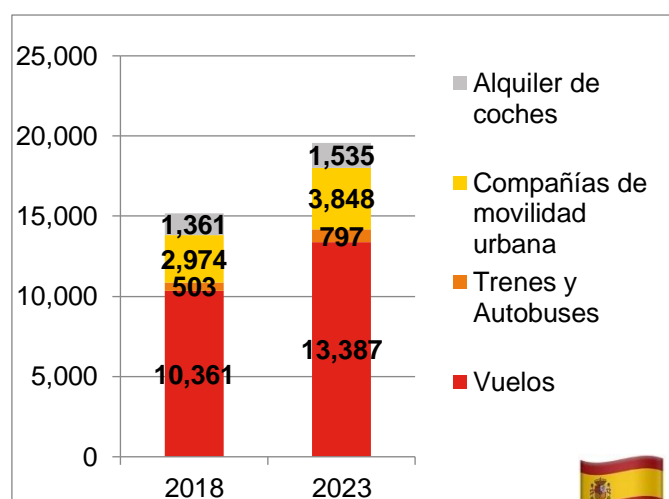
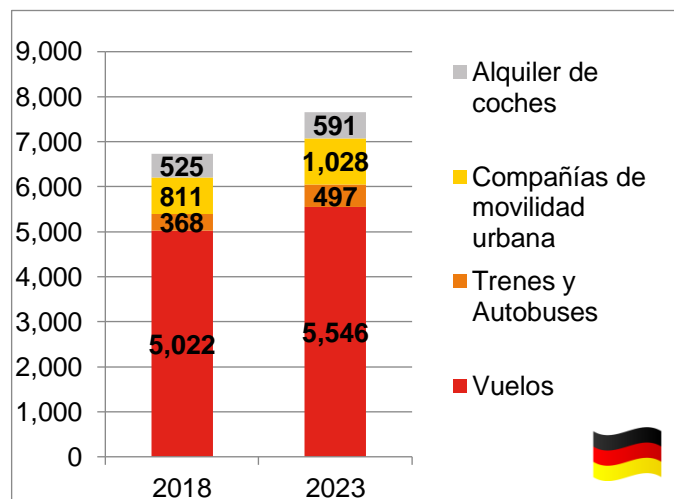

 Fuente: *Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland 2017, BMWi.*

Con relación a las reservas de servicios *online* de **movilidad**, en los gráficos presentados a continuación se han incluido las siguientes categorías: vuelos, alquiler de vehículos, trenes y autobuses y otros servicios de movilidad urbana que no incluyen el transporte público ni servicios tradicionales de taxi. La principal razón para la contratación o reserva de servicios de movilidad *online* radica en que, por un lado, estos ahorran tiempo al cliente durante la reserva, y por otro, permiten una rápida comparación de precios. Además, a través de las aplicaciones móviles de alguno de estos proveedores como, por ejemplo, Uber, se puede acceder a diferentes tipos de promociones, descuentos y formas de pago casi instantáneas. En este sector cabe destacar la reciente creación de la empresa de servicios de *shuttle* en Hamburgo **MOIA**, perteneciente al grupo Volkswagen. Esta empresa, que comenzó su actividad en abril de 2019, ofrece compartidos a través de su aplicación servicios de transporte

interurbanos mediante el uso de furgonetas eléctricas. Este proyecto de Volkswagen se encuentra por el momento en fase de prueba y sólo está operativo en la ciudad de Hamburgo.

### INGRESOS REALES Y PROYECCIÓN DEL SEGMENTO DE E-MOBILITY EN ALEMANIA Y ESPAÑA

En millones de USD

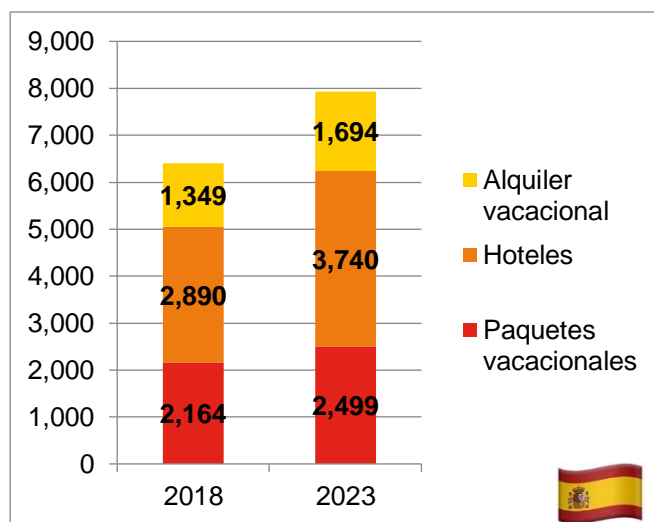
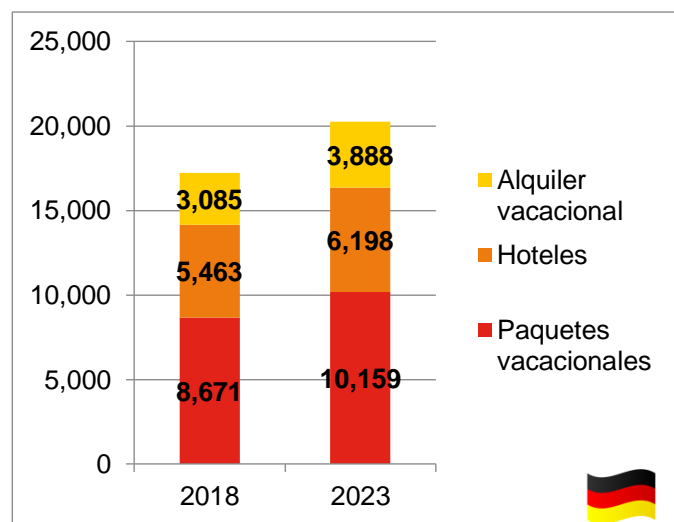


Fuente: E-travel report 2019. Statista.

En lo tocante a las **reservas de servicios turísticos online**, los gráficos siguientes incluyen las siguientes categorías: paquetes vacacionales, hoteles y otros tipos de alquiler vacacional. Las previsiones muestran cómo las reservas en línea paulatinamente ganan cuota de mercado a los canales tradicionales. Los usuarios no encuentran motivos, ni perciben valor añadido, en el desplazamiento hasta una agencia de viajes tradicional, máxime cuando desde su dispositivo móvil o a través de Internet pueden acceder a una amplia y precisa descripción de los servicios ofrecidos, así como a una visión general sobre precios. Actualmente, la información disponible a través de los canales de reserva *online* es más amplia y detallada que en los canales *offline*.

### INGRESOS REALES Y PROYECCIÓN DEL SEGMENTO DE RESERVAS ONLINE EN ALEMANIA Y ESPAÑA

En millones de USD



Fuente: E-travel report 2019. Statista.

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

Cabe destacar la tendencia existente en el mercado de las OTA españolas que, por un lado, están inmersas en profundos procesos de internacionalización y, por otro, de diversificación de sus líneas de negocio. A modo de ejemplo, dos de las principales OTA españolas, Logitravel y Destinia, están diversificando sus modelos de negocio más enfocados ahora al B2B. **Logitravel** está dando pasos hacia convertirse en un grupo turístico global, entrando en los modelos de negocio de la turoperación y banco de camas, a través de las marcas **Traveltino** y **Smyroom**. En su proceso de internacionalización, Logitravel ha abierto recientemente oficinas en Dubai, Manchester, Uruguay, México y Tailandia. España sigue constituyendo el principal país de facturación por ingresos del grupo.

Por su lado, **Destinia** ha potenciado también su actividad B2B a través de la plataforma **TOR Travel** y **Onlinetravel**, siendo esta última una marca creada para agencias de viajes presenciales. Su objetivo es que la actividad B2B llegue a superar a la B2C a partir del año 2021.

En este marco, cabe mencionar también la compra de **Musement** por parte de **TUI Group**, para su integración en la filial española del grupo: **Destination Experiences**. La empresa alemana, que actualmente es considerada como el mayor turoperador mundial, y que basaba su actividad comercial en gran parte en su red de agencias de viajes físicas, está inmersa en un profundo proceso de digitalización para conseguir una mejor adaptación a las necesidades del cliente actual. Esta compra es muy significativa y representa fielmente la tendencia hacia un progresivo desarrollo de la tecnología aplicada al turismo. **Musement** es una plataforma *online*, fundada hace 5 años que se ha consolidado como líder en la venta de actividades, excursiones y *tours*.

En el plano de los GDS, la empresa **Amadeus** fue creada en el año 1987 como alianza estratégica entre las principales aerolíneas europeas (Air France, Lufthansa, Iberia L.A.E y Scandinavian Airlines System) con el objetivo de crear un líder mundial en el suministro de servicios de información, gestión y reservas. La sede de la compañía se encuentra en Madrid, aunque cuenta también con una presencia notable en Francia y Alemania. El sistema GDS de Amadeus fue creado como una solución innovadora a un problema relativamente común asociado a la industria turística, en concreto, la eficiencia en la venta y distribución de servicios turísticos. La tecnología de Amadeus permitió en 2017 la administración de más de 600 millones de reservas y el embarque de más de 1.600 millones de pasajeros en todo el mundo. Cerca de 700 aerolíneas, 90 compañías ferroviarias, más de 300 cadenas hoteleras y más de 230 turoperadores usan la tecnología de esta empresa.

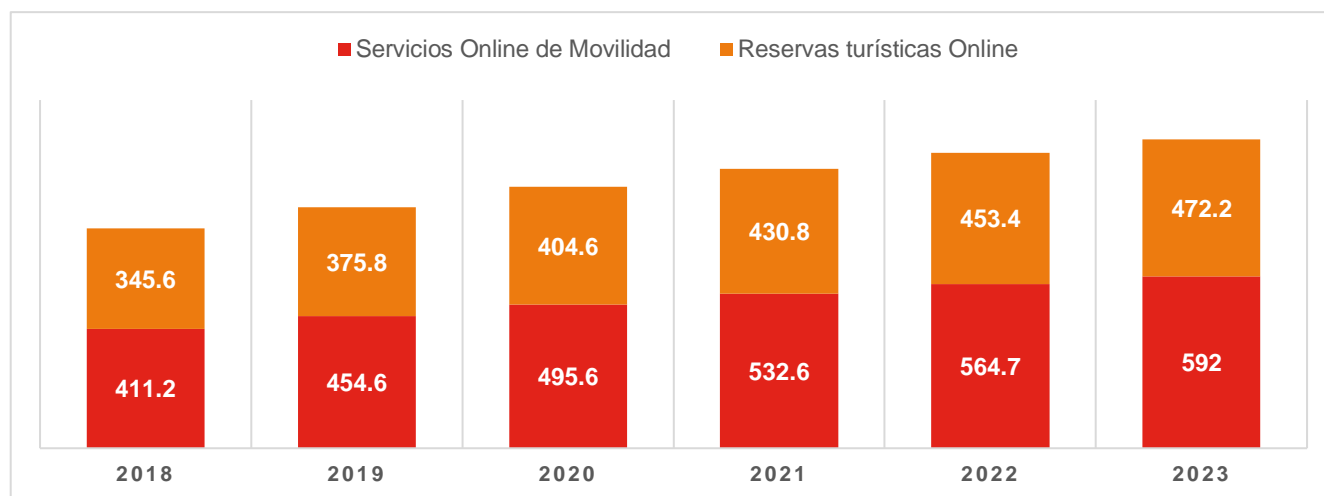
## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

Según la información recogida en el informe publicado por Statista, *eTravel Report 2019*, los ingresos mundiales del sector *e-travel* crecerán un 7,1 % entre 2018 y 2023, hasta alcanzar 1,064 billones de USD. La cada vez mayor cuota de penetración mundial de Internet, el aumento de la tasa de propietarios de *smartphones*, el desarrollo de la tecnología de las telecomunicaciones y la digitalización son factores clave en este crecimiento. En concreto, el sector de servicios *online* de movilidad alemán crecerá un 5,2 % entre 2018 y 2023, rozando los 20.000 millones de USD.

Por su parte, el número de usuarios de estos servicios, que incluyen vuelos, trenes y autobuses, alquiler de coches y otras formas de movilidad urbana, ascenderá de los 33,7 millones a los 38,2 millones de usuarios durante la mencionada franja temporal. En lo tocante al sector de reservas turísticas *online*, se espera un crecimiento del 3,3 % en Alemania entre 2018 y 2023, llegando hasta los 20.240 millones de USD de ingresos en este sector durante este último año.

## INGRESOS ACTUALES Y FUTUROS DEL E-TRAVEL EN EL MUNDO

En miles de millones de USD (servicios de movilidad *online* y contratación de servicios turísticos *online*)



Fuente: *e-travel Report 2019*. Statista.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

Al tratarse de servicios tecnológicos, la distribución se realiza inexorablemente a través de Internet. En su mayoría son servicios de *software* y ni siquiera resulta necesaria la instalación y el mantenimiento de forma presencial, lo que hace que la cadena de suministro sea generalmente corta. En este marco, hay que diferenciar entre servicios prestados al consumidor final y servicios prestados a otras empresas.

En relación con los **servicios prestados al consumidor final**, aquellas empresas que se dedican a proveer servicios al viajero los prestan a través de sus propios portales *online*, o a través de portales ajenos contratados previamente. No existe por lo tanto intermediario, los servicios son prestados directamente al cliente final, desde una agencia de viajes hasta un hotel. Empresas como **Blablacar.com** o **Airbnb.com** utilizan herramientas de *marketing* de tipo *pull* para llegar a su público potencial y aumentar su red de clientes.

En lo concerniente a **servicios prestados a otras empresas**, la tecnología turística se compone de una ingente cantidad de empresas dedicadas a muy diferentes fines. Algunas, como desarrolladoras de aplicaciones o plataformas, prestan servicios a otras empresas turísticas para mejorar, bien su gestión interna, o bien su gestión de cara al cliente. Existen vías utilizadas por las empresas que, en general, se enmarcan dentro de diferentes formas de alianzas estratégicas:

- **Distribuidores:** se trata habitualmente de empresas del sector tecnológico que ofrecen aplicaciones compatibles con las de la asociada canalizada. Pueden ser compañías que se sitúen en el núcleo de una actividad turística, como puede ser la gestión hotelera. En este caso, una empresa canalizada podría ofrecer algún servicio de forma complementaria a la canalizadora. Esta es una de las formas más exitosas para este tipo de empresas, ya que la empresa distribuidora, cuya actividad principal no es la distribución del otro producto sino del suyo propio, obtiene una mayor oferta más un porcentaje de la venta que haga para la compañía canalizada, mientras que esta logra la venta de su producto de forma pasiva.
- **Agrupadores:** empresas tecnológicas que ofrecen servicios de modo generalista, dedicándose a aglutinar productos de diferentes empresas para ofrecer soluciones conjuntas. De esta forma, dependiendo de la cartera de la consultora, se pueden lograr propuestas muy personalizadas para cualquiera de los diferentes mandantes.
- **Piggy-back:** esta es una de las opciones que pueden tener más capacidad de desarrollo en el futuro próximo. Sin embargo cabe mencionar que determinados acuerdos de *software* en *piggy-back* pueden ser

vistos como *malware*, con el consiguiente menoscabo de la imagen de marca y daño reputacional. Es importante que, a la hora de llevar a cabo la instalación, esta no se haga de forma agresiva o invasiva.

## E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

Alemania es un país muy receloso y cuidadoso en cuanto a la **protección de datos de carácter personal**. En este marco, el Reglamento Europeo de Protección de Datos ha sido aplicado en Alemania de forma incluso más restrictiva que en su formulación original. La nueva edición de la *Bundesdatenschutzgesetz* (BDSG) ha recibido muchas críticas de las diferentes asociaciones empresariales alemanas, alegando que, en muchas ocasiones, los trámites administrativos asociados a esta nueva norma reducen la rentabilidad de las empresas, en especial, de aquellas que prestan sus servicios *online*.

Especial atención merece también la iniciativa europea conocida como *New Deal for Consumers*, llamada a endurecer la aplicación del derecho europeo para la protección del consumidor. Acorde a esta iniciativa, la Directiva comunitaria para la mejor aplicación y modernización del derecho europeo para la protección del consumidor fue adoptada por el Parlamento Europeo y por el Consejo el 27 de noviembre de 2019. La trasposición de esta directiva en Alemania acarrearán notables consecuencias para toda la industria del *traveltech*.

Hay que destacar también las necesarias consideraciones en cuanto a seguros, licencias y certificaciones necesarias para poder ofrecer servicios turísticos en este sector en Alemania.

## E.3. Ferias

- **ITB** 4-8 de marzo de 2020: Feria de turismo, Alemania (Berlín, Alemania)  
<https://www.itb-berlin.de>
- **IMEX** 12-14 de mayo de 2020: Feria Internacional del turismo de negocios (Fráncfort, Alemania)  
<https://de.imex-frankfurt.com>
- **Seatrade Europe** 8-11 de septiembre de 2021, Feria de cruceros (Hamburgo, Alemania)  
<https://www.seatradeevents.com/en/home.html>
- **Embedded World** Nuremberg 25-27 de febrero de 2020, Congreso de tecnologías integradas (Nuremberg, Alemania)  
<https://www.embedded-world.de/en>

## F. INFORMACIÓN ADICIONAL

### F.1. Asociaciones

- **Verband Internet Reisevertrieb (VIR):** Asociación de la Industria del Viaje *Online*: desde 2004 defiende y analiza el creciente mercado de la tecnología del viaje. También ejercen de *lobby* para que se provea el marco legal y financiero apropiado para que la industria pueda alcanzar su potencial.
- **Deutscher Reiseverband (DRV):** La Asociación Alemana de Turismo (DRV) es la principal organización de defensa de los intereses del sector. Los operadores turísticos que la integran facturan más de 200.000 millones de euros al año.
- **Deutscher Tourismusverband Service GmbH (DTV):** El objetivo de la Asociación Turística Alemana es que Alemania se transforme paulatinamente en el destino turístico con mejor relación calidad-precio en Europa.
- **Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft e.V. (BTW):** La asociación Federal del Sector Turístico (BTW) es la organización techo del sector turístico alemán. Su objetivo es conservar y optimizar la movilidad, para que viajar continúe siendo atractivo.





- **Bundesverband Deutsche Start-ups: Travel-tech:**  
<https://deutschestartups.org/community/plattformen/traveltech-tourism/>

## F.2. Otra información de interés

- *E-travel report*, Statista: <https://de.statista.com/statistik/studie/id/42170/dokument/etravel-report/>
- *El Mercado de la Tecnología del Turismo en Alemania*, ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017723979.html?idPais=DE>
- *Sharing Economy im Wirtschaftsraum Deutschland*: [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/S-T/sharing-economy-im-wirtschaftsraum-deutschland-kurzfassung.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/S-T/sharing-economy-im-wirtschaftsraum-deutschland-kurzfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=3)
- Tourism & Leisure GTAI: <https://www.gtai.de/gtai-en/invest/industries/consumer-industries/tourism-leisure>
- The new deal for consumers:  
[https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/factsheet\\_new\\_deal\\_consumer\\_benefits\\_2019.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/factsheet_new_deal_consumer_benefits_2019.pdf)
- *Informe de feria ITB 2019*, ICEX: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2019835265.html?idPais=DE>
- Adquisición de Musement por TUI: [https://www.hosteltur.com/108832\\_tui-compra-musement-para-sumar-a-su-filial-espanola-destination-experiences.html](https://www.hosteltur.com/108832_tui-compra-musement-para-sumar-a-su-filial-espanola-destination-experiences.html)
- Las principales OTA españolas se convierten en grupos turísticos:  
[https://www.hosteltur.com/122082\\_principales-ota-espanolas-se-convierten-grupos-turisticos.html](https://www.hosteltur.com/122082_principales-ota-espanolas-se-convierten-grupos-turisticos.html)

## G. CONTACTO

---

La **Oficina Económica y Comercial de España en Berlín** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Alemania**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Alemania la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

LICHTENSTEINALLEE, 1  
Berlín 10787  
Alemania  
Teléfono: +49 302292134  
Email: [berlin@comercio.mineco.es](mailto:berlin@comercio.mineco.es)

---

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

**Ventana Global**  
900 349 000 (9 a 18 h L-V)  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)



**INFORMACIÓN LEGAL:** Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR  
Antonio Adolfo Fernández Rodríguez

Oficina Económica y Comercial  
de España en Berlín  
[berlin@comercio.mineco.es](mailto:berlin@comercio.mineco.es)  
Fecha: 18/12/2019

NIPO: 114-19-040-2

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

