

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



REINO UNIDO  
Temporada de invierno 2022/2023

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 en Londres

NIPO: 115-22-008-5

Octubre 2022



## TABLA DE CONTENIDO

---

Coyuntura económica

---

Factores político-sociales

---

Evolución reciente de la demanda turística

---

Indicadores de prospectiva

---

Principales conclusiones

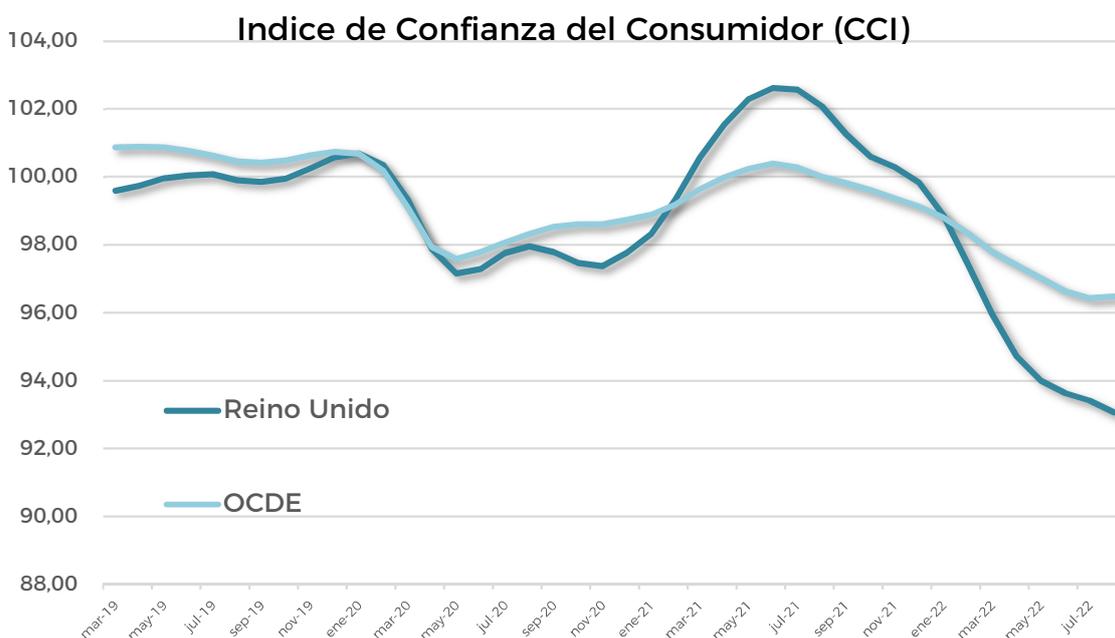
---

### COYUNTURA ECONÓMICA

#### CUADRO MACRO

	2021	Previsión 2022	Previsión 2023
<b>PIB REAL</b> (Tasa de variación interanual) <sup>1</sup>	7,44%	3,62%	1,44%
<b>RENTA DISPONIBLE</b> (Tasa variación interanual) <sup>1</sup>	3,80%	4,79%	4,30%
<b>GASTO DEL CONSUMIDOR</b> (Tasa de variación Interanual) <sup>1</sup>	6,18%	3,77%	0,76%
<b>EMPLEO</b> (Tasa desempleo) <sup>1</sup>	4,50%	3,76%	3,77%
<b>TIPO DE CAMBIO DIVISA Libra/Euro</b> (Valor medio) <sup>2</sup>	1,1633 (total 2021)	1,1416 (1 Sep-1 Oct)	-
<b>INFLACIÓN<sup>3</sup></b> (Diciembre 2021)	4,84%	7,59%	3,49%

4



Fuente: OCDE - CCI (el valor 100 corresponde al promedio histórico del índice)

<sup>1</sup> Fuente: <https://www.oxfordeconomics.com/>

<sup>2</sup> Fuentes: Bank of England (<https://www.bankofengland.co.uk/>) / BCE ([https://www.ecb.europa.eu/stats/policy\\_and\\_exchange\\_rates/euro\\_reference\\_exchange\\_rates/html/index.en.html](https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/index.en.html))

<sup>3</sup> Fuentes: <https://data.imf.org/regular.aspx?key=61015894>  
<https://www.imf.org/en/Publications/SPROLLS/world-economic-outlook-databases#sort=%40imfdate%20descending>

A pesar de que la economía británica se encontraba en una situación de franca recuperación, los últimos datos muestran un escenario mucho más pesimista con un largo período de recesión que supondría el mayor retroceso en los estándares de vida de los británicos en 60 años (según Informe Política Monetaria del Banco de Inglaterra, Agosto 2022). Algunas sombras ligadas a las consecuencias del Brexit, aumento de la inflación (como consecuencia principalmente de la subida de precios de los carburantes, luz y gas con previsiones del 13% para finales del presente año) y los tipos de interés y la incertidumbre provocada ahora por el conflicto en Ucrania, que se ven reflejados en el índice de confianza del consumidor, en cifras negativas (-49 en septiembre 2022, GfK) que no se habían alcanzado nunca desde el inicio de registro en 1974 y más de 30 puntos por debajo de los valores que ofrecía en verano pasado.

## FACTORES POLITICO SOCIALES

5

Reino Unido ha sido uno de los países europeos más afectados por COVID-19. Tras un largo y estricto confinamiento, a inicios de 2021, el Gobierno anunció un plan de desescalada que culminó a mediados de dicho año. Se implantó un sistema de semáforo según el riesgo de cada país, que fue eliminado a finales de año y ya en el 2022, el gobierno anunció la retirada total de restricciones a partir del 18 marzo 2022 y pasar así a una situación de convivencia con el virus.

En lo que se refiere a España, el RU ya no se encuentra incluido en el grupo de países de riesgo. Tras unos meses en los que existían ciertas restricciones para la entrada de los británicos (especialmente en los menores de 12 a 17 años) en España, desde el 28 de febrero 2022, se aceptan tanto los certificados de vacunación, como certificado PCR negativo o certificado de recuperación Covid lo que, sin duda, ayuda a mejorar la confianza de los viajeros británicos de cara a la temporada actual de verano y próxima de invierno.

Los requisitos residuales en España (el 15 noviembre 2022 se revisan) como prueba PCR o antígenos negativa o certificado de haber pasado la enfermedad para los no vacunados de terceros países entre los que se encuentra el RU, parece no están provocando un desvío significativo de turistas hacia otros países que, como el Reino Unido, han decidido eliminar todas las restricciones existentes en materia Covid.

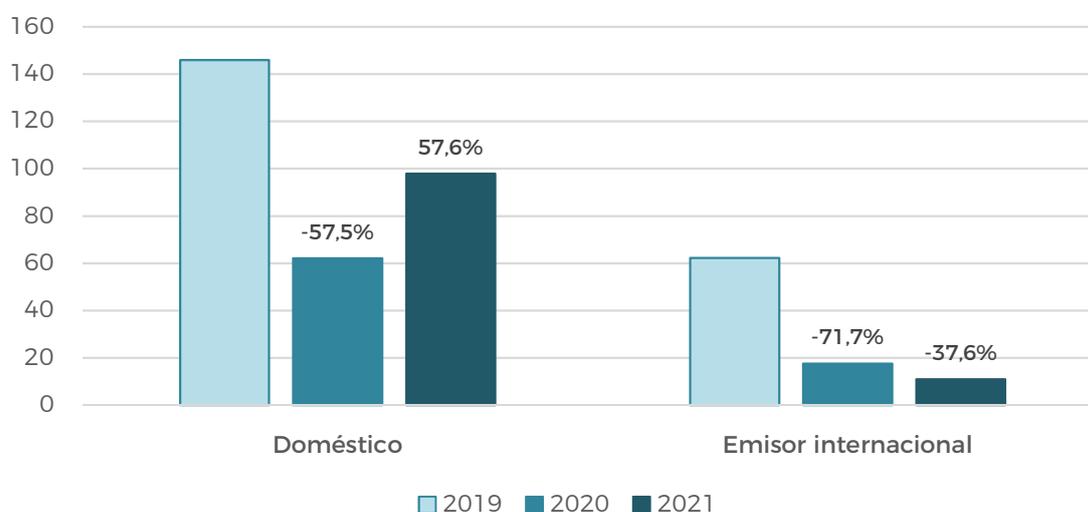
Los últimos acontecimientos en el país, principalmente, el cambio de Primer Ministro (Liz Truss ha sustituido a Boris Johnson) y su intención de cambio de rumbo en las políticas económicas del país, están provocando cierta incertidumbre entre la población que ya muestra signos de preocupación ante la fuerte escalada de precios y



que, según algunas encuestas, ya anticipan un recorte de las posibles vacaciones futuras de los británicos.

### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Estimación de gasto en viajes (miles de millones de £)  
y tasa de variación interanual (%)

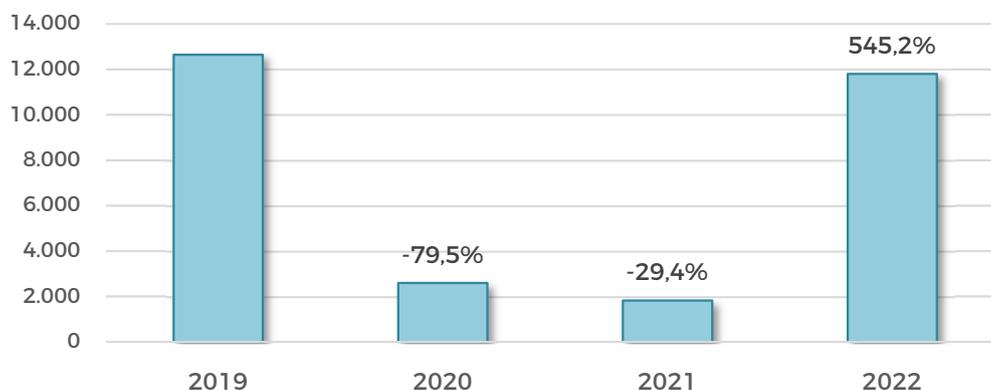


6

Fuente: <https://www.oxfordeconomics.com/>

Según estimaciones de Oxford Economics, el turismo doméstico se comportó en 2021 mejor que el emisor al extranjero. El gasto en turismo doméstico en el Reino Unido habría alcanzado el año pasado un +57,6% respecto de 2020, aunque aún se encontraría un 32,9% por debajo de las cifras de 2019. En contraste, el gasto en el turismo emisor al exterior habría caído un 37,6%, en 2021 respecto del año anterior, lo que supondría un -82,4% respecto de 2019. Por tanto, según estas estimaciones, mientras que el gasto en turismo internacional de los británicos antes de la pandemia suponía el 42,7% del gasto doméstico, en 2020 este porcentaje bajó al 28,4% y en 2021 al 11,2%. Esta situación viene motivada por la situación de inexistencia de pandemia en los primeros meses del año 2020 en los que se mantenía una normalidad en el flujo internacional frente al doméstico pero que se invirtió en 2021 donde los británicos se vieron abocados a disfrutar de sus vacaciones en el propio país ante las restricciones de viaje internacionales. Ya en 2022, con la eliminación de las restricciones a partir de marzo 2022, se produce una clara recuperación del turismo internacional aunque todavía inferior al 2019.

Gasto de los residentes británicos en España (millones €)  
y tasa de variación interanual (%)  
(Ene - Ago)



Fuente: EGATUR (INE)

7

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los británicos en España ha crecido un 545,2% entre enero y agosto de 2022, respecto del mismo período del año pasado, lo que demuestra la recuperación del flujo de turistas y gasto hacia España durante el presente año. Y es mucho más robusto que el del número de turistas. No obstante, dicho gasto presenta un descenso del 6,7% con respecto al 2019 (último año sin pandemia).

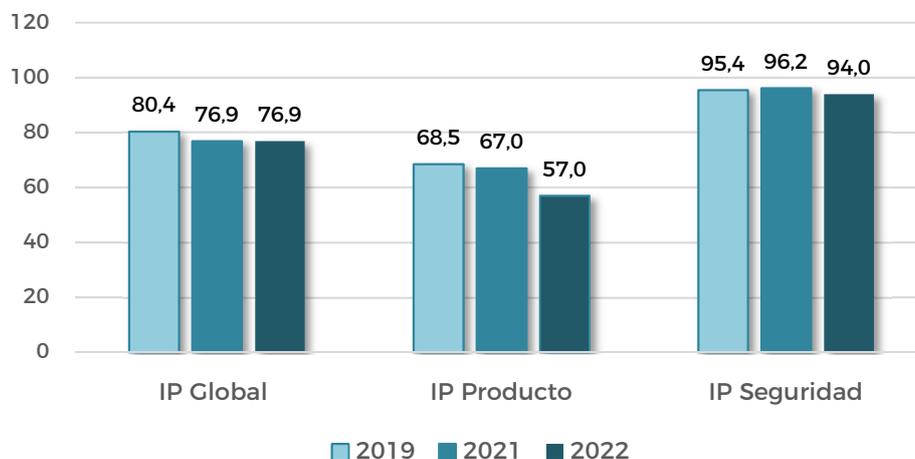
## INDICADORES DE PROSPECTIVA

### Percepción, consideración e intención del viaje

En Reino Unido la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles muy altos aunque sigue ligeramente por debajo, en este tercer trimestre (julio - septiembre 2022), de los valores que tenía en el mismo periodo del 2019, e idénticos a los del 2021. El índice de producto está en un nivel comparativamente más bajo, con 11 puntos por debajo de cómo estaba antes de la pandemia (en 2019). El índice de percepción de seguridad está en niveles muy altos, aunque también ligeramente por debajo de cómo estaba en un año sin pandemia (2019). El índice global se vio mermado en 2021, permaneciendo en los mismos niveles que en 2022.



### Índices de percepción en el primer trimestre



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.

8

España sigue disfrutando de la mayor consideración e intención de viaje entre los principales competidores: cerca del 38% de los encuestados la incluyen en el set de consideración y el 15% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. En ambos casos el indicador se ha incrementado desde el tercer trimestre del año pasado. Entre los competidores principales, aumenta la intención de viaje a todos ellos con especial relevancia el caso de Italia. En términos generales, la salud de la marca (reflejada como media de métricas como satisfacción, impresión general, calidad, etc.) muestra en el caso de España, la mejor puntuación con un 40,4% de los encuestados, seguido de cerca por Italia con un 39,0%, pero con Portugal y Francia a casi 10 puntos de distancia.

### ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2022 (%)	2021 (%)
1	España	37,8	36,1
2	Italia	34,4	31,5
3	Grecia	32,2	28,7
4	Portugal	28,3	26,4
5	Francia	27,6	25,3

### ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2022 (%)	2021 (%)
1	España	15,1	14,5
2	Italia	8,3	7,3
3	Grecia	8,3	8,0
4	Francia	6,5	6,1
5	Portugal	5,1	4,8



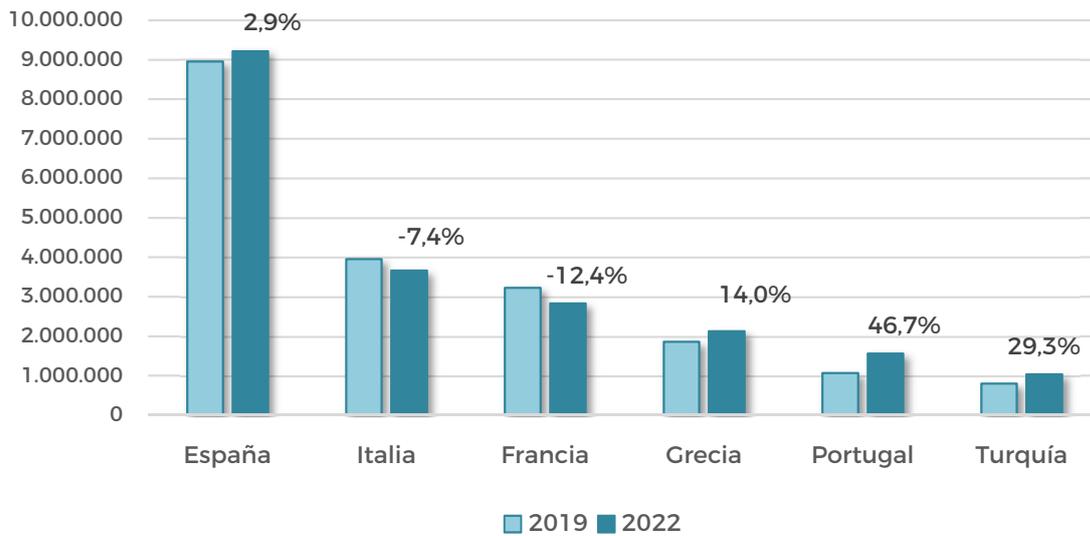
ÍNDICES DE RESONANCIA			
Ranking	Destino	2022 (%)	2021 (%)
1	<b>España</b>	<b>40,4</b>	<b>34,5</b>
2	Italia	39,0	34,1
3	Grecia	34,2	28,3
4	Portugal	32,1	27,5
5	Francia	30,5	25,7

Fuente: [YouGov Destination Index](#)

### Previsiones de vuelos

9

#### Asientos programados para la temporada de invierno

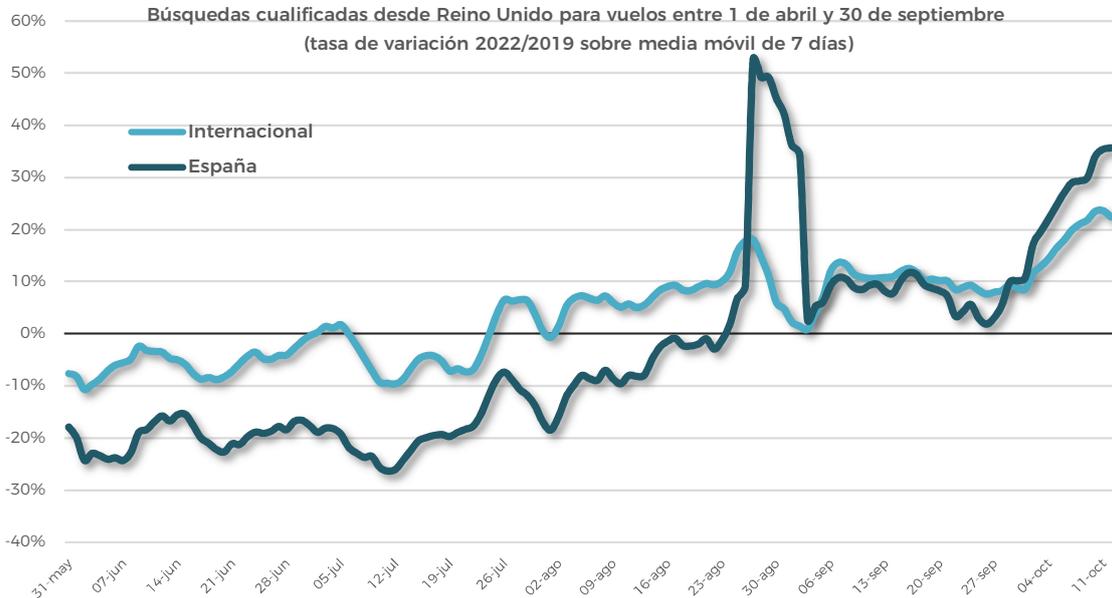


Fuente: [OAG Schedules Analyser](#)

Las capacidades aéreas programadas para España entre octubre 2022 y marzo 2023 crecen un +2,9% con respecto al mismo período del 2019/20, siendo además, el claro dominador en cuanto a capacidad frente a los competidores. Países como Italia y, especialmente, Francia experimentan un descenso de cierta importancia con un -7,4% y un -12,4% mientras que, los países del Mediterráneo Oriental (Turquía y Grecia) observan incrementos muy importantes con respecto a la temporada de invierno 2019/20 con un +29,3% y un +14%. Caso especial es el de Portugal con un aumento de su capacidad hasta casi un 47% frente a la misma temporada del 2019.



### Búsquedas y reservas



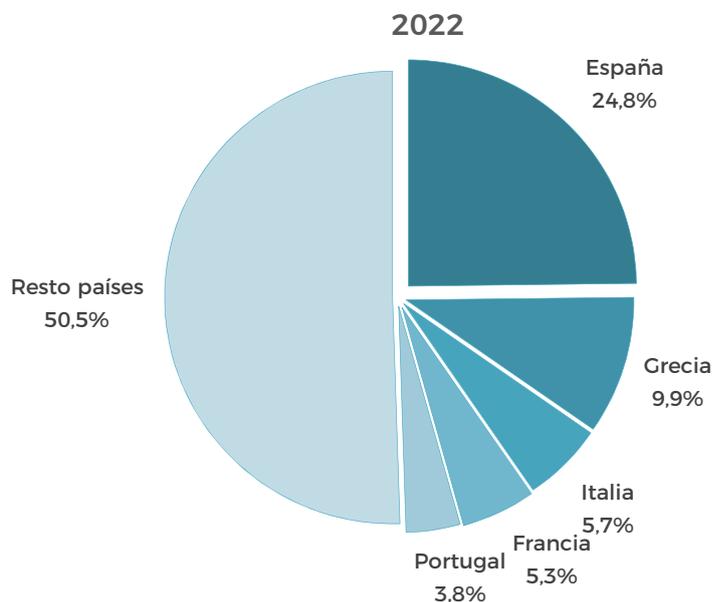
Fuente: [Skyscanner](#)

10

Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner, que tiene una gran implantación en el Reino Unido, para la temporada de invierno se han mantenido muy por debajo de las que se realizaban antes de la pandemia, hasta fechas muy recientes. Las búsquedas hacia España se han comportado, en general, peor que las búsquedas internacionales, salvo un breve periodo durante la última semana de agosto con un pico de búsquedas hacia España, producto de la coincidencia de dos equipos de fútbol británicos emparejados con equipos españoles en la fase de grupos de la Liga de Campeones. La línea de tendencia a partir de finales de septiembre es más positiva hacia España que para el conjunto de destinos internacionales y la distancia parece que se va ampliando progresivamente..

En el siguiente gráfico se observa que las búsquedas de alojamiento realizadas en Google desde el Reino Unido tienen a España como un claro dominador con casi un 25% de las mismas mientras que sus principales competidores se encuentran todos por debajo del 10%. Este claro dominio viene explicado por la importante presencia de las líneas low cost en el mercado británico, que suponen más de la mitad de la capacidad ofertada hacia España, con lo que un importante % de los turistas británicos acuden a otros medios para la reserva de su alojamiento.

### Cuota de búsquedas de alojamiento. Julio - Septiembre



11

Fuente: [Google Destination Insights](#) – explotación Turespaña

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

Tras casi 2 años de restricciones motivadas por la crisis sanitaria, la economía británica y, en particular, la industria turística se ha visto muy resentida, provocando la quiebra de un buen número de agencias y turoperadores, así como la aplicación de grandes recortes por parte de las que han sobrevivido y apoyándose en las ayudas financieras estatales para asegurar su viabilidad futura.

La eliminación total de las restricciones a partir del 18 de marzo de 2022 ha generado un impulso muy potente de las nuevas reservas vacacionales que ya venían en clara tendencia ascendente desde los últimos meses; pero los cuellos de botella en la cadena de valor (falta de personal fundamentalmente), han mermado la buena tendencia que se venía observando. En cualquier caso, se aprecia una mejora a medida que se acerca la próxima temporada de invierno 2022/23.

Las restricciones provocaron un incremento del fenómeno de las “staycations”, vacaciones domésticas en sustitución de vacaciones internacionales durante estos 2 últimos años y para las que el gobierno británico ha realizado varias campañas de publicidad, con el objetivo de promocionar su turismo interno. Esta tendencia se diluirá

en la medida en que vaya desapareciendo la incertidumbre y los turistas británicos vuelvan a ganar confianza en la realización de viajes internacionales.

España sigue destacando como destino preferido para los británicos y prueba de ello es que obtiene puntuaciones muy altas en los índices de consideración, intención de viaje y resonancia, situándose en todos incluso por encima de los obtenidos en 2019, antes de la pandemia.

Prueba de todo ello es que, incluso las capacidades aéreas programadas para la próxima temporada invierno 2022/23 están por encima de las de 2019 (+2,9%) más que duplicando la capacidad de su principal competidor (Italia). No obstante, a pesar de que, como decimos, en valor absoluto distan mucho de las capacidades hacia España, los países del Mediterráneo como Grecia o Turquía están experimentando incrementos muy importantes en sus capacidades (+14,0% y 29,3%) que se viene observando en los últimos años a través de la clara apuesta de algunos turoperadores como TUI o Jet2 por dichos destinos y que, en el caso de Turquía e, incluso Egipto, también se corresponde con la recuperación de parte de la capacidad que se venía desviando hacia España en los últimos años como consecuencia de los conflictos en esas zonas.

12

También las búsquedas en motores como Skyscanner o Google confirman el interés de los británicos por España donde se observan incrementos importantes y un claro dominio de las búsquedas de alojamiento en España frente a sus competidores.

No obstante, la evolución futura de la próxima temporada de invierno estará muy condicionada por la delicada situación económica por la que está pasando el RU (con tasas de inflación que rondarán el 13% a finales de 2022, inicio de un período de recesión y un aumento de los tipos de interés que rebajarán de forma importante los estándares de vida de los británicos), y en especial la evolución del tipo de cambio de la libra (gbp) respecto al EURO y al dólar (USD), que podría frenar la buena tendencia observada durante los últimos meses para este año 2022 y 2023.

En definitiva, en el Reino Unido existe una demanda latente muy importante, que es muy sensible a los cambios que se están produciendo en los últimos años. En la medida que las restricciones se relajan se observa una avalancha de búsquedas y reservas hacia España que, como comentado, sigue siendo, sin duda, su destino principal, si bien es cierto que se observa cierta recuperación hacia otros mercados como Grecia o Turquía.





GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA 