

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



AUSTRALIA Temporada de verano 2023

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2 |

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Singapur

NIPO: 115-22-008-5

Abril 2023



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

Siguiente cuadro con un comentario de dos párrafos como máximo.

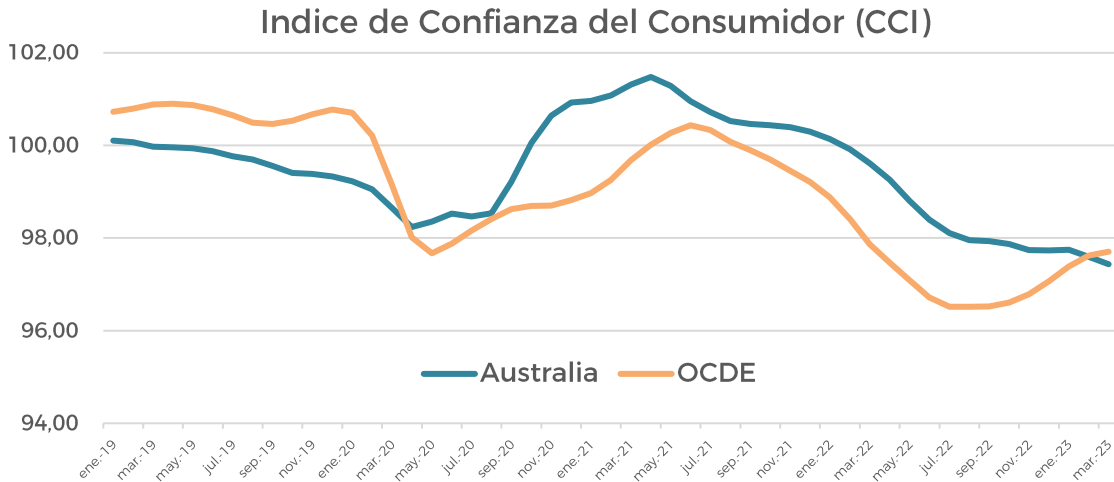
CUADRO MACRO			
	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	3,69	1,59	1,7
RENTA DISPONIBLE (AUD per cápita)	59.824	62.366,6	64.258,6
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	21,6	21,1	21,1
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	51,5	50,9	50,7
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	13.548,1	13.918,2	14.025,7
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	3,7	3,9	4,9
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	6,59	5,18	2,80
IPC (2010=100)	132,5	139,3	143,2

Fuente: Euromonitor.

Según las previsiones de Reserve Bank of Australia, el crecimiento económico de Australia se ralentizará este año debido al aumento de los tipos de interés, el encarecimiento de la vida y la disminución de la riqueza real.

También se espera que la disminución de la riqueza neta de los hogares lastre el consumo. Se prevé que la tasa de ahorro de los hogares siga disminuyendo durante el próximo año, antes de aumentar hasta situarse en torno a su media anterior a la pandemia.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice de Australia registra un descenso desde abril de 2021, pero se mantiene por encima de la media de la OCDE, cayendo sin embargo por debajo del índice de la OCDE por primera vez desde el 2020.



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

5

FACTORES POLITICO SOCIALES

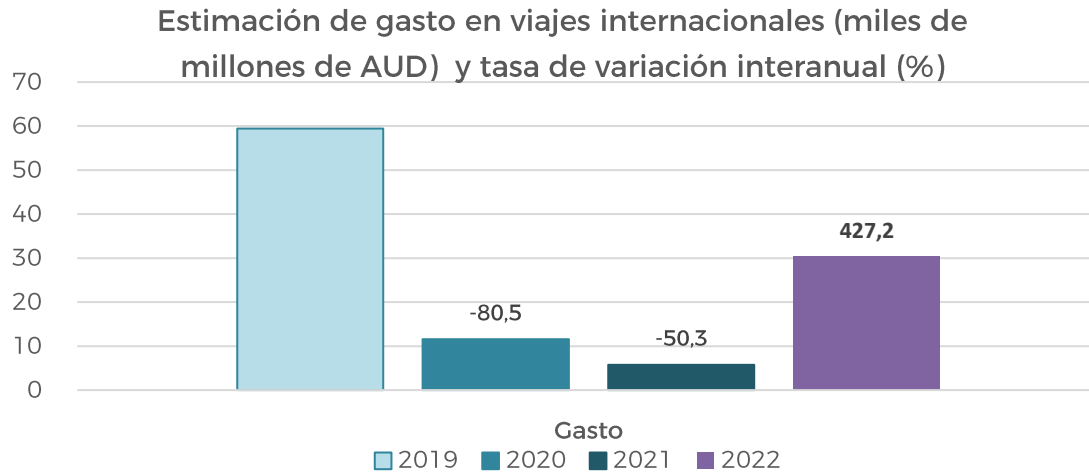
Australia es un país rico. A pesar de ocupar el puesto 55 por población, ocupa el 12 por economía mundial. Según el Global Wealth Report 2022 de Credit Suisse, el país se encuentra entre los 10 primeros del mundo en número de millonarios y es el cuarto país por riqueza por adulto.

Los australianos cobran uno de los salarios más altos del mundo y disfrutan de un gran número de días de vacaciones: incluidas las vacaciones anuales obligatorias y los días festivos, los australianos disfrutan de al menos 30 días de vacaciones pagadas al año.

Los australianos viajan por muchas razones. Con un 49% de la población australiana nacida en el extranjero o con al menos un progenitor nacido en el extranjero, se calcula que entre un cuarto y un tercio de los australianos tienen doble nacionalidad. El deseo de viajar a su "tierra natal" ancestral es uno de los principales motivos del viaje, tanto por ocio como para visitar amigos/familiares.

Y ello a pesar de las largas distancias. Desde hace tiempo, el gobierno de Australia fomenta los viajes de larga distancia, con permisos por servicio que dan derecho a 2 o 3 meses de permiso adicional retribuido por cada 10 años de servicio ininterrumpido. Éste es sólo un ejemplo de lo arraigados que están los viajes de larga distancia en la mentalidad de los australianos: se consideran un derecho y un rito de paso.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA



Fuente: Euromonitor

6

Según estimaciones de Euromonitor el gasto de los australianos en viajes internacionales en 2022 es aproximadamente la mitad de lo gastado en 2019. Esta cifra no es baja si se tiene en cuenta que 2022 ha sido un año de salida de Covid, con muchos países aun con restricciones y condiciones de entrada, falta de capacidad aérea y precios disparados para los billetes de avión,

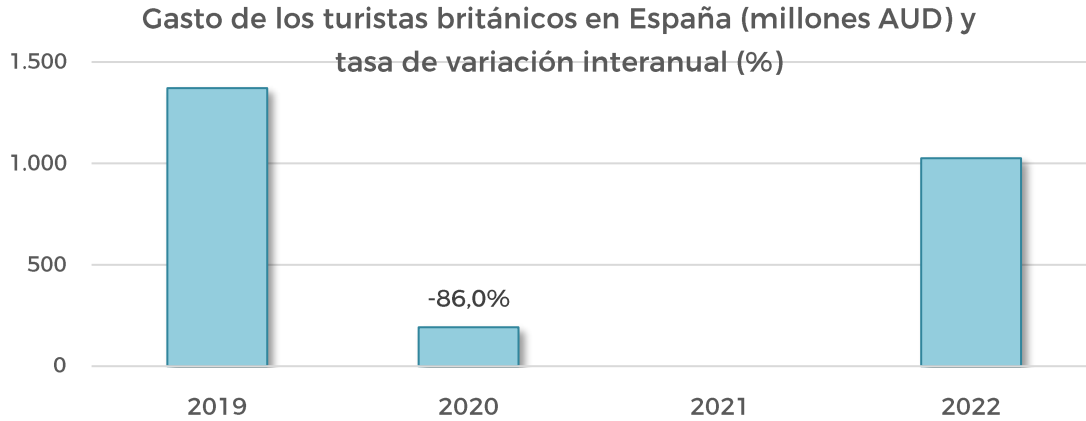
Las previsiones de Euromonitor es que este gasto continúe creciendo, pero sin llegar a recuperar los números de 2019 hasta 2025.

De acuerdo con los datos del Australian Bureau of Statistics, en 2022 el número de residentes en Australia regresando de un viaje de corta duración fue un el 46% del número en 2019 y los principales destinos de los viajeros fueron Nueva Zelanda, Indonesia, EEUU, Reino Unido e India. De Europa solo Italia, (además de UK) aparece entre los 10 primeros destinos.

Con los últimos datos disponibles en enero del 2023, el número de australianos viajando internacionalmente estuvo un 21% por debajo de las cifras del 2019 y en febrero del 2023 un 14%, lo cual es buen indicativo de que los viajes se van retomando.

Los principales destinos fueron Nueva Zelanda, Indonesia, India y EEUU, no apareciendo ningún destino europeo entre los 10 primeros. Casi un 48% viajó por vacaciones y un 37% para visitar amigos o familiares.

La fortaleza del dólar australiano frente a la rupia indonesia influye también en la selección de destino de viaje.



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de datos INE (Frontur y Egatur). 2021 sin muestra suficiente.

7

El gasto de los australianos en España en 2022 se ha recuperado en mayor medida que el número de turistas. Así, el gasto está solo un 25,2% por debajo de las cifras de 2019 con un número de turistas un 31% menor que entonces, Implica, por tanto, de momento, y sin descontar el efecto inflación, un turista de mayor gasto. Así, el gasto medio por turista (GMT) creció un 9% en 2022 en relación a 2019.

A lo largo del 2022 el número de australianos a España recuperó casi el 70% (299.000) creciendo su gasto medio diario a 404 euros y el gasto medio por turista a 3.425€.

De acuerdo con las cifras de Turespaña a partir de datos del INE, en los meses de **enero y febrero de 2023** el número de australianos a España se ha incrementado un **51%** con respecto a los mismos meses de 2019. Estas cifras, a pesar de la falta de conectividad y el precio de los vuelos, demuestra el interés de los australianos por viajar a Europa en general y a España en particular.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

De acuerdo con el estudio Future of Travel 2023 realizado por Southern Cross Travel Insurance, el 87% de los australianos está pensando en viajar ya sea dentro o fuera del país en los próximos 12 meses, si bien el 48% dicen que son menos propensos a salir



al extranjero este año por el encarecimiento del coste de vida. En coherencia con ello, más de ocho de cada diez australianos que planean viajar en los próximos 12 meses admiten que tendrán que reducir los gastos de viaje.

En la misma línea están los resultados de la encuesta de Consumer Sentiment realizada por Trip Advisor para 5 países, entre ellos Australia, durante el pasado mes de enero. Destaca para Australia, que el 66% piensa viajar, pero solo el 28% planea un viaje internacional, con el 72% viajando a un destino ya conocido y el 47% esperando gastar más que el año pasado, si bien el 56% ajusta su comportamiento al incremento del coste de vida ya sea reduciendo el número de días de viaje (29%) o viajando más cerca de casa (27%).

También según la misma encuesta, los destinos más buscados por los australianos serían Singapur, Indonesia (que ocupa los lugares 2,3,5 y 7), Reino Unido, Francia, Tailandia y EEUU.

8

Según el YouGov's Global Travel & Tourism Whitepaper 2023 y, en lo que al turista australiano de alto segmento se refiere, los viajes cobran mayor importancia ahora que antes de la pandemia (para el 59% de los encuestados). Este mismo perfil de cliente prioriza ahora los atractivos locales, las experiencias culturales y la variedad de actividades disponibles en destino.

También y según el informe de 2023 Global Travel Trends Report de American Express Travel, si bien este es un informe que incluye 7 países, entre ellos Australia, los turistas están motivados este año por el *wellness*, la desconexión de la sobreactividad diaria, interesados en la gastronomía local, así como el apoyo a los negocios locales tanto en lo que se refiere a gastronomía como a compras. A destacar, que el 75% se ha inspirado en redes sociales para escoger el destino de su viaje y el 64% en series o películas.

En este momento los viajes de los australianos medios están centrados en los viajes regionales, impulsados por la falta de capacidad aérea y carestía de los vuelos de largo radio.

De acuerdo con los operadores la recuperación hacia España está también limitada por la capacidad aérea y los precios y no se espera que se recupere hasta el 2024. Aun así, las agencias hablan de interés por España con nuevos productos e itinerarios diferenciados.



Y, de acuerdo con los datos de Turespaña, enero y febrero del 2023 han sido dos meses de crecimiento de turistas hacia España, lo cual es coherente con el perfil de viajero australiano, que es en un 90% FIT, al margen de operadores, pero a través de agencia.

De acuerdo con Cirium, (aviation analytics) las tarifas aéreas a Europa se han incrementado una media del 21% en comparación con los precios pre-pandemia. Ello debido al incremento del precio del combustible, la alta demanda y la necesidad de las compañías aéreas de recuperar ingresos.

En todo caso, el incremento no es homogéneo, lo que beneficia a unos u otros países como puerta de entrada. Así, según estima Kayak, para vuelos a realizar entre el 1 de junio y el 15 de septiembre de 2023 en búsquedas realizadas de octubre al 2 de enero del 23 los incrementos varían de un 6% solamente para vuelos a París, al 53% para Roma, pasando por 24% Londres y 44% Grecia.

Previsiones de vuelo

9

No hay vuelos directos desde Australia a España.

De acuerdo con el informe de marzo del Australian Competition and Consumer Commission, el mercado internacional de viajes sigue recuperándose a medida que vuelven al mercado más compañías aéreas y más plazas aéreas. De hecho, la recuperación aérea está siendo más rápida que lo que la industria esperaba.

Relevante es además que China abriera su frontera internacional en enero, ya que, pocas semanas después, 6 aerolíneas chinas incrementaron sus vuelos a Melbourne y Sídney, entre ellas las 3 principales China Southern, China Eastern y Xiamen Air. Air China aumenta también una cuarta frecuencia semanal desde Sydney. Se espera que el regreso de las aerolíneas chinas repercuta en las tarifas aéreas internacionales.

No hay que olvidar que China sirve de base a varias aerolíneas que vuelan a y desde otros destinos y así, la Federación Australiana de Agencias de Viajes (AFTA) señala que China era antes de la pandemia una de las formas más económicas de llegar a Europa.

De acuerdo con el informe de CAPA del mes de marzo, la capacidad internacional de Australia está ya al 74,5% de 2019, por delante del Sudeste Asiático, si bien, falta capacidad aun en mercados claves como EEUU, UK y otros países europeos. Terminan el informe diciendo que la recuperación de la capacidad será un hecho en un tiempo, pero con una estructura de rutas y una composición de flota muy diferente a la pre pandémica.



Qantas informa que espera recuperar el 79% de su capacidad internacional entre abril y junio de este año, y Emirates, la cuarta mayor aerolínea que operaba desde y hacia Australia en 2019, estima que también recuperará la capacidad anterior a la pandemia en el primer semestre de este año (Emirates aumenta frecuencias diarias desde Sydney, Melbourne y Brisbane).

También retoma el mercado Korean Air entre Brisbane y Seúl, lo que permite vuelos a Europa a través de Corea.

Con esta nueva capacidad adicional se espera que los precios aéreos bajen un poco si bien se ven afectados aun por la fuerte demanda y el precio del combustible.

El único destino en Europa con vuelo directo todo el año desde Australia es Reino Unido, con Qantas. Desde el 17 de junio y hasta el 2 de octubre Qantas volará directo Perth-Roma tres días a la semana, tras el éxito del vuelo en 2022. El CEO de Qantas, Alan Joyce ha mencionado que están en negociaciones para un posible vuelo Perth-Paris (CDG, Francia).

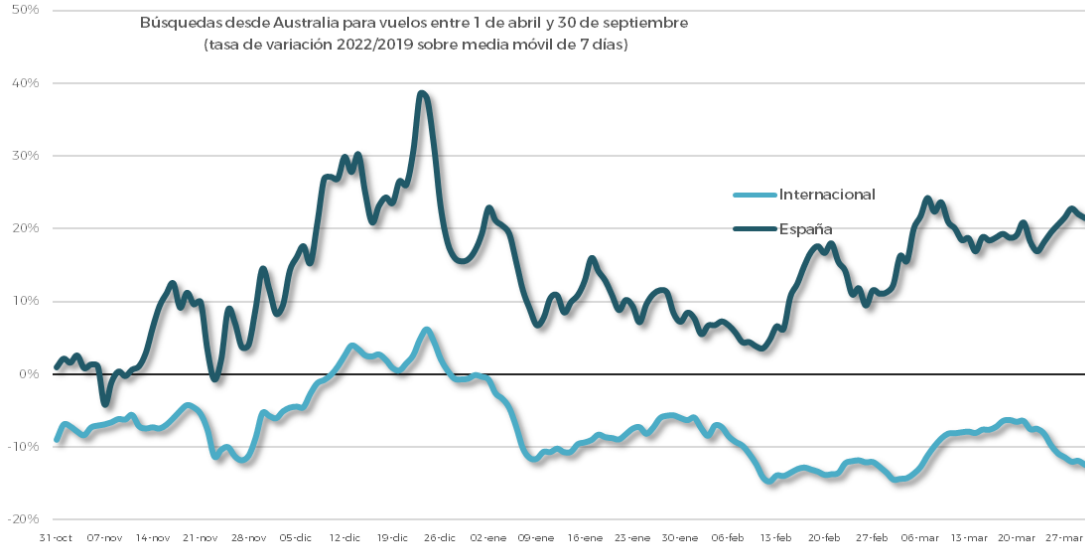
Por su parte British Airways vuela de Sídney a Londres con 90 minutos de parada en Singapur.

Scoot, la aerolínea de bajo coste de SIA, vuela a Atenas y a Berlín desde Australia, vía Singapur, con gran éxito en el mercado australiano. Aunque en 2022 Scoot barajó también apertura de rutas a Madrid y Roma, según comenta un portavoz de la aerolínea a la plataforma Escape el pasado mes de febrero, si bien aún no han anunciado ningún plan de ampliación de rutas en Europa, siguen siendo flexibles a la hora de ajustar su red a la evolución de las tendencias y las oportunidades del mercado.

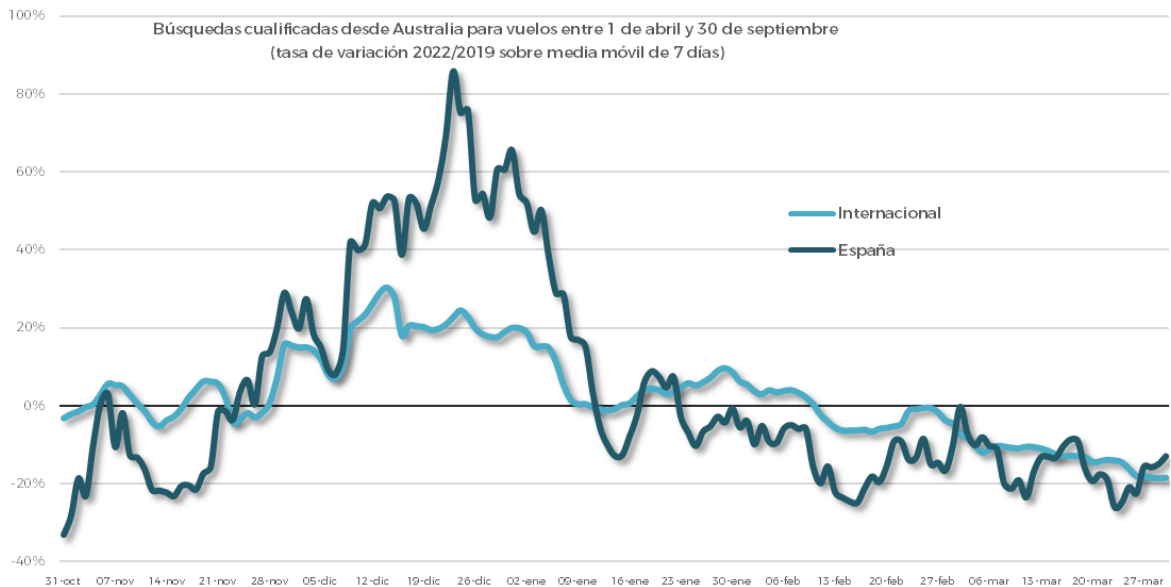
Air China, Asiana, Cathay Pacific, Emirates, Etihad, Korean Air, Qatar and Singapore Airlines son las únicas compañías que ofrecen vuelos a España con una sola parada en conexión desde Australia.

Turkish Airlines incluye Sídney con vuelo directo en sus futuras rutas, dentro de un plan de expansión de su flota para 2033. Más cercana es la posibilidad de vuelo directo Melbourne-Tel Aviv con EL AL para el 2024.

Búsquedas y reservas



11



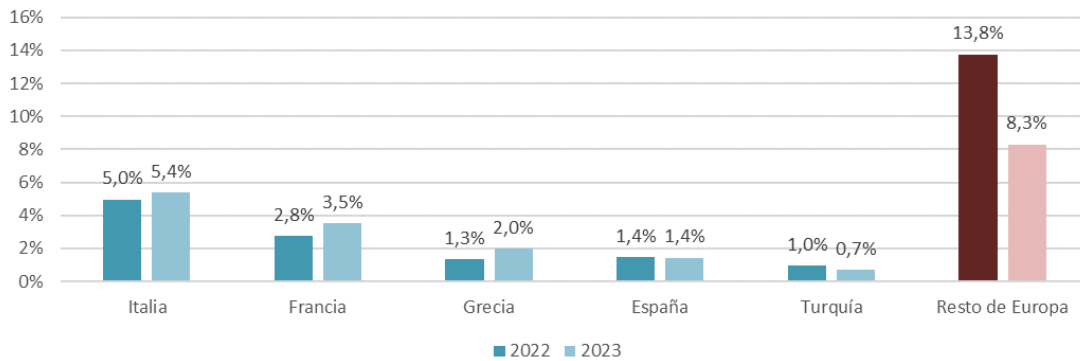
Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>

Las búsquedas de vuelos en la plataforma de Skyscanner, han crecido para España un 11% (frente a una caída de un 9% para las búsquedas internacionales). Sin embargo, las búsquedas cualificadas (redirect) han caído un 4% para España frente al 1%



internacional. Un factor de esta diferencia puede ser el coste o la falta de conectividad aérea más adecuada que la de otros destinos europeos.

Cuota de búsquedas de alojamiento.
2022 vs 2023

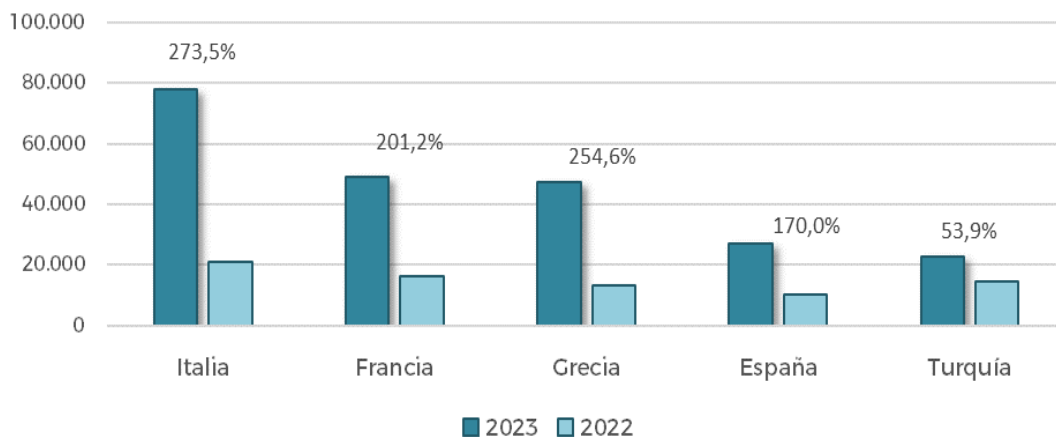


Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

12

En el gráfico anterior se recoge las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y los 4 principales destinos competidores en lo que va de año. España mantiene las cifras del año pasado, frente a los principales competidores, Francia, Italia y Grecia que crecen con respecto a 2022. Destaca sin embargo el hecho de que Europa en general cae más de 5 puntos porcentuales y cae también la búsqueda de alojamiento en Reino Unido y levemente en Turquía. Sorpresa por tanto en lo que a UK se refiere y en línea con los destinos tradicionales en cuanto a Francia e Italia. Grecia impulsado por la confirmación de vuelo de bajo coste también para la temporada de verano del 2023.

Reservas en aerolíneas IATA



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

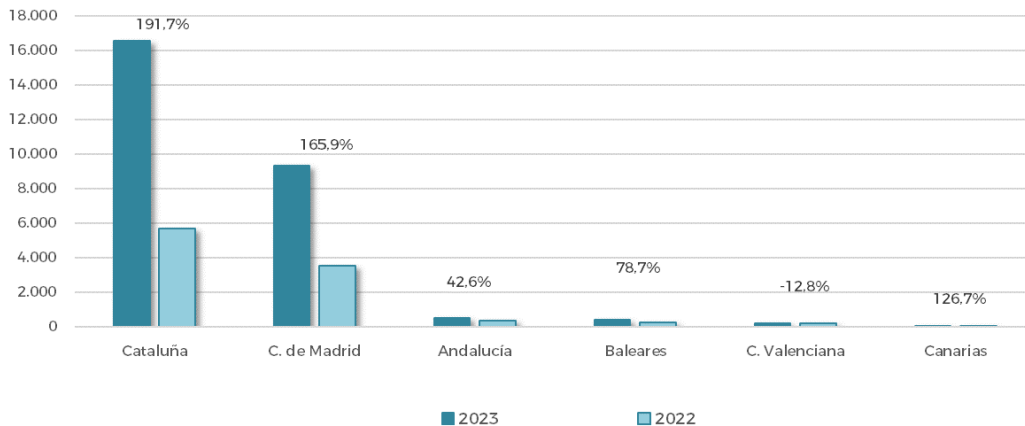


En el gráfico precedente se recogen las reservas para vuelos en temporada de verano (1 de abril a 30 de septiembre) desde Australia a España y diversos competidores en aerolíneas IATA. Si bien se aprecia a recuperación hacia España, su crecimiento es mucho más bajo que destinos como Italia, Francia y Grecia, en línea con los vínculos de familia de los australianos.

En el siguiente gráfico observamos los mismos datos referidos a los principales destinos españoles, que reflejan el crecimiento de los dos principales destinos y puertas de entrada, Cataluña y Madrid.

A tener en cuenta, que a pesar de ser Madrid y Barcelona las dos puertas principales de entrada, en 2022, Andalucía aparece ya como segunda comunidad de destino para los australianos, por delante de la comunidad de Madrid.

Reservas en aerolíneas IATA



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

PRINCIPALES CONCLUSIONES

A pesar de un muy buen inicio de año, según indican las cifras del INE, España crece a menor ritmo que otros destinos en reservas aéreas, de cara a la temporada de verano. En todo caso, hay que tener en cuenta que la conectividad con España no es buena y que en ocasiones los australianos llegan a nuestro país desde un tercer país europeo y no necesariamente por avión, al visitar múltiples destinos en un solo viaje. Se une a esto como se ha comentado en otros informes, que el origen europeo de los australianos influye y mucho en sus principales destinos y España no tiene ese lazo.

Por su parte, las agencias remiten a los altos precios de los billetes aéreos y a la inflación, culpables de que la demanda acumulada no pueda viajar. Aun así y para España, hablan de crecimientos de entre el 12 y 15% para este verano a España, comparado con 2019 y para productos específicos de hasta un 30%.

Hemos de darnos por tanto un poco más de tiempo para ver si esta fuerte demanda a España es algo coyuntural por demanda acumulada y extensiones de viajes por motivos familiares y amigos a España y otras partes de Europa, o si realmente estamos ante el crecimiento de la demanda a España por parte de un viajero que utiliza plataformas y agencias al margen de los operadores y es por tanto al consumidor final con quien hemos de hacer e incrementar el esfuerzo de promoción, en línea con lo que se ha estado haciendo estos últimos años.

En todo caso, las agencias que preparan viajes a medida, sigue vendiendo España y reclamando receptivos *premium* en nuestro país para ofrecer producto diferenciado y con la facilidad de tener un único interlocutor en el destino en lugar de tener que comunicarse con cada uno de los proveedores del servicio en caso de dificultades o problemas (posiblemente una de las lecciones de la pandemia).

14

Parece en todo caso que no hay una idea fuerte de España en el imaginario de la población que les impulse a considerar el país como uno de los principales destinos de su viaje, más allá de los destinos más conocidos.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 