

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



CANADÁ
Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de XXXXXXXX

NIPO: 115-23-008-X

Octubre 2023



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

CANADÁ Temporada de otoño/invierno 2023-2024

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	3,43	1,3	0,9
RENTA DISPONIBLE (CAD per cápita)	39.062,3	39.811,3	40.443,8
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	3,3	2,4	1,8
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	52,8	54	53,9
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	19.688,7	20.156,6	20.387,4
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	5,3	5,4	6,2
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	6,8	3,5	2,4
IPC (2012=100)	129,9	134,4	137,6

	2021	2022	2023*
TIPO DE CAMBIO (CAD/euro)	1,4826	1,3695	1,4227

2021 y 2022: media anual
2023*: último día del último mes completo (29 septiembre).

Fuente: Euromonitor y Banco Central Europeo.

La actividad económica se mantiene fuerte, liderada especialmente por el consumo, que aumentó un 5,8% en el primer cuatrimestre. Esto fue influido por factores como el crecimiento de la población, un mercado laboral en tensión y el ahorro acumulado de los hogares. Se espera que el crecimiento económico se modere, creciendo en torno de un 1% en la segunda mitad de 2023 y primera de 2024. Los hogares reducirán el consumo por el aumento de los tipos de interés. La tasa de desempleo se mantiene baja, en torno al 5,5%. La población empleada ha ido en aumento desde septiembre de 2022. La inflación ha declinado respecto a su pico del 8,1%, en verano de 2022, hasta el 2,8% en junio de 2023. En agosto, último mes disponible, se sitúa en el 4%. La previsión del Banco de Canadá es que permanezca en torno al 3% en 2024 y vuelva al objetivo del 2% en 2025.



En cuanto al índice de confianza del consumidor, se encuentra en cifras anormalmente bajas (59,6 puntos en septiembre de 2023), siguiendo la tendencia descendente que comenzó en abril de 2022, cuando se situaba en torno a 100 puntos. El índice pre-pandemia, en febrero de 2020, era de 120,6.

FACTORES POLITICO SOCIALES

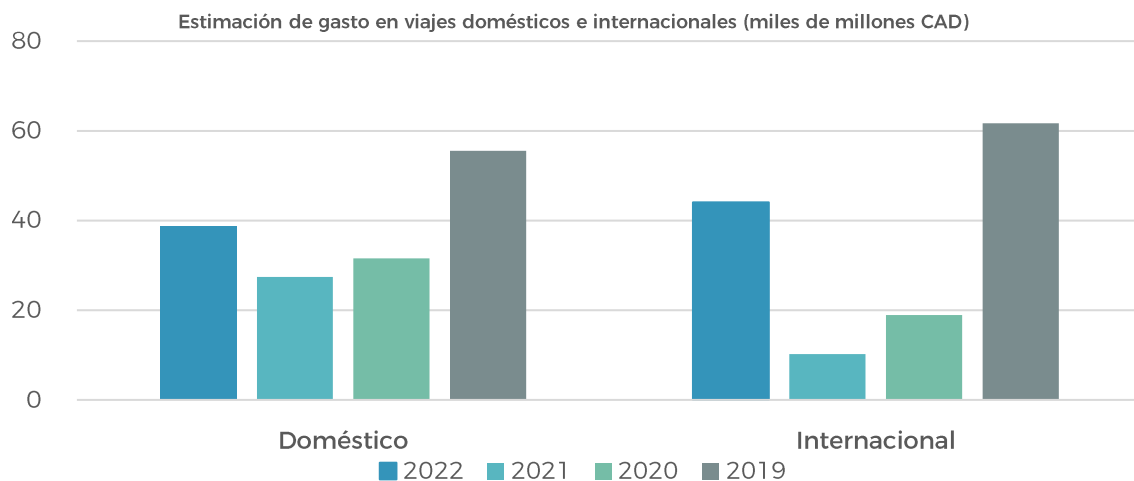
En el terreno de la comunicación, Meta ha bloqueado el acceso a las noticias de medios canadienses en sus plataformas como consecuencia de la nueva legislación que entrará en vigor en diciembre de 2023 y que prevé que las redes sociales y Google paguen a los medios por difundir sus noticias. Adicionalmente, se está tramitando una nueva ley para que los servicios de *streaming* tengan que contribuir a la creación, producción y distribución de contenido canadienses, apoyando el contenido indígena y el creado en francés.

5

La situación política en Canadá permanece estable, y las prioridades del Gobierno Federal, tras la gran remodelación del gabinete realizada en julio, siguen siendo la inversión en energías limpias, la sostenibilidad del crecimiento económico, la mejora del poder adquisitivo de la clase media y el acceso a la vivienda.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según estimaciones de Euromonitor, el gasto en turismo internacional en 2022 ha alcanzado 44.025 millones de dólares canadienses. Esto supone un incremento de más del 330% respecto a 2021, pero representa todavía un 71% del gasto de 2019,



Fuente: Euromonitor

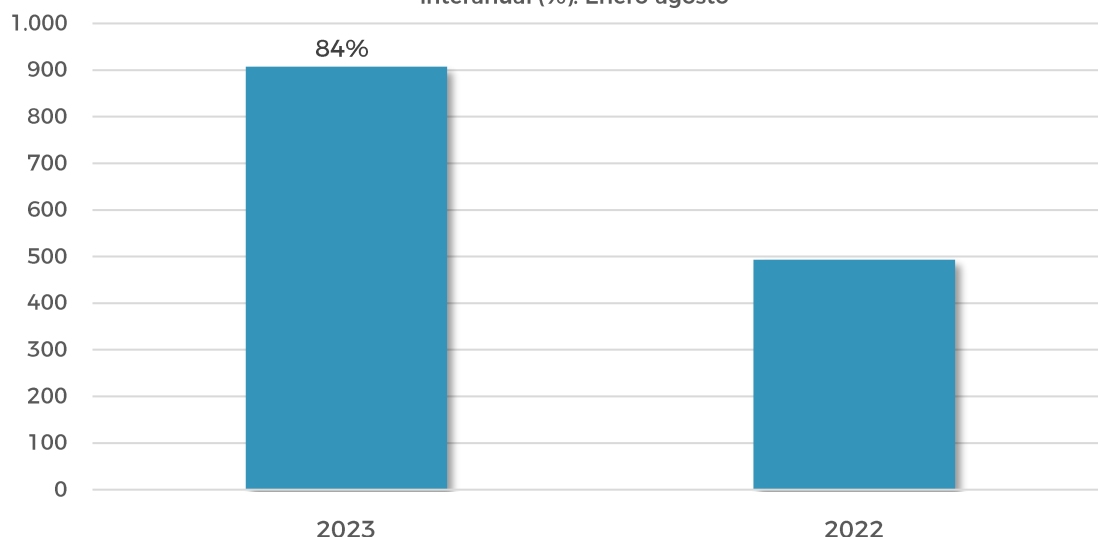


El gasto doméstico también sube, alcanzando 38.790 millones de dólares canadienses en 2022, lo que supone también el 70% del gasto respecto a 2019. Según *Statistics Canada*, en lo que llevamos de 2023 el gasto doméstico sigue aumentando (+3,5% en el primer cuatrimestre y +1,7% en el segundo), motivado sobre todo por la subida de precios de los vuelos domésticos.

En cuanto al gasto de los canadienses en España, según datos de Egatur (INE) de enero a agosto de 2023 se ha producido un gasto de 907 mil millones de € suponiendo un crecimiento del 83,85% respecto al año anterior, y superando asimismo el gasto del mismo periodo de 2019 en un 60%.

El gasto medio por turista es de 2.019 €, y el gasto medio diario es de 268€.

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



Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE.

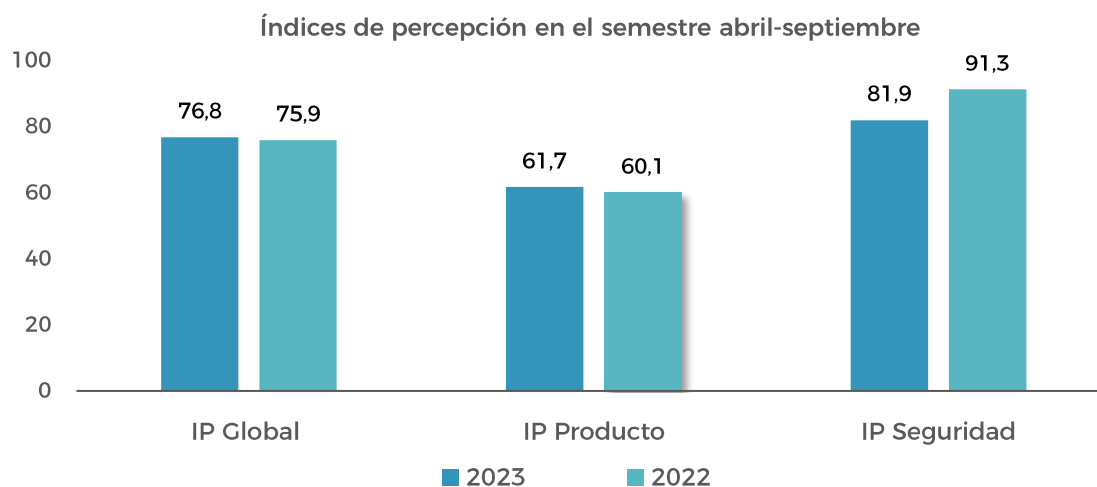
INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

En Canadá la percepción general de España como destino turístico es buena, y los índices de percepción se mantienen altos, creciendo respecto al año anterior. Solamente el índice de seguridad baja, pero a pesar de eso sigue siendo el más elevado de los tres.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

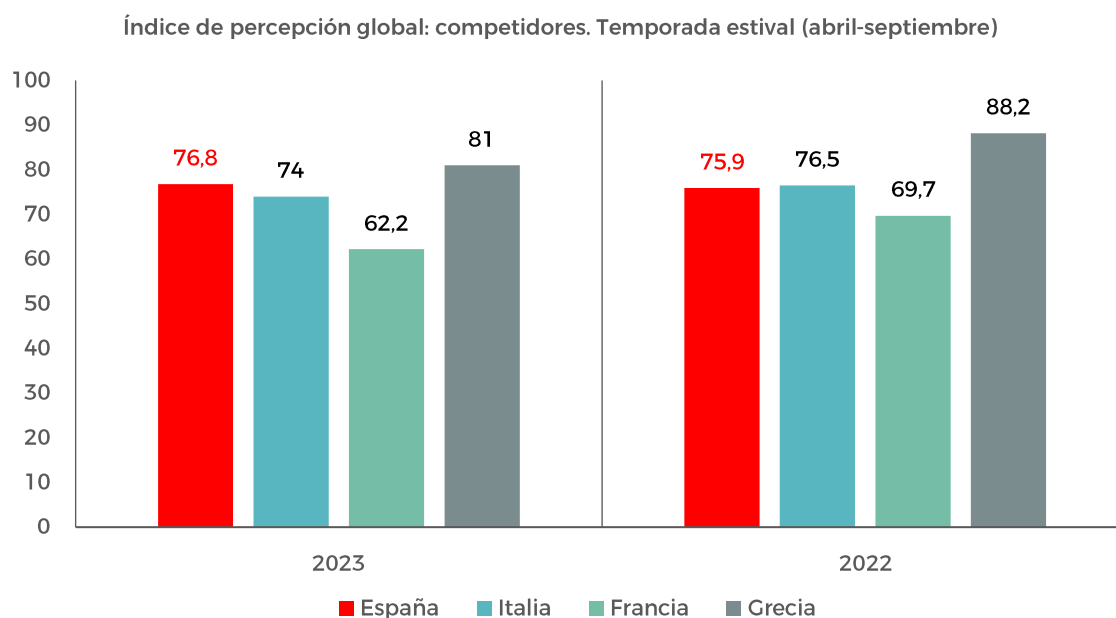
CANADÁ Temporada de otoño/invierno 2023-2024



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.

7

España es el único país entre los destinos competidores comparados que mejora su índice de percepción global, y en 2023 es solo superado por Grecia.



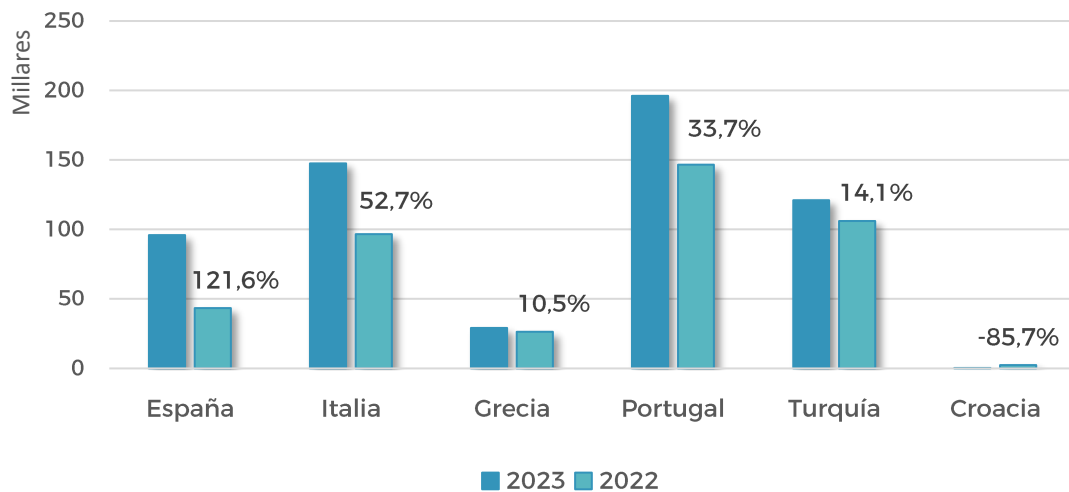
Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales).



Según el barómetro de la ETC de octubre de 2023 referido a las intenciones de viaje en el periodo de septiembre a diciembre de 2023, hasta el 38% de los viajeros potenciales quiere viajar a Europa.

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser

Las capacidades programadas a España entre el 1 de octubre de 2023 y el 31 de marzo de 2024 aumentan un 121%, gracias al mantenimiento en temporada de invierno, por primera vez desde la pandemia, de la ruta de Air Canada Toronto-Madrid. Opera también durante el invierno la ruta de Transat Montreal-Málaga.

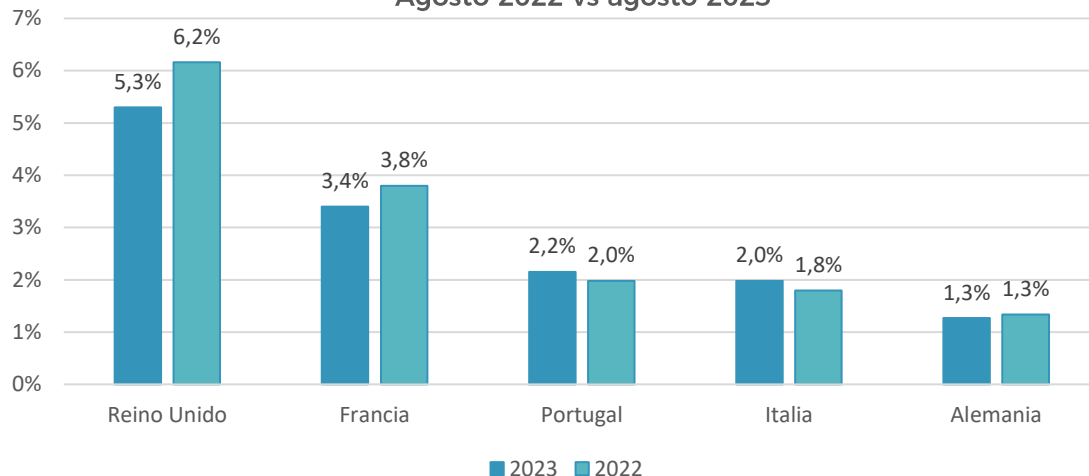
Los principales destinos competidores, que además tienen capacidades significativamente mayores que España, también aumentan. Destacan especialmente las subidas de Francia, con un 35,5%, que alcanza los 714.000 asientos y reduce la distancia en volumen con Reino Unido, y Portugal, que crece un 33% y continúa su tendencia ascendente. Italia también tiene una subida importante, del 52,7%, aunque su volumen es menor que Portugal.

Búsquedas y reservas

Las búsquedas de vuelos de Google Destination Insights en agosto de 2023 muestran una cuota de búsquedas de vuelos a destinos europeos del 18,2%, frente al 17% de

2022. Los destinos más buscados de Europa son Reino Unido, Francia y Portugal, siendo España el sexto destino más buscado.

Cuota de búsquedas de vuelos.
Agosto 2022 vs agosto 2023

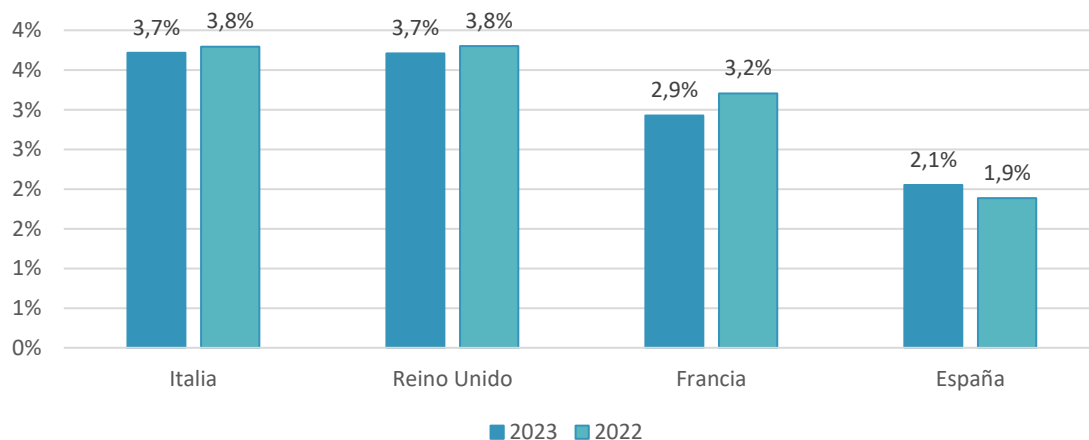


9

Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

En cuanto a las cuotas de búsquedas de alojamiento, que se recogen en el gráfico siguiente, reflejan datos similares en cuanto a búsquedas totales, siendo la cuota total de Europa del 17,5%. En este caso son Italia y Reino Unido, con porcentajes similares, los que lideran las búsquedas entre los destinos europeos, ocupando España la cuarta posición.

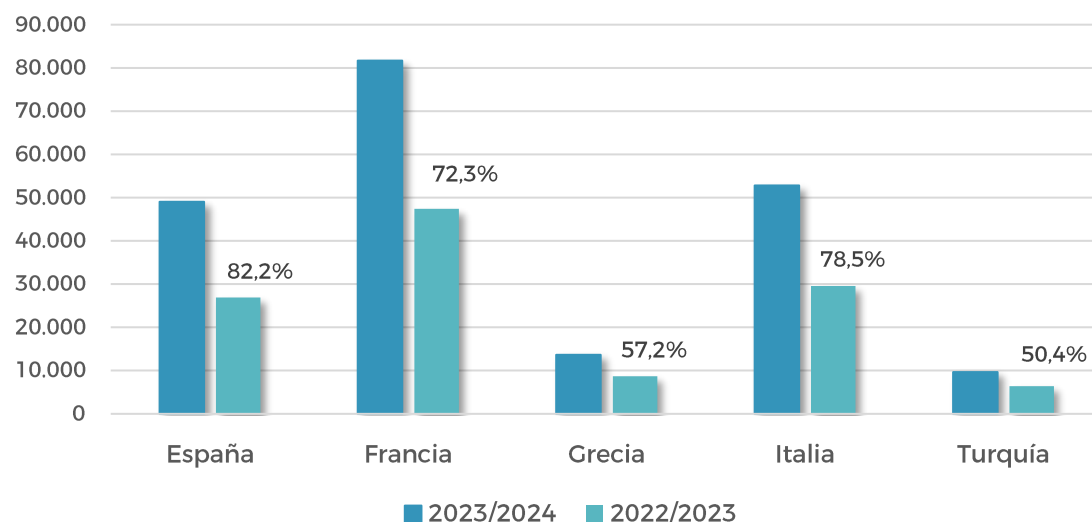
Cuota de búsquedas de alojamiento.
Agosto 2023 vs agosto 2022



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña



Reservas en aerolíneas IATA. Temporada invernal



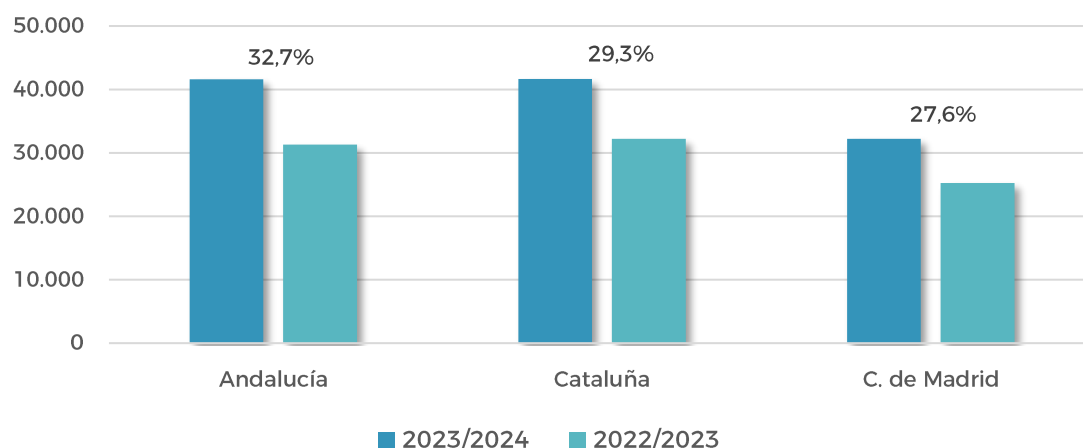
Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

10

En el gráfico precedente se recogen las reservas para vuelos en temporada de invierno desde Canadá a España y destinos competidores. España es la que más aumenta en reservas respecto a los destinos competidores, creciendo un 82% respecto a la temporada de invierno anterior, y se sitúa en volumen muy cerca de Italia.

Por CCAA, la mayoría de las reservas se concentra en Andalucía, Comunidad de Madrid y Cataluña, produciéndose en esta última el mayor crecimiento.

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada de invierno



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

PRINCIPALES CONCLUSIONES

La evolución de los últimos meses indican la plena recuperación del mercado canadiense, que se encuentra en un momento de gran dinamismo.

Según datos del Conference Board of Canada (CBC), casi dos tercios de los canadienses ha realizado o pensaba realizar un viaje de ocio este verano, de los cuales el 28% tenía intención de viaje al extranjero. En los meses de enero a julio, los viajes a Europa han igualado el volumen que alcanzaron en el mismo periodo de 2019. En el caso de España, se ha incluso superado, creciendo un 43%.

Aunque la actividad económica se mantiene fuerte, se espera que el crecimiento se modere y que los hogares reduzcan el consumo por el aumento de los tipos de interés. En todo caso hay que tener en cuenta que sigue existiendo una tasa elevada de ahorro, especialmente entre los hogares con rentas más altas, que son los que viajan en mayor medida a Europa, y su capacidad de gasto no se está viendo afectada.

11

La intención de viaje a Europa entre viajeros potenciales hasta diciembre de 2023 es del 38%.

Respecto a España hay una buena percepción en general, siendo especialmente relevante el buen dato en el índice de seguridad.

La capacidad programada a España es menor que la de los destinos competidores, pero aumenta respecto a la temporada de invierno anterior, gracias especialmente a la continuidad durante el invierno por primera vez desde la pandemia de la ruta de Air Canada Toronto-Madrid. Respecto a los competidores, destaca la subida de Francia y de Portugal, que sigue su tendencia ascendente.

El dato de reservas de vuelos a España es muy positivo, creciendo un 82%.

Así, los datos disponibles apuntan a que, a pesar de cierta incertidumbre económica, los viajes de los canadienses en temporada de invierno a España continuarán con la tendencia ascendente de los últimos meses.





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 