

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



ESTADOS UNIDOS
Temporada de otoño/invierno 2023-2024

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Nueva York

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

ESTADOS UNIDOS Temporada de otoño/invierno 2023-2024

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación interanual)	2,1	1,8	0,9
RENTA DISPONIBLE (Dólares USD per cápita)	60.924,1	63.563,1	65.165,7
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	17,1	16,7	16,6
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	65,8	65,9	65,8
POBLACIÓN EMPLEADA (En miles)	158.783,4	161.151,6	162.677,9
TASA DE DESEMPLEO (% s/ población activa)	3,6	3,7	4,4
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	8	3,9	2,2
IPC (2010=100)	134,2	139,6	142,9
TIPO DE CAMBIO DIVISA USD/Euro (Valor medio)	1,05	1,10	1,14

Fuente: Euromonitor y The Economist Intelligence Unit, octubre 2023.

El PIB de Estados Unidos registró un incremento interanual del 2,1% en términos reales en 2022. Pese a experimentar en los dos primeros trimestres del año pasado retrocesos intertrimestrales. Esta tasa fue, no obstante, inferior al notable incremento del PIB en 2021, del 5,9%, la tasa más elevada en los últimos 38 años.¹

En lo que llevamos de año, hasta septiembre de 2023, la economía estadounidense sigue mostrando su fortaleza con una previsión de crecimiento para 2023 del 1,8%, y del 0,9% para 2024². La Reserva Federal no prevé que se produzca una recesión, pero sí considera que pueda producirse una tendencia de bajo crecimiento en 2024.

Estados Unidos continúa generando empleos a buen ritmo pero disminuyendo simultáneamente las presiones inflacionistas; los últimos datos publicados del Bureau of Labor Statistics estiman la tasa de desempleo, a 1 de septiembre, en un 3,8%, La previsión es que 2023 cierre en un 3,7%, incrementándose hasta un 4,4% en 2024. La

¹ Oficina de Análisis Económico, BEA.

² The Economist Intelligence Unit.



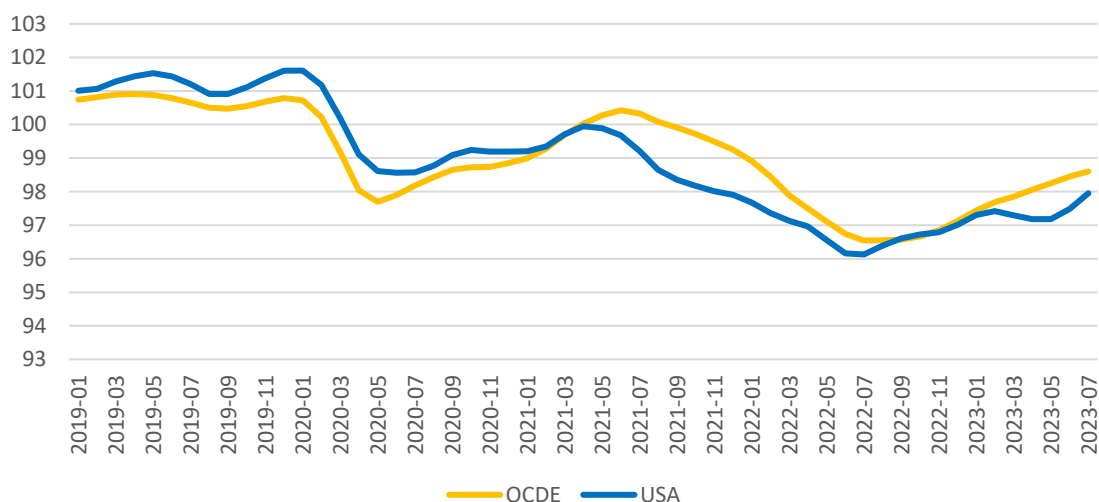
inflación, por su parte, creció en agosto de 2023 un 0,6%, situándose en el acumulado de los últimos 12 meses en el 3,7%. Se prevé que el año 2023 cierre ligeramente por debajo del 4%, y se modere hasta un 2,2% en 2024. El principal riesgo económico para 2024 es que persista una alta inflación, lo que afectaría al poder adquisitivo de los hogares y frenaría la recuperación económica. La Reserva Federal, en su última reunión de septiembre, ha mantenido los tipos de interés en el rango del 5,25% - 5,50%, el nivel más elevado desde 2007. Durante la conferencia posterior, su presidente ha reiterado el mensaje de lucha contra la inflación, contemplando empezar a bajar el precio del dinero a partir de 2024.

El Índice de Situación Actual, basado en la evaluación de los consumidores de las condiciones comerciales y laborales presentes, disminuyó hasta los 144,8 puntos en septiembre, desde 153,0 del mes anterior. El Índice de Expectativas, basado en las perspectivas a corto plazo de los consumidores sobre ingresos, negocios y condiciones del mercado laboral, se sitúa en los 80,2 puntos, siendo su promedio habitual de 80, lo que parecería configurar un horizonte estable por parte de la ciudadanía.

5

El siguiente gráfico muestra el Índice de Confianza del Consumidor en base a la OCDE. Estados Unidos, pese a haber registrado un ligero descenso en el primer semestre del 2023, evoluciona favorablemente aunque manteniéndose ligeramente por debajo de la media de la OCDE. Por su parte, en base al último dato del U.S. Conference Board, la confianza del consumidor en agosto de 2023 (último dato disponible) se sitúa en 106,1 puntos (1985=100).

Índice de confianza del consumidor (CCI)



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

FACTORES POLITICO SOCIALES

Las elecciones intermedias de noviembre de 2022 arrojaron un Congreso dividido, con los demócratas manteniendo su estrecha mayoría en el Senado y los republicanos retomando el control de la Cámara de Representantes (la cámara baja) por una mayoría igualmente estrecha. Esto dificulta la aprobación de cualquier legislación importante en 2023 y 2024, salvo por acuerdo bipartidista, lo que limita el impulso de la agenda política de la administración Biden-Harris, en ámbitos como la protección del clima, las energías renovables, la inmigración o la expansión de la seguridad social.

A un año vista de las elecciones generales presidenciales de 2024, la previsión es que la carrera electoral se decida por un estrecho margen de votos en los estados más indecisos, que resultarán trascendentales.

En cuanto a factores turísticos, ya no existen restricciones para la entrada de turistas americanos en España. Desde mayo de 2023, EE.UU., por su parte, tampoco exige a los turistas que lleguen a su frontera estar vacunados de COVID.

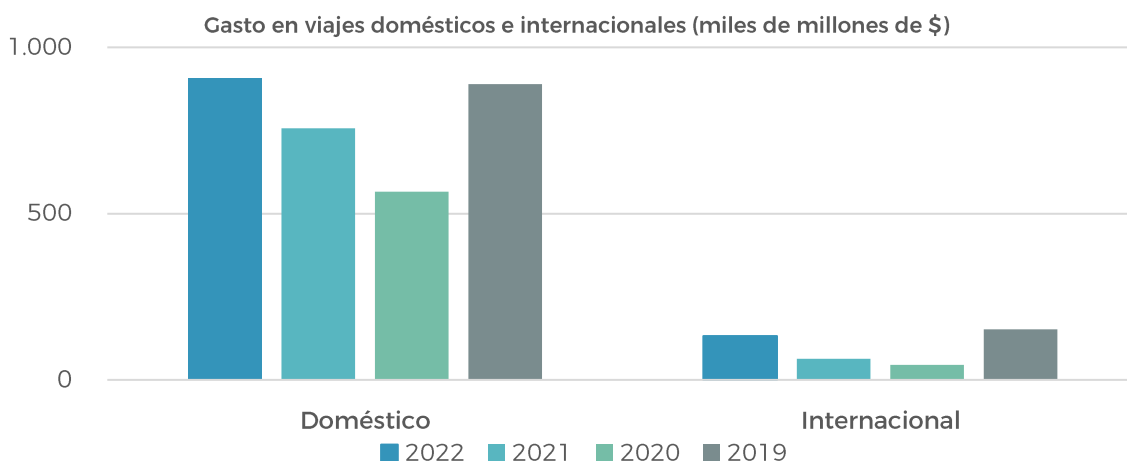
6

Previsiblemente entre 2024 y 2025 los ciudadanos estadounidenses deberán comenzar a solicitar el permiso de viaje "ETIAS" para poder entrar en los países europeos participantes en este sistema, entre ellos España. Este permiso de viaje habilitará su estancia por periodos cortos, inferiores a 90 días, y con fines generales de turismo, negocios o tránsito. El programa ETIAS estará destinado a controlar a los viajeros extranjeros como respuesta a una mayor exigencia de seguridad a nivel europeo y mundial. Se prevé que este nuevo requisito sea de rápida tramitación para el solicitante, con entrega electrónica, y que permita múltiples entradas por hasta 3 años desde su fecha de implantación, que desde 2023 está siendo retrasada por razones técnicas.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según los últimos datos disponibles de Euromonitor relativos al gasto en viajes del mercado turístico emisor estadounidense, la demanda doméstica habría ya superado en 2022 los datos prepandemia del año 2019. Por su parte, el gasto de la demanda turística internacional (con 131 mil millones de US\$ en 2022) habría recuperado un 87% del valor del año 2019 (152 mil millones de US\$).

La previsión para 2023 y 2024 es que el gasto internacional del mercado turístico de Estados Unidos supere las cifras de 2019. Euromonitor estima que en 2023 se pueda cerrar el año con una cifra de 174 mil millones de US\$, y que en 2024 se alcance la barrera de los 200 mil millones de US\$.

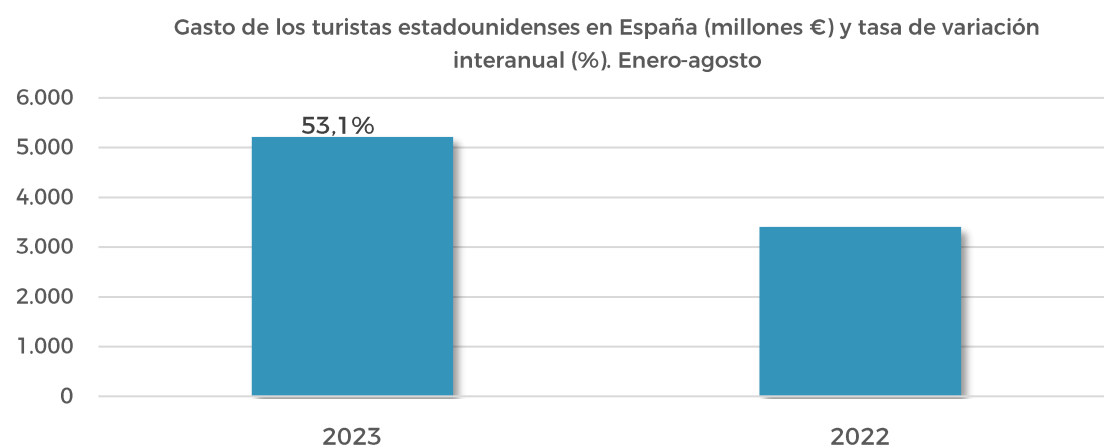


Fuente: Euromonitor.

En 2022 se recibieron en España 2,8 millones de turistas de Estados Unidos frente a la cifra récord de 2019 de 3,3 millones, lo que supuso una recuperación del 84% en el volumen de llegadas.

Por su parte, en 2023, esta tendencia se ha acelerado, situando al mercado en niveles máximos para los primeros ocho meses del año. Así, entre enero y agosto, el volumen total de llegadas de turistas procedentes de EE.UU., 2.596.813, supone una cobertura del 114,68%, y el volumen total de gasto, 5.212 millones de euros, del 132,06%, ambos sobre el mismo periodo de 2019.

Como referencia, en el acumulado enero-agosto de 2023, Estados Unidos se consolidaría como el sexto mercado emisor internacional para España en cuanto al volumen de llegadas, pero el cuarto emisor en cuanto a gasto, confirmando su enorme rentabilidad.

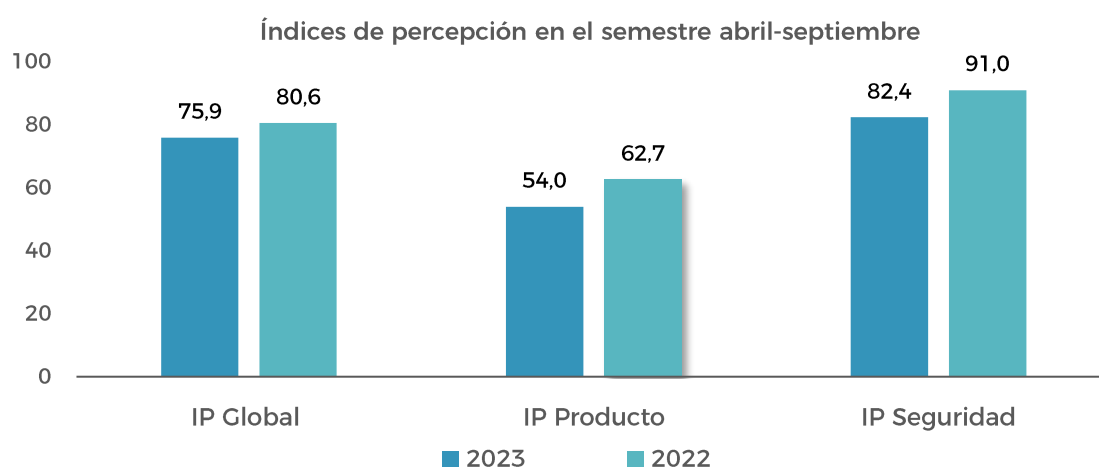


Fuente: Estimación de Turespaña a partir de datos INE.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

8

Percepción, consideración e intención del viaje



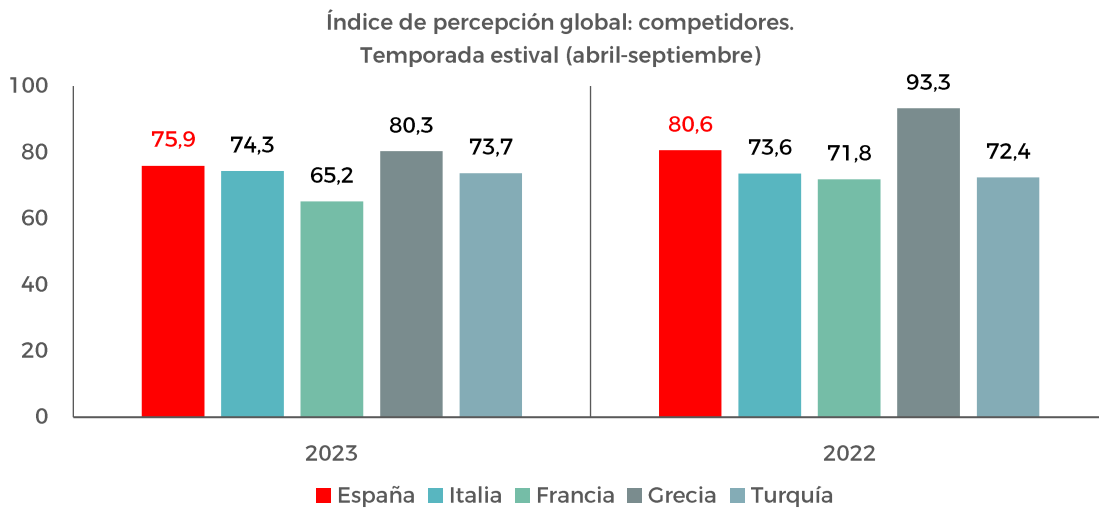
Fuente: <https://mabrian.com/es/> Módulo de comportamiento, basado en PLN (Procesamiento de Lenguaje Natural) de menciones en redes sociales. IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto = índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad = índice de percepción de seguridad.

En cuanto a la percepción de España como destino turístico, en Estados Unidos se sitúa en niveles elevados. Aunque de forma generalizada se han contraído todos los indicadores de menciones en redes sociales para todos los países, España se mantiene en puntajes altos, siendo el índice de seguridad el que obtiene una mejor valoración (82,4 sobre 100).



El índice de Percepción Global se sitúa en el semestre abril-septiembre de 2023 en los 75,9 puntos, evaluando con buena nota la satisfacción del turista estadounidense respecto a hoteles, producto, seguridad y clima en España, pudiéndose entender como una distribución media del sentimiento general. Por su parte, el índice de percepción del producto turístico ha disminuido hasta los 54 puntos, resultando un valor comparativamente inferior al del año anterior.

Estos indicadores se elaboran por la consultora Mabrian mediante técnicas de procesamiento natural del lenguaje (NLT, por sus siglas en inglés), que identifican las menciones en redes sociales a partir de la evaluación de varios productos, y clasifica estos comentarios de las redes sociales en positivos, negativos, y neutros.



Fuente: <https://mabrian.com/es/> Índice de percepción global, competidores.

Respecto a las puntuaciones para los competidores disponibles, la percepción general de España como destino turístico entre los estadounidenses se mantiene en niveles altos, ocupando España la segunda posición, únicamente por detrás de Grecia y por delante de Francia, Turquía e Italia, como ya sucediera en 2022.

Italia mantiene la tercera posición, si bien ha crecido ligeramente su valoración en 2023 (74,3 puntos frente a 73,6 en 2022). Turquía, en cuarto lugar, mantiene también una posición similar a la que tenía el año pasado, mientras que Francia, importante competidor directo de España en este mercado, se sitúa a la cola de este ranking, habiendo disminuido significativamente su percepción global de los 71,8 puntos en 2022 hasta los 65,2 en 2023.

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ESTADOS UNIDOS Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Respecto a los índices de consideración, intención de viaje, y satisfacción que elabora periódicamente la consultora YouGov sobre los principales destinos europeos para los estadounidenses, Italia y Reino Unido mantienen su liderazgo en estos tres índices, en primera y segunda posición respectivamente. No se aprecian cambios significativos en estas primeras posiciones respecto a consideración o satisfacción del viaje hacia estos destinos. Sin embargo, destaca la disminución de Reino Unido en cuanto a intención de viaje, que en 2022 lideraba dicho ranking con un 5% de turistas estadounidenses con planes de visitar el país, frente al 3,8% de 2023.

En el mercado estadounidense, España se posiciona como el tercer destino con mejor consideración (era cuarto en 2022), superando a Francia y Alemania. Un 18,6% de los encuestados estadounidenses considera España como su destino europeo favorito, superando por primera vez a Francia (18,5%), y Alemania (17,3%), que experimentan un deterioro importante. España mejora de este modo ligeramente su posición relativa en esta clasificación.

10

Sin embargo, dicha consideración no parece traducirse en una mayor intención de viaje, manteniéndose España en quinto lugar (misma posición que en 2022). Es significativo que todos los principales competidores hayan disminuido sus valoraciones en intención de viaje, especialmente Reino Unido, que cede la primera posición a Italia.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	26,3	26,3
2	Reino Unido	24,2	23,9
3	España	18,6	19,1
4	Francia	18,5	19,2
5	Alemania	17,3	17,7

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	4,3	4,6
2	Reino Unido	3,8	5
3	Alemania	2,2	2,4
4	Francia	1,8	2,2
5	España	1,4	2

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	79,3	80,3
2	Reino Unido	76,1	78,2
3	España	75	79,2
4	Alemania	74,3	70,7
5	Francia	60,7	62,5

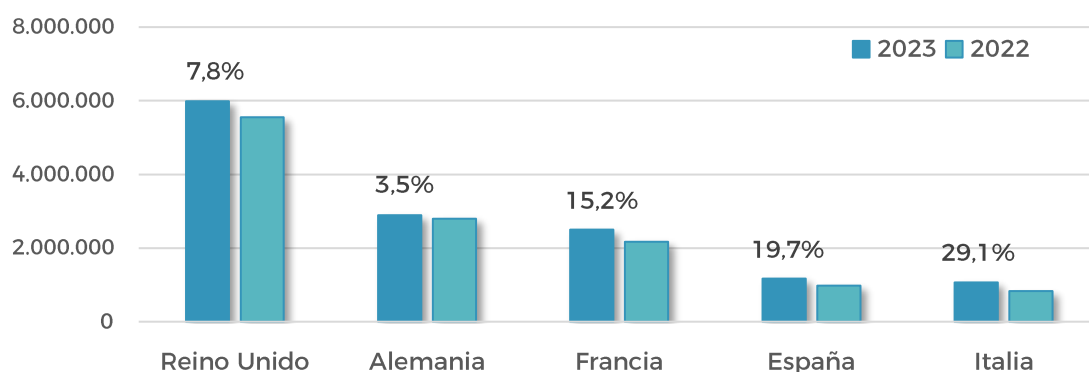
Fuente: [YouGov Destination Index](#)



En cuanto a la satisfacción de viaje, este índice revela que un 75% de los viajeros estadounidenses encuestados que ya nos han visitado en algún momento se manifiesta satisfecho con su visita a España. Francia, por el contrario, se mantiene a una distancia significativa (60,7%). Debe destacarse, no obstante, la pérdida considerable de puntuación de nuestros destinos respecto de 2022, en contraste con Alemania, que mejora ostensiblemente su satisfacción, logrando un 74,3%.

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser.

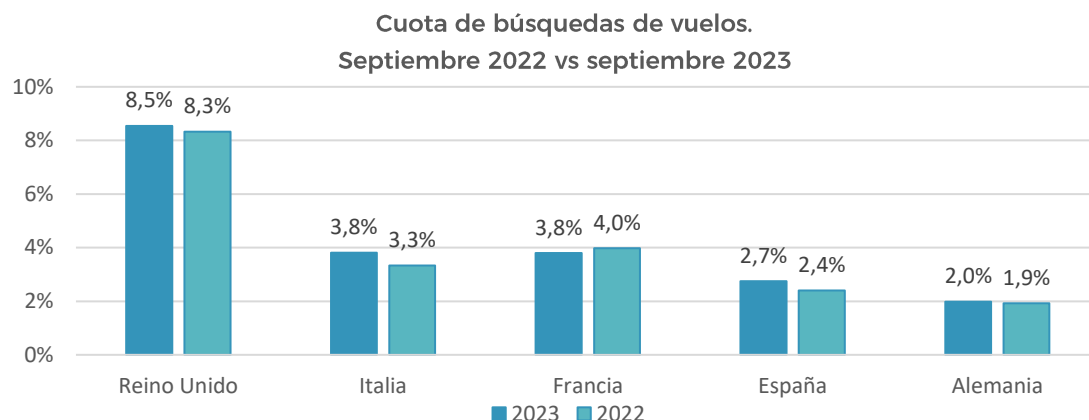
Los asientos programados (datos OAG de octubre de 2023) en vuelos directos desde Estados Unidos a España, entre el 1 de octubre de 2023 y el 31 de marzo de 2024, suponen una recuperación del 96% sobre la capacidad total del mismo período pre-pandemia de 2019.

El número de vuelos directos EE.UU. - España programados para esta temporada de otoño-invierno (4T de 2023 y 1T de 2024) supone un incremento en el volumen de frecuencias del 17%, y un aumento en el volumen de asientos del 20% más sobre el mismo periodo de la temporada anterior (4T de 2022 y 1T de 2023).

Asimismo, España supera en volumen de asientos totales programados a Italia, y se posiciona en cuarto lugar entre los principales destinos competidores europeos, por detrás de Reino Unido, Alemania y Francia. El primero presenta históricamente las cifras de asientos más elevadas, debido a sus lazos culturales y económicos con Estados Unidos. A pesar de ello, registra un crecimiento inferior (7,8%) que el de España (19,7%).

Por su parte, Alemania aumenta su volumen de asientos en solo un 3,5% con respecto a 2022, y Francia crece un 15,2%, un valor comparativamente inferior al de España.

Búsquedas y reservas

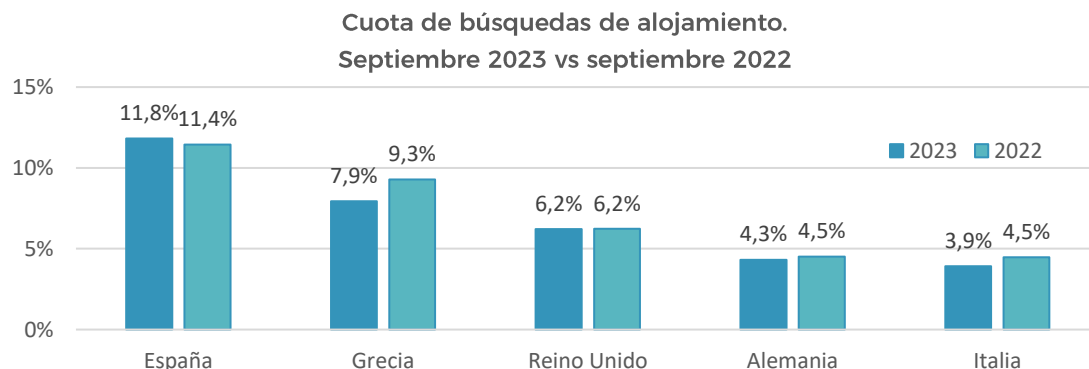


Fuente: [Google Destination Insights](#) – explotación Turespaña.

Las búsquedas de vuelos a los principales destinos de Europa realizadas en Google desde EE.UU. en septiembre de 2023 suman una cuota del 20,9% del total internacional, un 0,9% superior a la acontecida en septiembre de 2022. La búsqueda de vuelos hacia España ha aumentado su cuota 0,3 puntos porcentuales, pasando del 2,4% en septiembre de 2022 al 2,7% en septiembre de 2023.

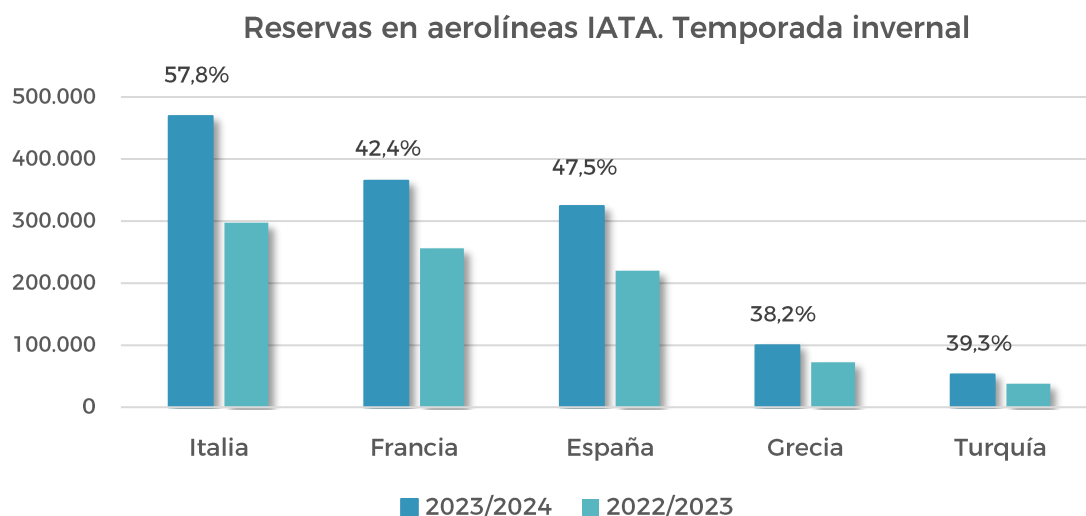
Entre los principales competidores, España es el segundo país que más crecimiento interanual presenta, por detrás de Italia (+0,5%), y por delante de Reino Unido (+0,2%), Alemania (+0,1%) y Francia, que decrece un 0,2% interanual.

En cuanto a las búsquedas de alojamiento en Google en septiembre de 2023, los principales destinos europeos alcanzan una cuota conjunta del 25,7%, similar a la de septiembre de 2022 (25,6%), con pocas variaciones intergrupales: Italia (-0,1%), Francia (-0,1%) y Alemania (-0,2%) disminuyen su cuota, mientras que Reino Unido (+0,2%) y España (+0,2%) aumentan ligeramente su participación. A septiembre de 2023, el destino más buscado en Europa es Italia, con una cuota del 7,9%. España mantiene la cuarta posición con un 3,9%.



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





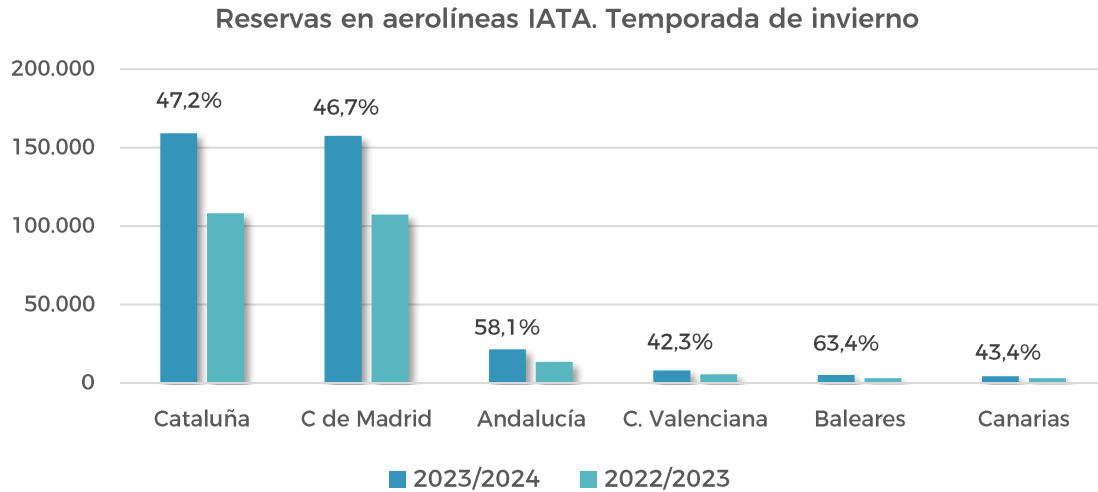
Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

13

En el gráfico precedente se recogen las reservas de billetes de avión registradas para la temporada de invierno (1 de octubre de 2023 a 31 de marzo de 2024) de Estados Unidos a España, y a los competidores disponibles, Francia, Grecia, Italia y Turquía, en aerolíneas IATA.

España marca un buen ritmo de crecimiento en 2023, y se sitúa en tercera posición al registrar un volumen absoluto de 324.465 reservas realizadas en los últimos 12 meses. Esta cifra supone un 47,5% más que para el mismo periodo de 2022. Por su parte, Italia lidera el volumen de reservas, al igual que el año pasado, con un total de 469.370, y presenta un notable aumento interanual del 57,8%. Francia, en segunda posición, registra 364.902 reservas (+42,4%), Grecia en cuarta posición con 99.769 (+38,2%) y Turquía, en quinta, 53.044 (+39,3%)

En el siguiente gráfico se muestran las reservas del mercado estadounidense en los principales destinos españoles (Comunidades Autónomas), para el periodo de invierno 2023-2024, siendo Cataluña y la Comunidad de Madrid las que acaparan el mayor número de reservas, con cifras similares, en torno a 160.000 (Cataluña registra 159.028 y la Comunidad de Madrid 157.437). De todos modos, los seis destinos principales presentan elevados aumentos porcentuales para la próxima temporada de invierno respecto al año anterior. Cataluña experimenta un incremento interanual del 47,2%, Comunidad de Madrid del 46,7%, Andalucía del 58,1%, Comunidad Valenciana del 42,3%, Baleares del 63,4%, y Canarias del 43,4%.



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

14

Estas mejoras son fruto en buena medida de las 23 rutas directas existentes en 2023 entre Estados Unidos y España.

Por un lado, por la apuesta de United Airlines por destinos españoles, que si en 2022 inauguraban dos nuevas conexiones entre Nueva York-Mallorca y Nueva York-Tenerife, en 2023 se ha estrenado el 31 de mayo la nueva conexión estacional Nueva York-Málaga.

Por otro lado, por la ampliación de frecuencias aéreas de Delta, que ha adelantado a febrero el inicio de sus rutas a Madrid y Barcelona desde Atlanta. Iberia, por su parte, ha restablecido en 2023 toda su red de destinos, y programa cerca de un 15% más de vuelos que en 2022, hasta 124 semanales entre España y ocho destinos de Estados Unidos, consolidándose como la aerolínea en el mercado aerolínea líder en el mercado aéreo hispano-estadounidense.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Estados Unidos muestra su fortaleza económica y capacidad de recuperación, con un crecimiento del PIB real del 2,1%, en 2022, y una previsión de crecimiento anual del 1,8% para 2023. Todo ello con una economía que sigue generando empleos a buen ritmo sin excesivas presiones inflacionistas, con una tasa de desempleo del 3,8%, y una inflación que, aunque todavía alta, disminuye anualmente y se sitúa en el acumulado de los últimos 12 meses en el 3,7%. Las previsiones apuntan que 2023 cierre ligeramente por debajo del 4%. El principal riesgo para 2024 es, no obstante, que se consolide un nivel elevado de precios, aunque la previsión actual es que se modere un 2,2%.

En este marco, los estadounidenses, a pesar de sus preocupaciones financieras y los posibles riesgos de la inflación, proyectan un elevado entusiasmo para viajar en los próximos meses, manteniendo un nivel casi récord de 8,1 puntos en una escala de 0 a 11, y manifestando un 83% de los encuestados tener planes de viaje para los próximos 12 meses. (Destination Analysts, septiembre 2023).

15

Las encuestas de Travel Pulse apuntan también a una tendencia de incremento en los presupuestos de viaje, fruto de la inflación, pero también de la elevada demanda. Travel Pulse reporta que en 2022 el viaje promedio costó 5.603 US\$ y dio un gran salto en 2023, a 6.587 US\$. La tendencia apunta a que el próximo año 2024 podría ser otro año récord para el gasto de los viajeros de EE.UU., aunque con menor incremento porcentual. Destination Analysts también confirma esta tendencia, manifestando que más de la mitad de los viajeros de Estados Unidos (50,4%) anticipan que el próximo año 2024 se encontrarán en una mejor posición financiera que en la actualidad.

Una de las tendencias turísticas a las que también apunta Destination Analysts es la inteligencia artificial. La previsión de sus encuestas es que las nuevas herramientas de inteligencia artificial puedan llegar a reemplazar a los agentes de viajes tradicionales, con una evolución del 54,4% actual de los encuestados que afirman este parecer, frente al 38,7% del año pasado.

Por su parte, el último informe de tendencias de mercados emisores de largo radio de la ETC, publicado en el segundo trimestre de 2023, señala que Europa sigue siendo un destino muy popular de larga distancia para los turistas estadounidenses. Se espera que muchos viajes a corto y medio plazo se reserven de forma anticipada, para asegurar tipos de cambio euro/dólar favorables. Es poco probable que cualquier movimiento en el tipo de cambio afecte significativamente a la demanda en el corto plazo, pero podría incidir en la capacidad de gasto de los viajeros estadounidenses en Europa.

La brecha que separa al euro y al dólar sigue estrechándose. La tendencia más reciente apunta a que el escenario de paridad del verano del 2022, cuando un euro llegó a valer lo mismo que un dólar, se podría repetir en los próximos meses, abaratando a los estadounidenses todavía más sus desplazamientos al Viejo Continente.

En este sentido, el último barómetro de la ETC publicado en octubre de 2023 señala que en Estados Unidos la emoción por viajar ha mejorado en comparación con 2022. Más de la mitad de los encuestados (54%) quieren realizar viajes de larga distancia durante el último trimestre de 2023, siendo el valor más alto registrado desde 2016. De estos viajeros, el 41% planea visitar Europa, lo que refleja un aumento del 3% respecto a 2022.

En promedio, los encuestados de EE.UU. tienen intención de visitar de 2 a 3 destinos europeos durante su próximo viaje, un patrón consistente con las tendencias anteriores. Dentro de Europa, aumenta la consideración por viajar en tren, debido a su favorable relación calidad-precio, su facilidad de reserva y sus razonables tiempos de viaje.

16

La ETC señala también que las prioridades de los turistas estadounidenses que visitan Europa están enfocadas en conocer el patrimonio histórico / cultural (31%), "slow travel" (28%), actividades urbanas (28%), relax en zonas costeras y de playa (28%), naturaleza (23%), experiencias gastronómicas (23%), shopping y compras de lujo (19%), actividades creativas, como la fotografía (19%) y actividades acuáticas (19%).

Este entusiasmo se ve reflejado en el volumen de reservas de billetes de avión para el periodo de otoño-invierno. ForwardKeys señala que España marca un buen ritmo de crecimiento de reservas, con cerca de 325.000 reservas realizadas en los últimos 12 meses, cifra un 47,5% superior a la del mismo periodo de 2022.

Las previsiones en la conectividad también son optimistas, continuando con la tendencia de recuperación iniciada el año pasado.

En 2023 se han confirmado 23 rutas (24 en 2019, y 22 en 2022): Atlanta-Barcelona, Atlanta-Madrid, Boston-Barcelona, Boston-Madrid, Charlotte-Madrid, Chicago-Barcelona, Chicago-Madrid, Dallas-Madrid, Los Ángeles-Barcelona, Los Ángeles-Madrid, Miami-Barcelona, Miami-Madrid, New York-Barcelona, New York-Madrid, New York-Málaga, New York-Palma de Mallorca, New York-Tenerife, Philadelphia-Barcelona, Philadelphia-Madrid, San Francisco-Barcelona, San-Francisco-Madrid, Washington DC-Barcelona y Washington DC-Madrid.



Los asientos programados en vuelos desde Estados Unidos a España, entre el 1 de octubre de 2023 y el 31 de marzo de 2024, ascienden a 1,2 millones, lo que supone una recuperación del 96% sobre la capacidad total programada para el mismo periodo pre-pandemia de 2019 (OAG).

Entre los destinos europeos, el último barómetro de la ETC destaca a España en cuarta posición para el mercado emisor de EE.UU. que visitará Europa en los próximos meses, con un 18% del total, por detrás de Francia (34%), Italia (29%) y Reino Unido (20%), y por delante de Alemania (16%) y Grecia (12%).

Dentro de España, en el acumulado enero-agosto de 2023, Estados Unidos se sitúa como el sexto emisor turístico internacional en volumen de llegadas, y el cuarto emisor internacional en cuanto a gasto (INE).



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 