

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



REINO UNIDO  
Temporada de otoño/invierno 2023-2024

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 de Londres

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

REINO UNIDO Temporada de otoño/invierno 2023-2024

## COYUNTURA ECONÓMICA

### CUADRO MACRO

	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
<b>PIB REAL</b> (Tasa de variación Interanual)	4,1	0,3	0,6
<b>RENTA DISPONIBLE</b> (Libras per cápita)	23.061,1	24.632,8	25.614,1
<b>TASA DE AHORRO</b> (% s/ ingreso disponible)	2,3	2,0	1,6
<b>GASTO DEL CONSUMIDOR</b> (% s/ PIB)	59,8	60,3	60,5
<b>POBLAC. EMPLEADA (en miles)</b>	32.719,5	32.947,4	33.351,2
<b>TASA DE DESEMPLEO</b> (% s/ poblac. activa)	3,7	4,1	4,4
<b>INFLACIÓN</b> (Tasa de variación interanual)	9,1	7,4	3,0
<b>IPC (2012=100)</b>	136,0	146,1	150,5
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023*</b>
<b>TIPO DE CAMBIO (libra/euro)</b> 2021 y 2022: media anual 2023*: último día del último mes completo (29 septiembre).	0,859	0,853	0,864

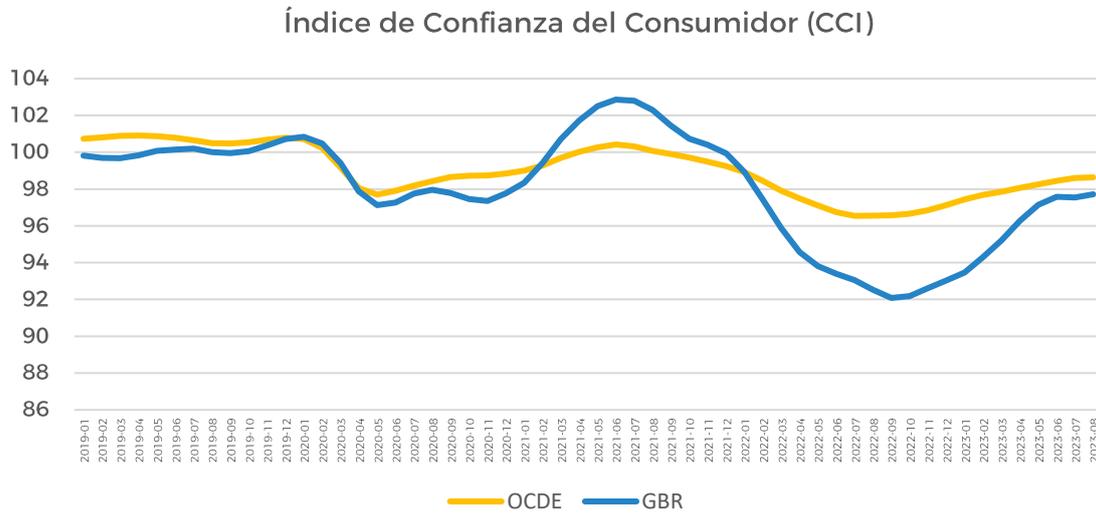
Fuente: Euromonitor y Banco Central Europeo.

La economía británica mostró una fase de cierta recuperación tras la pandemia, pero en la actualidad, los efectos provocados por un cúmulo de circunstancias como algunas sombras ligadas a las consecuencias del Brexit, aumento del tipo de interés y el importante aumento de la inflación que conlleva un histórico retroceso en la capacidad adquisitiva de los británicos y que se ve reflejado en el índice de confianza del consumidor (Consumer Confidence Index, Gfk), todavía en cifras negativas, llevan a la previsión de una posible entrada en recesión para 2024. Ello arroja unas previsiones no muy optimistas en la mayoría de indicadores macro para 2024.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. Durante la práctica totalidad del año 2021, el índice de Reino Unido se ha mantenido por encima de la media de la OCDE alcanzando su máxima diferencia en julio 2021 para iniciar, a partir de dicho mes, un descenso continuado que, a inicios del año 2022 cambia de signo y pasa a estar por debajo de la media de la OCDE, continuando su descenso hasta su máxima diferencia en septiembre 2022. A partir de



ahí, se inicia una mejora para situarse en niveles más próximos a la OCDE a partir del verano 2023, aunque todavía por debajo de dicha media.



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

5

## FACTORES POLITICO SOCIALES

Desde la retirada total de restricciones a partir del 18 marzo de 2022, no hay requisitos sanitarios de entrada al país exigibles a las personas que viajen desde España.

Para 2025 la UE pondrá en marcha el sistema ETIAS, requisito migratorio obligatorio (viajes de negocios, turismo y tránsito), en estancias inferiores a 90 días. Se tramitará online en un plazo máximo de 72 horas y tendrá validez por tres años. El coste del ETIAS será de 7 euros y una vez esté operativo, los turistas de los llamados terceros países, como el Reino Unido, deberán presentar una solicitud por adelantado para viajar al bloque europeo.

Por último, continúa cierta incertidumbre económica entre la población que 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. Asimismo, el país sufre numerosas y constantes huelgas.

Los últimos datos muestran un escenario no positivo, con mantenimiento de los tipos de interés altos y el impacto de la desaceleración mundial que se experimenta a partir del verano de 2023. El menor dinamismo económico debería facilitar la reducción de

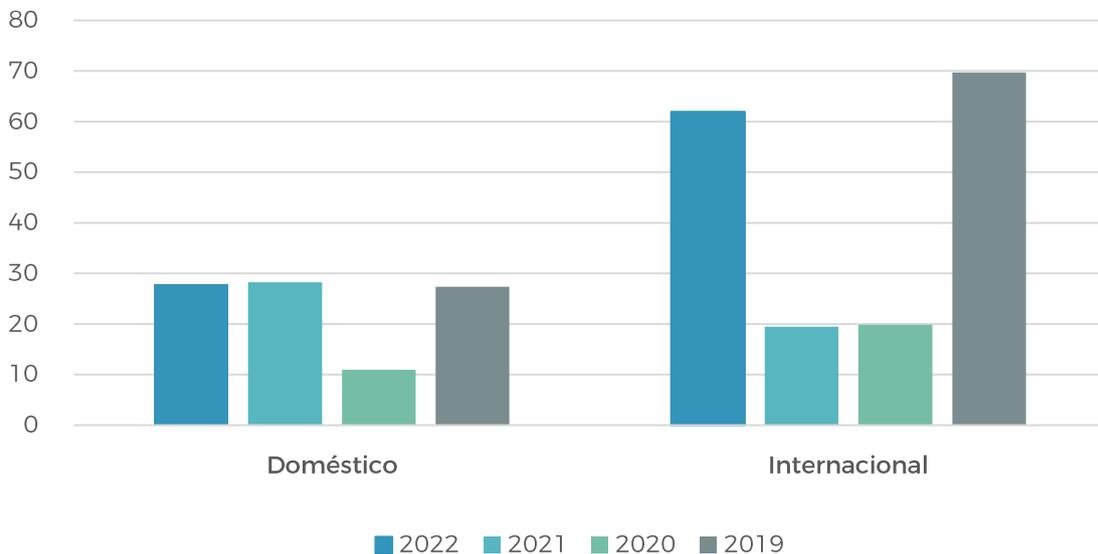
la inflación. Todo apunta a que el techo en los tipos de interés se encuentra bastante cercano, pero parece poco probable que se lleven a cabo rebajas de tipos, por lo menos antes del verano de 2024.

### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda turística británica muestran para el emisor al exterior una recuperación muy importante en 2022 con respecto al 2021 (+217,8%) pero todavía sin alcanzar niveles pre-pandemia (2019) estando todavía un -11,1% por debajo de aquellas cifras. Esta situación viene motivada por un inicio de año con un flujo menor de viajes internacionales debido a ciertas restricciones todavía vigentes pero que, con su eliminación definitiva a partir de finales del 1T año 2022, provocó una avalancha de reservas en los meses siguientes, aunque ralentizada en la parte final del año debido, principalmente, a las circunstancias económicas comentadas en apartados anteriores. En cambio, la demanda de viajes doméstica ha mostrado un mejor comportamiento, incluso que en 2019, con un +1,8% debido al fenómeno de las *staycations* durante estos últimos años.

6

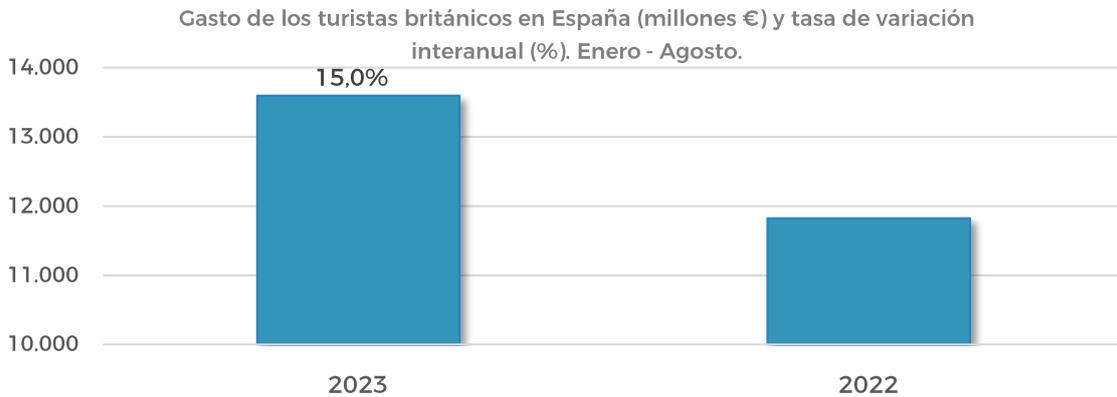
Estimación de gasto en viajes domésticos e internacionales (miles de millones de £)



Fuente: Euromonitor

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

REINO UNIDO Temporada de otoño/invierno 2023-2024



Fuente: EGATUR (INE)

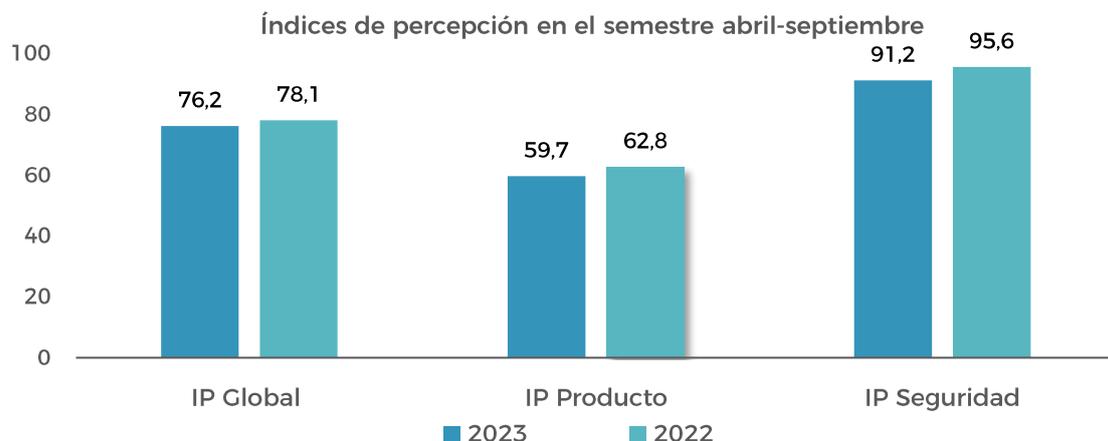
Según datos de Egatur (INE), el gasto de los británicos en España entre los meses de enero a agosto ha crecido un 15% en 2023, respecto del año pasado, e incluso por encima del mismo período de 2019 en un +7,5%.

## INDICADORES DE PROSPECTIVA

7

### Percepción, consideración e intención del viaje

En Reino Unido la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles muy altos aunque ha experimentado un descenso en el semestre abril - septiembre 2023 con respecto al mismo período del año anterior. El índice de producto también sufre un ligero descenso y el índice de percepción de seguridad sigue estando en niveles muy altos aunque, al igual que los anteriores índices, por debajo del semestre del año anterior.

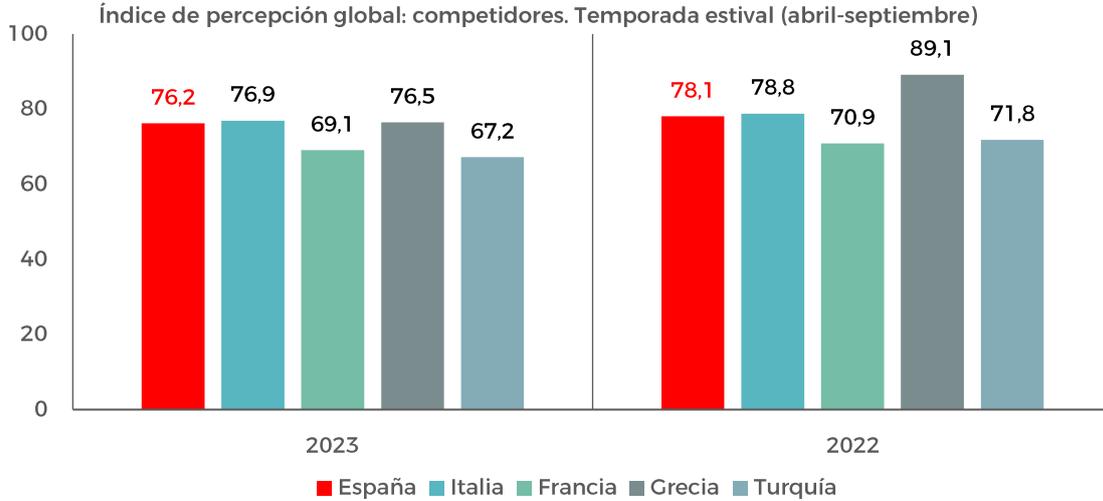


Fuente: <https://mabrian.com/es/> (Módulo de comportamiento, basado en PLN de menciones en redes sociales). IP Global = índice de percepción global del destino; IP Producto= índice de percepción del producto turístico; IP Seguridad= índice de percepción de seguridad.



# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

REINO UNIDO Temporada de otoño/invierno 2023-2024



Fuente: Mabrian.

En Reino Unido la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles muy altos y similar al de sus principales competidores. Todos los destinos han mostrado un descenso, si bien ligero, entre abril y septiembre de 2023 con respecto al mismo semestre del año 2022 a excepción de Grecia que sufre un descenso de más de 12 puntos (debido a los reportajes sobre los incendios del verano).

8

## ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	<b>España</b>	40,8	39,4
2	Italia	38,7	35,9
3	Grecia	33,3	33,6
4	Portugal	31,3	30,0
5	Francia	28,6	29,3

## ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	<b>España</b>	16,4	15,6
2	Grecia	9,4	8,6
3	Italia	9,1	8,4
4	Francia	7,6	7,1
5	Portugal	6,3	5,3

## ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	Italia	78,9	78,2
2	Portugal	76,5	76,0
3	Grecia	76,4	75,5
4	<b>España</b>	75,7	73,6
5	Francia	58,0	55,8

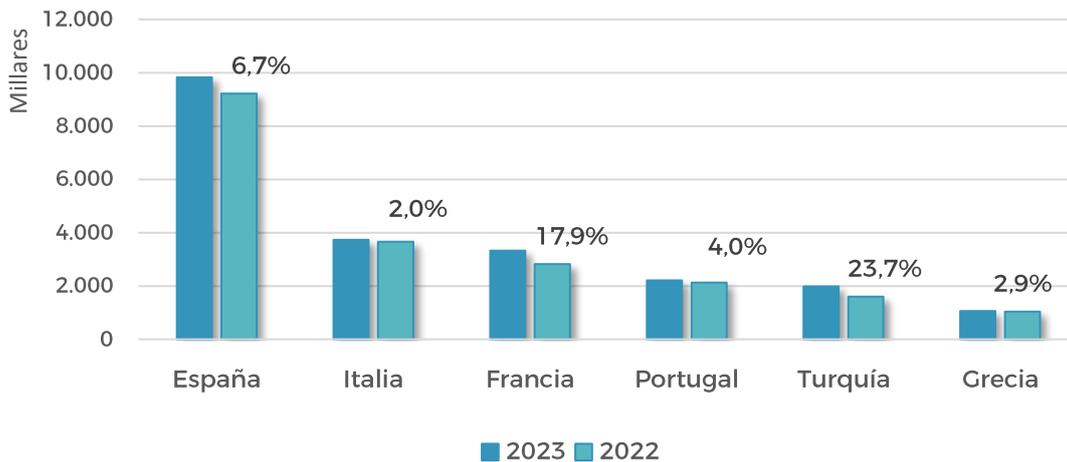
Fuente: <https://es.yougov.com/>



España sigue disfrutando de la mayor consideración e intención de viaje entre los principales competidores: casi el 41% de los encuestados la incluyen en el set de consideración y más del 16% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. En ambos casos el indicador se ha incrementado (1,4 y 0,8 puntos respectivamente) desde el tercer trimestre del año pasado. Entre los competidores, tanto Italia como Portugal o Grecia, se mantienen en niveles similares al mismo trimestre del año pasado (julio a octubre), pero tanto España como Francia presentan incrementos de varios puntos porcentuales. Así, entre los que nos han visitado en algún momento, el 75,7% afirma estar satisfecho con su viaje. El indicador ha experimentado una mejora considerable (+2,1 puntos) desde el último periodo, pero está aún por debajo de competidores como Italia, Portugal o Grecia, aunque muy por encima de Francia.

### Previsiones de vuelos

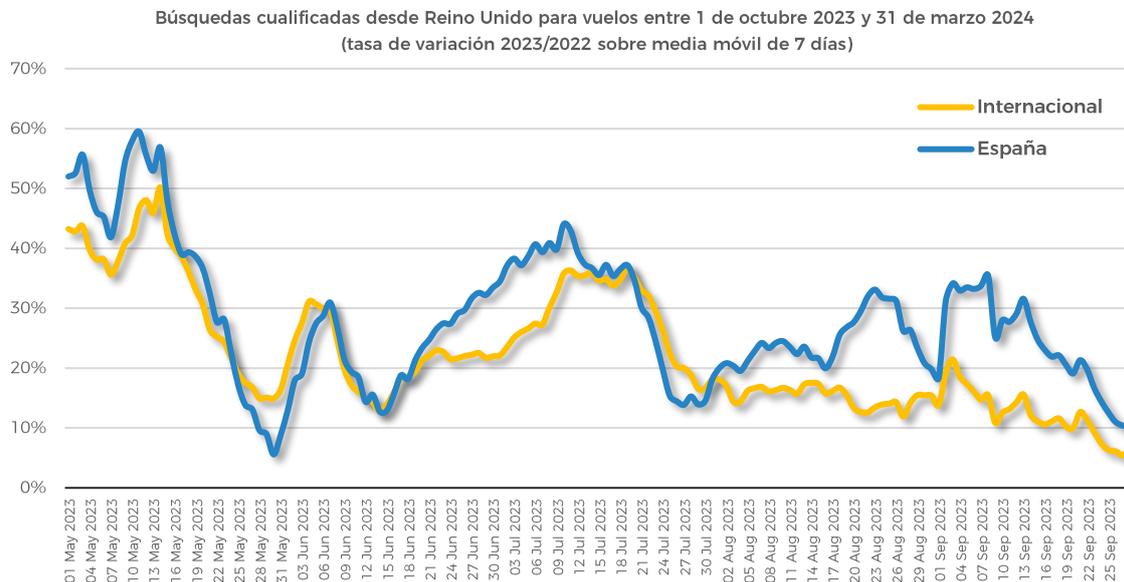
#### Asientos programados para la temporada de invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre de 2023 y el 31 de marzo de 2024 suponen casi el triple de las programadas hacia los 2 mayores competidores en volumen (Italia y Francia). Si bien en los 3 países se observa un incremento frente al mismo período del año anterior, es Francia la que muestra un mayor incremento (+17,9%). En el caso de países con una cuota menor como Portugal o Grecia presentan también ligeras subidas destacando la buena evolución de Turquía con un incremento, sobre la capacidad de la temporada de invierno anterior, de un +23,7%.

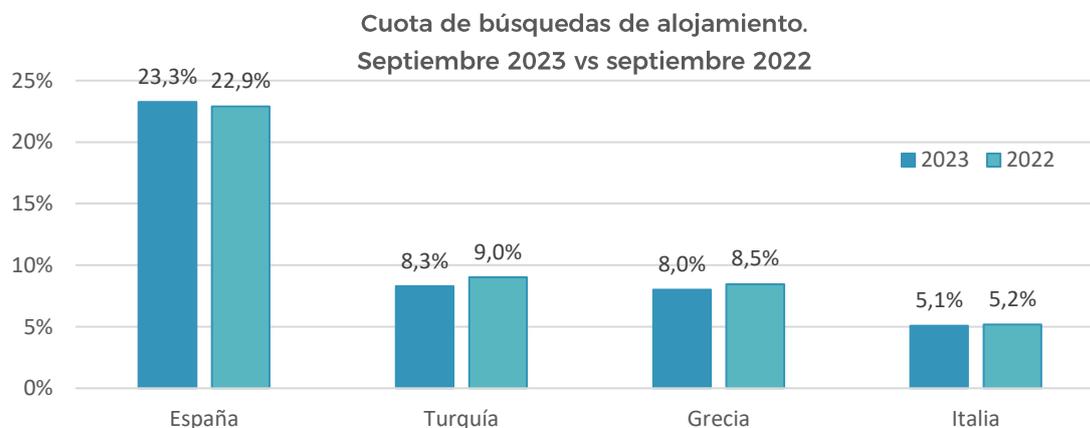
### Búsquedas y reservas



10

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

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, en general, en niveles considerablemente superiores a las que se realizaban en el año anterior (2022), hasta fechas muy recientes en que la tendencia se ha situado en torno al 10% superior a 2022. Las búsquedas hacia España se han comportado en general, mejor que las búsquedas internacionales, salvo un breve periodo durante los últimos días de mayo y últimos de julio. La tendencia a partir de entonces muestra un dominio más claro del destino España sobre el internacional aunque mostrando una ralentización en el ritmo de búsquedas en ambos casos.

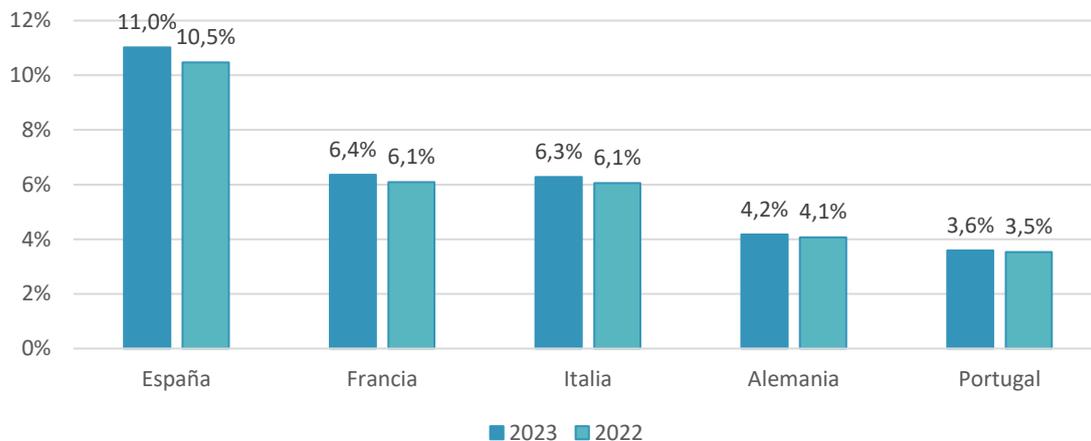


Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña



En el gráfico anterior se observa que las búsquedas de alojamiento realizadas en Google desde el Reino Unido tienen a España como un claro dominador con más de un 23% 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 vuelos.  
Septiembre 2023 vs septiembre 2022



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

Del mismo modo, las búsquedas en Google de vuelos desde Reino Unido tienen a España como principal destino presentando además una mejora frente al mismo mes del año anterior (septiembre 2022). Esta misma tendencia se observa en el resto de países competidores, si bien con cuotas claramente inferiores.

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

Tras el período de restricciones motivadas por la crisis sanitaria, la economía británica y, en particular, la industria turística se vio 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 sobrevivieron 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 generó un impulso muy potente de las nuevas reservas vacacionales que ya venían en clara tendencia ascendente desde los meses anteriores pero, el inicio de un proceso inflacionista ayudado por las consecuencias del incremento de los precios de la energía



como consecuencia de la guerra en Ucrania, acompañado de las perturbaciones provocadas por el Brexit, y que anticipan una posible entrada en recesión de la economía británica para el año 2024, han llevado a una merma en la capacidad económica de los británicos que ha ralentizado la buena tendencia que se venía observando, pero que, a pesar de ello, muestra un comportamiento positivo durante todos los meses del presente año 2023 (aunque sin alcanzar todavía las cifras del último año sin pandemia, 2019) con especial mención a las Islas Canarias que han visto mejoradas sus cifras ante la avalancha de turistas británicos en busca de sol y playa tras varios años con restricciones.

Todo ello provocó también un incremento del fenómeno de las “staycations”, vacaciones domésticas en sustitución de vacaciones al extranjero durante estos 2 últimos años y para las que el gobierno británico realizó varias campañas de publicidad para promocionar el turismo nacional. Esta tendencia, no obstante, se ha ido diluyendo desde mediados del año 2022 y ya en 2023, donde los turistas británicos vuelvan a ganar confianza en la realización de viajes internacionales aunque ahora, ralentizado por motivos económicos.

12

A pesar de todo, 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 satisfacción en 2023, con valores por encima de los obtenidos el año anterior. En el caso del índice de intención de viaje, sigue ofreciendo valores muy superiores a los de sus principales competidores (casi el doble que el segundo y tercero, Grecia e Italia, y más que duplicando a Francia y casi el triple que Portugal).

Prueba de todo ello es que, incluso las capacidades aéreas programadas para la próxima temporada invierno 2023/24 muestra un crecimiento del +6,7% con respecto a la temporada de invierno anterior (2022/23) y casi triplicando la capacidad de sus principales competidores (Italia y Francia), que presentan también incrementos. No obstante, las capacidades hacia países del Mediterráneo, especialmente a Turquía, están experimentando incrementos muy importantes (+27,9%) 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.

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 y vuelos hacia España frente a sus competidores.

No obstante, a pesar de que, por los datos observados, se anticipa una muy buena temporada de invierno, su evolución estará muy condicionada por la delicada situación económica por la que está pasando el RU (con tasas de inflación situadas en los últimos



meses alrededor del +8%, posible entrada en un período de recesión a finales del presente año o inicios de 2024 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 2023 e inicios de 2024.

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 en que, ahora, mejore la confianza de los británicos y su situación económica, se observará una recuperación paulatina de búsquedas y reservas hacia España (principalmente a las Islas Canarias) que, 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 