

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



ESTADOS UNIDOS
Temporada de verano 2024

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Nueva York

NIPO: 219-24-018-5

Abril 2024



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

3

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ESTADOS UNIDOS Temporada de primavera/verano 2024

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO

	2022	2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación interanual)	1,9	2,5	1,8
RENTA DISPONIBLE (Dólares USD per cápita)	77.293	81.529	83.444
TASA DE HOGARES DE CLASE MEDIA (%)	87,4	87,3	87,5
GASTO DEL CONSUMIDOR (Tasa de variación interanual)	9,2	6,2	3,8
POBLACIÓN EMPLEADA (En miles)	158.296	161.102	161.747
TASA DE DESEMPLEO (% s/ población activa)	3,6	3,6	4,1
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	8	4,1	2,5
IPC (2010=100)	149,9	156,2	160,8
TIPO DE CAMBIO DIVISA USD/euro (Valor medio)	1,05	1,08	1,10

Fuente: The Economist Intelligence Unit y Oxford Economics, abril 2024.

En 2023, el PIB de Estados Unidos aumentó un 2,5% interanual en términos reales, desafiando las predicciones de una recesión, debido a la solidez del consumo y mostrando resistencia frente al endurecimiento de la política monetaria. En 2024, la Reserva Federal no prevé que se produzca una recesión, pero sí considera que pueda producirse una tendencia de bajo crecimiento. El banco central considera iniciar la reducción de las tasas de interés este año, sin embargo, en sus últimas reuniones, han indicado que se requiere mayor confianza en el control de la inflación antes de aprobar dicha medida. Es probable que el coste del dinero alcanzase su punto máximo en 2023.

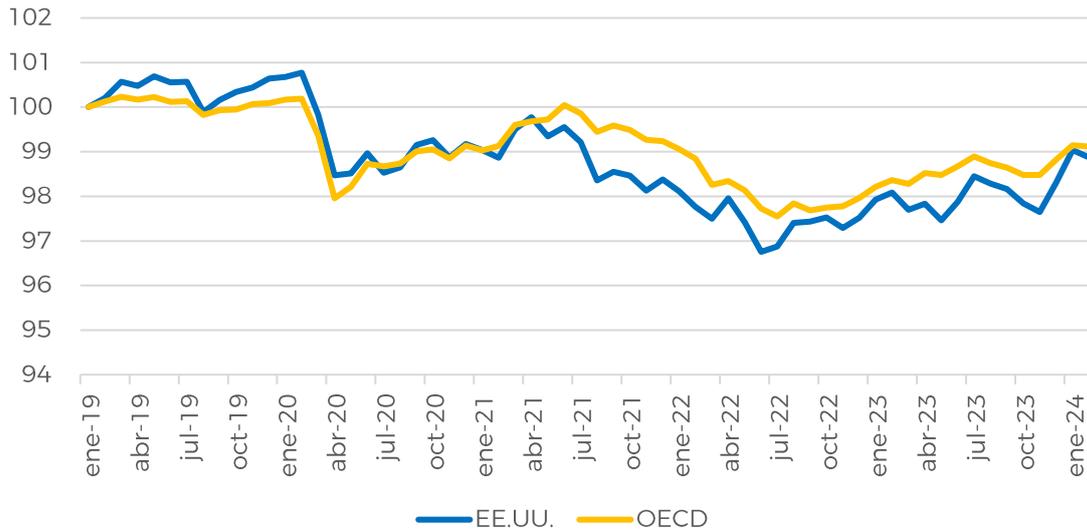
La inflación, por su parte, se situó en el 4,1% en 2023 y se proyecta que se modere a 2,5% en 2024. El principal riesgo económico para 2024 radica en una posible persistencia de la inflación elevada, lo que podría afectar el poder adquisitivo y frenar la recuperación económica de los hogares. En cuanto al mercado laboral, Estados Unidos sigue creando empleo a muy buen ritmo, y se espera que la tasa de desempleo cierre 2024 ligeramente por encima del 4%.

4



El siguiente gráfico muestra el Índice de Confianza del Consumidor en base a la OCDE. Estados Unidos ha evolucionado favorablemente a lo largo de 2023, especialmente a final del año, situándose en valores próximos al índice general de la OCDE aunque manteniéndose ligeramente por debajo en el comienzo de 2024.

Índice de confianza del consumidor (CCI)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la OCDE (Consumer barometer).

Por su parte, según la U.S. Conference Board, la confianza del consumidor en febrero de 2024 (último dato disponible) se sitúa en 106,7 puntos (1985=100), descendiendo desde el dato de enero (110,9 puntos). Esta disminución se produce después de tres meses consecutivos de avances. La inflación general sigue siendo la principal preocupación de los consumidores estadounidenses, junto con la situación del mercado laboral y el entorno político nacional.

FACTORES POLITICO SOCIALES

Las próximas elecciones presidenciales de Estados Unidos en noviembre de 2024 se anticipan como un enfrentamiento entre el actual presidente demócrata, Joe Biden, y su predecesor republicano, Donald Trump. Se espera que la contienda sea reñida entre ambos, y la polarización y la división partidista persistirán, dificultando la gobernabilidad y la formulación de políticas, especialmente en áreas como el cambio climático, la protección social o la fiscalidad. Biden y Trump lideran sus respectivos partidos, aunque enfrentan desafíos internos antes de la contienda. La previsión es que la carrera electoral se decida por un estrecho margen de votos en los estados más indecisos, que resultarán trascendentales.

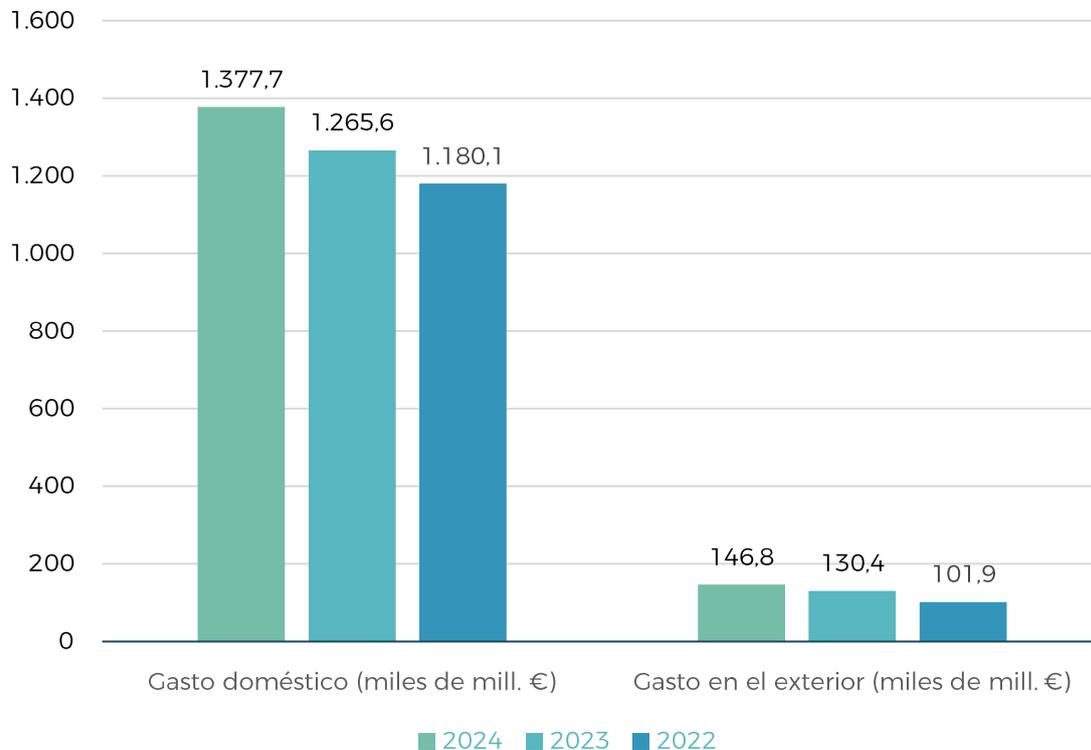
Previsiblemente entre 2024 y 2025 los ciudadanos estadounidenses deberán comenzar a solicitar el permiso de viaje "ETIAS" para poder entrar en los países europeos participantes en este sistema, entre ellos España. Este permiso de viaje habilitará su estancia por periodos cortos, inferiores a 90 días, 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

El gasto turístico doméstico en Estados Unidos ha mostrado una tendencia positiva constante en los últimos años. Entre 2022 y 2023, se registró un aumento significativo, pasando de 1,18 a 1,27 billones de euros, respectivamente. Las previsiones para 2024 sugieren un crecimiento continuo, proyectando un gasto turístico de 1,38 billones. Este incremento refleja la robustez del sector turístico doméstico en Estados Unidos y la enorme capacidad para viajar internamente dentro del país.

6

Evolución gasto turístico. Transporte internacional excluido.



Fuente: Oxford Economics, abril 2024.

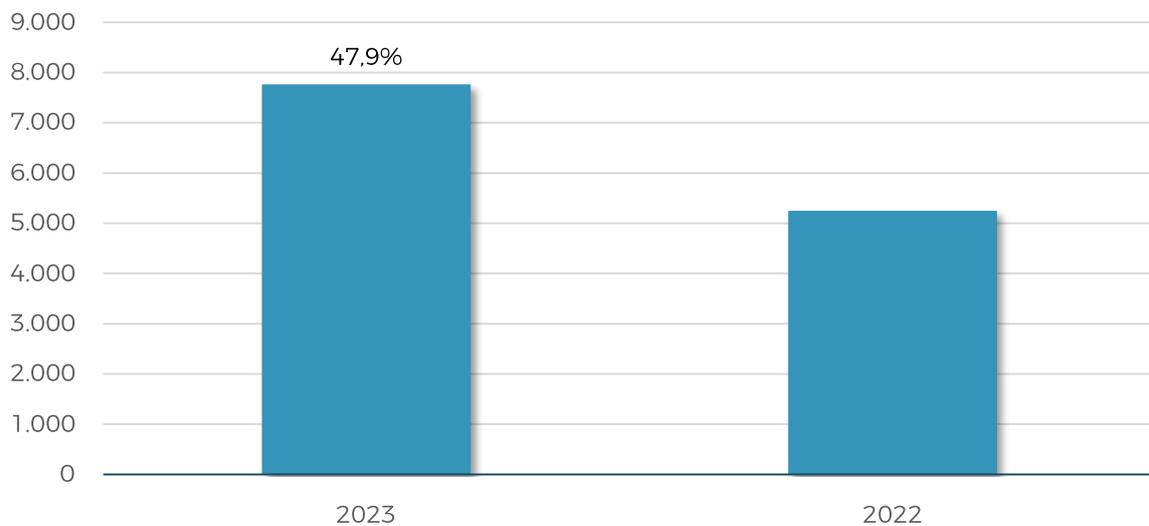


Por su parte, el gasto turístico de los estadounidenses en el extranjero también ha aumentado de manera constante. De 101,9 mil millones de euros en 2022, pasó a 130,4 mil millones de euros en 2023. Las proyecciones para 2024 indican un nuevo incremento, estimándose en 146,8 mil millones de euros. Este aumento en el gasto turístico del mercado emisor estadounidense en el extranjero muestra una creciente disposición de sus ciudadanos para explorar destinos internacionales y sugiere un sólido poder adquisitivo.

En resumen, tanto el gasto turístico doméstico dentro de Estados Unidos como el gasto turístico internacional muestran una evolución muy positiva y prometedora para el año 2024. Los datos sugieren una dinámica saludable en el mercado turístico, con un aumento en el flujo de turistas tanto domésticos como internacionales, lo que beneficia tanto a la economía estadounidense como a la industria turística global.

Gasto de los turistas estadounidenses en España (millones €) y tasa de variación interanual (%). Año 2023 vs Año 2022

7



Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE.

En 2023 visitaron España 3,8 millones de turistas de Estados Unidos frente a la cifra récord de 2019 de 3,3 millones, lo que supuso superar en un 15,4% el volumen de llegadas sobre 2019. Estados Unidos representó en 2023 el 4,5% del total de turistas internacionales en España. Cabe destacar que, según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (UNWTO), en 2022 Estados Unidos se posicionó como el primer mercado emisor internacional en gasto a nivel mundial.

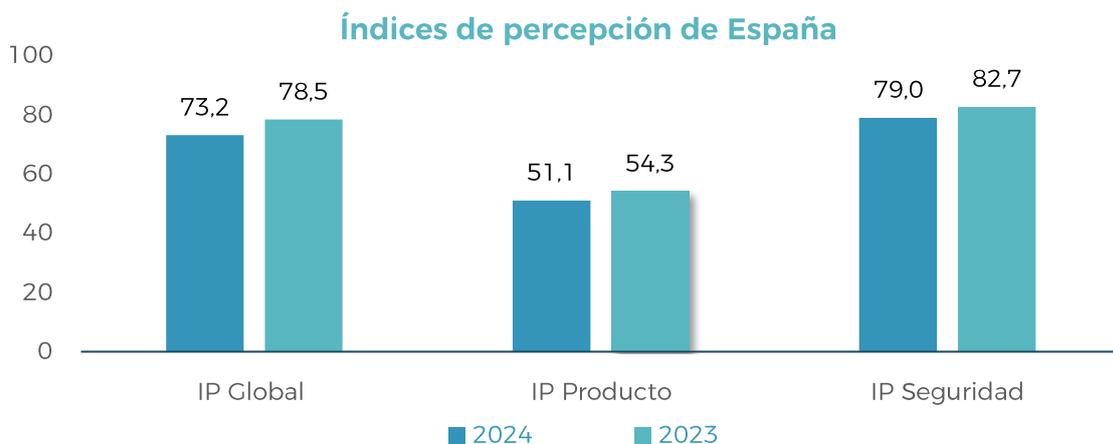
Por su parte, el gasto de los turistas estadounidenses en España ha experimentado un notable crecimiento de aproximadamente el 48% interanual entre 2022 y 2023. En 2022, el gasto alcanzó los 5.250 millones de euros, mientras que en 2023 aumentó a 7.764 millones de euros, el equivalente al 7,1% del total de gasto turístico internacional en España. Este aumento significativo refleja un marcado interés por parte de los turistas estadounidenses en visitar España y disfrutar de su cultura, paisajes y experiencias turísticas. La tasa de crecimiento evidencia un mercado en expansión, lo que sugiere que España sigue siendo un destino atractivo para los viajeros estadounidenses.

Como referencia, en 2023, Estados Unidos se ha consolidado 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.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

8



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 elevados, siendo el índice de seguridad el que obtiene una mejor valoración (79 puntos sobre 100).

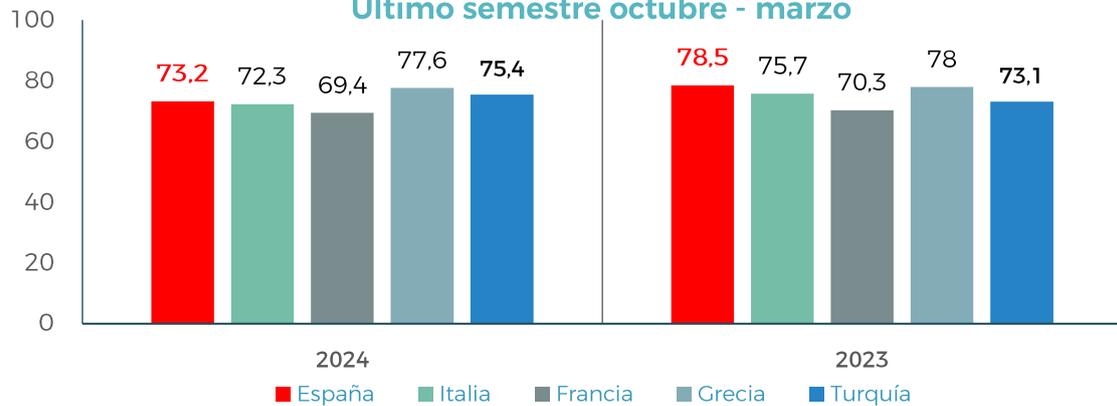


El índice de Percepción Global se sitúa en el semestre octubre-marzo de 2023/2024 en los 73,2 puntos, evaluando con buena nota la satisfacción del turista estadounidense respecto a hoteles, producto, seguridad y clima en España, pudiéndose entender como una distribución media del sentimiento general. Por su parte, el índice de percepción del producto turístico se sitúa en los 51,1 puntos, resultando un valor ligeramente 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.

Índices de percepción global: competidores.

Último semestre octubre - marzo



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 (73,2 puntos), ocupando España la primera posición entre sus rivales más directos (por delante de Italia, (72,3) y Francia, con 69,4 puntos), y únicamente por detrás de Grecia (77,6) y Turquía (75,4) en el total de los cinco competidores que se encuentran disponibles. En la comparativa de España frente a Italia y Francia, principales rivales turísticos en el mercado emisor de EE.UU., España se mantiene a la cabeza en 2024, si bien reduce ligeramente su valoración con respecto al año anterior. Italia y Francia también han disminuido significativamente su percepción global respecto a 2023.

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 mantiene su liderazgo en cuanto a consideración del destino (25,1%) y satisfacción (80,4% de viajeros satisfechos), y se sitúa en segundo lugar (por detrás de Reino Unido) en el índice de intención de viaje, siendo por ello el competidor

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

ESTADOS UNIDOS Temporada de primavera/verano 2024

mejor posicionado globalmente en los tres índices. No se aprecian cambios significativos en estas primeras posiciones, aunque destaca la baja valoración de Francia en satisfacción del viaje para los turistas de EE.UU., manteniéndose en la última posición de este ranking, con solo un 65,6% de turistas estadounidenses satisfechos.

Reino Unido es el segundo destino en consideración (24,2%) y el primero en intención de viaje, pero se ve superado por España en cuanto a satisfacción. Alemania, por su parte, es el último mercado en consideración (17,8%), el cuarto en satisfacción (72,6%), y el tercer destino en intención de viaje.

En el mercado estadounidense, España se posiciona como el segundo destino con mayor satisfacción turística entre los estadounidenses, únicamente superado por Italia. Este índice revela que un 78,8% de los viajeros estadounidenses encuestados que ya nos han visitado en algún momento se manifiesta satisfecho con su visita a España, mejorando la valoración de nuestro país de 2023 (75,1%). España es además el cuarto destino con mayor consideración para viajar (18,8%) y el quinto en cuanto a intención de viaje.

10

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	Italia	25,5	25,1
2	Reino Unido	24,2	22,8
3	Francia	20	19,1
4	España	18,8	18,8
5	Alemania	17,8	16,3

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	Reino Unido	4,3	3,1
2	Italia	4,1	3,4
3	Alemania	2,3	1,5
4	Francia	1,7	2,1
5	España	1,5	1,4

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	Italia	80,4	80,4
2	España	78,8	75,1
3	Reino Unido	74,9	73,9
4	Alemania	72,6	73,1
5	Francia	65,6	63,4

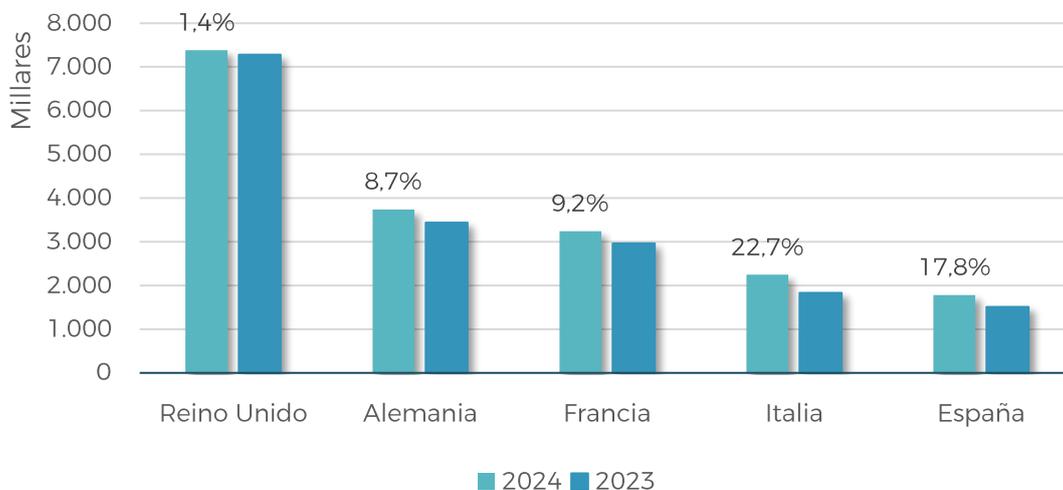
Fuente: [YouGov Destination Index](#)



Es significativo destacar a su vez que todos los principales competidores han aumentado sus valoraciones en intención de viaje, excepto Francia, que decae en este ranking, pasando de ocupar la tercera posición en 2023 a posicionarse en cuarto lugar en 2024.

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada: primavera - verano



Fuente: OAG Schedules Analyser, abril 2024.

Los asientos programados (previsiones de datos OAG de abril 2024) en vuelos directos desde Estados Unidos a España, entre el 1 de abril y el 1 de octubre de 2024, ascienden a algo menos de 1,8 millones (1.779.924 de asientos en valor absoluto), lo que supone un incremento cercano al 18% sobre el mismo periodo de 2023.

Además, el número de vuelos directos entre EE.UU. y España programados para esta temporada de primavera-verano (2T y 3T de 2024) asciende a 6.559, lo que supone a su vez un incremento en el volumen de frecuencias del 16,9%, junto con el aumento en el volumen de asientos del 17,8% más, sobre el mismo periodo de la temporada anterior (2T y 3T de 2023).

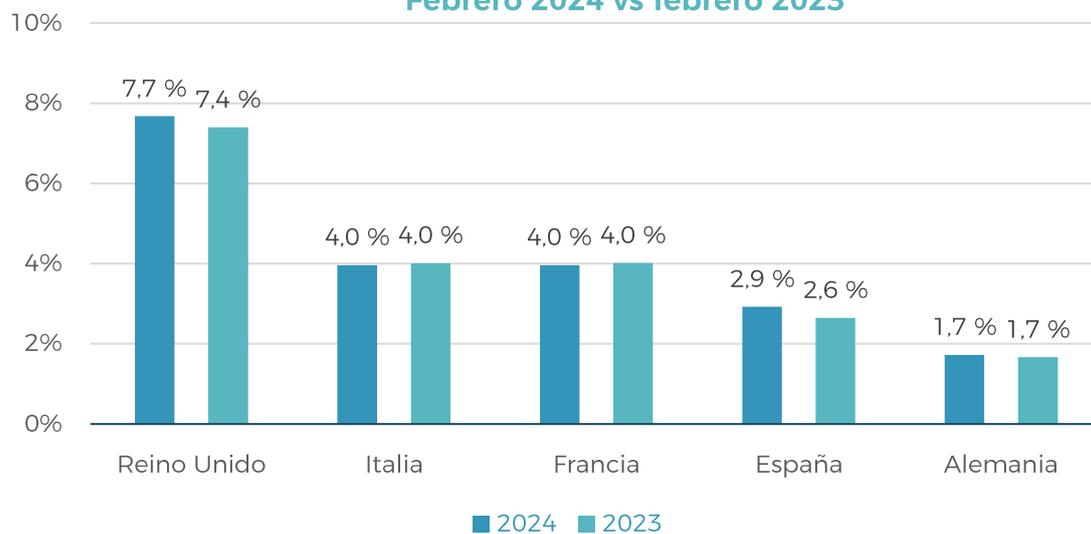
Asimismo, España se posiciona en quinto lugar entre los principales destinos competidores europeos, por detrás de Reino Unido, Alemania, Francia e Italia, pero en segundo lugar en mayor crecimiento porcentual de la capacidad de asientos totales en vuelos directos desde Estados Unidos respecto al año anterior, solo superada por Italia (22,7% de crecimiento).

Reino Unido, en primera posición en valor absoluto, 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 de apenas un 1,4% interanual.

Por su parte, Alemania aumenta su volumen de asientos en un 8,7%, y Francia lo hace en un 9,2%, crecimientos comparativamente muy inferiores al de España.

Búsquedas y reservas

Cuota de búsquedas de vuelos. Febrero 2024 vs febrero 2023



12

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

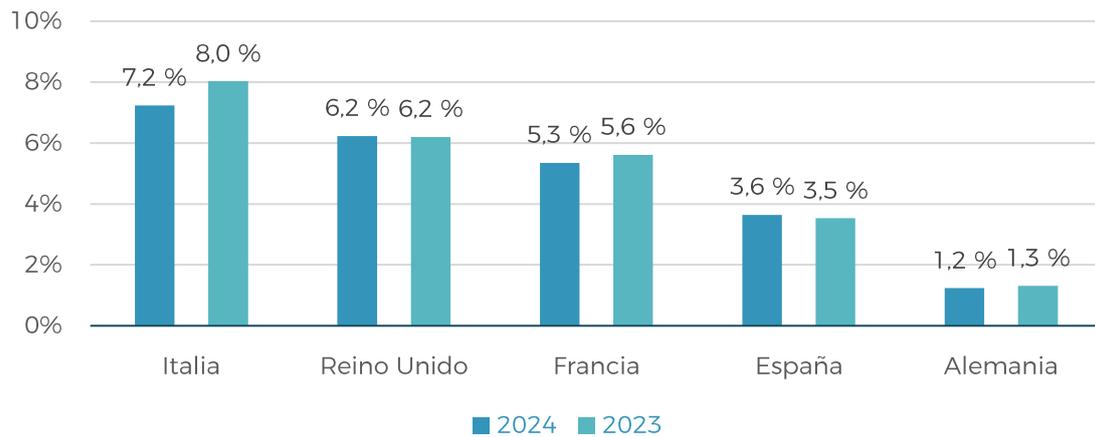
Las búsquedas de vuelos a los principales destinos de Europa realizadas en Google desde EE.UU. en febrero de 2024 (último dato disponible) suman una cuota del 20,3% del total internacional, un 0,5% superior a la acontecida en febrero de 2023 (19,7%). La búsqueda de vuelos hacia España ha aumentado su cuota 0,3 puntos porcentuales, pasando del 2,6% en febrero de 2023 al 2,9% en febrero de 2024.

Entre los principales competidores, España es, empatado con Reino Unido, el país que más crecimiento interanual presenta, por delante de Italia, Francia y Alemania, que registran un crecimiento interanual plano.

En cuanto a las búsquedas de alojamiento en Google en febrero de 2024, los principales destinos europeos alcanzan una cuota conjunta del 23,5%, casi un punto porcentual inferior a la de febrero de 2023 (24,7), con ligeras variaciones intergrupales: Italia (-0,8%), Francia (-0,3%), Alemania (-0,1%) y España (-0,1%) disminuyen su cuota, mientras que

Reino Unido mantiene plana su participación. A febrero de 2024, el destino más buscado en Europa es Italia, con una cuota del 7,2%, seguido de Reino Unido (6,2%) y Francia (5,3%). España mantiene la cuarta posición con un 3,6%, por delante de Alemania (1,2%).

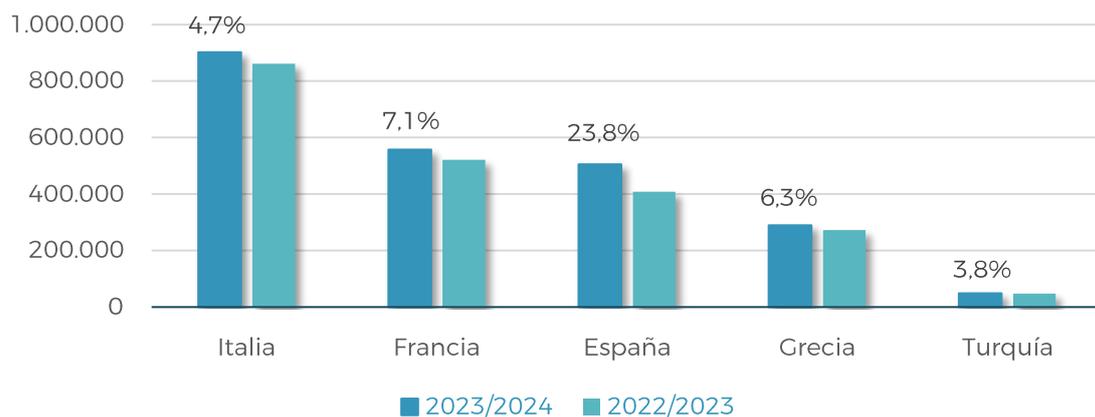
Cuota de búsquedas de vuelos. Febrero 2024 vs febrero 2023



13

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

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada estival



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

En el gráfico precedente se recogen las reservas de billetes de avión registradas para la temporada de verano (1 de abril de 2024 a 30 de septiembre de 2024), realizadas durante un año antes, 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 2024, y se sitúa en tercera posición al registrar un volumen absoluto de 505.632 reservas realizadas en los últimos 12 meses. Esta cifra supone un notable 23,8% más que para el mismo periodo de 2023.

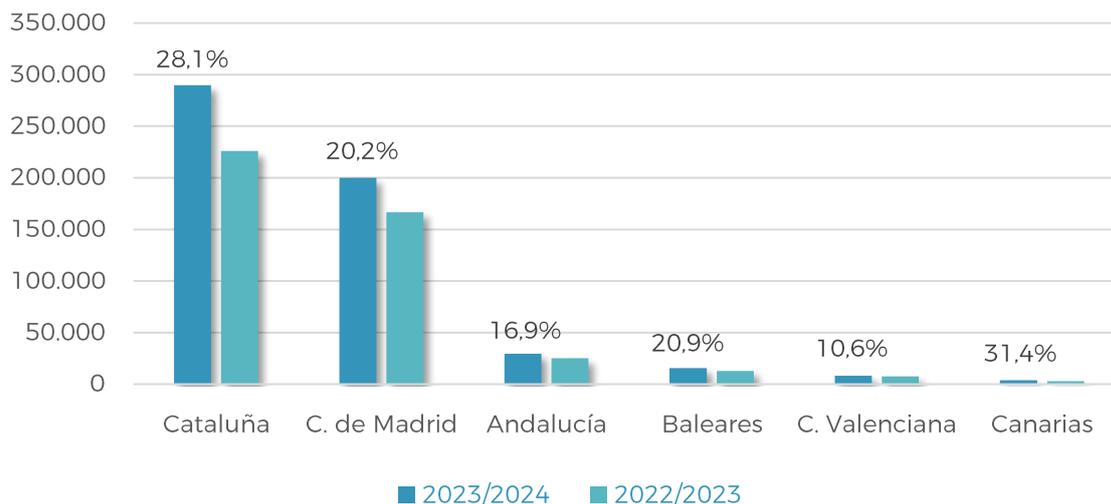
Por su parte, Italia lidera el volumen de reservas, al igual que el año pasado, con un total de 902.359, y presenta un ligero aumento interanual del 4,7%. Francia, en segunda posición, registra 557.780 reservas (+7,1%), Grecia en cuarta posición con 290.023 (+6,3%) y Turquía, en quinta, 49.340 (+3,8%). Por tanto, España es, con una notable diferencia, el destino que más crece entre todos los competidores disponibles.

En el siguiente gráfico se muestran las reservas del mercado estadounidense en los principales destinos españoles (Comunidades Autónomas), para el periodo de verano 2023-2024, siendo Cataluña y la Comunidad de Madrid las que acaparan el mayor número de reservas. Cataluña registra 289.821 y la Comunidad de Madrid 200.046.

De todos modos, los seis destinos principales presentan elevados aumentos porcentuales para la próxima temporada de verano respecto al año anterior. Cataluña experimenta un incremento interanual del 28,1%, Comunidad de Madrid del 20,2%, Andalucía del 16,9%, Baleares del 20,9%, Comunidad Valenciana del 10,6% y Canarias del 31,4%.

14

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada de verano



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

Estas mejoras son fruto en buena medida de las 24 rutas directas existentes en 2024 entre Estados Unidos y España, que conectan un total de 11 ciudades estadounidenses con 5 ciudades españolas, situando la conectividad aérea directa en máximos históricos.



Por un lado, por la apuesta de United Airlines por mantener la conectividad directa con 5 destinos españoles, que si en 2022 inauguraban dos nuevas conexiones estacionales entre Nueva York – Palma de Mallorca y Nueva York - Tenerife, y en 2023 ya estrenaban la conexión Nueva York – Málaga, en 2024 han mantenido su apuesta incrementando las capacidades para el presente año.

Por otro lado, por la nueva ruta Dallas - Barcelona que ha inaugurado American Airlines, permitiendo recuperar el mismo número de rutas directas (24) que existían en 2019.

Y por último, Iberia, por su parte, mantiene toda su red de destinos, y programa cerca de un 11% más de vuelos que en 2023, conectando Barcelona y Madrid con ocho destinos de Estados Unidos, y consolidándose indubitadamente como la aerolínea líder en el mercado aéreo Estados Unidos - España.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

15

Estados Unidos está demostrando su fortaleza económica y capacidad de recuperación con un crecimiento del PIB real del 2,5%, una tasa de desempleo del 3,6% y una inflación del 4,1%. Sin embargo, los pronósticos para 2024 dibujan una tendencia de crecimiento moderado, con aumento del PIB del 1,8%, una tasa de desocupación ligeramente superior al 4% pero una menor inflación del 2,5%. Por lo tanto, el principal riesgo económico para 2024 sería que se consolidara un nivel elevado de precios y un desempleo persistente, que generara un escenario de estanflación.

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 en el entorno de los 8 puntos en una escala de 0 a 10, y manifestando los encuestados una intención de realizar 3,4 viajes turísticos en los próximos 12 meses, por delante de las previsiones de realizar 3,1 viajes del año pasado (“The State of the American Traveler”, Future Partners, marzo-abril 2024).

Las recientes encuestas de Future Partners apuntan también a una tendencia de incremento en los presupuestos de viaje, fruto de la inflación, pero también de la elevada demanda. “The State of the American traveler” reporta que en los últimos 12 meses el presupuesto medio turístico se sitúa en torno a los 4.000 dólares, si bien las regiones del oeste (4.494 dólares) y del este (4.378 dólares) de EE.UU. se posicionan por delante de la media del país.



Las tendencias más actuales apuntan a que 2024 podría ser otro año de récord histórico para el gasto de los viajeros de EE.UU., aunque con menor incremento porcentual.

Estas encuestas mensuales también confirman la tendencia de aumento en el gasto turístico, manifestando que más de la mitad de los viajeros de Estados Unidos asumen que este año 2024 se encontrarán en una mejor posición financiera que en 2023. En este sentido, el entusiasmo turístico es robusto y las ganas de planear nuevos viajes se mantienen altas.

Cabe destacar que la generación Millennial es la que mayor predisposición viajera manifiesta: cerca de dos tercios de los Millennials (62,6%) indican que los viajes y el turismo son para ellos una prioridad “alta o extremadamente alta” de cara a los próximos meses, siendo el segmento con mayor predisposición viajera. Por su parte, los viajeros de negocios responden en un 21,8% con elevadas expectativas de que sus empresas incrementen el volumen de viajes por trabajo durante los próximos 12 meses.

16

Otra de las tendencias turísticas más recurrentes y que viene confirmando Future Partners es la inteligencia artificial. La previsión es que estas nuevas herramientas puedan llegar a complementar o incluso reemplazar a los agentes de viajes tradicionales, con una evolución creciente en los últimos dos años.

Por su parte, una reciente tendencia detectada especialmente entre los jóvenes viajeros estadounidenses internacionales es el uso de portales de reservas de viajes a través de entidades bancarias y tarjetas de crédito de fidelización. Skift Research ha encuestado en el primer trimestre de 2024 a +1.000 titulares de tarjetas de crédito de EE.UU. que habían realizado al menos un viaje de larga distancia y pernoctado en el extranjero en 2023. Estos datos de Skift señalan que aproximadamente un tercio de los viajeros estadounidenses de la Generación Z y Millennial (entre el 32% y el 36%), con edades comprendidas entre los 18 y 34 años, reservaron sus viajes a través de portales de reservas de entidades bancarias y de tarjetas de crédito, en lugar de agencias de viajes online. Esto contrasta con los viajeros de mayor edad, quienes mostraron una mayor propensión a utilizar OTAs. Un 27% de las personas mayores de 55 años reservaron a través de estas agencias, mientras que solo utilizaron plataformas de tarjetas de crédito alrededor del 11% al 12%.

Además, el último barómetro de tendencias de mercados turísticos emisores de largo radio de la ETC, publicado en marzo de 2024, señala que Estados Unidos sigue destacándose como el principal mercado internacional para Europa, contribuyendo con el 5,4% del total de visitantes al continente en 2023. El aumento en la confianza del consumidor, debido a un clima empresarial positivo, la alta disponibilidad de



empleo y las perspectivas optimistas de ingresos personales hacen que las expectativas para los viajes desde este mercado emisor sigan siendo muy positivas. Por el contrario, entre los viajeros estadounidenses que no tienen planes de visitar Europa en los próximos meses, las razones comúnmente mencionadas incluyen los elevados costos de viajar (25%), el deseo de explorar otras regiones y el tiempo limitado de vacaciones (ambos con un 16%).

Se espera que muchos viajes a corto y medio plazo se reserven de forma anticipada, para asegurar tipos de cambio euro/dólar favorables. Es por tanto 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 se mantiene estable y la tendencia indica que los viajes a Europa resultan, en cierto modo, más convenientes para los estadounidenses que en los años anteriores.

En promedio, los encuestados de EE.UU. tienen intención de visitar de 2 a 3 destinos europeos durante su próximo viaje (2,7 países de media en su viaje a Europa), un patrón consistente con las tendencias anteriores. Dentro de Europa, sigue en auge la consideración por viajar en tren, debido a su favorable relación calidad-precio, su facilidad de reserva, sus razonables tiempos de viaje, y la conciencia sostenible.

El entusiasmo viajero se ve también reflejado en el volumen de reservas de billetes de avión para el periodo de primavera-verano: ForwardKeys señala que España marca un buen ritmo de crecimiento de reservas, con algo más de 500.000 reservas realizadas en los últimos 12 meses. Esta cifra supone un notable incremento de casi el 24% más que el mismo periodo de 2023.

Las previsiones en la conectividad también son optimistas, continuando con la tendencia de recuperación iniciada el año pasado. En 2024 se han confirmado 24 rutas directas (misma cifra que en 2019): Atlanta-Barcelona, Atlanta-Madrid, Boston-Barcelona, Boston-Madrid, Charlotte-Madrid, Chicago-Barcelona, Chicago-Madrid, Dallas-Barcelona, 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.

Centrándose estrictamente en el cuatrimestre estival de junio a septiembre de 2024, la previsión de datos de frecuencias de vuelos directos EE.UU. - España de OAG es de

superar las 4.500 frecuencias y alcanzar más de 1,2 millones de asientos, lo que supone incrementos del 16% y 17% respectivamente sobre la temporada de verano de 2023.

Entre los destinos europeos, es importante señalar que el barómetro de la ETC destaca que España se posiciona como el cuarto destino europeo con mayor intención de viaje para los turistas estadounidenses, empatado con Alemania, ambos con un 18% de intención, y solo por detrás de Francia con un 35%, Italia con un 34% y Reino Unido con un 27%.

Dentro de España, los datos definitivos del INE para 2023 confirman que EE.UU. representa el 4,5% del total de turistas internacionales en España, y el 7,1% del total de gasto turístico internacional en España. En cuanto al perfil de los turistas estadounidenses que visitan España, el 80,4% viajan sin paquete turístico, con un 78,7% eligiendo un alojamiento hotelero.

Destaca especialmente la lealtad del turista estadounidense: más de un 40% de los turistas procedentes de EE.UU. repite visita a España; demostrando, además, una estancia media elevada (7,1 noches) y un fuerte gasto medio por turista de 2.024 €.

Conforme al INE, las actividades y motivaciones preferidas que realizan los estadounidenses en España se centran en el turismo urbano (68%), visitas culturales (62%), shopping (58%), gastronomía (34%) y naturaleza (23%).

Estados Unidos se sitúa como el sexto emisor turístico internacional en volumen de llegadas, y el cuarto emisor internacional en cuanto a gasto en España.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 