

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



INDIA Temporada de otoño 2024/invierno 2025

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Bombay, India

NIPO: 219-24-018-5

Octubre 2024



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

A continuación, se señala la información más relevante con respecto a la coyuntura económica actual de la India.

Conviene recordar que, aunque los datos de Oxford Economics corresponden al año natural, un ejercicio fiscal indio se refiere al periodo entre abril del año en curso a marzo del año siguiente. Por lo tanto, el ejercicio 2025 en el contexto indio se extiende desde abril de 2024 hasta marzo de 2025.

CUADRO MACROECONÓMICO

	2023	2024 (previsión)	2025 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	7,74	6,34	7,39
PIB nominal per cápita (euros)	2.250,89	2.584,19	2.877,47
Gasto consumidor (% variación interanual)	2,21	10,37	14,14
Población empleada (miles)	486.509,7	503.667,4	508.531,0
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	8,13	7,71	7,78
IPC (% variación interanual)	5,65	4,69	4,46
Tasa de hogares de clase media (%)	2,03	2,31	2,60

Fuente: Oxford Economics.

	2022	2023	2024*
TIPO DE CAMBIO (rupias indias/euro)	82,6864	89,3001	90,6822

2022 y 2023: media anual
2024*: último día del último mes completo (30 de septiembre).

Fuente: Banco Central Europeo.

Según los datos de Oxford Economics, con una tasa prevista de crecimiento del 7,39% en 2025, India sigue siendo una de las economías con mejores perspectivas de cara al futuro cercano, considerando la situación actual económica a nivel mundial. Los indicadores macroeconómicos clave revelan tendencias positivas en 2025 y entre ellas destaca la inflación, que se mantiene por debajo del objetivo fijado por el Banco Central

Indio (*Reserve Bank of India* – RBI) del 4%, con unas bandas de posible fluctuación de aproximadamente el 2%.

A ello contribuyen, entre otros factores, la recuperación de la economía rural, un fuerte crecimiento del sector manufacturero, una mayor disponibilidad de crédito y el incremento de las exportaciones de servicios y de productos de alto valor. Además, durante los últimos años, la India ha estado relativamente aislada de los efectos negativos secundarios globales en comparación con otros países emergentes, en parte por el considerable consumo interno que genera su gran mercado doméstico.

Sin embargo, hay algunos elementos a nivel internacional que deben tenerse en cuenta en un futuro próximo. Dichos factores pueden referirse a los altibajos en los precios del petróleo, especialmente debido a la situación actual en el Oriente Medio, las elecciones en USA que tendrán lugar en el noviembre de 2024 y sus posibles efectos secundarios en las economías de otros países desarrollados, además de la inestable situación política mundial derivada de conflictos bélicos.

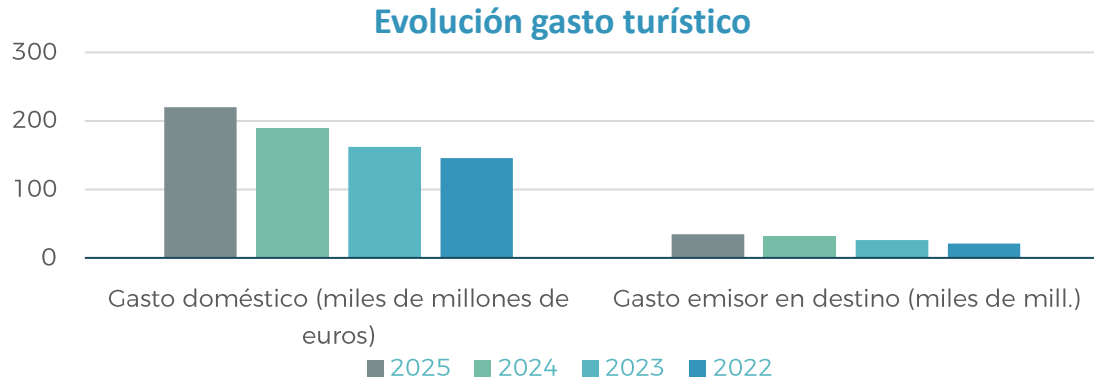
5

FACTORES POLITICO-SOCIALES

Con respecto a la situación política, en la actualidad gobierna el BJP (*Bharatiya Janata Party*), de ideología nacionalista hindú. El partido BJP ha ganado las últimas tres elecciones generales (la más reciente en junio de 2024), y gobierna actualmente en coalición. Alianza Nacional Democrática (*National Democratic Alliance*, o NDA), es la coalición electoral que encabeza el BJP, del primer Ministro Narendra Modi.

El principal partido de la oposición es el Congreso Nacional Indio (*Indian National Congress*), liderado por la familia Gandhi. En las elecciones de junio el partido ha mejorado sus resultados hasta el punto de propiciar que el BJP no alcanzara la mayoría absoluta como en los dos comicios anteriores.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA



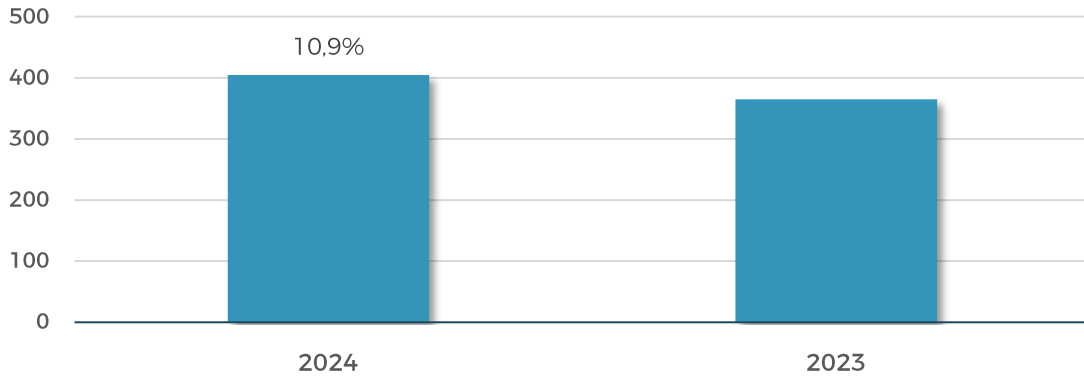
Fuente: Oxford Economics

6

Según las estimaciones de Oxford Economics, como se puede observar en el gráfico anterior, tradicionalmente el mercado turístico doméstico indio ha tenido una tendencia alcista en comparación con el turismo a destinos internacionales. Además, durante los últimos años, y especialmente debido a la promoción agresiva del turismo doméstico por el ministerio de turismo indio y diversos departamentos estatales, y también por los precios elevados de viajes al exterior, la tendencia de crecimiento del turismo doméstico efectivamente ha sido muy relevante.

Sin embargo, la creciente clase media y el poder adquisitivo de la clase media-alta supone que el turismo hacia destinos internacionales también tenga cada vez más un mayor valor. Aunque supone una relativamente menor proporción en comparación con la población total, su tamaño absoluto corresponde a un segmento muy relevante para los destinos internacionales. Algunos de los destinos principales preferidos por los indios durante los recientes años han sido EAU, Arabia Saudita, USA, Tailandia y Singapur, por factores como la cercanía geográfica y una gran presencia de comunidad india, entre otros.

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



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE

7

Según la estimación de Turespaña a partir de microdatos INE del gasto de los turistas indios en España, el destino sigue manteniendo su tendencia alcista. Los datos de 2023 ya reflejaban un aumento considerable de más de 26% sobre los de 2019 (pre-pandemia) para el periodo enero-agosto. Y según los datos más recientes, se observa otro aumento de casi 11% en 2024 para el mismo periodo en comparación con 2023.

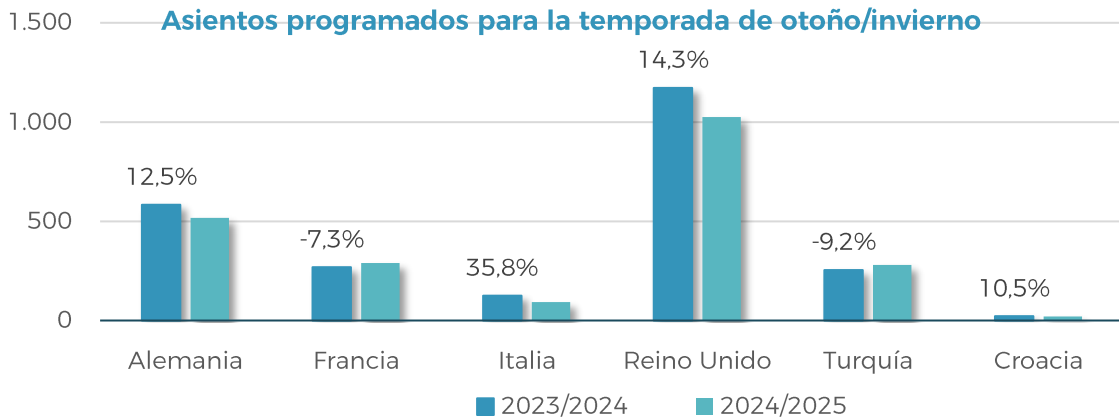
Se puede atribuir dicho aumento a varios factores como la rápida recuperación de las operaciones de vuelos comerciales internacionales, el crecimiento de la economía india durante los últimos años y la demanda acumulada hacia turismo internacional (y especialmente hacia Europa) en el mercado emisor indio, entre otros.

Asimismo, cabe señalar que los datos de gasto total por persona en 2024 también revelan un aumento relevante, alcanzando los 2.593,03 euros en 2024 en comparación con 2.211,31 euros en 2023. El gasto total diario de los turistas indios para el periodo enero-agosto de 2024 es 412 euros.

Además de los factores mencionados anteriormente, parece razonable pensar que este crecimiento también se atribuye a la imagen positiva de España como destino turístico durante los recientes años y a los esfuerzos de promoción realizados por la Consejería de Turismo a fin de captar la atención de viajeros internacionales hacia la gran variedad de productos turísticos ofrecidos por España.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Previsiones de vuelos



Fuente: OAG Schedules Analyser

8

Según los datos disponibles de OAG Schedules Analyser, las capacidades programadas para algunos de los competidores relevantes como Reino Unido, Alemania e Italia entre el 1 de octubre de 2024 y el 31 de marzo de 2025 parecen haber superado los niveles de 2023/2024. Por otro lado, se registra cierta disminución en el caso de Francia, observando una tendencia de ralentización tras haber observado un aumento de solo 0,7% durante el periodo abril-octubre de 2024.

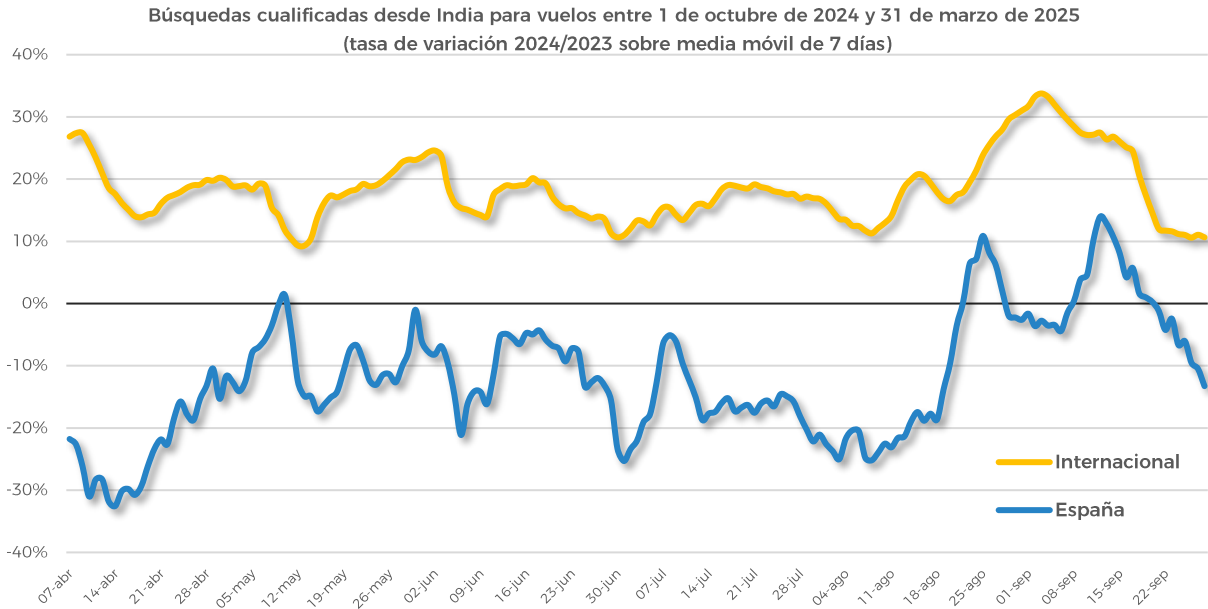
Asimismo, aunque no se disponen de registros para comparar los datos de España (ya que en por el momento no hay vuelos directos entre España e India), parece razonable pensar que las capacidades programadas para España desde India para el mismo periodo también tengan señales positivas, ya que las llegadas de los viajeros indios a España, de casi 250.000 en 2023, ya superaron las cifras record de pre-pandemia.

Algunas de las causas principales que favorecen a los competidores pueden ser su buena posición en el mercado indio y las conexiones aéreas directas con dichos países, entre otras. Actualmente todos los vuelos a España tienen al menos una escala, en Europa, en Turquía o en Oriente Medio.

Sin embargo, a la fecha de elaboración de este informe parece que existe cierta probabilidad de que en los próximos años se pueda establecer un vuelo directo entre alguna de las ciudades principales de ambos países – es decir, Madrid y/o Barcelona y Nueva Delhi y/o Bombay.



Búsquedas y reservas



9

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

Con una coyuntura de recuperación rápida de los viajes internacionales, las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en Skyscanner para el periodo seleccionado se han mantenido en cifras superiores a las del año anterior a nivel internacional. Para España, durante una considerable parte del periodo seleccionado, sin embargo, las cifras parecen inferiores tanto a las cifras actuales a nivel internacional como a las del mismo periodo del año anterior para el mismo destino.

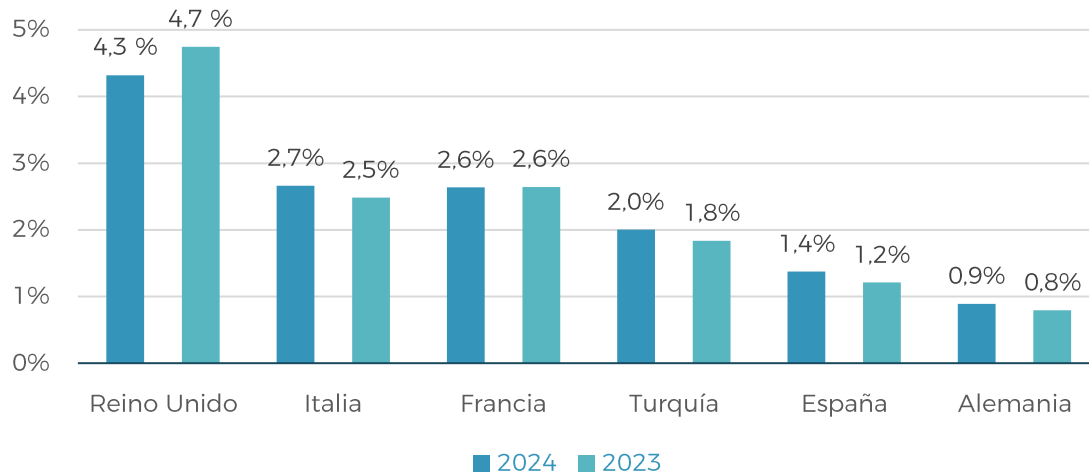
Efectivamente, se observa que las búsquedas generales de vuelos a otros destinos internacionales parecen haber aumentado más que las búsquedas hacia España, lo que se puede atribuir a diversos factores como los precios elevados de los vuelos de larga distancia, la preferencia del viajero indio por viajar a destinos más cercanos como EAU o Singapur (por los altos precios de los vuelos de larga distancia, entre otras causas), la relativa facilidad de obtener los visados por parte de dichos países o la presencia de una importante comunidad india en algunos países como EAU, EE.UU., o Reino Unido, que suele reducir sus gastos de viaje.

Sin embargo, las búsquedas hacia España también han mostrado una tendencia paralela a la tendencia creciente hacia otros destinos internacionales, lo que muestra una recuperación continuada a lo largo del periodo en función de las tendencias generales del mercado emisor indio (incluso algunas cifras superiores a las



del periodo anterior, aproximadamente desde finales de agosto hasta finales de septiembre). Parece razonable pensar que dicho aumento se debe, entre otras razones, a la comparativamente lenta, pero consolidada, tendencia de crecimiento de la demanda hacia destinos europeos como España.

Cuota de búsquedas de alojamiento. agosto de 2024 vs agosto de 2023



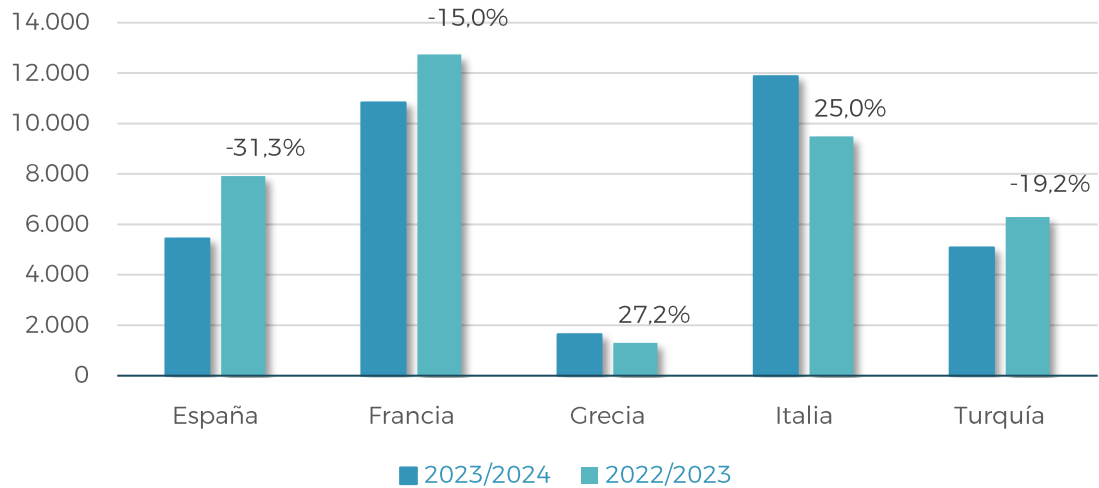
10

Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

En el gráfico anterior se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y de los 5 principales destinos competidores en lo que va de año. Según los datos de Google Destination Insights, se observa que el Reino Unido, el país europeo tradicionalmente más popular en la India, sigue liderando las cuotas de búsquedas de alojamiento en el periodo de comparación seleccionado, con Italia y Francia ocupando la segunda y tercera posición respectivamente. También destaca la inclusión de Turquía en dicha lista, por ser un destino que solía ocupar una posición más baja entre otros destinos europeos más populares como España o Alemania.

Parece razonable pensar que dicha subida se debe principalmente a las conexiones directas existentes entre India-Turquía y al creciente interés en el destino durante los últimos años. Hay que destacar que las cifras sobre la cuota de búsquedas y sobre el incremento interanual de las búsquedas en España superan a las de Alemania, un país competidor relevante en el mercado indio.

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada invernal

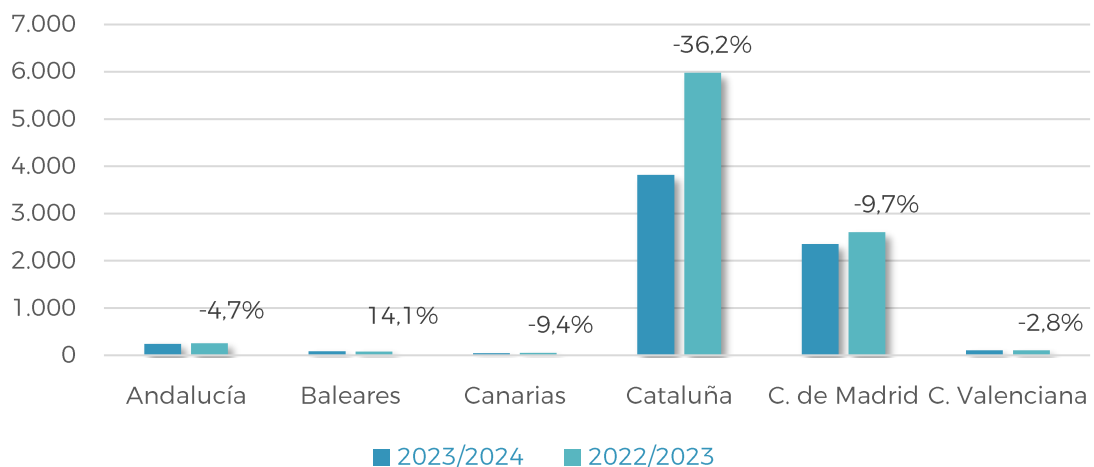


Fuente: <https://forwardkeys.com/es/>

11

En el gráfico anterior se recogen las reservas de vuelos en temporada invernal (de 1 de octubre de 2024 al 31 de marzo de 2025) desde la India a España y diversos competidores en aerolíneas IATA (no incluye, por tanto, ni bajo coste ni chárter). Aunque el turismo internacional ya ha alcanzado su ritmo normal, se observa cierta disminución para algunos mercados tradicionalmente populares, como España, Francia. Parece razonable pensar que esto se debe, entre otros, al cambio de preferencias más recientes observados en varios mercados de buscar destinos tradicionalmente menos conocidos o más económicos.

Reservas en aerolíneas IATA. Temporada de invierno



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

En este gráfico observamos los mismos datos referidos a los principales destinos españoles. Cataluña sigue siendo uno de los dos destinos más populares entre los indios, siendo el segundo la Comunidad de Madrid. Sin embargo, se observa una disminución general en casi todas las regiones relevantes (con una excepción de Islas Baleares), lo que parece siguiendo las tendencias similares observadas en otros países europeos como Francia o Turquía. Se cree que, entre otros, esto se debe al mismo cambio de preferencias observadas a nivel internacional tal y como mencionado en el apartado anterior.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Actualmente el sector turístico indio se encuentra en una fase de estabilización, tras el rápido crecimiento experimentado en los últimos años por la gran demanda acumulada, el constante interés por viajar al exterior y la tendencia dentro de la clase media y media-alta a dedicar cada vez más fondos para gastos discrecionales, incluido el turismo. Todo ello propiciado por el desarrollo económico reciente del país.

12

De hecho, según los últimos datos publicados por el Banco Central Indio, la cuota de los gastos turísticos en el extranjero (aproximadamente 1,46 mil millones de euros) del importe total de las remesas al extranjero, se ha aumentado del 51% al 60% en los meses de julio de años 2023 y 2024 respectivamente. Según otro estudio realizado por MakeMyTrip -una importante empresa de viajes en India-, entre el periodo que va desde junio de 2023 a mayo de 2024, se ha producido un aumento del 32% en el número de indios que viajan al exterior por lo menos 2 veces al año.

Como tendencia en alza, la sostenibilidad del turismo adquiere cada vez mayor importancia para el viajero indio. Según un estudio reciente elaborado por Booking.com, el 75% de los encuestados priorizan la sostenibilidad durante sus viajes y tienen en consideración los posibles efectos de sus viajes sobre el medio ambiente y las comunidades locales (un 73% y un 50% de los encuestados, respectivamente). Este tipo de viajero busca destinos en los que se estén implantando medidas para garantizar el intercambio cultural y el bienestar de la población residente y ofrezcan opciones sostenibles de transporte (rutas a pie, en bicicleta o en transporte público) y de alojamiento. No obstante, también existe la percepción de que el turista carece de la información necesaria para adoptar decisiones informadas, cuestión que deberá atenderse con el fin de lograr viajeros más responsables, sin que por ello deba verse afectada la calidad de su experiencia.

La concentración del turismo en ciertos destinos, como Países Bajos, Grecia, Japón y España, suele tener repercusión en los medios de comunicación en India. Sin embargo, no se tiene constancia de que las manifestaciones ciudadanas en destinos como Barcelona o Mallorca hayan tenido una influencia relevante en la percepción tradicional de nuestro país como un destino cálido y acogedor.

Obviamente, como en años anteriores, algunos factores clave siguen influyendo al viajero indio a la hora de elección del destino. Entre dichos factores se encuentran los precios elevados de los vuelos (especialmente para los destinos de lejanía como Europa) y de otros servicios turísticos en el destino, así como la relativa dificultad en obtener los visados para los países Schengen. Varios estudios, algunos recientes publicados por Skyscanner y Booking.com, siguen destacando la sensibilidad a los precios en este mercado.

Entre otras tendencias clave, el creciente uso de inteligencia artificial es un factor crucial en cuanto a los viajeros indios de la Generación-Z (o *Gen-Z* - personas nacidas entre 1995 y 2010). El 73% de los encuestados del estudio de Booking.com mencionado anteriormente señala que les interesaría preparar sus itinerarios utilizando programas de inteligencia artificial.

Los viajes de negocios es otro segmento que se encuentra en pleno auge, según un informe de Deloitte. Se estima que el mercado indio de viajes de negocios, valorado actualmente a aproximadamente 9,7 mil millones de euros, casi se duplicará, hasta alcanzar aproximadamente 19 mil millones de euros en el año 2030.

También destaca la tendencia alcista en los viajes "*Bleisure*" (*Business + Leisure*) donde los turistas suelen combinar sus viajes de negocios con otros productos turísticos en el mismo viaje. Unos 37% de los encuestados señalan su interés en extender sus viajes de negocios por motivos de ocio/placer.

España sigue manteniendo su imagen de uno de los destinos europeos preferidos que ofrece una gran variedad de productos turísticos y experiencias personalizadas en un único viaje a precios atractivos. La Consejería de Turismo en la India sigue fomentando dicha imagen a través de varias actividades dirigidas tanto al sector turístico de agentes y turoperadores como al público final vía campañas digitales, eventos presenciales y viajes de prensa y de familiarización. Entre las acciones llevadas a cabo por la Consejería, destaca especialmente la divulgación de información sobre el compromiso adquirido por destinos y entidades españoles para fomentar la sostenibilidad económica, social y

medioambiental del turismo y promover su desconcentración geográfica, temporal y motivacional.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

