

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



REINO UNIDO  
Temporada de otoño 2024/invierno 2025

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 Reino Unido (Londres)  
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

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2022	2023	2024 (previsión)
<b>PIB real</b> (% variación interanual)	4,3	0,1	0,9
<b>PIB nominal per cápita (euros)</b>	43.481	45.207	46.883
<b>Gasto consumidor</b> (% variación interanual)	2,0	7,7	4,2
<b>Población empleada (miles)</b>	36.002	36.752	36.986
<b>Tasa de desempleo</b> (% sobre población activa)	3,9	4,0	4,3
<b>IPC</b> (% variación interanual)	9,0	7,3	2,3
<b>Tasa de hogares de clase media (%)</b>	81,1	81,9	82,4

Fuente: Oxford Economics.

4

	2022	2023	2024*
<b>TIPO DE CAMBIO (libra/euro)</b>	0,852	0,869	0,835

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

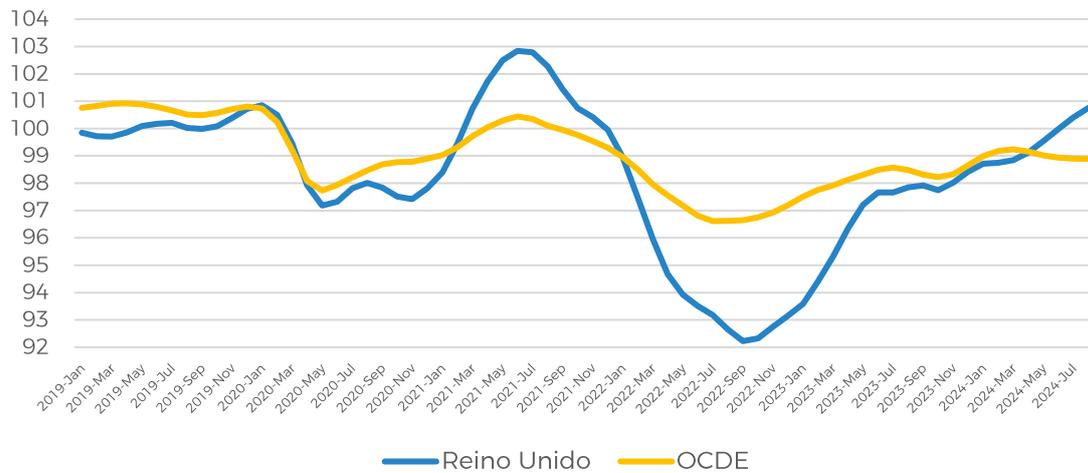
Fuente: Banco Central Europeo.

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, el 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 (-20 puntos en el mes agosto 2024), llevaron a la confirmación de la entrada en recesión a finales del 2023. Si bien las cifras comenzaron a mejorar ligeramente a lo largo del 2024, especialmente el acercamiento de la tasa de inflación al objetivo del 2%, el resto de variables presentan mejoras muy leves, lo que lleva a unas previsiones no muy optimistas en la mayoría de indicadores macroeconómicos para el total del año 2024.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. Durante la totalidad del año 2019 y buena parte del 2020, el índice de la OCDE se ha mantenido por encima de la media del Reino Unido, para invertirse durante el año 2021, alcanzando el índice del Reino Unido su máxima diferencia en el

mes de julio, 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 para, a continuación, iniciar un nuevo período con niveles superiores a los de la OCDE a partir de mayo 2024 hasta la actualidad (último dato agosto 2024).

### Indice de confianza del consumidor



5

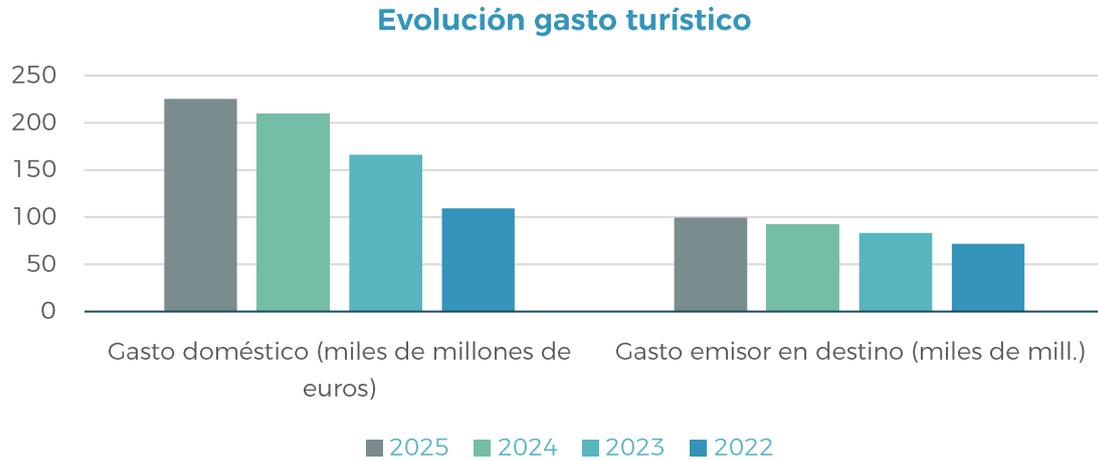
Fuente: OCDE (CCI), siendo 100 el promedio histórico del índice.

## FACTORES POLITICO SOCIALES

Tras las elecciones de verano de 2024, se ha producido un cambio político en el país, accediendo al Gobierno de la nación el partido laborista. Sin embargo, este cambio político no parece que se traduzca en nuevas políticas económicas dada la alta tasa de la deuda nacional.

Respecto a la situación social, ha descendido el elevado número de huelgas que sufrieron los sectores de transporte, educación y sanidad en los últimos años.

### EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

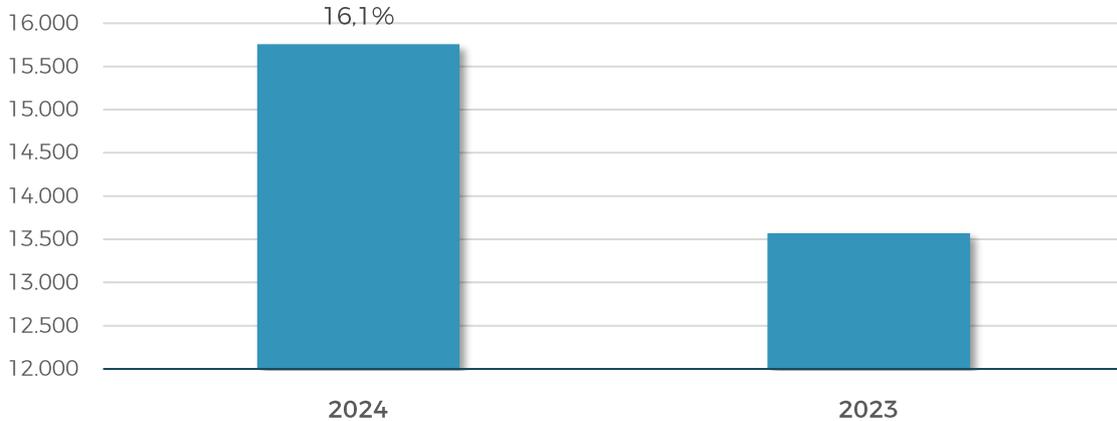


Fuente: Oxford Economics

6

Las últimas estimaciones de Oxford Economics disponibles de la demanda turística británica muestran para el emisor al exterior una recuperación importante en 2023 con respecto al 2022 (+16,1%) y con la previsión de un incremento algo menor para el total de 2024 (+10,7% vs 2023) y de un +7,9 para el 2025 (vs 2024). Esta situación viene motivada por un inicio de año 2023, ya sin restricciones, que impulsó la demanda hacia el exterior aunque ralentizada a medida que avanzaba el año debido, principalmente, a las circunstancias económicas comentadas en apartados anteriores. En cambio, la demanda de viajes doméstica ha mostrado un mejor comportamiento, con un +52,1% vs 2022 y se prevé un notable aumento para 2024 con un +26,4% vs 2023, lo que implicaría casi duplicar el gasto del año 2022 (+92,2%) y ello debido al fenómeno de las *staycations* durante estos últimos años, promocionado por el propio gobierno británico con importantes campañas de publicidad. Ya para 2025 la previsión de incremento se ralentiza, situándose en niveles similares al gasto emisor, con un +7,2% vs 2024 pero ello implicaría ya más que duplicar los niveles de gasto total doméstico de 2022 (+106,2%).

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



Fuente: EGATUR (INE).

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los británicos en España ha crecido un 16,1% en acumulado del 2024 (enero - agosto), respecto del mismo período del año pasado, lo que supone un crecimiento que más que duplica al observado en el número de turistas en dicho mismo período (+7,8%).

7

## INDICADORES DE PROSPECTIVA

### Percepción, consideración e intención del viaje

En Reino Unido la percepción general de España como destino turístico se mantiene en niveles muy altos experimentando un aumento en el semestre abril - Octubre 2024 con respecto al mismo período del año anterior. El índice de producto, en cambio, se mantiene prácticamente inalterable y el índice de percepción de seguridad sigue estando en niveles muy altos aunque, en este caso, presenta un descenso importante con respecto al mismo semestre del año anterior.

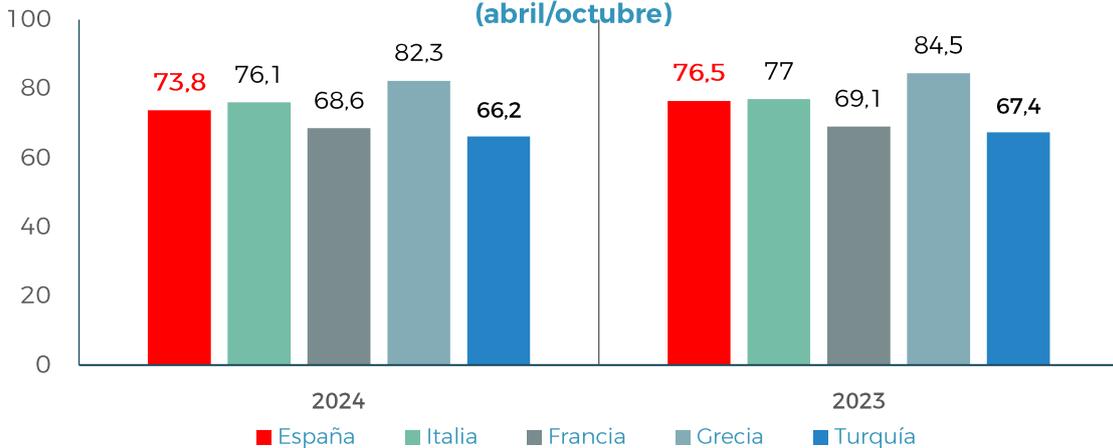
### Índices de percepción en el semestre abril/octubre



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.

8

### Índice de percepción global: competidores. Temporada verano (abril/octubre)



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, a excepción de Grecia con un índice mayor. Todos los destinos han mostrado un descenso, si bien no muy importantes, entre abril y octubre de 2024 con respecto al mismo semestre del año anterior. De entre todos, destaca la percepción de Grecia con niveles superiores a 80 puntos en ambos períodos mientras que España se sitúa casi 10 puntos por debajo en el actual semestre de 2024.



# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

REINO UNIDO Temporada de otoño 2024/invierno 2025

## ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	<b>España</b>	<b>41,1</b>	<b>41,1</b>
2	Italia	40,8	38,7
3	Grecia	37,3	33,7
4	Portugal	34,4	31,4
5	Francia	30,1	28,8

## ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	<b>España</b>	<b>16,5</b>	<b>16,5</b>
2	Grecia	10,3	9,3
3	Italia	9,9	9,0
4	Portugal	7,1	6,3
5	Francia	6,5	7,7

## ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

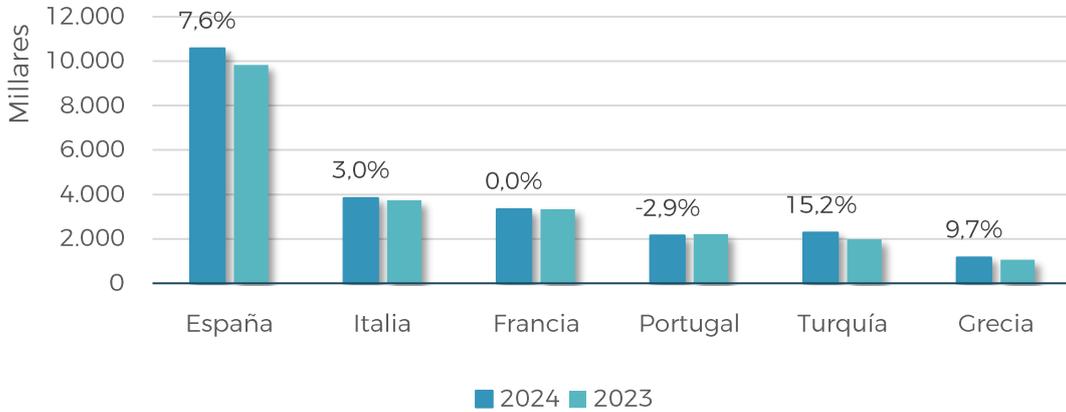
Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	Portugal	80,1	76,9
2	Italia	79,8	79,5
3	Grecia	75,3	76,7
4	<b>España</b>	<b>74,5</b>	<b>75,8</b>
5	Francia	58,1	58,5

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

España sigue disfrutando de la mayor consideración e intención de viaje entre los principales competidores: el 41,1% de los encuestados la incluyen en el set de consideración y el 16,5% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. En ambos casos el indicador se ha mantenido inalterado con respecto al mismo trimestre del año pasado. Entre los competidores, tanto Italia como Portugal mejoran su posición en consideración con 2,1 y 3 puntos respectivamente, siendo Grecia el que mayor incremento ha experimentado con una subida de 4 puntos con respecto al mismo trimestre del año anterior (julio a octubre). Esta situación se refleja también en que Grecia ha pasado a segundo lugar en intención de viaje, incrementándose 1 punto con respecto al año pasado aunque, todos ellos, a una distancia considerable de España. Así, entre los que nos han visitado en algún momento, el 74,5% afirma estar satisfecho con su viaje. No obstante, el indicador ha experimentado un ligero descenso (-1,3 puntos) desde el último periodo, estando aún por debajo de competidores como Portugal, Italia o Grecia aunque muy por encima de Francia.

### Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de otoño/invierno



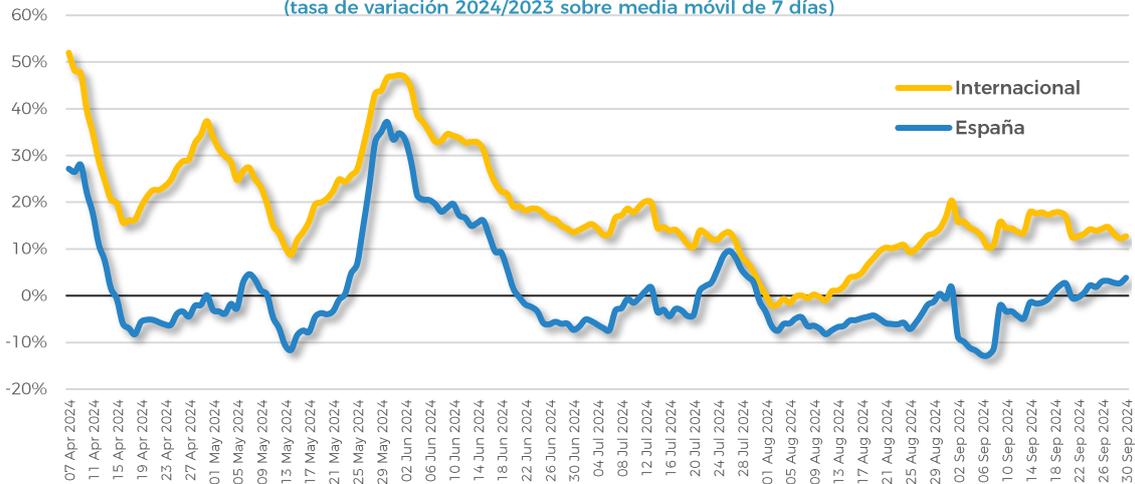
Fuente: OAG Schedules Analyser

10

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre de 2024 y el 31 de marzo de 2025 suponen más del doble de las programadas hacia el principal competidor en volumen (Italia) y el triple para el siguiente, Francia. Si bien, tanto en España como Italia, se observa un incremento frente al mismo período del año anterior, mientras Francia se estanca, es España la que muestra un mayor incremento de los 3 (+7,6%). Países con una cuota menor, como Turquía o Grecia, presentan incrementos incluso mayores (+12,2% y 9,7% respectivamente) mientras que Portugal experimenta un descenso del -2,9% con respecto al mismo período del año anterior.

### Búsquedas y reservas

Búsquedas cualificadas desde Reino Unido para vuelos entre 1 oct y 31 mar (tasa de variación 2024/2023 sobre media móvil de 7 días)

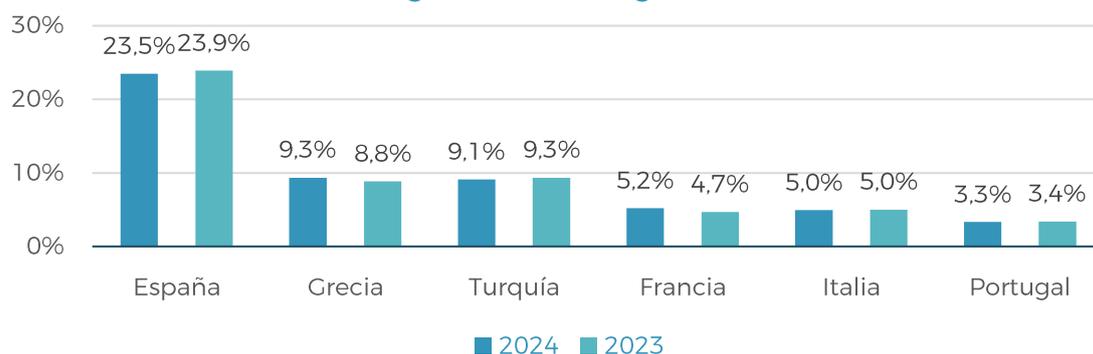


Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>



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 muestra un cambio en el comportamiento del turista británico pues éste venía siendo favorable a las búsquedas hacia España (principalmente motivado por las búsquedas a las Islas Canarias) en contraposición a las búsquedas internacionales, pero para la próxima temporada de invierno 2024/25, existe una clara tendencia a unas mayores búsquedas de destinos internacionales frente a los españoles durante todo este último semestre (abril a septiembre 2024). Se observa asimismo, en la práctica totalidad del semestre, un incremento de las búsquedas a destinos internacionales (con picos de variación interanual de más del 30% y 40%) pero, en cambio, las búsquedas a España presentan un comportamiento mucho más moderado e incluso por debajo de los niveles de búsqueda del año anterior (con picos negativos de hasta un -10%). Aunque en la actualidad el *gap* se ha reducido, existen varios períodos en lo que dicha desviación entre las búsquedas a destinos internacionales y a España ha sido de más de 20 e incluso 30 puntos porcentuales. Así, en los últimos 6 meses, las búsquedas hacia España se han comportado, en general, peor que las búsquedas internacionales.

### Cuota de búsquedas de alojamiento. Agosto 2024 vs Agosto 2023

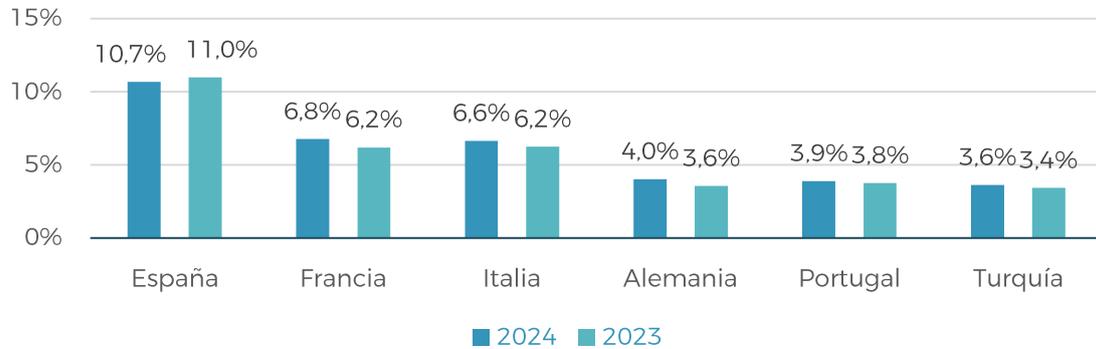


Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

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 porcentaje de los turistas británicos acuden a otros medios para la reserva de su alojamiento. Al mismo tiempo, dicho descenso de la cuota observado en España (de 23,9% en agosto 2023 a 23,5% en agosto 2024) y aumento en otros países competidores como Grecia (de 8,8% a 9,3%), reforzaría el argumento de un cambio de comportamiento de los turistas británicos hacia búsquedas de otros destinos internacionales.



### Cuota de búsquedas de vuelos. Agosto 2024 vs Agosto 2023



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

12

Del mismo modo, las búsquedas en Google de vuelos desde Reino Unido tiene a España como principal destino pero, nuevamente, observándose una reducción en la cuota con respecto al mismo mes del año anterior. En cambio, el resto de países presentan un incremento de su cuota de búsquedas de vuelos, si bien con cuotas claramente inferiores.

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

La total eliminación de las restricciones a los viajes internacionales en marzo de 2022 generó un impulso muy potente en las reservas vacacionales, que ya mostraban previamente una clara tendencia ascendente. No obstante, el inicio de un fuerte proceso inflacionista, reforzado por las consecuencias del incremento de los precios de la energía como consecuencia de la guerra en Ucrania, simultáneamente a las perturbaciones provocadas por los efectos derivados del *Brexit*, han provocado la entrada en recesión de la economía británica a finales del 2023. En el 2024 la economía británica presenta una muy suave recuperación, si bien no compensa la grave pérdida de poder adquisitivo arrastrada durante los últimos años, lo cual está ralentizando la buena tendencia que se venía observando y que provoca ciertos cambios en el comportamiento del turista británico (reducción estancias, búsqueda destinos más baratos, reservas para períodos “shoulder season”, etc).

Pese a todo, se registra un comportamiento viajero positivo durante el año 2023, aunque sin alcanzar todavía las cifras del último año sin pandemia (2019). Esta situación, empero, cambia favorablemente a partir del último trimestre del ejercicio anterior, y se mantiene en el primer semestre del presente 2024, registrándose cifras de turistas ya incluso superiores, aunque ligeramente, al período pandémico



(acumulado enero - agosto 2024, +0,4% vs enero - agosto 2019), especialmente con destino 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.

Sin embargo, no ha desaparecido el fenómeno de las “staycations”, vacaciones domésticas en sustitución de vacaciones al extranjero, que surgieron con fuerza por las extraordinarias circunstancias sufridas en estos últimos años, y para las que el Gobierno británico realizó varias campañas de publicidad, interesado en fomentar el turismo interior como sustituto del internacional.

Aunque es cierto que esta tendencia se fue diluyendo desde mediados del año 2022, cuando los turistas británicos volvieron a ganar confianza y seguridad en la realización de viajes internacionales, con las dificultades derivadas de la coyuntura económica actual, vuelve a cobrar cierta importancia el viaje interno, como se observa en la previsión del gasto doméstico previsto para 2024 y 2025 con un ritmo de crecimiento del +7% (similar al observado para el gasto en el exterior).

A pesar de todo, España sigue destacando como destino preferido para los británicos. Prueba de ello son las altas puntuaciones logradas en los índices de consideración, intención de viaje y satisfacción en 2024, aunque, actualmente, con valores por debajo de los obtenidos el año anterior. Destacan los guarismos obtenidos en el índice de intención de viaje, con valores muy superiores a los principales competidores aunque con algún país competidor como Grecia se observa un acortamiento de dicha diferencia (pasando de 7 puntos porcentuales en el mismo período del año anterior a los 6,2 puntos actuales) o Italia (pasando de 7,3 puntos a 6,3 en la actualidad). En el caso de Portugal y Francia sigue duplicando al primero y casi triplicando los valores del segundo.

Un claro indicador de lo citado en el párrafo previo son las capacidades aéreas programadas para la próxima temporada invierno 2024/2025, con tasas de crecimiento del +7,6% con respecto a la temporada de invierno anterior (2023/2024); y prácticamente triplicando la capacidad de los principales competidores (Italia y Francia), que presentan también incrementos.

Las capacidades hacia el área mediterránea, especialmente Turquía y Grecia, están experimentando incrementos muy importantes (+15,2% y +9,7%), con una clara apuesta de algunos turoperadores como TUI o Jet2 por dichos destinos. En el caso de la citada Turquía, aunque también Egipto e incluso actualmente Túnez, dichas tasas de variación de dos dígitos manifiestan la recuperación de parte de la capacidad (perdida) que se venía desviando hacia España en los últimos años como consecuencia de los conflictos en esas zonas (factor político). Otra causa nada desdeñable de esta tendencia -en el caso de Turquía- es el proceso de depreciación de la lira turca frente a la libra esterlina en los últimos años: la moneda británica ya ha pasado la barrera de cuadruplicar el precio que tenía en verano de 2021 frente a la divisa turca: el tipo de cambio ha fluctuado desde alrededor de 11 liras turcas por libra a los actuales 45

liras/libra). Evidentemente, la fortaleza de la esterlina frente a la lira está abaratando considerablemente las vacaciones en dicho destino (factor económico).

Aunque motores de búsqueda como *Skyscanner* muestran un mayor interés en los últimos meses por otros mercados internacionales, *Google* confirma el interés de los británicos por España, mostrando incrementos importantes y un claro dominio de las búsquedas de alojamiento y vuelos hacia España frente a sus competidores. Si bien, en ambos casos, se observa una ligera disminución de la cuota de búsquedas hacia España que contrasta con un incremento de dicha cuota en los países competidores.

No obstante, a pesar de que, por los datos observados, se anticipa una muy buena temporada de invierno, la evolución real final estará muy condicionada por la situación económica del RU (reciente salida de recesión técnica, con tasas de inflación todavía altas y unos mayores tipos de interés, que influyen en la economía familiar británica y podrían modular su comportamiento como consumidores y viajeros al limitar el presupuesto de los hogares británicos). Otra variable económica de especial relevancia y que debe ser observada es la evolución del tipo de cambio de la libra (GBP) respecto al euro y al dólar (USD), que podría frenar la buena tendencia observada, así como provocar un posible desvío de turistas hacia destinos más asequibles (Turquía o Grecia) en el caso de una depreciación de la libra esterlina frente a las monedas comunitaria y norteamericana.

En definitiva, en el Reino Unido existe una demanda potencial muy importante, que, sin embargo, es muy sensible a los cambios que se están produciendo en los últimos años. En la medida en que mejore la coyuntura económica (y disminuya la incertidumbre), es bastante plausible una paralela evolución positiva de las búsquedas y reservas hacia España, especialmente a las Islas Canarias, que, sigue siendo su destino principal (sin perder de vista la importante recuperación de otros mercados sustitutivos como Grecia o Turquía).



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

