

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



Londres (REINO UNIDO)
Temporada de primavera/verano 2024

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de Reino Unido (Londres)
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

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2022	2023	2024 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	4,3	0,3	0,6
PIB nominal per cápita (euros)	43.507	45.817	46.760
Gasto consumidor (% variación interanual)	2,1	7,6	1,2
Población empleada (miles)	36.144	36.820	36.837
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	3,7	4,2	4,6
IPC (% variación interanual)	9,1	7,3	2,1
Tasa de hogares de clase media (%)	81,1	81,9	82,4

Fuente: Oxford Economics.

4

	2022	2023	2024*
TIPO DE CAMBIO (libra/euro)	0,852	0,869	0,855

2022 y 2023: media anual
2024*: último día del último mes completo (28 marzo).

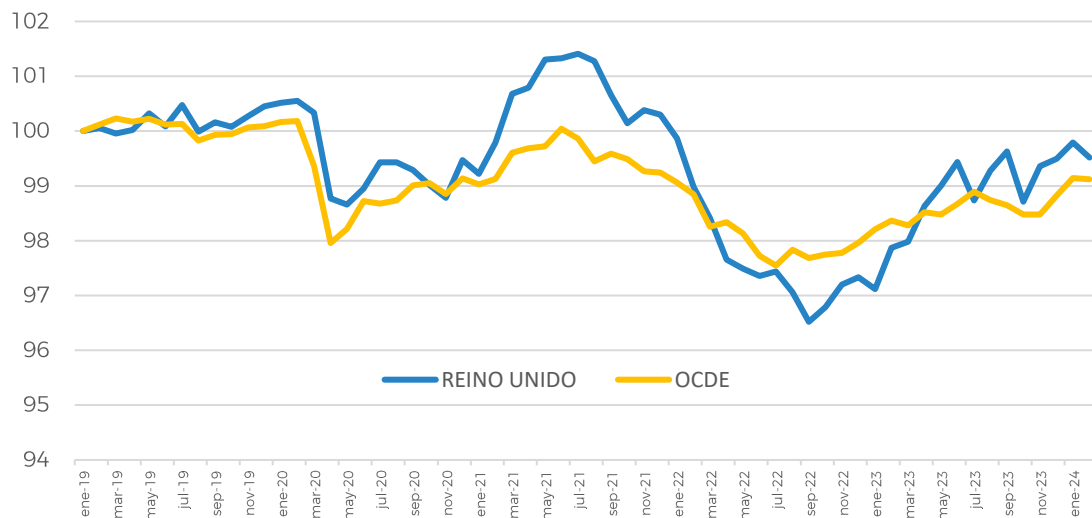
Fuente: Banco Central Europeo.

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, llevaron a la confirmación de la entrada en recesión a finales del 2023. Ello arroja unas previsiones no muy optimistas en la mayoría de indicadores macroeconómicos para 2024.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. Durante la 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 para, a continuación, iniciar un nuevo período con niveles superiores a los de la OCDE hasta febrero 2024.

Indice de confianza del consumidor



Fuente: elaboración propia a partir de datos de la OCDE (Consumer Barometer)

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.

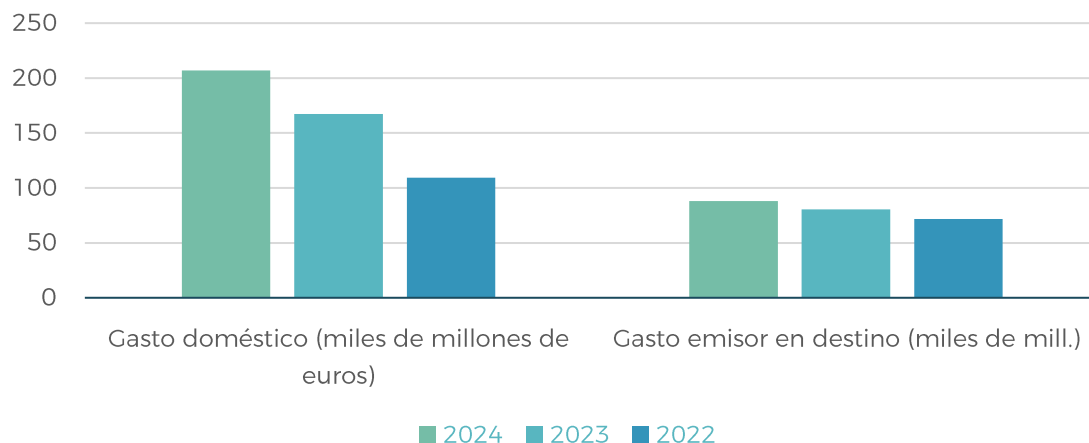
Los últimos datos muestran un escenario no positivo, con mantenimiento de los tipos de interés altos y el impacto de la desaceleración mundial que se experimenta a partir del verano de 2023. El menor dinamismo económico debería facilitar la reducción de la inflación. Todo apunta a que el techo en los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

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 (+12,3%) y con la previsión de un incremento similar para el 2024 (+9,3% vs 2023). 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 +52,9% vs 2022 y se prevé un notable aumento para 2024 con un +23,7% vs 2023, lo que implicaría casi duplicar el gasto del año 2022 (+89,1%) y ello debido al fenómeno de las *staycations* durante estos últimos años, promocionado por el propio gobierno británico con importantes campañas de publicidad.

6

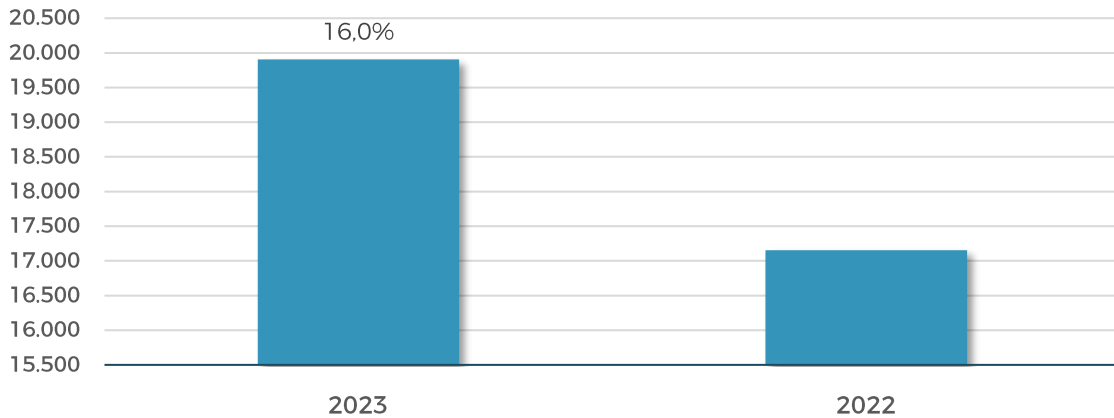
Evolución gasto turístico



Fuente: Oxford Economics

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los británicos en España ha crecido un 16% en 2023, respecto del año pasado, lo que supone un crecimiento similar al número de turistas en dicho mismo período (+14,2%).

Gasto de los turistas británicos en España (millones €) y tasa de variación interanual (%), 2023 vs 2022



Fuente: EGATUR (INE)

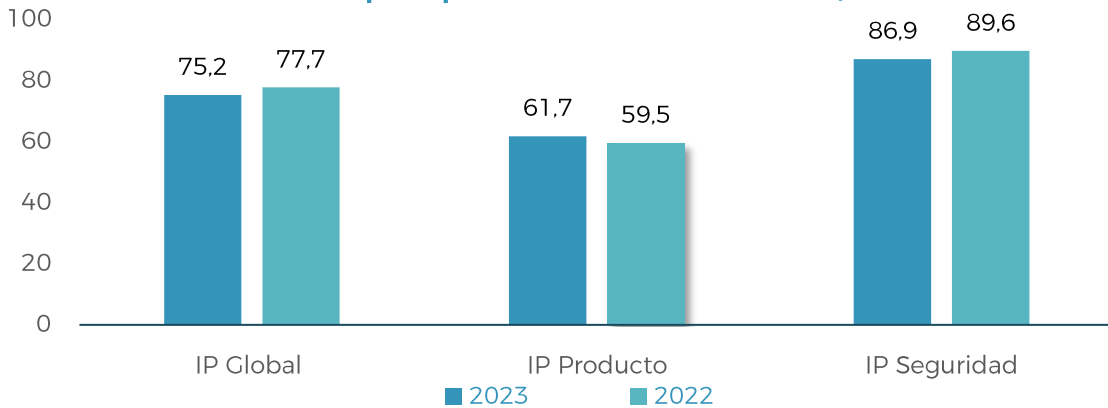
7

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 aunque ha experimentado un descenso en el semestre octubre 2023 - marzo 2024 con respecto al mismo período del año anterior. El índice de producto, en cambio, experimenta un aumento y el índice de percepción de seguridad sigue estando en niveles muy altos aunque, al igual que en el índice global, se encuentra por debajo del semestre del año anterior.

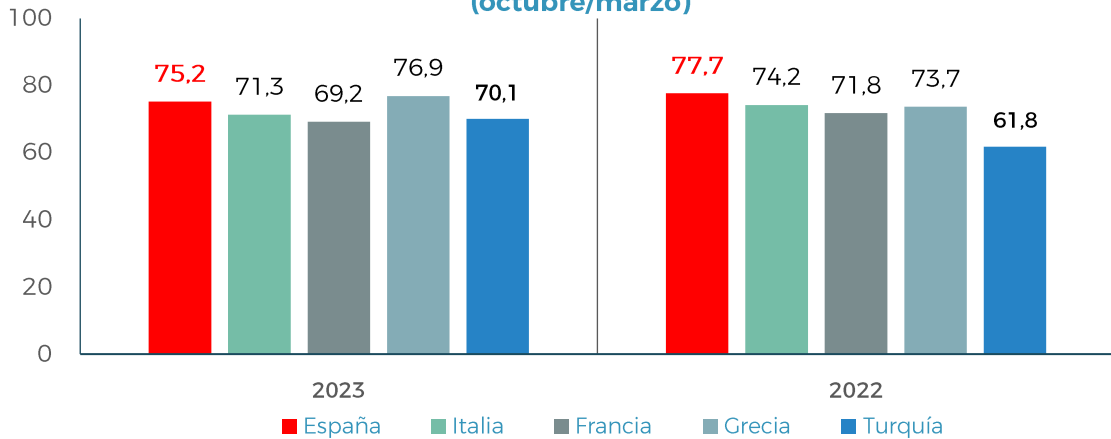
Índices de percepción en el semestre octubre/marzo



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 invernal (octubre/marzo)



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. Destinos como España, Italia y Francia han mostrado un descenso, si bien no muy importante, entre octubre 2023 y marzo de 2024 con respecto al mismo semestre del año anterior pero otros destinos como Grecia o Turquía presentan una mejora de especial notoriedad (+8 y +3 puntos respectivamente).



INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

REINO UNIDO Temporada de primavera/verano 2024

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	44,0	40,9
2	Italia	39,3	36,4
3	Grecia	34,9	32,1
4	Portugal	34,1	31,1
5	Francia	29,9	27,0

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	17,6	16,5
2	Italia	10,6	8,7
3	Grecia	10,1	8,3
4	Portugal	7,0	5,9
5	Francia	6,5	6,9

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	Portugal	81,9	79,5
2	Italia	79,1	80,9
3	España	78,9	76,4
4	Grecia	77,2	78,3
5	Francia	55,4	55,5

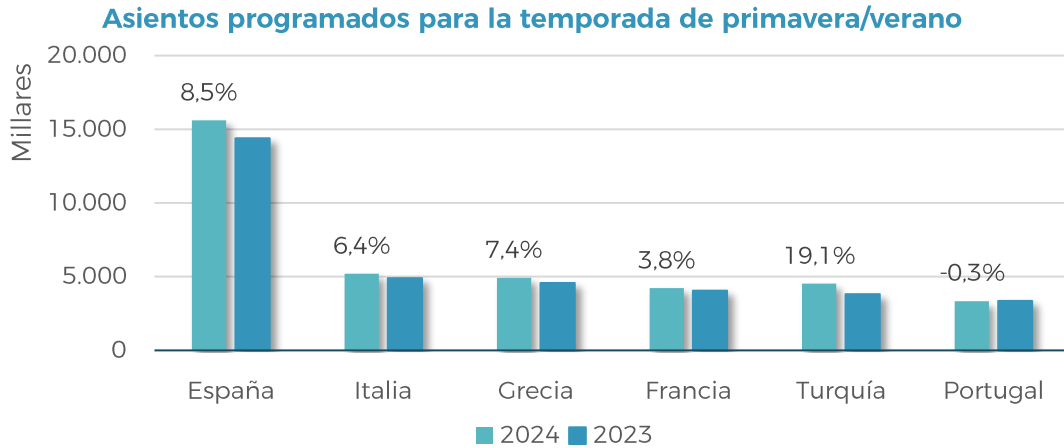
Fuente: <https://es.yougov.com/>

9

España sigue disfrutando de la mayor consideración e intención de viaje entre los principales competidores: el 44% de los encuestados la incluyen en el set de consideración y casi el 18% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. En ambos casos el indicador se ha incrementado (3,1 y 1,1 puntos respectivamente) desde el primer trimestre del año pasado. Entre los competidores, tanto Italia como Portugal o Grecia se mantienen en niveles similares al mismo trimestre del año pasado (enero a marzo), con incrementos de varios puntos porcentuales, con la única excepción de Francia, que pierde en intención de viaje. Así, entre los que nos han visitado en algún momento, el 78,9% afirma estar satisfecho con su viaje. El indicador ha experimentado una mejora considerable (+2,3 puntos) desde el último periodo, pero está aún por debajo de competidores como Portugal o Italia, aunque muy por encima de Francia.



Previsiones de vuelos

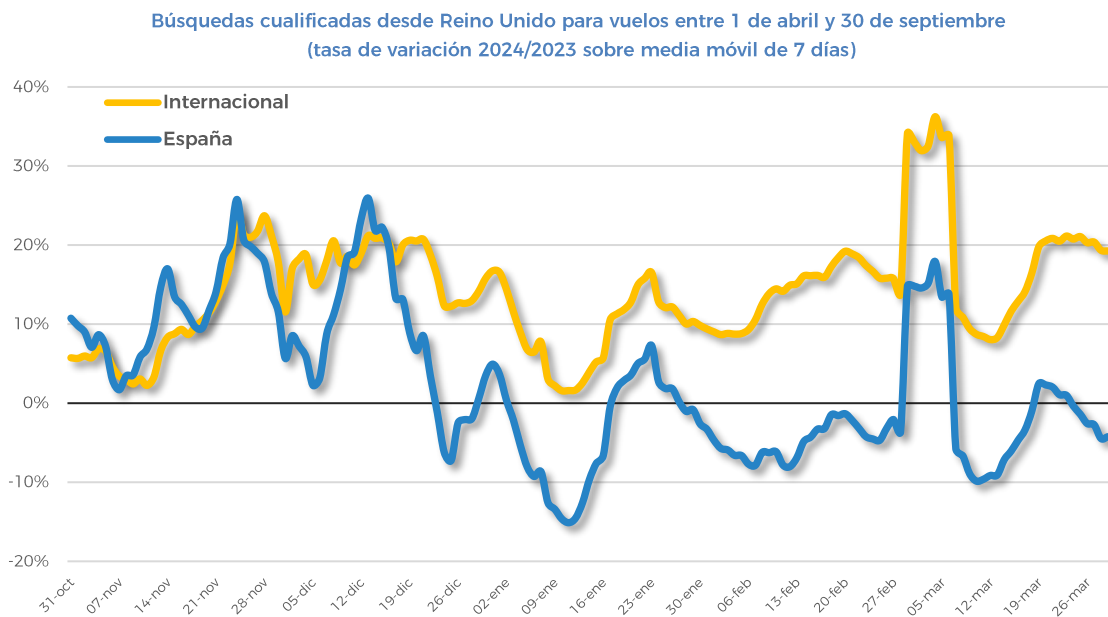


Fuente: OAG Schedules Analyser

10

Las capacidades programadas para España entre el 1 de abril y el 30 de septiembre de 2024 suponen el triple de las programadas hacia los 2 mayores competidores en volumen (Italia y Grecia). Si bien en los 3 países se observa un incremento frente al mismo período del año anterior, es España la que muestra un mayor incremento (+8,5%). Países con una cuota menor, como Turquía o Portugal, presentan capacidades dispares, pues mientras el primero se incrementa de forma importante (+19,1%), el segundo se sitúa en capacidades similares a la temporada de verano pasada (-0,3%).

Búsquedas y reservas

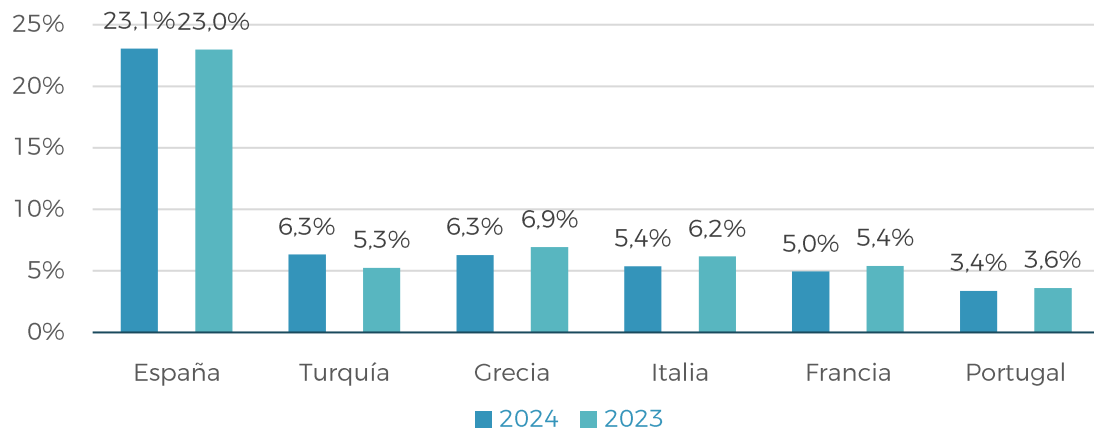


Fuente: <https://www.partners.skyscanner.net/>



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 verano han ido alternándose en su preferencia entre España e Internacional hasta finales del año 2023 para, a partir de ahí, situarse las búsquedas internacionales en niveles considerablemente superiores a las búsquedas a España con respecto a las que se realizaban en el año anterior (2022/2023), con un importante *gap* en la actualidad de unos 20 puntos porcentuales entre las búsquedas a destinos internacionales y a España. Así, en los últimos 2 meses, las búsquedas hacia España se han comportado, en general, peor que las búsquedas internacionales. Asimismo, la desviación observada a finales de febrero viene motivada por la existencia de un día más en dicho mes del presente año (al ser 2024, año bisiesto) y no existir dicho día en el año anterior 2023 (por tanto, constan 0 búsquedas) lo cual provoca una desviación de la media móvil de dicha semana, aunque la tendencia observada es la misma con un dominio de las búsquedas internacionales.

Cuota de búsquedas de alojamiento. Marzo 2024 vs Marzo 2023

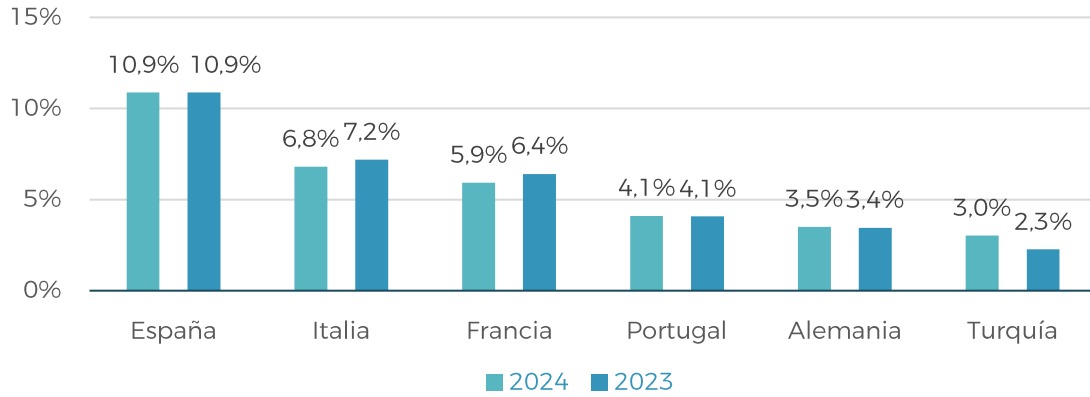


Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

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.



Cuota de búsquedas de vuelos. Marzo 2024 vs Marzo 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 manteniéndose en la misma proporción que en el mismo mes del año anterior (marzo 2023). Esta misma tendencia se observa en el resto de países competidores con variaciones mínimas con respecto al año anterior, 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. Esta evolución reciente del ciclo económico está produciendo una merma en la capacidad económica de los británicos, y está ralentizando la buena tendencia que se venía observando.

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

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 2023, con valores por encima 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 (7 puntos porcentuales más que el segundo y tercero, Italia y Grecia, y más que duplicando a Portugal y casi triplicando a Francia).

13

Un claro indicador de lo citado en el párrafo previo son las capacidades aéreas programadas para la próxima temporada verano 2024, con tasas de crecimiento del +8,5% con respecto a la temporada de verano anterior (2023); y casi triplicando la capacidad de los principales competidores (Italia y Grecia), que presentan también incrementos.

Las capacidades hacia el área mediterránea, especialmente Turquía, están experimentando incrementos muy importantes (+19,1%), con una clara apuesta de algunos turoperadores como TUI o Jet2 por dichos destinos. En el caso de la citada Turquía, aunque también Egipto, 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 va camino 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 40 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.



No obstante, a pesar de que, por los datos observados, se anticipa una muy buena temporada de verano, la evolución real final estará muy condicionada por la situación económica del RU (en actual 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

