

Mercados emisores

Reino Unido

Katerina Bomshtein



▪ **Crecimiento moderado de la economía británica**

- PIB 3er trimestre: +0,5%

▪ **La inflación sigue bajando, pero se mantiene alta**

- Inflación Noviembre: 5%
- Objetivo marcado: 2%



▪ **Se mantiene tasa de interés bancario**

- 0,5% durante 27 meses consecutivos

▪ **Desempleo sube a 8,3%, desempleo juvenil a 21,9%**

- Subvención de mil millones para 250.000 nuevos empleos para jóvenes

SITUACIÓN POLÍTICO-ECONÓMICA

Reino Unido

▪ **Veto a los cambios en el tratado de UE**

- Para proteger los intereses de La City
- Sector Financiero UK: 9% del PIB
- Peligro de aislamiento en UE

▪ **Alta exposición transfronteriza a la Zona Euro**

- Colapso del € tendría graves consecuencias



▪ **La libra esterlina se fortalecerá contra el €**

- Cambio de divisa Noviembre £/€: 1,17

▪ **Economía británica crecerá 1% en el 2012**

- Reducción de estándares de vida de 3%
- Austeridad se mantiene hasta 2017

SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

▪ APD sube un 10% a partir del Abril 2012 y mantiene su formato

- Desacuerdo absoluto del sector turístico
- Líneas Aéreas entran en UE Emissions Trading Scheme (ETS)
- Los turistas pagarán dos impuestos

APD 2012	Tarifa económica	Tarifa estándar
Banda A (hata 2 mil millas)	£13	£26
Banda B (2-4 mil millas)	£65	£130
Banda C (4-6 mil millas)	£81	£162
Banda D (+6 mil millas)	£92	£184

➤ Cambios ATOL al modelo de Flight+

TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR 2012

▪ **Mismo número de británicos planifica vacaciones 2012**

- 67% confirma que se irán de vacaciones y se gastarán lo mismo
- Optan por las vacaciones principales de sol y playa de 10-14 días & varias escapadas
- Mayor control del gasto
- Destinos de distancia larga caen drásticamente
- Destinos de distancia corta suben +8%
- Todo Incluido sube +10%
- Incremento del turismo activo y de especial interés
- Popularidad de cruceros



TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR 2012

Reino Unido

- **Reservan cada vez más tarde**
- **Eurocopa: 08.06 - 01.07**
- **Juegos Olímpicos: 27.07 - 12.08**

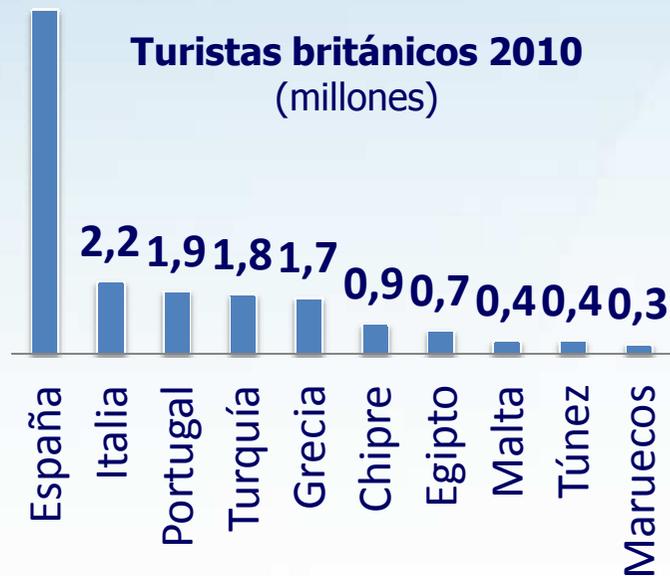
➤ Solo 8% piensa escapar al extranjero, la mayoría se irá justo después

- **Por destinos, España es un claro ganador**



10,4

Turistas británicos 2010
(millones)



➤ Variación interanual 2011

- ✓ España + 5%
- ✓ Grecia + 10%
- ✓ Portugal + 31%
- ✓ Malta + 7%
- ✓ Chipre + 1%
- ✓ Túnez -33%
- ✓ Egipto -23%
- ✓ Marruecos -29%

DATOS GRAN CANARIA 2011**▪ Incremento del turismo británico al extranjero**

➤ Enero-Septiembre han viajado al extranjero +1,4%

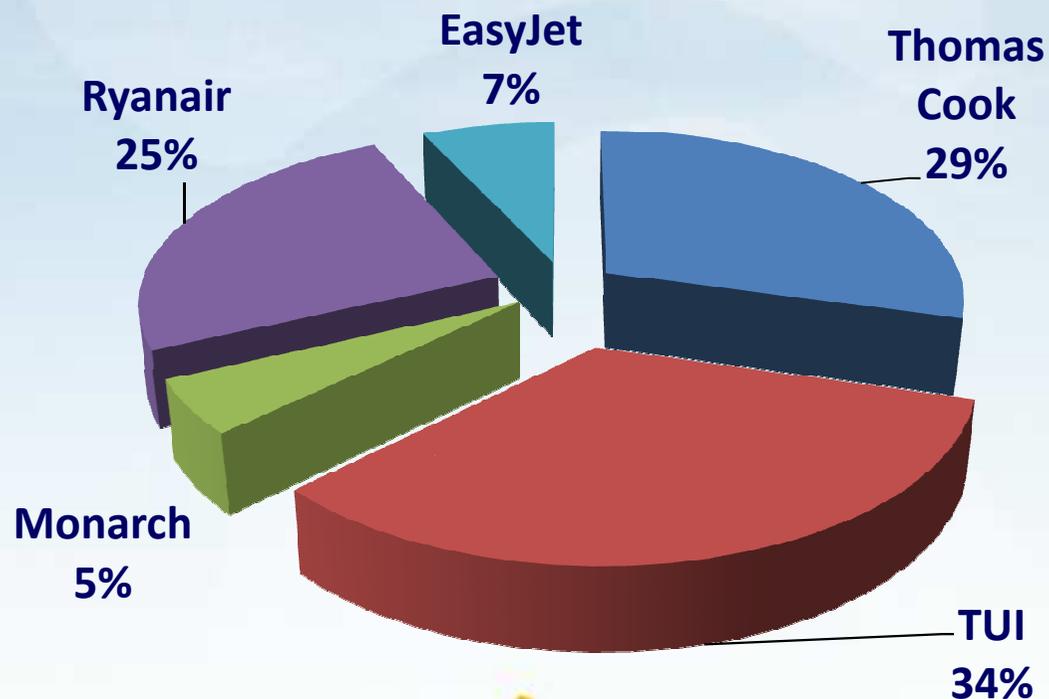
▪ Gran Canaria ha recibido +8% británicos entre Enero y Septiembre**Reino Unido. Verano 2011**

Turistas	290.782
Incremento interanual	+9,41%
Pernoctaciones hoteleras	+26,23%
Estancia media hotelera	7,47

GRAN CANARIA INV 2011-12

- Conexión con 17 aeropuertos británicos
- Falta de plazas por incremento mercado escandinavo y alemán

Cuota de Mercado Invierno 2011/12



▪ **TUI UK marca récord en beneficios +6%**

- Incremento en la venta del producto diferenciado y exclusivo
- Internet ha alcanzado las ventas en las agencias
- Capacidad total reducida para Invierno 11/12 -9%
- Incremento de la demanda para Canarias

▪ **Thomas Cook, desplome de las acciones un 75%**

- Recibe un crédito de 200 M£
- La City demanda la reducción de costes y la venta de bienes
- Reestructuración de su división UK:
 - Cierre de 200 AAVV
 - Reducción de capacidades
 - Reducción del personal
 - Mayor énfasis en ventas
 - ✓ Campaña 170 años de historia

▪ **Ryanair incrementa beneficios un 20% (Abril - Sep)**

- Número de pasajeros +12%
- Para 80 aviones en inv 2011/12
 - ✓ Previsión del número de pasajeros -4%
 - ✓ Mantienen load factor en 82%
- Mantienen 8 rutas con Gran Canaria

▪ **Monarch recibe inyección de dinero de 75 M£**

- Reestructuración y plan de reducción de costes
- 30-40 nuevos aviones a medio plazo
- Mantienen 4 vuelos semanales desde BHX & MAN

Easyjet consigue +16% de beneficios

- Control de costes, yield management y satisfacción del cliente
- Tienen 4 vuelos semanales desde LGW

- **El poder de Internet y de los foros de viajes**
- **Proceso de decisión del destino de los británicos**
 - 50% toman decisión basándose en la información online
 - 17% buscan información en los dispositivos móviles
 - 30% consideran esenciales los foros en el momento del inicio de selección del destino
 - 15% consideran vitales los foros para la toma de decisión final
- **Reserva de vacaciones**
 - 39% reservan online el viaje completo con el mismo operador
 - 32% reservan online con varios operadores
 - 29% reservan con la ayuda de un agente (en persona, online o por teléfono)
 - Sólo 14% reservan en AAVV (-7% interanual)

