

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA Y
TURISMO DE LAS PALMAS

SOCIEDAD DE PROMOCIÓN ECONÓMICA DE
GRAN CANARIA

TURESPAÑA

INFORME DE COYUNTURA DEL
MERCADO TURÍSTICO

REINO UNIDO

INVIERNO 2007/2008

PROYECTO "INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA
TURÍSTICA DE GRAN CANARIA"

PREPARADO POR:

Katerina Bomsthein Dobkin

Representante de Gran Canaria en la Oficina Española de Turismo en Londres

ÍNDICE

1.- Coyuntura económica.	27
2.- Mercado turístico:	28
2.1.- Situación global y previsiones.	28
2.2.- Situación para España / Canarias.	30
2.3.- Situación para Gran Canaria.	34
3.- Destinos competidores.	39
3.1.- Turquía.	40
3.1.1. Situación general del turismo en Turquía	40
3.1.2. Británicos en Turquía	41
3.1.3. Previsiones para el turismo en Turquía	41
3.2.- Egipto.	43
3.2.1. Situación general del turismo en Egipto	43
3.2.2. Británicos en Egipto	43
3.2.3. Previsiones para el turismo en Egipto	43
3.3.- Florida.	44
3.3.1. Situación general del turismo en Florida	44
3.3.2. Previsiones para el turismo en Florida	44
3.3.3. Turismo de Florida en números	45
3.4.- Cabo Verde.	46
3.4.1. Ventajas competitivas de Cabo Verde	46
3.4.2. Handicaps de Cabo Verde	46
4.- Tendencias.	47
4.1.- Cruceros.	47
4.2.- Vacaciones familiares.	48
4.3.- Internet.	48
Bibliografía.	50

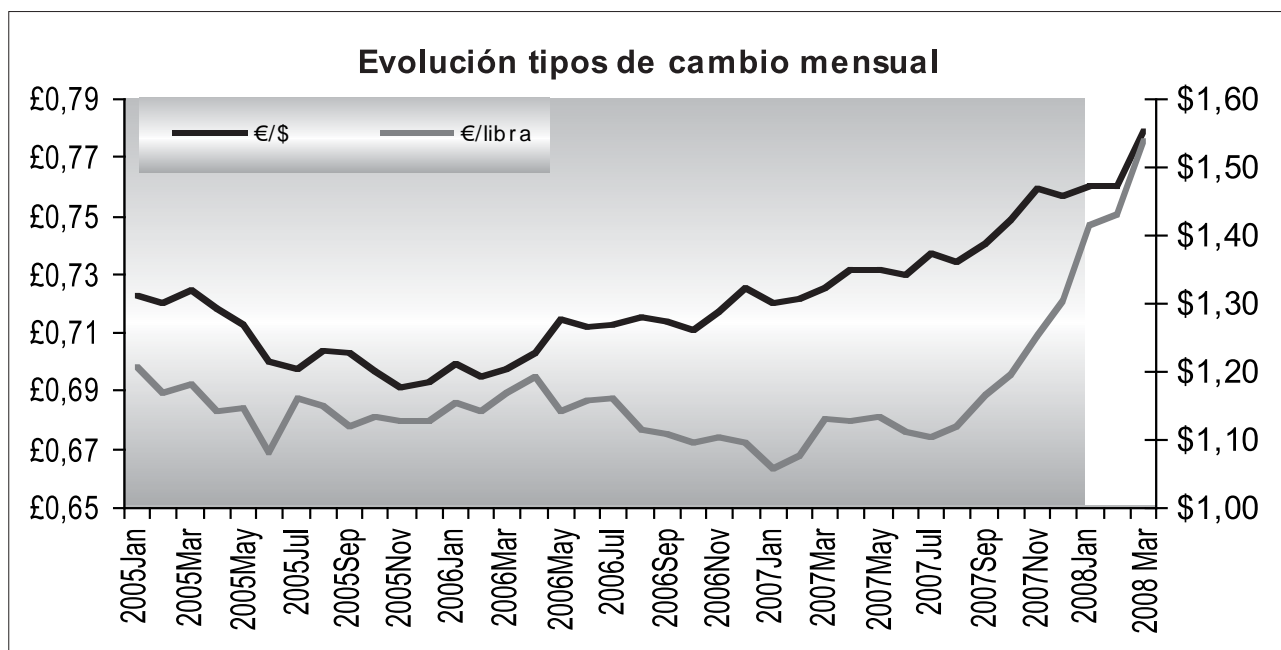
1.- Coyuntura económica

La economía del Reino Unido sigue creciendo, pero a un ritmo inferior que en el año pasado.

- El producto interior bruto (PIB) del Reino Unido para el primer trimestre del 2008 fue un 0,4% superior al trimestre precedente, el crecimiento más bajo desde el primer trimestre del 2005, pero un 2,5% superior en términos interanuales.
- El índice de inflación (CPI) del mes de marzo se mantuvo sin cambios en el 2,5% interanual, por lo que rompió la tendencia al alza de los precios que venía registrándose desde el mes septiembre del 2007.
- En el trimestre de enero a marzo las ventas minoristas aumentaron un 2% respecto al trimestre precedente.
- La media salarial registró un incremento del 3,6% interanual.
- La tasa de desempleo en el primer trimestre del 2008 ha bajado dos décimas y se ha situado en un 5,3% de la población activa.

El Banco de Inglaterra ha tomado medidas de apoyo para intentar reactivar la economía británica y redujo en abril los tipos de interés en un cuarto hasta el 5%, ya que la inflación se situó cinco décimas por encima del objetivo del Banco de Inglaterra. Por su parte, el Banco Central Europeo decidió mantener al 4% el precio del dinero, para así intentar reducir el alza de los precios de la Eurozona.

Según un estudio de la compañía de análisis de mercado Mintel, las familias británicas están pasando por un momento de incertidumbre financiera, derivada de la crisis internacional y de la influencia de ésta en el ámbito crediticio y, por ello, comienzan a ser más previsores con el gasto, pero a pesar de las continuas noticias que aparecen sobre este tema, no se perciben efectos sobre el consumo en el sector turístico. Las variables macroeconómicas continúan resultando favorables para la actividad turística. El cambio político tras la llegada de Gordon Brown no ha tenido consecuencias sobre la demanda del sector turístico.



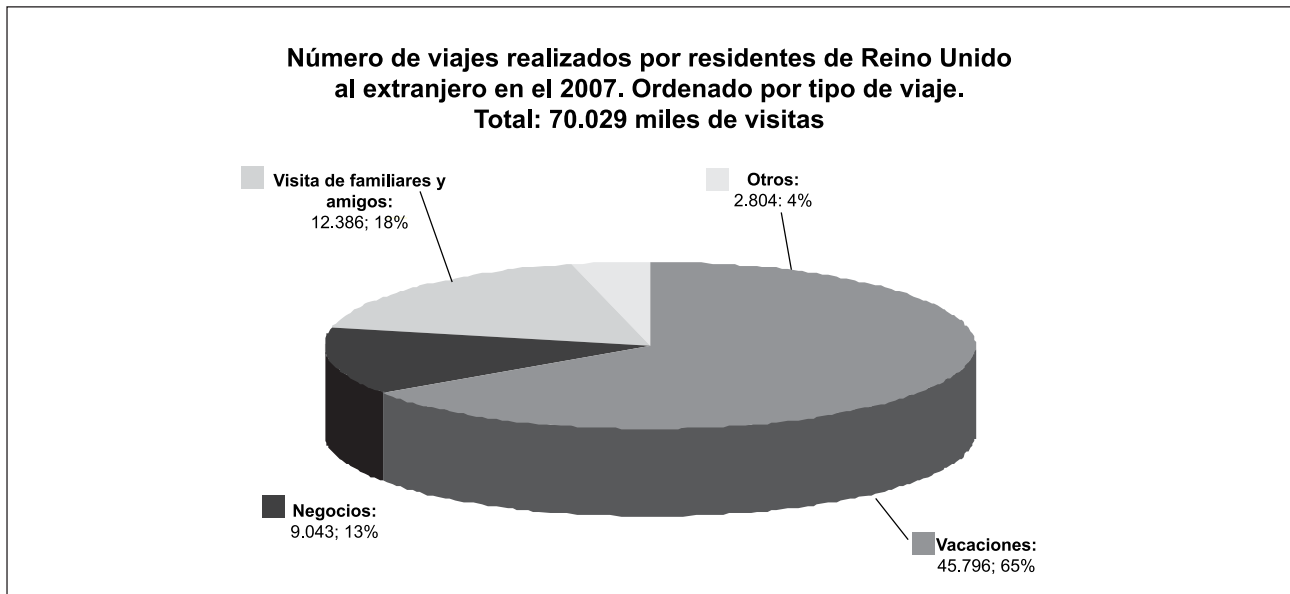
Fuente: ECB

2.- Mercado turístico

2.1 Situación Global y previsiones

Los datos del National Statistics Office del Reino Unido muestran un incremento del 2,27% en el número de británicos que pasó sus vacaciones en el extranjero entre el 2006 y 2007. Esto supone un incremento importante, pero inferior al del año anterior, que superaba el 3%.

El 65% de los británicos que viajan al extranjero, lo hace por vacaciones. Las vacaciones nacionales les salen a los británicos mucho más caras que fuera del país, además cuentan con el factor clima así como de calidad de servicios.

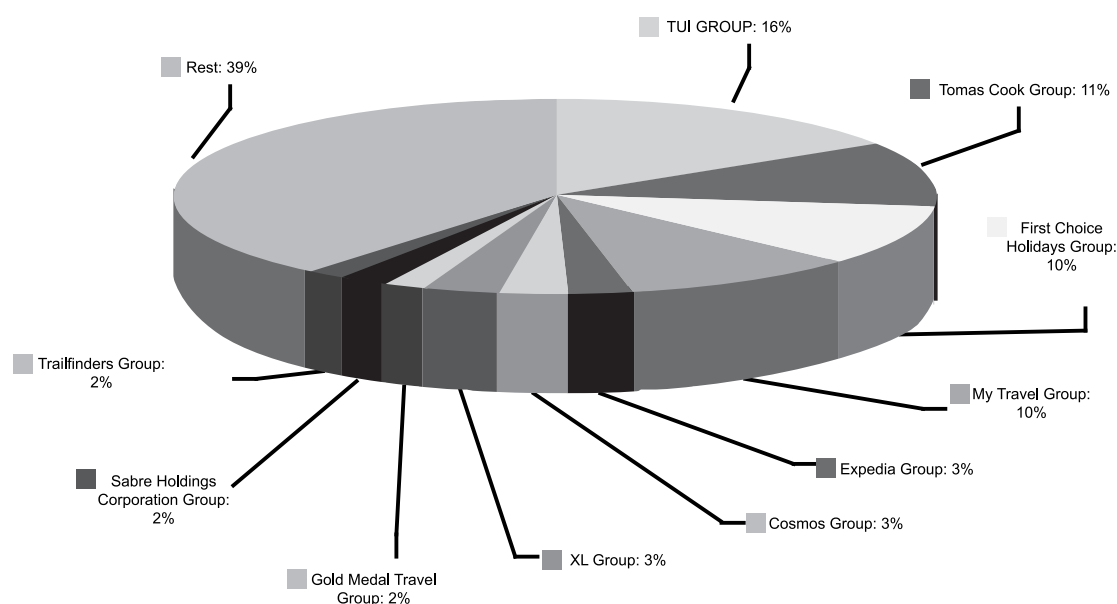


Fuente: MQ6. Overseas Travel and Tourism. 2007. Table 18

El comportamiento del consumidor británico es radicalmente distinto al de hace diez años. Aún existe una parte de la población que reserva sus vacaciones con gran antelación, especialmente en el norte de Inglaterra y en Escocia. Sin embargo, predominan las reservas más cercanas a la fecha de viaje. Según Mintel, menos del 20% de quienes viajan en verano reservan antes de marzo.

En el invierno 2007-2008 se consolidó la nueva situación originada por las fusiones de los grandes turoperadores. Hubo gran movimiento en el plano interno de estas empresas y, según la Federación de Turoperadores, los efectos serán visibles a partir de este verano. Las políticas de compras unificadas y las adquisiciones de otras empresas que siguieron a las fusiones generan un nuevo escenario: un núcleo de turoperación tradicional y varias marcas que actúan de manera independiente para atraer nichos de demanda: hotels4u, luxury travel company, etc.

Cuota Mercado Principales Grupos. 2007



Fuente: ATOL Business - Civil Aviation Authority

La climatología tiene este año un importante valor como motivador. En 2007 el verano fue gris y lluvioso. En 2008 no parece que las cosas vayan a cambiar y eso incrementa el atractivo de destinos donde un clima agradable esté asegurado.

Los touroperadores afirman estar satisfechos con el estado de las reservas para la temporada de verano. Afirman que con los cambios en la demanda (el retraso de las reservas) es difícil realizar previsiones como las que se hacían hace unos cinco años.

Los operadores turísticos coinciden en el auge del paquete dinámico, que se refleja en el crecimiento del flight only y accommodation only. Según cifras de TUI, el segundo tipo crece un 25,6%.

Combinando la reducción de capacidad de Thomas Cook y Mytravel, disponen de 23% menos de capacidad en corto radio y de un 12% menos en larga distancia. Los precios de corto radio se han incrementado un 2% como media y la compañía se muestra optimista: consideran que han optimizado las capacidades y confían en no dejar producto sin vender.

Thomson-TUI espera un crecimiento en sus ingresos del 3-4%. Según los datos que aportan, su principal preocupación este año es consolidar la adquisición de First Choice y analizar la marcha del primer año en que funcionan como una única empresa. Se han racionalizado las capacidades y su interés principal es el análisis de las sinergias producto de la adquisición. Anticipan un incremento de la ratio rentabilidad por cama. Su nivel de ventas en el Reino Unido está al mismo nivel que hace un año, aunque las capacidades para este mercado se han reducido un 13%. El valor de las ventas de productos especializados se ha incrementado un 6% y el número de clientes un 3%. En turismo de actividades ha generado un 3% más de ingresos.

La Federación de Touroperadores señala que la situación de los grandes touroperadores es completamente diferente a la que pueden experimentar operadores más pequeños o especializados. Los que se centran en paquetes dinámicos se muestran optimistas con respecto a España. Lo mismo ocurre con flight only.

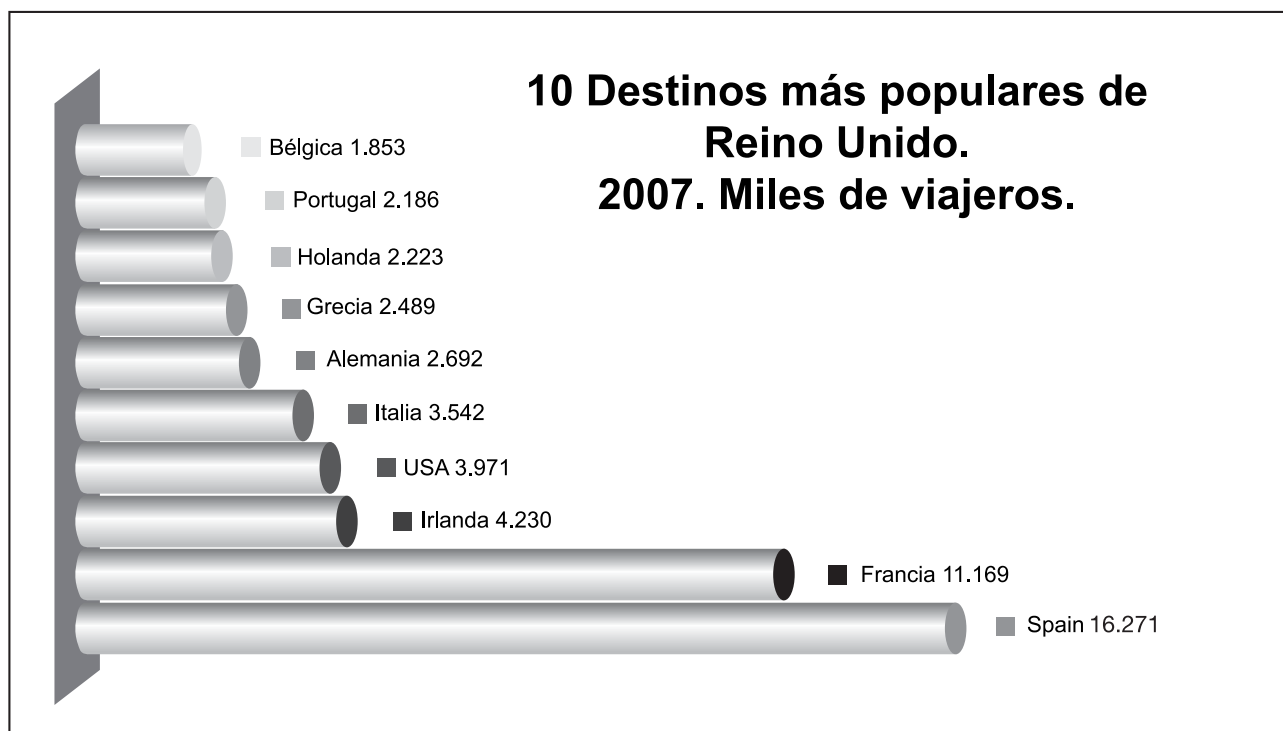
La situación de los operadores que se especializan en paquetes tradicionales dibujaría un mapa de España en el que sus fortalezas se encuentran en las regiones sin oferta de vuelos de bajo coste; estos operadores reconocen la capacidad de estas compañías para cambiar los patrones de organización de los viajes a los destinos donde operan.

La impresión general es que el verano será positivo; se espera, sin embargo, un mes de junio con resultados peores que el año anterior, siempre pensando en paquetes tradicionales.

Se mantiene la tendencia, señalada por Mintel el año pasado, a realizar varios viajes durante el año, lo que hace que no todas las salidas se concentren durante el verano. La proliferación de operadores especializados en city breaks y la popularidad de este tipo de viaje tienen un efecto positivo en el gasto medio diario.

2.2.- Situación de España y Canarias

España sigue manteniendo la primera posición como el destino más popular para los británicos pero se enfrenta a una doble amenaza por una parte de los destinos emergentes y por otra, la fuerza del euro.



Fuente: MQ6. Overseas Travel and Tourism. 2007 Table 23

Según Los datos de Frontur, en el 2007 16.3 millones de británicos viajaron a España, lo que supone un incremento del 0,6% del último año. Esta tendencia creciente sigue también para el 2008. Dentro de los países competidores cabe destacar la Turquía, Grecia, Portugal y Egipto.

Entradas de turistas desde Reino Unido a España.			
	Ene-Dic 07	% vertical	% var. Interanual
Total	59.193.290	100,00%	1,7%
Reino Unido	16.271.383	27,49%	0,6%

Fuente: Frontur. IET.

Del 2001 al 2007 el número de personas que ha elegido un paquete turístico para viajar a España se ha reducido en un casi 50% de 9 millones a tan solo 5 millones. En contrario, los viajes independientes se han incrementado en casi 11 millones de 5 millones de tan solo hace 6 años. Los visitantes británicos buscan cada vez más ver la cultura local y salvo las familias que siguen eligiendo paquetes vacacionales de una o dos semanas, los demás prefieren vacaciones más cortas y de más frecuencia.

El 67,6% de los británicos que visitaron España en 2007 lo hicieron sin un paquete turístico. Esto supone un escenario completamente opuesto al de 2001, en el que el 65,19% sí contrató un paquete turístico.

Las compañías de bajo coste mantienen su crecimiento y actualmente representan la mayor parte de la oferta entre el Reino Unido y España. En la actualidad, sólo British Airways mantiene todos los elementos de una compañía tradicional; Iberia opera como tradicional en la mayor parte de sus servicios (facturación de equipaje a destino final cuando hay conexiones, etc.) pero la falta de servicio gratuito a bordo hace que los consumidores no perciban una gran diferencia con el servicio que les puede prestar una compañía de bajo coste. Además, muchas compañías de bajo coste, como Monarch, comienzan a ofrecer con éxito servicios Premium.

Según las cifras elaboradas por el IET, los vuelos de bajo coste entre Reino Unido y España se incrementarán un 5,9% en el verano de 2008.

El análisis de las capacidades aéreas con origen y destino Reino Unido indica en 2007 que se transportaron casi 36 millones de pasajeros entre ambos puntos, con una oferta de 42 millones de asientos, lo que significa un 1,84% de crecimiento interanual frente al 1,8% de Francia y al 6% de Italia.

Salidas por región de origen. Miles de turistas							
		Inglaterra	Escocia	Gales	Irlanda del Norte	NS/NC	Total
2006	Península y Baleares	9.558	1.079	790	19	115	11.561
	Canarias	2.257	388	140	3	13	2.801
	Total	11.815	1.467	930	22	128	14.362
2007	Península y Baleares	9.480	948	742	14	189	11.373
	Canarias	1.976	403	175	4	30	2.588
	Total	11.456	1.351	917	18	219	13.961

Fuente: ONS

De acuerdo con la Federación de Touroperadores, para los grandes operadores España se está comportando en la línea del resto de destinos. Hay diferencias en función de la región:

- Baleares: las ventas se mantienen estables, aunque Mallorca crece y Menorca presenta un comportamiento más débil.
- Canarias: las ventas han bajado ligeramente, debido a la reducción de capacidad más que a un nivel bajo en las ventas.
- Península: no hay una gran actividad, debido al predominio del paquete dinámico. La Costa Dorada lleva una buena cifra de reservas. La Costa Blanca es la región con peor nivel de ventas para los touroperadores que venden paquetes tradicionales.

Las Canarias se encuentran en una situación delicada y en el año 2007 ha recibido 4,5% menos de turistas Británicos y ya es el tercer año que esto ocurre. Las Islas Canarias se encuentran atrapadas entre destinos de radio medio accesibles por compañías de bajo coste - Marruecos, Croacia y Egipto - y destinos de largo radio - Caribe - más baratos, con productos similares a precios hasta un 30% inferiores. La Federación de Touroperadores señaló este problema.

Llegada de turistas desde Reino Unido a Canarias. Enero-Dic 2007				
	Ene-Dic 06	Enero-Dic 07	Dif interanual	% var. Interanual
Gran Canaria	657.131	666.763	9.632	1,47%
Lanzarote	859.881	814.283	-45.598	-5,30%
Fuerteventura	413.806	394.924	-18.882	-4,56%
Tenerife	1.712.048	1.596.996	-115.052	-6,72%
La Palma	27	3.353	3.326	-
Total Canarias	3.642.893	3.476.319	-166.574	-4,57%

Fuente: ISTAC

Los operadores y las empresas que realizan estudios de mercado, aseguran que el mercado británico va a generar durante 2008 más salidas durante la temporada de verano que durante cualquier año anterior. España, como su principal destino, se verá beneficiada.

Más de uno de cada cinco británicos elegirá nuestro país como destino de sus vacaciones.

Más del 70%, por segundo año, viajará sin un paquete turístico. Esto refleja lo cómodos que se sienten a la hora de viajar a un país que perciben como familiar y seguro. La oferta complementaria puede ser la gran beneficiada.

Se mantiene el convencimiento de que el paquete de 14 noches va a ver reducida su importancia en España, mientras que sigue siendo la duración predominante en viajes a destinos fuera de la zona euro.

Los operadores que ofrecen viajes temáticos a destinos fuera de los habituales (especialmente al interior y al noroeste de España) están creciendo a tasas elevadas.

Thomsonfly ha mantenido el incremento en sus rutas a España que puso en marcha el pasado verano. Esto, según la compañía, confirma la importancia que tiene España como mercado estable.

Se estiman reducciones de capacidad en algunos destinos españoles en torno al 6%, lejos del 10% que aparece en la prensa. La fortaleza del euro es la principal amenaza para España: los destinos mediterráneos fuera de la zona euro atraerán a los turistas más sensibles al precio.

Las compañías de bajo coste han introducido nuevas rutas a España de cara a la temporada de verano. Entre ellas, destacan: Birmingham – Girona, Birmingham – Reus, Bournemouth – Murcia, Manchester – Murcia, Palma - Coventry.

Igual que ocurrió el verano pasado, se espera una reducción del gasto por turista, consecuencia de la reducción de la estancia media. Sin embargo, el auge del paquete dinámico y del turismo especializado hacen previsible un incremento del gasto medio diario.

Los paquetes tradicionales presentan este año una ventaja que no se dio en temporadas anteriores. Los precios de los paquetes se fijan con antelación; eso hace que este año resulten más atractivos en precio que alternativas similares configuradas mediante paquetes dinámicos.

Los ajustes del tipo de cambio se reflejan más rápido en los paquetes dinámicos que en los tradicionales, por lo que se espera que la pérdida de valor de la libra impulse este año el paquete tradicional. Esto es especialmente significativo en los paquetes para familias.

Desde Enero hasta Mayo de 2008 muestra un crecimiento de 3% en el número de turistas británicos. Según los datos de Frontur, se puede afirmar que se trata de un tipo de turista que viaja a establecimientos hoteleros. El alojamiento privado ha caído un 8,1% durante el periodo.

Entradas de turistas desde Reino Unido a España.			
	Enero-Mayo 08	% vertical	% var. Interanual
Total	20.900.102	100,00%	3,5%
Reino Unido	5.609.920	26,84%	2,9%

Fuente: Frontur. IET

Los destinos de costa crecen. **Destacan Canarias, Andalucía y Baleares.** Las previsiones de los operadores indican que Andalucía y Baleares serán también los destinos de mayor demanda durante el verano.

En los primeros meses del 2008 han sido muy positivos para Canarias dónde se ha registrado **un aumento de casi un 5% de los británicos.** Con una subida en Lanzarote del 9%, debido a la proliferación de paquetes dinámicos.

Llegada de turistas desde Reino Unido a Canarias. Enero-Mayo 2008				
	Ene-Mayo 07	Enero-Mayo 08	Dif interanual	% var. Interanual
Gran Canaria	238.347	255.050	16.703	7,01%
Lanzarote	330.200	360.153	29.953	9,07%
Fuerteventura	151.672	155.746	4.074	2,69%
Tenerife	675.087	681.238	6.151	0,91%
La Palma	-	7.955	7.955	-
Total Canarias	1.395.306	1.460.142	64.836	4,65%

Fuente: ISTAC

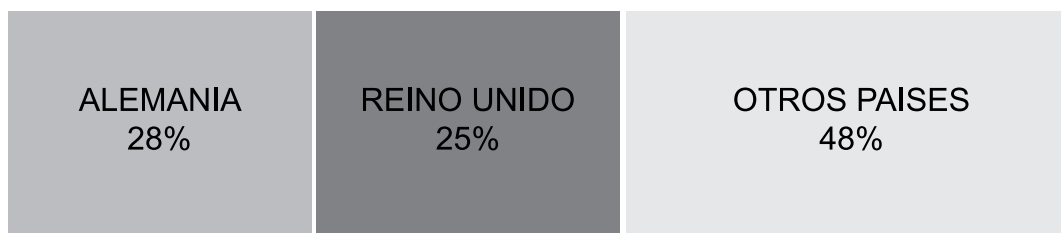
El resto de los destinos españoles están en buena posición. Destacan Mallorca, con una magnífica imagen en el Reino Unido, y Andalucía.

El producto de moda, el turismo de ciudades, encuentra en España -además de Barcelona, siempre posicionada como primer o segundo destino- ciudades como Valencia, Madrid, Sevilla o Bilbao, destinos en gran crecimiento. Pero es que, además, los británicos están descubriendo otros lugares de España como Pirineos, Zaragoza o Galicia de los que poco se sabía hace algunos años.

2.3.- Situación para Gran Canaria

No podemos negar que el mercado británico juega un papel vital para el turismo de Gran Canaria. Los británicos se encuentran en el segundo lugar del marco internacional siguiendo muy de cerca a los alemanes. En el resultado global correspondiente al 2007, la cifra total de británicos alcanzó los 666.763 turistas, un 1,5% más que el año anterior.

Porcentaje de turistas de Gran Canaria procedentes de Reino Unido. 2007



Cuota de Mercado del Turismo extranjero en Gran Canaria 2007

Fuente: ISTAC

Los datos básicos del perfil de los turistas británicos nos muestran a un cliente muy agradecido, con el gasto por encima de la media de Gran Canaria.

El gasto medio total de los británicos en el 2007 se ha situado en 100,04 € y el gasto medio en el destino ha sido de 43,85 €.

La estancia media de los británicos en Gran Canaria también se sitúa en 9,94 días, también por encima de la media, en el séptimo lugar de todos nuestros clientes.

Por otro lado el cliente británico es fiel a Gran Canaria con un altísimo índice de repetición de un 70,55%, esta cifra es incluso superior a la media de nuestro destino que se sitúa en un 66,69%

Según datos publicados por ISTAC, Durante el período comprendido entre Noviembre 2007 y Abril 2008, Gran Canaria recibió un total de 318.973 turistas británicos, lo que supone un incremento de 14,07% respecto a la temporada de invierno del año pasado.

Turismo receptivo de Reino Unido a Gran Canaria				
	inv 2006/07	inv 2007/08	Diferencia	Porcentaje
NOVIEMBRE	46.425	53.101	6.676	14,38%
DICIEMBRE	43.494	58.758	15.264	35,09%
ENERO	42.774	42.946	172	0,40%
FEBRERO	45.189	50.531	5.342	11,82%
MARZO	50.138	65.172	15.034	29,99%
ABRIL	51.610	48.465	-3.145	-6,09%
TOTAL INVIERNO	279.630	318.973	39.343	14,07%

Fuente: ISTAC

En cuanto al tipo de vuelos elegidos, hay que mencionar que el 89% de los británicos volaron con líneas charter en el 2007.

Las líneas charter cada vez ofrecen más flexibilidad pero aún así hay que tener en cuenta que la tendencia general de los viajes organizados en el Reino Unido está a la baja, frente al crecimiento de viaje independiente, por lo que el aumento de vuelos regulares nos permitiría adaptarse mejor a las tendencias del mercado.



Fuente: CAA

Más de 7.200 vuelos de 23 aeropuertos conectaron Gran Canaria con Reino Unido en el 2007. Podemos destacar que los aeropuertos más importantes para nuestro destino son de Gatwick y de Manchester.

En cuanto a los aeropuertos londinenses, el mayor número de tráfico de pasajeros se debe al aumento de vuelos charter. Así mismo ha subido el tráfico de pasajeros en los vuelos charter procedentes desde Cardiff.

Sin embargo el aumento en los aeropuertos de Manchester y Belfast se debe a los vuelos de Jet2.com que operaban con líneas directas a Gran Canaria.

Cabe destacar que Gran Canaria es uno de los destinos favoritos en estas ciudades, además, debido al clima aún más lluvioso que en Londres, las vacaciones de sol se convierten en una necesidad y no en un lujo.

Por otro lado se ha reducido el tráfico de pasajeros procedentes desde Birmingham y Newcastle. Los grandes touroperadores como Thomas Cook y TUI operan desde este aeropuerto y han reducido las capacidades.

La noticia más destacada de esta temporada es que GB Airways ha sido comprada por Easy Jet, una compañía de bajo coste, dejando a los pasajeros con la única opción de vuelos charter y de bajo coste.

TRAFICO DE PASAJEROS DESDE REINO UNIDO A GRAN CANARIA				
AEROPUERTOS REINO UNIDO	INVIERNO			
	2006-07	2007-08	% vertical	% var interanual
GATWICK	143.119	155.850	24,23%	8,9%
MANCHESTER	113.891	130.986	20,36%	15,0%
GLASGOW	44.016	49.956	7,77%	13,5%
NOTTINGHAM EAST MIDLAND INTL	44.813	45.248	7,03%	1,0%
BIRMINGHAM	42.951	37.355	5,81%	-13,0%
BRISTOL	31.304	33.287	5,17%	6,3%
NEWCASTLE	39.063	32.868	5,11%	-15,9%
BELFAST INTERNATIONAL	15.573	26.800	4,17%	72,1%
STANSTEED	17.357	26.350	4,10%	51,8%
CARDIFF WALES	11.641	18.775	2,92%	61,3%
DONCASTER SHEFFIELD	17.309	16.699	2,60%	-3,5%
LEEDS BRADFORD	0	13.208	2,05%	
BOURNEMOUTH	12.729	12.855	2,00%	1,0%
EXTER	9.048	9.296	1,44%	2,7%
NORWICH	9.202	8.960	1,39%	-2,6%
LUTON	9.210	8.945	1,39%	-2,9%
EDINBURGH	212	6.519	1,01%	2975,0%
PRESTWICK	5.912	6.181	0,96%	4,6%
HUMBERSIDE	7.516	1.817	0,28%	-75,8%
ISLE OF MAN	0	597	0,09%	
BLACKPOOL	0	480	0,07%	
LIVERPOOL	0	183	0,03%	
ABERDEEN	0	119	0,02%	
TOTAL DESDE REINO UNIDO	574.866	643.334	100,00%	11,9%

Fuente: UK Airport Statistics. Table 12

Sin embargo varias compañías están apostando por nuestro destino viendo el nicho de mercado que se ha liberado después de que GB Airways ha dejado de existir.

Así por ejemplo, la línea española LTE que ha prestado servicio a varios touroperadores, como por ejemplo a First Choice volando a Lanzarote, ahora está en proceso de ampliación apostando por líneas regulares donde otras compañías han dejado de operar y después de lanzar vuelos directos a Barcelona, Alicante y Palma de Mallorca, ha anunciado que volará también a Málaga, Las Palmas y Tenerife desde la temporada de invierno de este año.

Por otro lado, para ofrecer el servicio Premium en los vuelos a Gran Canaria, Cadogan ha fletado el Airbus A321 de 195 asientos a BMI que se utilizará en los vuelos de Gatwick y Manchester desde Diciembre. La mayor parte de los asientos se venderán como la clase estándar a través de Teleticket que forma parte de Cadogan, pero 18 asientos en las primeras 3 filas contarán con un servicio y atención superiores. Esta nueva oferta es muy interesante para nuestros productos de up-market como son Wellness y Golf.

Como se ha comentado antes, el aeropuerto londinense Gatwick y el aeropuerto de Manchester son los que juntos nos traen 45% de todos los británicos a Gran Canaria. En las tablas siguientes se podrá ver más claramente los touroperadores que operan desde estos aeropuertos, así como las frecuencias de vuelos.

VUELOS DESDE GATWICK A GRAN CANARIA. VERANO 2008								
COMPAÑÍA AEREA	DÍA							OPERADOR
	l	m	x	j	v	s	d	
CHARTERS								
Excel (XLA)	1					2		XL.COM
BMI (BD)	1					1		TELETICKET
MONARCH(MON)	1							AVRO COSMOS
THOMSONFLY (TOM)	1			1		1		CLUB FREESTYLE PORTLAND DIRECT SKYTOURS THOMSON HOLIDAYS
THOMAS COOK (TCX)	2				1	1	1	AIRTOURS CLUB 18-30 DIRECT HOLIDAYS ESCAPADES HOLIDAY FOR LESS JMS HOLIDAYS PANORAMA HOLIDAYS SUNSET HOLIDAYS THOMAS COOK
FIRST CHOICE (FCA)	1					1		ECLIPSE DIRECT FIRST CHOICE SOVEREIGN UNIJET
EASY JET (EZY)	1		1					TELETICKET
FUTURA						1		AIRTOURS CLUB 18-30 DIRECT HOLIDAYS ESCAPADES HOLIDAY FOR LESS JMS HOLIDAYS PANORAMA HOLIDAYS SUNSET HOLIDAYS THOMAS COOK
VUELOS REGULARES								
EASY JET (EZY)	2		1			1		
THOMSON FLY	1			1		1		

Fuente: LGW - Aeropuerto de Gatwick

VUELOS DESDE MANCHESTER A GRAN CANARIA. VERANO 2008								
COMPañÍA AEREA	DÍA							OPERADOR
	l	m	x	j	v	s	d	
CHARTERS								
EXCEL (XL)	1							EXCEL AIRWAYS
FIRST CHOICE	2						1	AVRO
								COSMOS
								ECLIPSE DIRECT
								FIRST CHOICE
								SOVEREIGN
								UNIJET
THOMAS COOK	2						3	1
								AIRTOURS
								CLUB 18-30
								DIRECT HOLIDAYS
								EXCAPADES
								HOLIDAYS FOR LESS
								JMC HOLIDAYS
								PANORAMA
								SUNSET
THOMAS COOK								
THOMSONFLY	1			1			1	CLUB FREE STYLE
								PORTLAND DIRECT
								SKY TOURS
								THOMSON HOLIDAYS
AIR MALTA							1	XL
FUTURA							1	1
								AIRTOURS
								CLUB 18-30
								DIRECT HOLIDAYS
								ESCAPADES
								HOLIDAYS FOR LESS
								PANORAMA HOLIDAYS
								SUNSET
THOMAS COOK								

Fuente: MAN - Aeropuerto de Manchester

3.- Destinos competidores

De nuevo Egipto, sobre todo el Mar Rojo, sigue creciendo aunque a un ritmo más bajo que en años pasados y algo parecido sucede en Turquía. Mientras tanto Grecia, Chipre y sobre todo Bulgaria y Rumanía tienen resultados negativos. Portugal sigue estable, pero con una tendencia descendente.

Este año no hay ningún tipo de distorsión de la demanda por parte de factores externos, como ocurrió con la gripe aviar. Los mayores condicionantes serán los económicos, especialmente la fortaleza del euro.

Los operadores se muestran cautos a la hora de destacar un destino como el triunfador del verano. Todos coinciden en señalar que España es un destino maduro y estable mientras que los otros destinos del Mediterráneo son más sensibles a todo tipo de coyunturas.

La pérdida de valor de la libra con respecto al euro (un 18% en el último semestre) favorece la venta de "todo incluido", que beneficia a destinos como Turquía.

Uno de los problemas fuertes a los que se enfrenta España es la fuerza del Euro. Los británicos apuestan este año por destinos fuera de la zona euro para mantener los costes. La fuerte bajada de la libra en el último año influye en el presupuesto familiar. Muchas familias buscan otros países donde pueden aprovecharse más su dinero.

Los Estados Unidos salen ganando en este sentido ya que el dólar está relativamente bajo casi \$2 al £1. Los destinos como Florida son ahora unos £550 más baratos que las vacaciones en la costa Francesa, por ejemplo. Por otro lado hay destinos de larga duración donde la libra ha crecido como Jamaica y Sudáfrica, donde la libra ha subido alrededor de 11%.

Pero no podemos olvidar que los dólares americanos se aceptan también en Egipto, Turquía y en Caribe, lo que hace que estos destinos registren mayores entradas de turistas este año. Normalmente los vuelos son más caros, pero las líneas aéreas lanzan buenas ofertas de última hora, favoreciendo aún más la elección de los consumidores. Además de las tarifas económicas de los vuelos transoceánicos, cabe destacar la nueva política "open skies policy" más flexible para las líneas aéreas, la que lleva a un nuevo acuerdo entre USA y Europa.

Pero hay que tener bien presente que una de las desventajas de los países fuera de la zona euro es que existe una gran probabilidad de que todo el destino entre en el overbooking. Todavía tienen una escasa capacidad en manejar las sobre ventas. El cliente que elige Turquía o Egipto, selecciona un resort determinado por su servicio e instalaciones y la oferta es reducida. Para empeorar la situación, los emisores con los que trabajan además de Europa, como Rusia por ejemplo, tampoco controlan los overbookings y no paran las ventas por lo que la situación se convierte en caos. La repetición a estos destinos en las temporadas siguientes se pone bajo interrogante, el cliente insatisfecho tardará mucho en decidirse a volver.

3.1 TURQUÍA.

3.1.1. Situación general del turismo en Turquía

Después de la crisis turística del 2006, Turquía ha tenido una recuperación muy rápida el año pasado, llegando a recibir más de 23.3 millones de llegadas de turistas extranjeros, con un boyante incremento de 17,8% anual.

Además de estos datos, se ha conseguido una muy fuerte subida de precio medio, debido en su mayoría al aumento de las llegadas de Rusia, Asia y América.

Las llegadas de la Unión Europea, que forman el grosor principal de los visitantes de Turquía han tenido un incremento no menos importante de un 12% anual, llegando a 11.4 millones.

A diferencia de Canarias, Turquía es un destino estacional, siendo el verano su temporada principal. Turquía hace todo lo posible para alargar esta época, lo que por su puesto se refleja en el aumento del número de turistas e ingresos por turismo en el 2007.

Podemos decir que Antalya junto con Istanbul son las dos áreas preferentes por los turistas en Turquía.

Llegadas e ingresos por turismo en Turquía						
	2006		2007		% diferencia anual	
	Llegadas de turistas	Ingresos por turismo (mill. \$)	Llegadas de turistas	Ingresos por turismo (mill \$)	llegadas de turistas	Producción del turismo
Enero	667.337	458	714.425	480	7,06%	4,80%
Febrero	626.565	380	787.048	434	25,61%	14,21%
Marzo	921.892	530	1.099.960	587	19,32%	10,75%
Abril	1.372.922	719	1.520.954	702	10,78%	-2,36%
Mayo	1.918.809	1.034	2.287.645	1.070	19,22%	3,48%
Junio	2.368.628	1.303	2.774.076	1.333	17,12%	2,30%
Julio	3.109.727	1.801	3.624.319	1.973	16,55%	9,55%
Agosto	2.905.817	2.313	3.384.065	2.509	16,46%	8,47%
Septiembre	2.267.146	1.764	2.799.276	2.012	23,47%	14,06%
Noviembre	1.713.916	1.161	2.152.908	1.513	25,61%	30,32%
Octubre	1.020.106	606	1.177.475	809	15,43%	33,50%
Noviembre	926.968	485	1.018.923	568	9,92%	17,11%
Diciembre	19.819.333	12.554	23.341.074	13.990	17,77%	11,44%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo. Banco Central Turco

Llegadas de turistas a Turquía por nacionalidad						
	País	2006	%	2007	%	% diferencia
1	Germany	3.762.475	19,0%	4.148.252	17,8%	10,3%
2	Russian Fed.	1.853.442	9,4%	2.465.481	10,6%	33,0%
3	United Kingdom	1.678.845	8,5%	1.916.015	8,2%	14,1%
4	Bulgaria	1.177.906	5,9%	1.239.666	5,3%	5,2%
5	Iran	865.941	4,4%	1.058.270	4,5%	22,2%
6	Netherlands	997.556	5,0%	1.053.669	4,5%	5,6%
7	France	657.859	3,3%	768.168	3,3%	16,8%
8	USA	532.419	2,7%	646.376	2,8%	21,4%
9	Georgia	549.328	2,8%	630.923	2,7%	14,9%
10	Ukraine	487.917	2,5%	593.302	2,5%	21,6%
11	Belgium	459.824	2,3%	542.716	2,3%	18,0%
12	Italy	402.568	2,0%	514.812	2,2%	27,9%
13	Israel	362.501	1,8%	511.435	2,2%	41,1%
14	Austria	429.709	2,2%	472.482	2,0%	10,0%
15	Greece	413.162	2,1%	447.950	1,9%	8,4%
16	Others	5.188.381	26,2%	6.331.557	27,1%	22,0%
	Total	19.819.833	100,0%	23.341.074	100,0%	17,8%

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo.

3.1.2. Británicos en Turquía

Los residentes de Reino Unido han aumentado casi en 10% las visitas a Turquía durante el 2007. Así mismo el ingreso por turistas británicos realizado en este país se ha incrementado en más de 16%.

Turismo Británico en Turquía				
	llegadas. Miles	% dif anual	gasto. £mill	%dif anual
2006	1.408	3,0%	625	-4,9%
2007	1.543	9,6%	729	16,6%

Fuente: ONS. MQ6 Transport Travel & Tourism

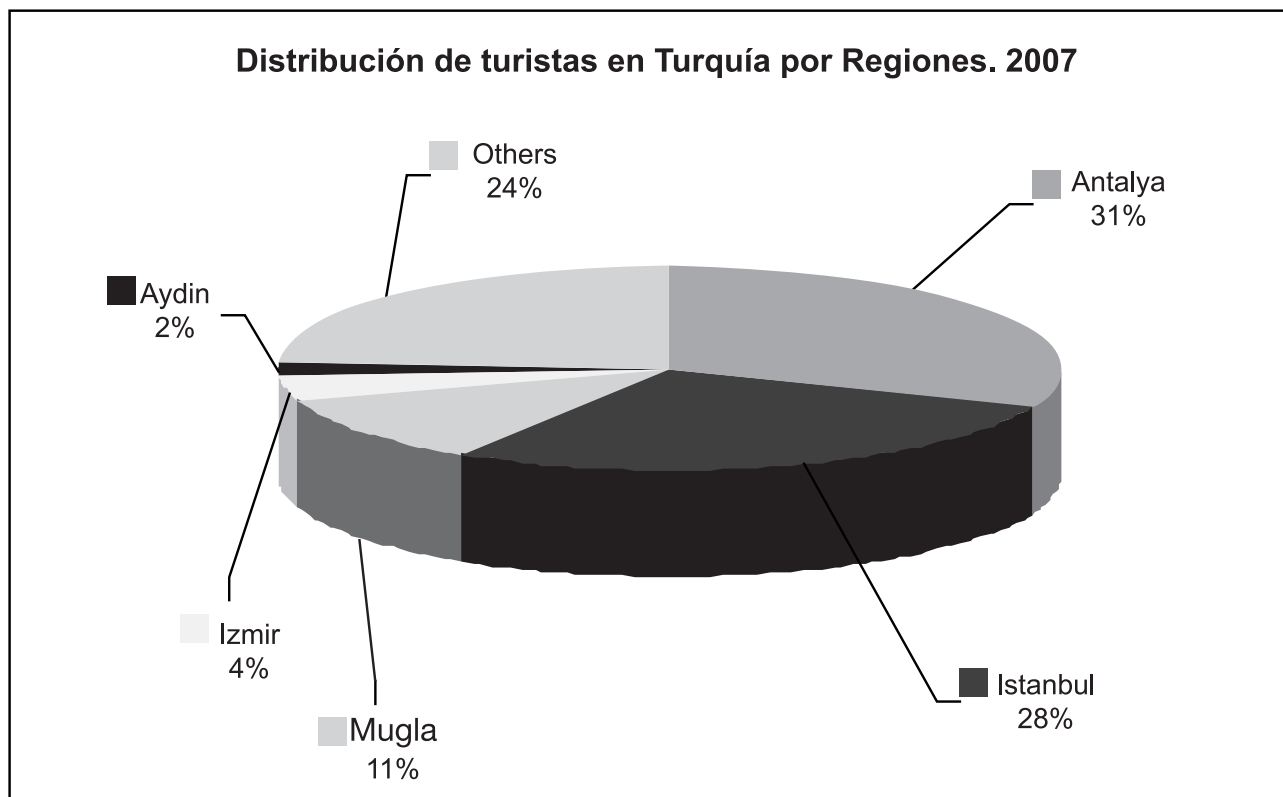
3.1.3. Previsiones para el turismo de Turquía

El Ministerio de Turismo de Turquía se anticipaba al principio del año que el crecimiento no podría ser tan fuerte en las llegadas del 2008 como en el año anterior, pero gracias a las circunstancias económicas de los países europeos, la situación de Turquía se mantiene muy favorable, ya que se beneficia de la fuerza del Euro que tanto afecta a los destinos competidores.

De acuerdo con los datos estadísticos, Turquía ha recibido 2.75 millones de turistas europeos en Mayo 2008. Esto supone una subida del 20% con respecto al año pasado y significa que la tendencia positiva seguirá durante todo el verano del 2008.

Los destinos de Turquía mediterránea se han situado como los más populares, con subidas anuales de más de un tercio.

Las cifras también muestran que el 28% de los turistas también visitan el Istambul.



Fuente: Ministerio de cultura y turismo de Turquía

Los datos recientes confirman que el PIB de Turquía ha tenido un incremento de 6,6% anual del Enero a Marzo 2008. El ministro de turismo Mr. Gunay ha expresado su deseo de aumentar las llegadas de turistas de los 23 millones que se han alcanzado en el 2007 a 25 millones de turistas para el final del 2008.

3.2 EGIPTO.

3.2.1. Situación general del turismo en Egipto

De acuerdo a los datos oficiales, y a pesar de los atentados del 2006 Egipto permanece como uno de los destinos favoritos, las llegadas extranjeras durante el año 2007 han llegado a un total de 9.2 millones de turistas, con un incremento anual del 8%, lo que representa el mayor crecimiento desde el 2004. El sector turístico de Egipto, donde el cliente principal es de la eurozona y Reino Unido se ve beneficiado por la debilidad de la libra egipcia frente al Euro.

Egipto está realizando importantes mejoras en su infraestructura, apostando fuertemente por las mejoras en el sistema de transporte. Además, desde el 2006 se han construido 15.000 nuevas camas hoteleras con una clara apuesta por la calidad.

3.2.2. Británicos en Egipto

En cuanto a las nacionalidades el cliente Británico es uno de los más importantes para el Egipto tras Italianos, Alemanes y Rusos. A pesar de que los números generales de llegadas a Egipto han sido favorables el año pasado, el turismo desde Reino Unido ha sufrido una notable recesión, es que tarda más en recuperarse tras cualquier tipo de distorsión, sin embargo los ingresos por turismo británico se han reducido bastante menos de lo esperado.

Turismo Británico en Egipto					
	<i>llegadas. Miles</i>	<i>% dif anual</i>	<i>gasto. £mill</i>	<i>%dif anual</i>	
2006	694	23,0%	342	23,5%	
2007	529	-23,8%	323	-5,6%	

Fuente: ONS MQ6 Transport Travel & Tourism

3.2.3. Previsiones para el turismo en Egipto

La situación económica del Egipto se ve muy optimista, el crecimiento durante el 2008 se prevé muy parecido al de año pasado. Egipto se considera el país de la zona más estable económicamente.

En cuanto a las llegadas de turistas extranjeros se esperaba una ligera recesión en el crecimiento debido a las condiciones económicas en los mercados principales de la eurozona y en UK, sin embargo, igual que ha pasado con Turquía, Egipto se beneficia de la debilidad de su moneda frente al Euro y Libra y presenta este verano 2008 incrementos aún mayores de lo esperado con un 20% más de turistas que el año pasado.

El gobierno egipcio espera recibir 14 millones de visitas por año para el 2011. El World Travel and Tourism Council estima que el turismo en Egipto aumentará un 6% por año durante la próxima década.

3.3 FLORIDA.

3.3.1. Situación general del turismo en Florida

El turismo de Florida ha presentado resultados muy positivos el año 2007. Un año caracterizado por no tener huracanes, no tener las fuertes fluctuaciones en el precio de combustible, por lo que más turistas internacionales han contribuido en la expansión de la industria. Resorts, parques temáticos y otras atracciones que se localizan a lo largo de Florida central han contribuido en el incremento de la ocupación y del número de turistas, mayormente en la segunda mitad del año. Los ingresos por turismo de la costa del golfo de Mississippi han alcanzado los números anteriores al huracán Katrina gracias a las reaperturas y a los nuevos casinos. La recuperación de Nueva Orleans, sin embargo, será más lenta.

a.-Florida es el líder en los parques temáticos

Florida arrebató el título al destino turístico número uno de Estados Unidos a California de acuerdo a los últimos datos oficiales. El ingreso por turismo ha registrado en el 2007 un aumento anual de 2,8%. La asistencia a los numerosos parques temáticos con la que cuenta el destino ha sobrepasado con creces las expectativas, así mismo la industria de cruceros también ha tenido un nivel de reservas muy fuerte. Los hoteles del sur de Florida han registrado impresionantes ganancias en la segunda mitad del año, que ha tenido el segundo verano sin huracanes. Las ocupaciones de los hoteles de Miami y Florida Keys ha registrado subidas de 2 dígitos de acuerdo con el informe oficial de Turismo de la zona.

b.-El turismo vuelve a Nueva Orleans

El turismo de Luisiana ha recibido 22,2 millones de visitantes, 4 millones más que en el 2006 debido a los numerosos festivales de música que se han organizado en esta región. Además, el Harrah's New Orleans, el casino más grande de la ciudad ha tenido el mejor año. La industria de turismo ha alcanzado 2/3 del tráfico anterior al huracán Katrina.

El segmento de convenciones se ha cerrado en el 2007 con 19 grandes eventos que han traído 110.663 personas, lo que todavía no llega a los niveles anteriores al huracán según el Convention Bureau.

Los beneficios brutos de los casinos de la costa de Golfo de Mississippi ya han podido alcanzar los niveles anteriores al huracán gracias a las reaperturas y a los nuevos casinos.

3.3.2. Previsiones para el turismo en Florida

Las previsiones para el 2008/09 se caracterizan por dos tendencias. Por una parte el turismo doméstico será limitado a causa de la reducción en la capacidad de gasto. Los americanos preferirán no tener grandes desplazamientos, y por otro, el auge del turismo internacional que se prevé muy fuerte.

Muchos expertos coinciden que mientras el dólar se mantiene débil, el turismo internacional de Florida en el 2008 va a alcanzar grandes beneficios. Los turistas extranjeros se acogerán a esta ventaja para visitar los estados más soleados. Hay que mencionar que el turista extranjero tiene una estancia y gasto mayor al del visitante local.

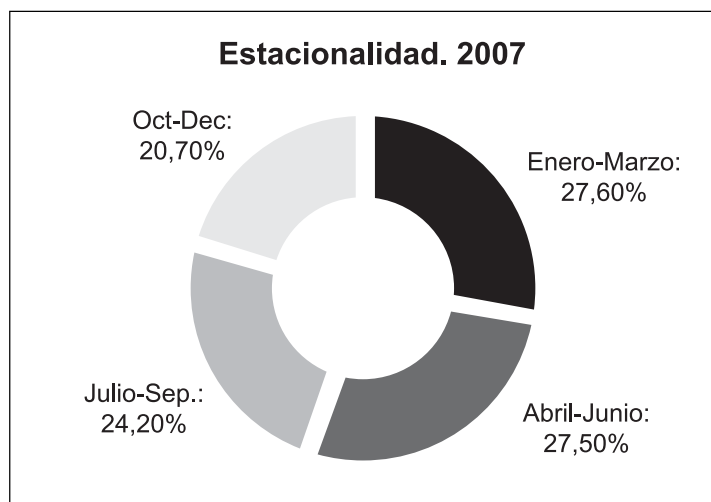
3.3.3. Turismo de Florida en números.

Datos oficiales del ministerio de Turismo de Florida.

Número de Turistas años anteriores. En millones de turistas				
año	domésticos	Extranjeros (excepto Canada)	Canadienses	Total
2006	77,6	4,1	2,1	83,9
2007	77,3	4,7	2,5	84,5

Gasto turístico	
2006	\$65,0 billón
2007	\$65,5 billón

Principales mercados internacionales número de visitantes	
Canada	2,1 millones
Reino Unido	1,3 millones
Sudamérica	883.000
Alemania	206.000
Japón	70.000
Austria	51.000



Fuente: Ministerio de cultura y turismo de Florida

3.4 CABO VERDE.

Como alternativa al destino tan conocido como Canarias ha surgido un nuevo competidor, El Cabo Verde, que se promociona como "nuevas Caribes" ya que las islas tienen todavía numerosas playas vírgenes de arena dorada.

3.4.1. Ventajas competitivas de Cabo Verde

Las ventajas competitivas de Cabo Verde se pueden resumir en los siguientes puntos:

- El sol garantizado
- 6 horas de vuelo desde UK
- Diferencia horaria solo de 1 hora
- No necesidad de vacunas
- Precios muy competitivos

El turismo de Cabo Verde apuesta por el turismo de salud y tratamientos de belleza ya incluidos en el precio de paquete. Además, otro de los puntos fuertes son los deportes acuáticos. Cabo Verde cuenta con las condiciones muy favorables para windsurfing, submarinismo, pesca deportiva.

Hay que mencionar que aunque las condiciones climáticas y del agua son ideales, la infraestructura no está todavía desarrollada. El submarinismo tiene un potencial espectacular ya que la corriente que tienen no es fría como en Canarias, por lo que tienen aún más variedad de peces y sobre todo son famosas las tortugas de una especie en extinción que pueden verse poniendo huevos en la playa de Sal.

Aparte de las playas Cabo Verde ofrece cultura local en un entorno espectacular, varias islas son de origen volcánico y en el Fogo se puede practicar senderismo bajando al cráter del vulcano activo. La última erupción volcánica ha sido hace más de 200 años, y en las zonas fértiles se cultivan café y hay viñedos.

3.4.2. Handicaps de Cabo Verde

El handicap principal de Cabo Verde a día de hoy es el escaso desarrollo de la infraestructura. De hecho se advierte a los turistas de que no se puede viajar a Cabo Verde con la misma mentalidad que a Canarias, ya que se trata de las islas dónde la infraestructura turística está en proceso inicial de desarrollo.

A pesar de este hándicap varias cadenas hoteleras internacionales apuestan fuertemente por este destino. La cadena Hilton ha informado que en diciembre de 2010 abrirá su primer hotel de lujo en Cabo Verde en la isla de Sal, en lo que la entidad entiende "será el primer hotel de verdadero lujo en el Archipiélago".

Por todo lo anteriormente expuesto podemos asegurar que Cabo Verde es un potencial competidor muy fuerte para Canarias.

4.- Tendencias

4.1 Cruceros.

Una de las tendencias más notables del 2008 además de los destinos fuera de la zona euro son los cruceros. De acuerdo con los números recientemente publicados por Passenger Shipping Association (PSA), la asociación británica de empresas de cruceros, el número de británicos que elige "Vacaciones A Bordo" está batiendo todos los récords.

1,33 millones de británicos hicieron crucero en el 2007 y se prevé que para el 2012 el número alcanzará a los 2 millones.

El Reino Unido lidera el mercado europeo de cruceros y se encuentra en el segundo lugar a nivel mundial tras Estados Unidos que cuenta con más de 10 millones de reservas en el 2007. Alemania se encuentra en el tercer lugar, con alrededor de 780.000 reservas.

Cabe destacar que hay 44 nuevos barcos de cruceros bajo encargo hasta el 2012 con el coste de más de 12 billones de libras esterlinas. Estos nuevos barcos son desde "super liners" hasta los más pequeños, con un ambiente íntimo de un hotel de 5 estrellas de gran lujo. De esta forma se consigue diversificar la oferta adaptándose a diferentes necesidades. Con esta variedad se ha conseguido bajar la edad media de los cruceristas. Las "Vacaciones a Bordo" empiezan a atraer a la clientela totalmente nueva, desde las familias hasta los amantes de lujosos spas o aventuras.

En cuanto a los resultados del 2007 podemos destacar lo siguiente:

- Los pasajeros de ultra lujosos cruceros que gastan más de 350 libras esterlinas por día, han aumentado 12% en el 2007 llegando a alcanzar casi 22.000 personas. El incremento se debe en su mayoría a los cruceros en invierno.
- El nicho de Cruceros muy especializados crece en popularidad, como por ejemplo por los fiordos de Chile o cruceros culturales por los ríos en China, Perú y Rusia, así como expediciones a la Antártida. Los cruceros por Alaska han aumentado un 9% en el 2007. Ahora mismo hay mucho más variedad en este segmento de cruceros con 17 líneas que ofrecen este tipo de itinerarios.
- Las salidas y los atraques en el Reino Unido han batido todos los records. Hay 52 líneas de cruceros que incluyen puertos de Reino Unido en el itinerario en el 2007. Según los datos publicados 591.000 pasajeros han salido de crucero desde los puertos de Reino Unido. Es decir existe la tendencia a la vuelta del crucero clásico sin vuelo previo.

El reciente estudio también muestra que los cruceros que empiezan y terminan en Gran Bretaña han aumentado un 48% desde el 2004, comparado con un 22% de incremento para aquellos que empiezan con un vuelo. Esta tendencia continuará durante el 2008, ya que muchas compañías introducen nuevos barcos y rutas con salida desde los puertos británicos.

Aquí los super buques juegan un papel muy importante. No todos los puertos podrán recibir los barcos de esta envergadura. Hay que destacar que Las Palmas de Gran Canaria cuenta con el puerto más grande de Canarias con todas las instalaciones y servicios preparados para este tipo de cruceros.

Los usuarios de los cruceros también están cambiando. La edad media de los británicos que cogen un crucero ha bajado a 53 años en el 2007 desde 55 años que se mantenía en la década anterior. Uno de cada catorce británicos que sale de vacaciones organizadas lo hizo en un crucero en el 2007 mientras que en el 1998, han sido uno de cada 29.

Así mismo cabe destacar que hay un alto nivel de repetidores, el 51% de los cruceristas lo hace una vez al año y el 28% más de una. Sin embargo el 38% de los pasajeros del 2007 han elegido "vacaciones a bordo" por primera vez.

4.2 Vacaciones familiares.

Una de las preocupaciones de los británicos cuando se habla de vacaciones familiares en España es el coste elevado para vacaciones uniparentales, ya que en muchos casos se fuerza a pagar el precio del adulto para el niño, cuando viaja con solo un adulto.

Hay que tener en cuenta que las familias uniparentales son un 25% de todas las familias británicas, las madres solteras reciben muchas ayudas gubernamentales.

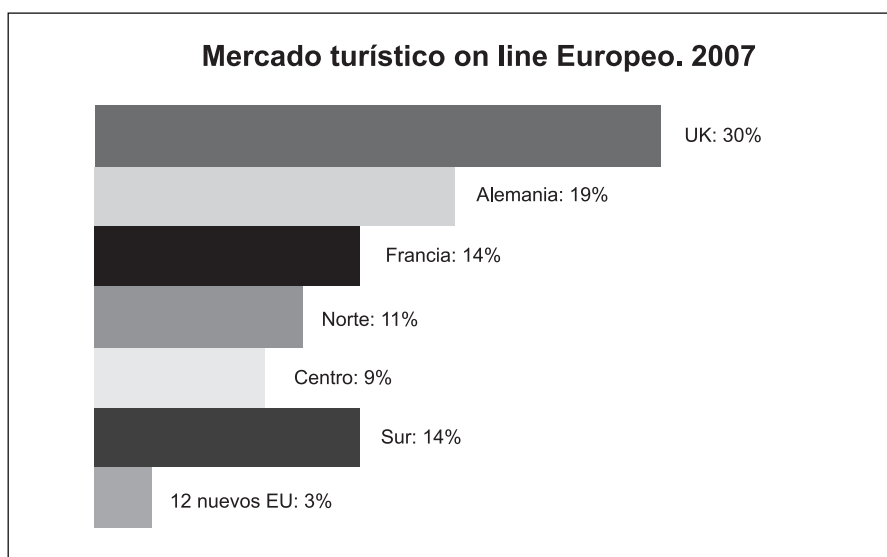
Una de las tendencias de éxito que se introduce poco a poco en España es el descuento especial para 1+1, sobre todo para hoteles familiares y hay ya algunos establecimientos hoteleros que lo ofrecen en Gran Canaria.

Por otro lado empiezan a proliferar los touroperadores especializados en familias unipersonales como por ejemplo singleparenttravel.net; holidayswithkind.com o singleparentholidaysaver.com

Otra de las novedades que se empieza a introducir en España es la Tarjeta "The Kinds Eat Free" que ahora cubrirá Costa Dorada, Mallorca y Lanzarote. La tarjeta, que se comercializa por Connect-Worldwide cuesta 10 libras y permite que los niños coman gratis cuando vayan acompañados por los adultos en una serie de restaurantes establecidos. La tarjeta española está ya vigente en Costa Dorada con 30 restaurantes cerca de PortAventura. Pronto se lanzará también en Lanzarote con 30 restaurantes y en Mallorca tendrá 100 establecimientos. La tarjeta se venderá junto con las entradas para las diferentes atracciones turísticas.

4.3 Internet

En Europa las ventas turísticas on line han incrementado 24% desde 2006 al 2007 y han alcanzado las 49,4 billones de €, lo que equivale a un 19,4% de todo el mercado. Así mismo se espera un aumento de un 18% más para el año 2008.

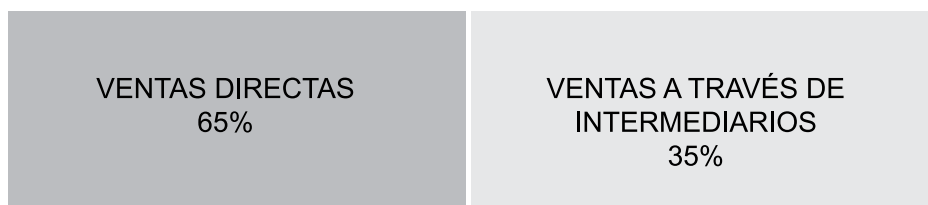


Las ventas directas representan un 65% mientras que las ventas a través de intermediarios son de 35%.

En cuanto a los servicios contratados. Hay que decir que las ventas de billetes aéreos representan un 57%, mientras que del alojamiento, ya sea hotel u otro, es un 17% del total de las ventas.

Dentro de los billetes aéreos cabe destacar que un 25% es de las líneas de bajo coste.

Ventas del mercado turístico on line 2007 Por canal de distribución



Fuente: Estudio PhocusWright. 2007

Reino Unido continúa siendo el mercado on line más importante de Europa con unos 13,6 billones de euros, lo que engloba el 30% de todo el mercado turístico on line europeo en el 2007.

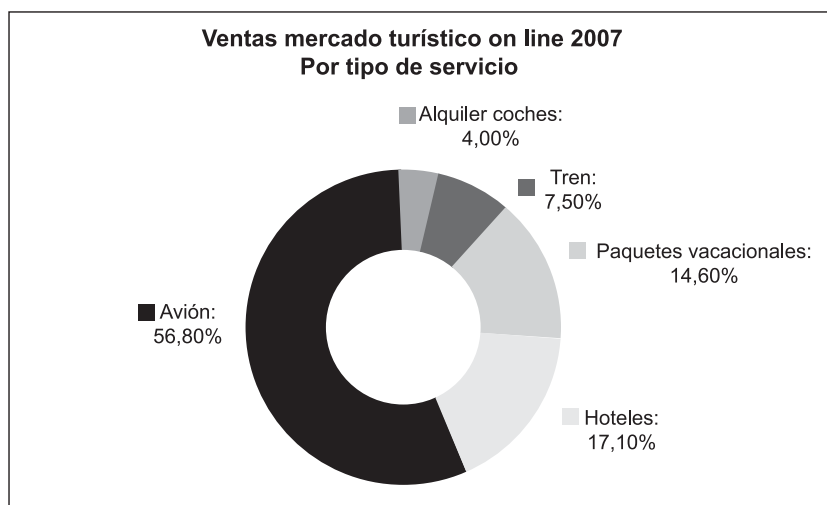
Para finales del 2008 este canal de distribución podría alcanzar un 48% de todo el mercado turístico británico.

El mercado turístico on line de Reino Unido suele seguir las tendencias de EEUU. Una de las herramientas más actuales que varias empresas y touroperadores especializados están adaptado para luchar con los grandes gigantes como Orbitz, Expeida, Travelocity y Yahoo.es es intentar vender experiencias.

Después de liderar durante la década el mercado turístico europeo reservando simplemente avión, hotel y coche, en estos momentos los británicos están dispuestos a hacer un paso más y lo que requieren son experiencias.

Las nuevas páginas intentan ofrecer las vivencias que los viajeros cuelgan directamente, más que las opiniones de los profesionales.

En estos momentos, Tripwiser es el boletín de vacaciones más desarrollado donde se puede colgar itinerarios para ayudar a otros ha empezar a planificar sus vacaciones idílicas. TVTrip a su vez, ofrece video tours por hoteles y Dopplr permite a la gente que viaja por negocios con frecuencia tras introducir el itinerario de su viaje a saber si algún otro amigo va a estar en la misma ciudad al mismo tiempo.



Fuente: Estudio PhocusWright. 2007

Bibliografía.

- IET: Instituto de Estudios Turísticos, Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) Invierno 2007-2008, Año 2007
- ISTAC: Instituto Canario de Estadística, Estadísticas 2007 / 2008,
- CAA / ATOL: Civil Aviation Authority – International Air Passenger Traffic to and from UK airports 2007 / 2008
- PSA, Passenger shipping association- Annual Cruise Report 2007.
- Office for National Statistics Government of the United Kingdom
- PhoCusWright Reserch : Top five online travel markets in Europe
- Bank of England: www.bankofengland.co.uk
- ONS: MO6 Transport Travel & Tourism – Overseas Travel and Tourism
- ETC: European Travel Comision – New media review 2006. Markets by country. UK
- Mintel: Holiday Review
- Ministry of Culture and Tourism of Turkey
- Egypt Tourism Industry SWOT
- Ministry of Tourism of Florida
- MarketResearch- Egipt tourism Report Q2 2008, Turkey tourism Report Q2 2008
- ABTA: Association of British Travel Agents: www.abta.co.uk
- AITO: Association of Independent Tour Operators: www.aito.co.uk
- Las noticias lanzadas por los touroperadores
- Las páginas web de aeropuertos de Reino Unido y líneas aéreas
- Revistas y Prensa Especializada
 - Travel Weekly (semanal y diaria on line)
 - Travel Trade Gazette UK and Ireland (semanal)
 - Sunday Times (semanal y diaria on line)
 - Hotelmarketing.com (diaria on-line)
 - Daily Express (diaria on-line)
 - E-tid (diaria on-line)
 - Travelmole (diaria on-line)