

World Travel Market

Patronato de Turismo de Gran Canaria
Dossier 2017



ÍNDICE

	Página
1. Situación económica del Reino Unido	3
2. Situación del sector turístico emisor británico	5
3. Competidores	11
4. Operadores	13
5. Líneas Aéreas	14
6. Tendencias del mercado	15
7. Situación del sector turístico británico en Gran Canaria	17
8. Situación del mercado británico en Gran Canaria y Canarias	22
9. Conectividad aérea	25
9.1 Pasajeros británicos a Gran Canaria por aeropuertos	25
9.2 Pasajeros británicos a Gran Canaria por compañía	26
9.3 Conectividad aérea Gran Canaria – Reino Unido y novedades	27

1. Situación económica del Reino Unido

Crecimiento PIB 2017

Anual: 1,5%
 2018: 1,4%
 Crecimiento desde la crisis: 7,3%

Empleo 2017

Desempleo: 4,3%
 Crecimiento salarial: 2,1%
 Empleo: 0,6%

Otros indicadores 2017

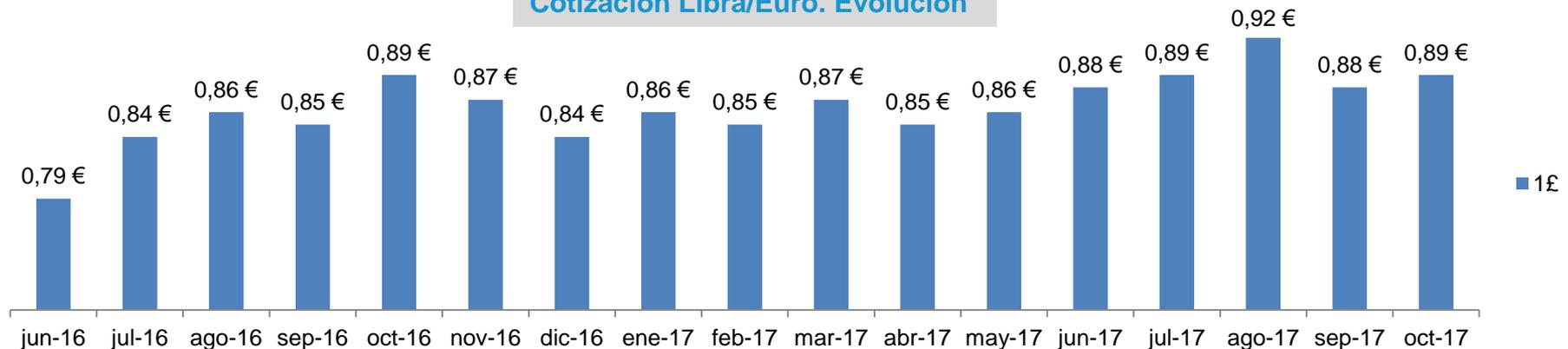
Inflación: 3%
 Tasa de Interés: 0,25%

Fuente: pwc UK / ONS – oct 2017

PREVISIONES ECONÓMICAS	Crecimiento del PIB real			Inflación			Balanza por cuenta corriente (% PIB)			Desempleo		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Zona Euro	1,8	1,7	1,8	0,2	1,6	1,3	3,4	3	2,9	10	9,4	8,9
Reino Unido	1,8	1,8	1,3	0,7	2,6	2,6	-4,4	-3,9	-3,2	4,8	5,0	5,4

Fuente: Comisión Europea– Spring 2017 Economic Forecast

Cotización Libra/Euro. Evolución



Fuente: Eurostat. Comisión Europea, ONS

La economía británica

La economía británica ha tenido un crecimiento estable en 2016, manteniendo su segunda posición entre las economías del G7. El ingreso familiar permanece en una buena posición, con un nivel de desempleo actual del 4,3%, el más bajo de Europa. Sin embargo, en 2017 el crecimiento se ralentiza respecto a las previsiones iniciales. Los sueldos siguen creciendo, pero en menor medida que la inflación. Esto es debido a la depreciación de la libra, que podría afectar a los ingresos disponibles y por tanto al gasto. El Reino Unido tendrá que buscar nuevos mecanismos para equilibrar la balanza del déficit, que hasta ahora se sustentaba con la fuerte inversión extranjera. También hay incertidumbre sobre el empleo, el precio de la vivienda y los costes de productos básicos, lo que podría afectar al gasto total en el turismo. Aunque existe la posibilidad de que los británicos reduzcan el número de vacaciones al año, sin duda seguirán viajando, ya que las vacaciones de sol y playa se consideran esenciales y forman parte de su cultura.

Brexit y turismo

El Brexit afectará tanto al sector turístico europeo como el británico. Nos enfrentamos a un periodo de incertidumbre. El impacto inmediato fue la caída de la libra frente al euro a sus valores más bajos en los últimos tres años, con el consecuente efecto negativo sobre los valores en la bolsa de varias líneas aéreas. Aunque el turismo receptor presenta un fuerte incremento, el turismo emisor se irá debilitando ligeramente. El “WTTC” pronostica un descenso de 3% en los próximos años. En cuanto a la legislación, la prioridad es mantener su “Freedom right”, el derecho a sobrevolar el espacio aéreo europeo. De momento, el consumidor británico se mantiene resistente a la incertidumbre. A corto plazo, se ha registrado un incremento en los viajes de corta distancia, probablemente por la debilidad de la libra, el gasto se mantiene estable. A medio plazo, la confianza del consumidor dependerá sobre todo, de la subida de la inflación, que podría afectar los ingresos disponibles, con el potencial descenso en las salidas al extranjero a largo plazo. El éxito de las líneas aéreas dependerá de una acertada elección de rutas, así como a la solución de numerosas cuestiones como: Protección del consumidor, protección de datos o emisiones a la atmósfera, dentro de un conjunto de múltiples normativas.

Reclamaciones fraudulentas

Se ha conseguido un importante avance en atajar las reclamaciones por falsas intoxicaciones gástricas, que se han multiplicado en los últimos años, afectando tanto a los operadores británicos, como a los hoteleros españoles, principalmente de Canarias y Baleares. Tras la intervención de los ministros del Reino Unido y de España, se han anunciado importantes medidas de represión con posibles cargos criminales, con el objetivo de expulsar a las redes de bufetes de reclamaciones fraudulentas del sector turístico británico. Los primeros juicios se han celebrado en Julio, con el resultado de considerables multas a pagar por los reclamantes y hasta pena de cárcel.

2. Situación del sector turístico emisor británico

2016	Total Mundo	% variación	Europa	% variación	América del Norte	% variación	Otros Países	% variación
Visitas al extranjero (turistas .000)	70.815	7,75%	56.320	8,85%	4.133	5,65%	10.362	2,95%
Noches en el extranjero (.000)	730.633	7,08%	455.008	9,19%	56.499	0,73%	219.126	4,56%
Gasto en el extranjero (m.£)	43.771	12,15%	27.289	12,72%	5.323	8,10%	11.160	12,80%

MESES	Visitas (.000)	% var interanual	Gasto (£ m.)	% var interanual
Noviembre	4.340	9%	2.889	22%
Diciembre	3.936	7%	2.177	10%
Enero	4.840	13%	2.665	7%
Febrero	4.371	2%	2.854	11%
Marzo	4.870	10%	3.076	16%
TOTAL INVIERNO	22.357	8,24%	13.661	3,27%
Abril	6.140	2%	3.480	1%
Mayo	5.780	-5%	3.210	-8%
Junio	7.170	4%	4.560	15%
TOTAL ENERO-JUNIO 2017	33.171	3,68%	19.845	6,62%

Situación del sector turístico emisor británico. Reservas realizadas en 2017 para 2017-2018



24,65

Millones de británicos han tenido o planifican tener vacaciones en el extranjero



10,2

Millones de británicos han gastado o planifican gastar más en las vacaciones en el extranjero



75%

Optan por paquetes vacacionales

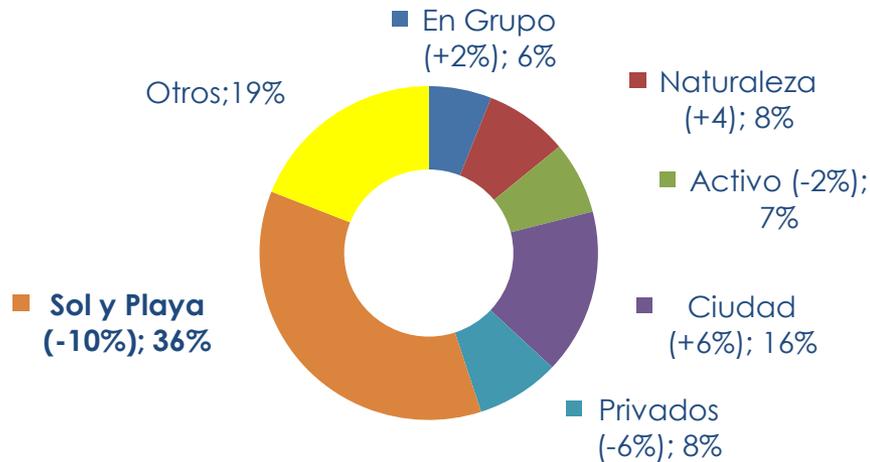


65%

Planifican pasar sus vacaciones en Europa el año que viene

Situación del sector turístico emisor británico. Reservas realizadas en 2017 para 2017-2018

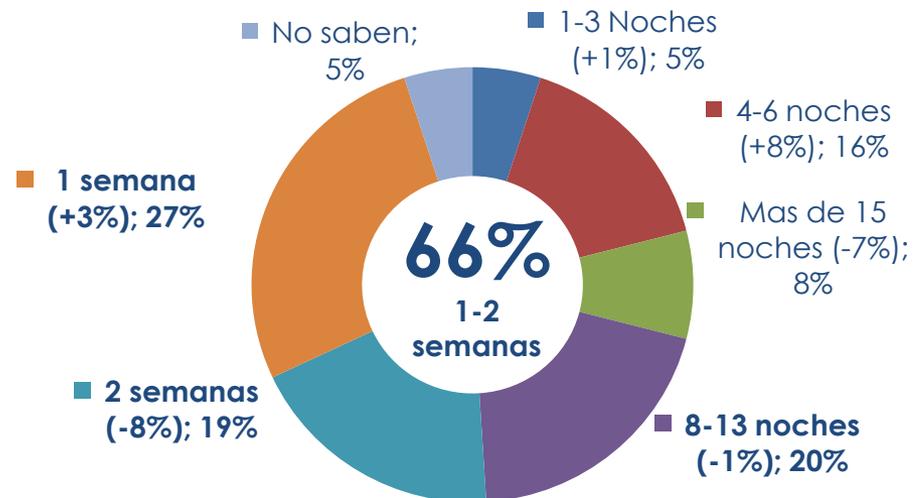
TIPO DE VACACIONES



Aumenta el número de escapadas cortas, principalmente a ciudades europeas.

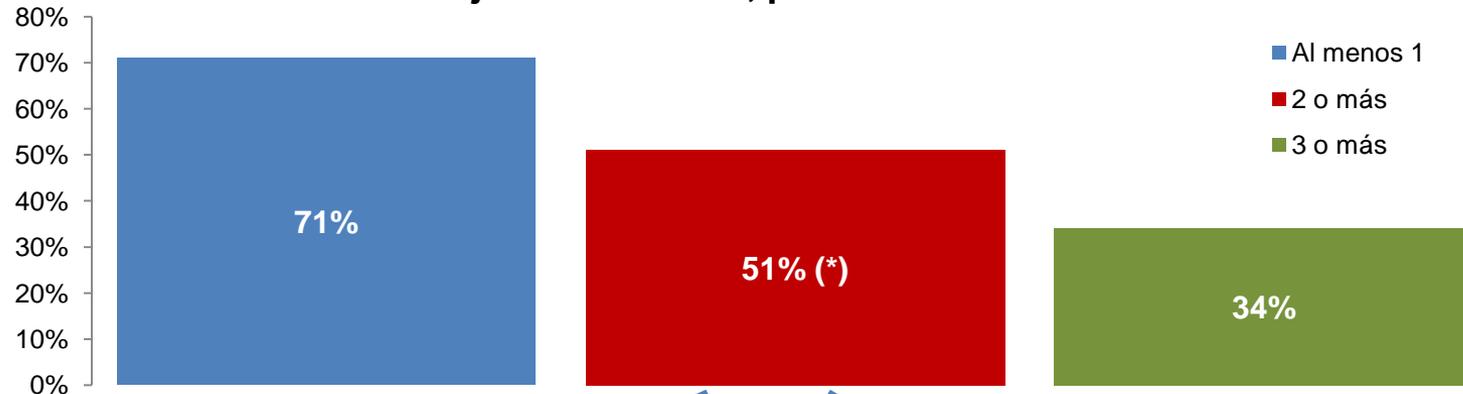
Las vacaciones de sol y playa se mantienen como la opción preferente para las vacaciones principales del año, que se disfrutan en verano durante 1-2 semanas.

DURACIÓN DE VACACIONES

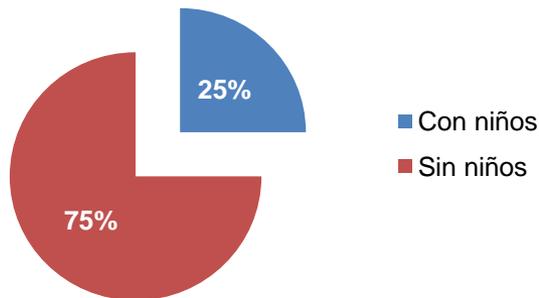


Situación del sector turístico emisor británico. Reservas realizadas en 2017 para 2017-2018

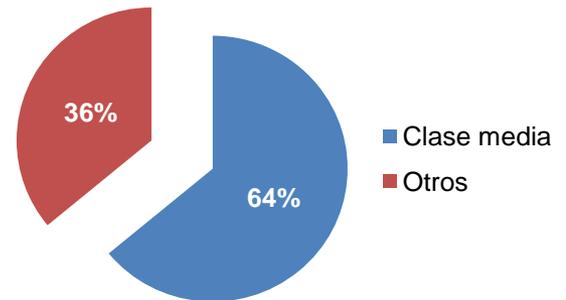
Porcentaje de británicos, por número de vacaciones al año



¿Viajan con o sin niños?



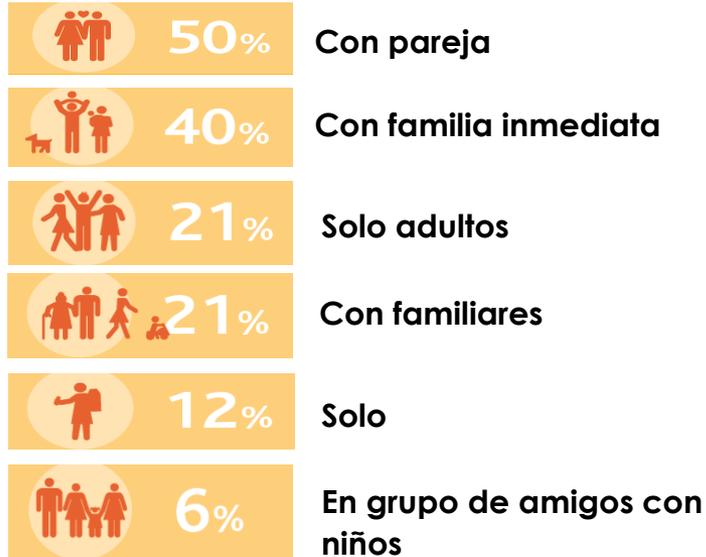
Por escala social



*Los dos últimos gráficos corresponden al segmento de turistas que realizan 2 o mas viajes vacacionales

Situación del sector turístico emisor británico. Reservas 2017-2018

¿Con quién viajan?



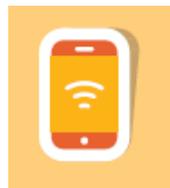
¿Cómo reservan?



Reservas on-line



Reservas realizadas por el teléfono móvil, por edad



	Media	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
2017	20%	37%	35%	26%	16%	6%	4%
2016	13%	19%	27%	19%	6%	0%	1%

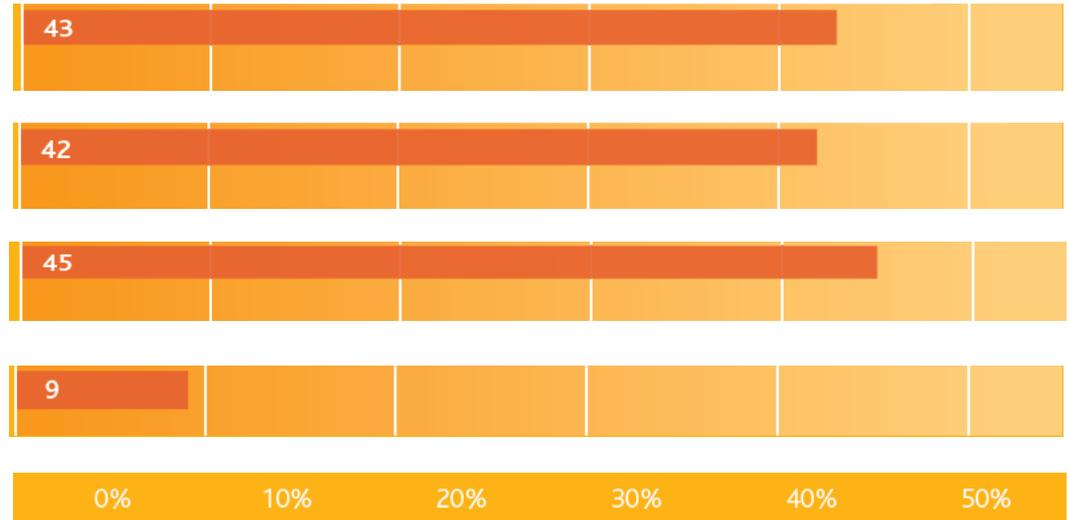
Situación del sector turístico emisor británico. Reservas 2017-2018

¿Con quién ha reservado?

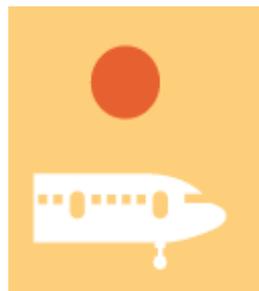


Vacaciones en el extranjero

-  **Directamente con el proveedor**
(ej. aerolínea/hotel)
-  **A través de una web turística general**
(ej. opodo/booking.com)
-  **A través de una empresa turística o un agente**
-  **A través de una web de alojamiento compartido**
(ej. airbnb, owners direct)

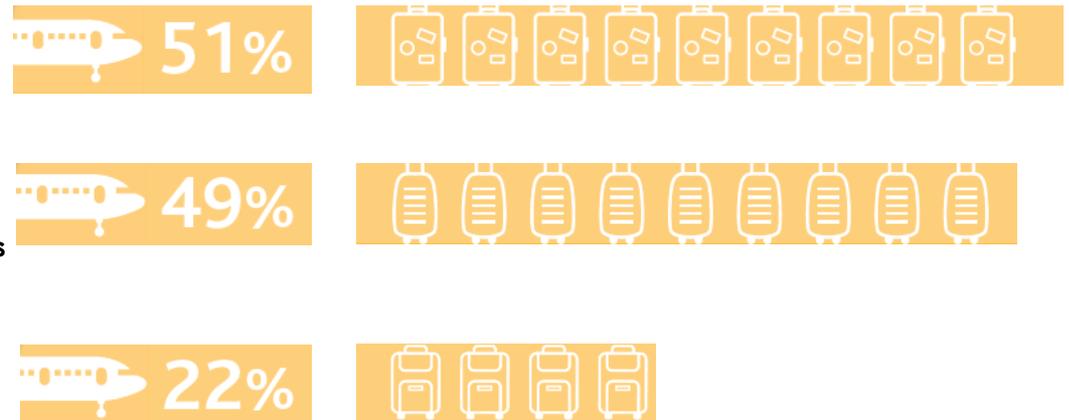


¿Qué se ha reservado?



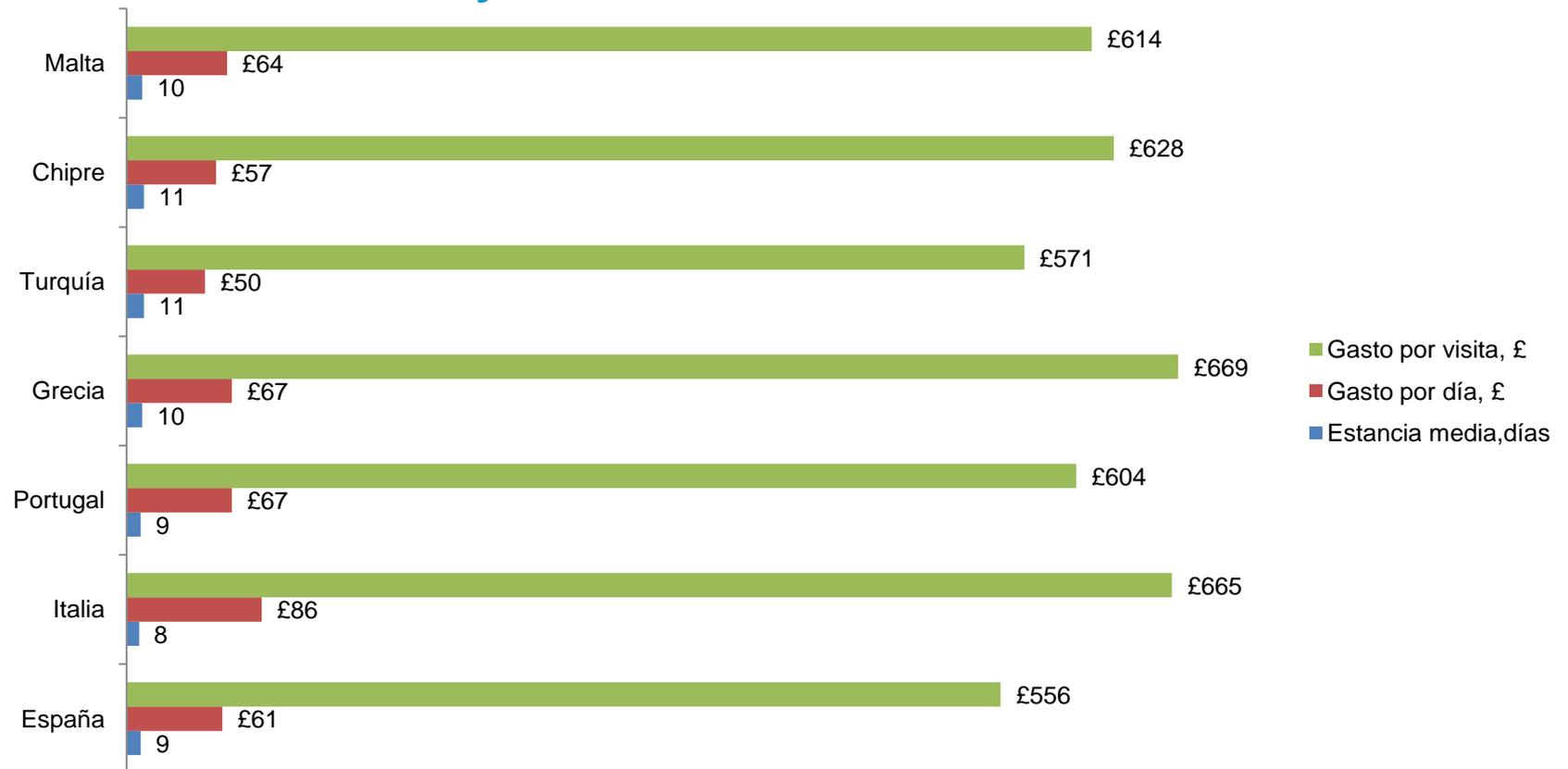
Vacaciones en el extranjero

-  **Paquete vacacional que incluye transporte y alojamiento**
-  **Vacaciones donde ha reservado el transporte y alojamiento con empresas diferentes**
-  **Vacaciones donde ha reservado solo el alojamiento o el transporte**



3. Competidores.

Reino Unido. Estancia y Gasto medio por destinos europeos y Norte de África. 2016

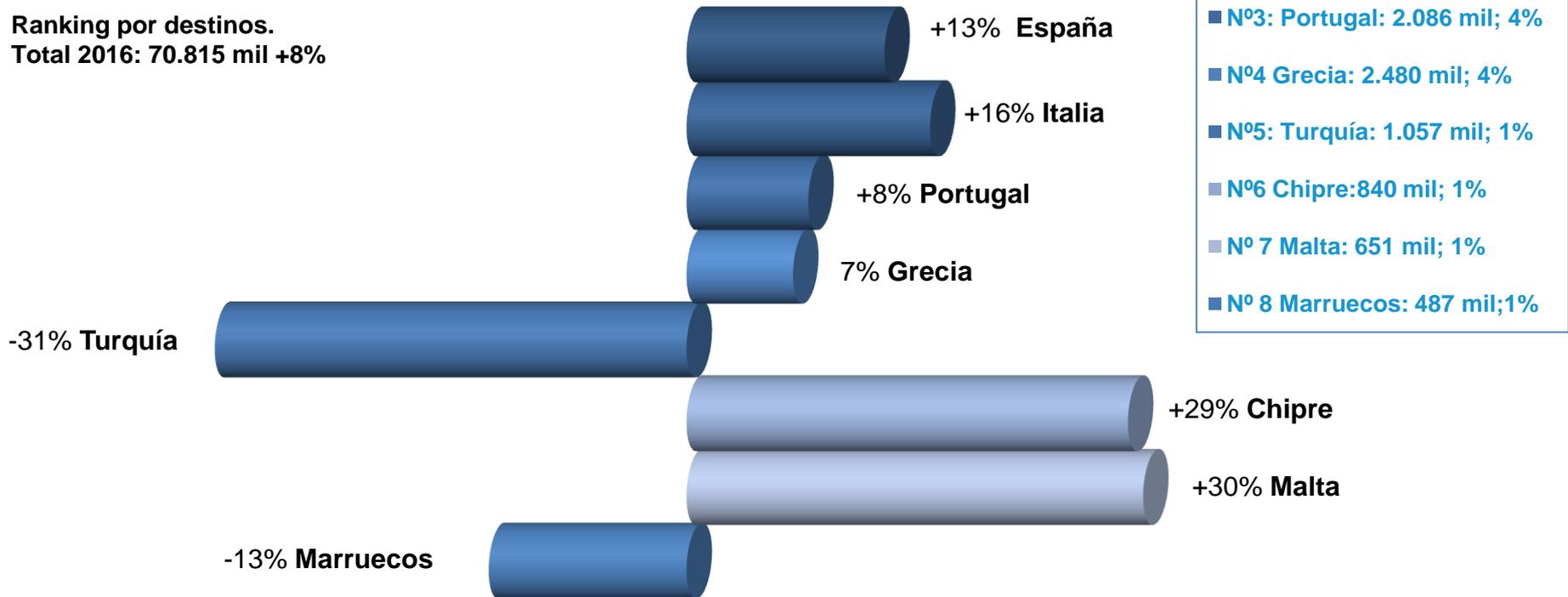


Fuente: ONS.

Competidores 2016. Var % de pasajeros desde el Reino Unido.

**% de Variación de pasajeros desde el Reino Unido.
Destinos Europeos y Norte de África. 2016**

Ranking por destinos.
Total 2016: 70.815 mil +8%



4. Operadores



- Aumenta el volumen de clientes desde el Reino Unido en 8%
- Crecimiento en las reservas de distancias largas.
- Fuerte crecimiento en sus hoteles de marca propia y los cruceros.
- Mantiene el objetivo de incrementar los beneficios anuales en 10%.
- Cambio de marca de Thomson y Falcon por TUI



- 4º año consecutivo mejorando los resultados en el Reino Unido.
- Mejora en los márgenes como resultado de una completa reestructuración.
- Simplificación de las marcas, racionalización de la red de agencias, desarrollo de la web y mejora del producto diferenciador.
- Aumenta la venta de vacaciones a los hoteles de marca propia.
- Aumento del precio medio de venta.
- Mayor eficiencia en la distribución debido a los avances en su plataforma online.



- Fuerte demanda para JET2Holidays, con un incremento del 42% interanual.
- Aumento de la demanda del paquete vacacional, aumenta su precio medio.
- Apertura de bases en Stansted y Birmingham con 58 nuevas rutas hacia el Mediterráneo y Canarias.
- Abanico de oportunidades para atraer clientes del Norte y Este de Londres y del Este de Inglaterra.

5. Líneas aéreas



73m

- Pasajeros +6,6%, Capacidad+6,5%, Beneficios +20%
- Load factor 91,6%
- En búsqueda de inversiones en la Europa continental, con intentos diversos en marcha (Alitalia, Air Berlin...), dentro de una estrategia para contrarrestar los efectos de Brexit.
- Beneficios:495 millones de libras (-27% sobre el año anterior).



120m

- Aumento de los beneficios del 6% y afianza su liderazgo
- Aumenta el tráfico un 13%, aunque los precios medios han caído en 13%.
- 206 nuevas rutas y abre 10 nuevas bases, pero no apuesta por el Reino Unido.
- Ryanair.com se convierte en la página web líder entre las aerolíneas.



30m

- Está reestructurando sus rutas con mayor enfoque en los márgenes.
- Gran apuesta por los vuelos transatlánticos de bajo coste.



+100m

- BA + Iberia Express + Vueling + Aerlingus
- Lanza "Level", su línea de vuelos de distancia larga de bajo coste.
- BA añade Stansted y Manchester entre sus bases e incrementan destinos vacacionales en su portfolio.



- Cancela toda actividad en octubre 2017, con 110.000 clientes de vacaciones y 330.000 reservas realizadas.
- El Gobierno Británico decide repatriar a todos los clientes, tanto los que hayan viajado con un paquete vacacional (protegidos por CAA-ATOL), como en opción de sólo vuelo.
- 2.000 empleados se quedan sin trabajo. EasyJet anuncia la contratación de un porcentaje elevado de pilotos.
- Suben los precios de los vuelos, como consecuencia de la reducción de plazas disponibles y la necesidad de volver a hacer las reservas por un gran número de clientes.
- JET2 aumenta slots.

6. Tendencias del mercado

Los precios de las vacaciones, respecto a 2016, se han incrementado alrededor del 5%

El incremento de las salidas de vacaciones se concentra en los viajes de distancias cortas y viajes en familia

Reservas en opción de desayuno y media pensión presentan mayor crecimiento, gracias al incremento de las escapadas cortas

La opción de 7 noches se mantiene como la más popular

Mayo y junio son los meses que presentan un mayor incremento

Las vacaciones de sol y playa siguen siendo la opción principal, pese a que la incertidumbre haya afectado a las reservas anticipadas

6. Tendencias del mercado

Aumento de la tendencia del consumidor británico en la utilización del servicio “One Touch Service”

Busca participar en actividades locales propias del destino y descubrir su cultura, tradición y gastronomía

Détox tecnológico cada vez más buscado

Tendencia a priorizar servicios como: Una cama cómoda, servicio impecable, oferta gastronómica y tener una lista de actividades dentro y fuera del alojamiento

Mayor uso de Instagram para mirar las fotos de hoteles, restaurantes y otros servicios y actividades

Servicio de Internet gratuito sigue siendo primordial

7. Situación del sector turístico británico en Gran Canaria

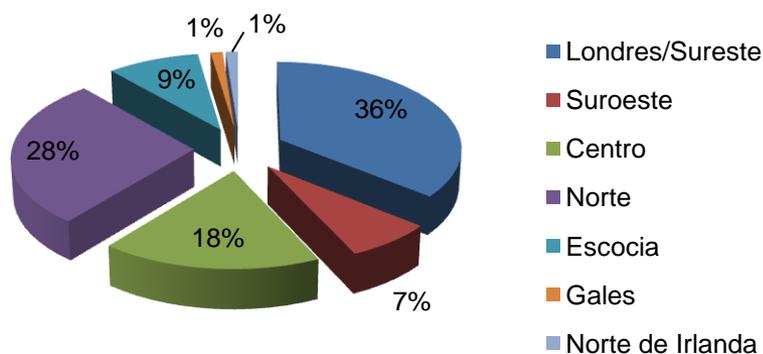
Turistas británicos en Gran Canaria

Período	Turistas	% Var. Anual
Verano 2016	454.087	25,41%
Año 2016	787.580	25,12%
Invierno 2016-2017	379.822	23,12%
Acumulado 2017 (enero-agosto)	609.160	18,83%

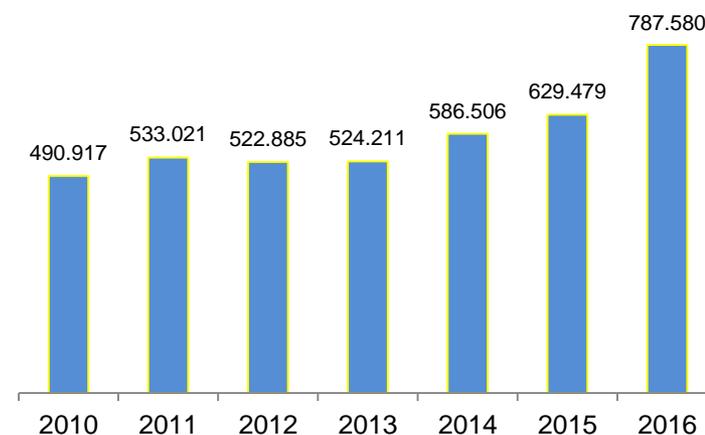
Turistas británicos en Canarias

Isla	2017 (enero-agosto)	% Var. Anual
Canarias	3.545.510	10,71%
Lanzarote	975.453	12,82%
Fuerteventura	368.609	4,74%
Gran Canaria	609.160	18,83%
Tenerife	1.601.478	7,88%

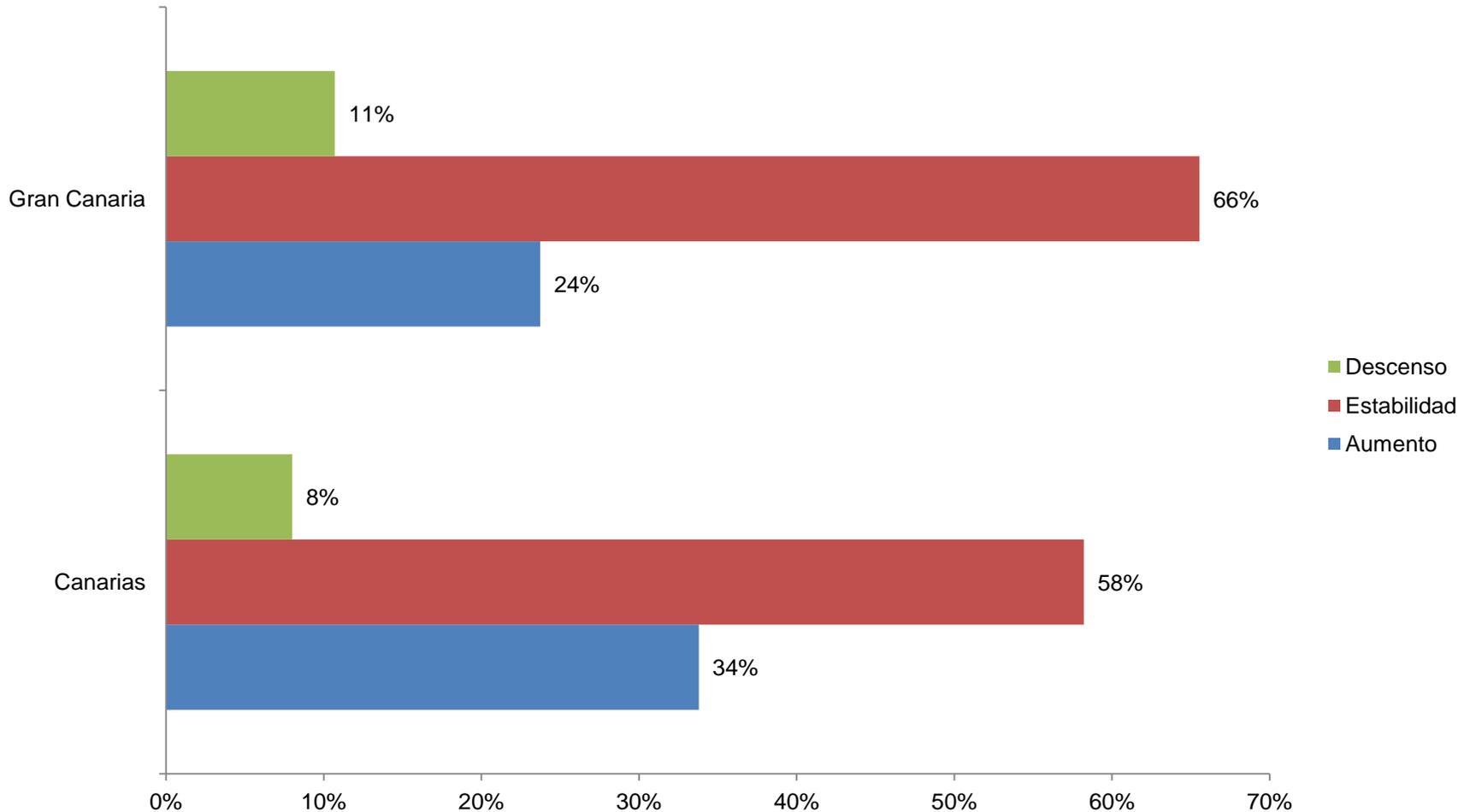
Pasajeros británicos en Gran Canaria según el origen. 2016



Turistas británicos en Gran Canaria. 2010-2016



Expectativas de los hoteleros de Gran Canaria sobre la evolución del mercado británico

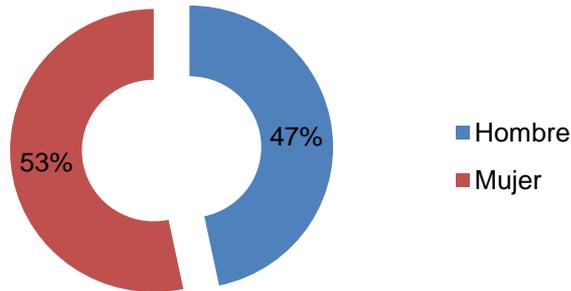


Fuente: ISTAC

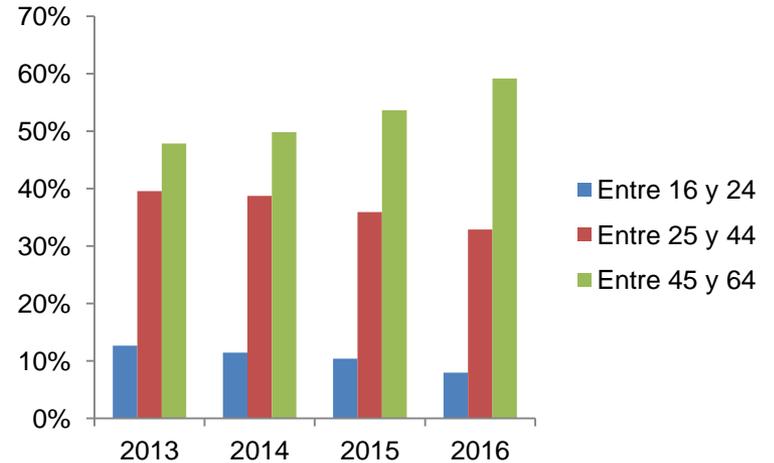
* Expectativas de negocio para el 4º trimestre del 2017, y se comparan con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Perfil del turista británico en Gran Canaria. 2016

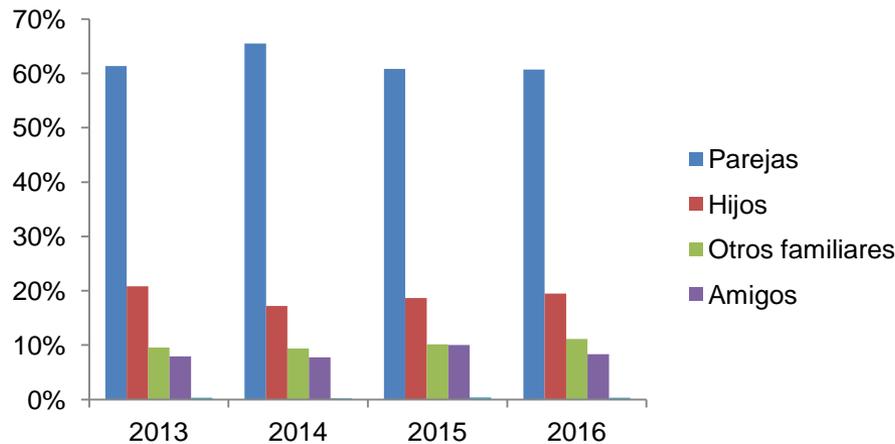
Turista británico por género



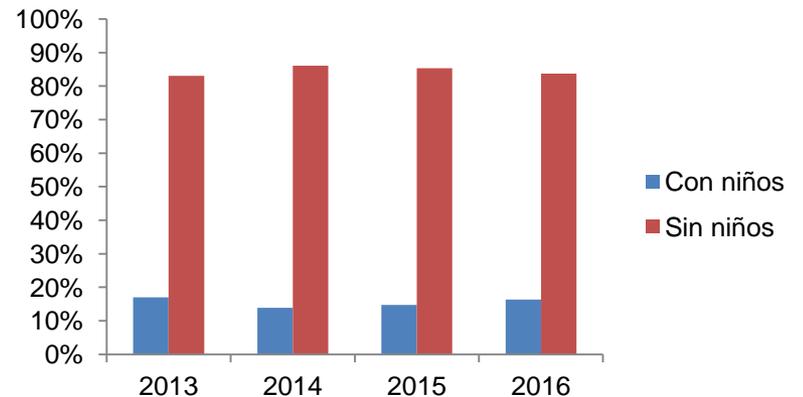
Turista británico por edad



Turista británico por tipología de acompañantes

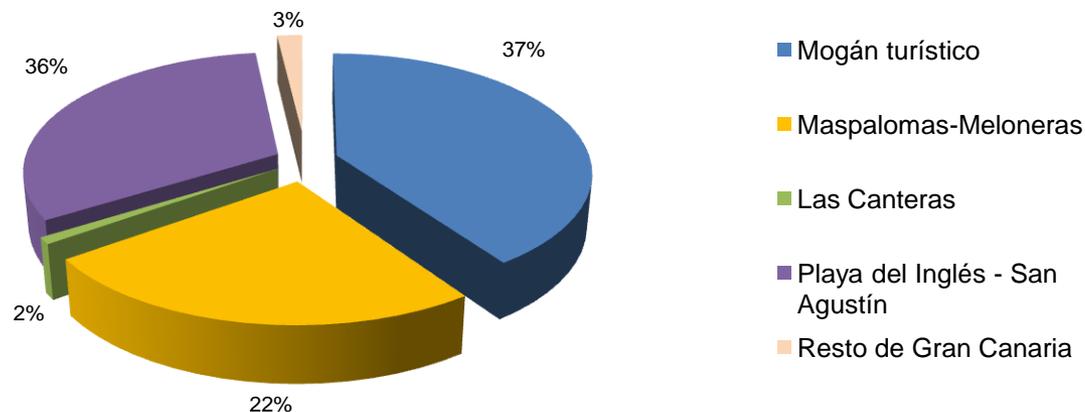


Turista británico acompañado por menores



Mercado británico según zonas turísticas de Gran Canaria. 2016

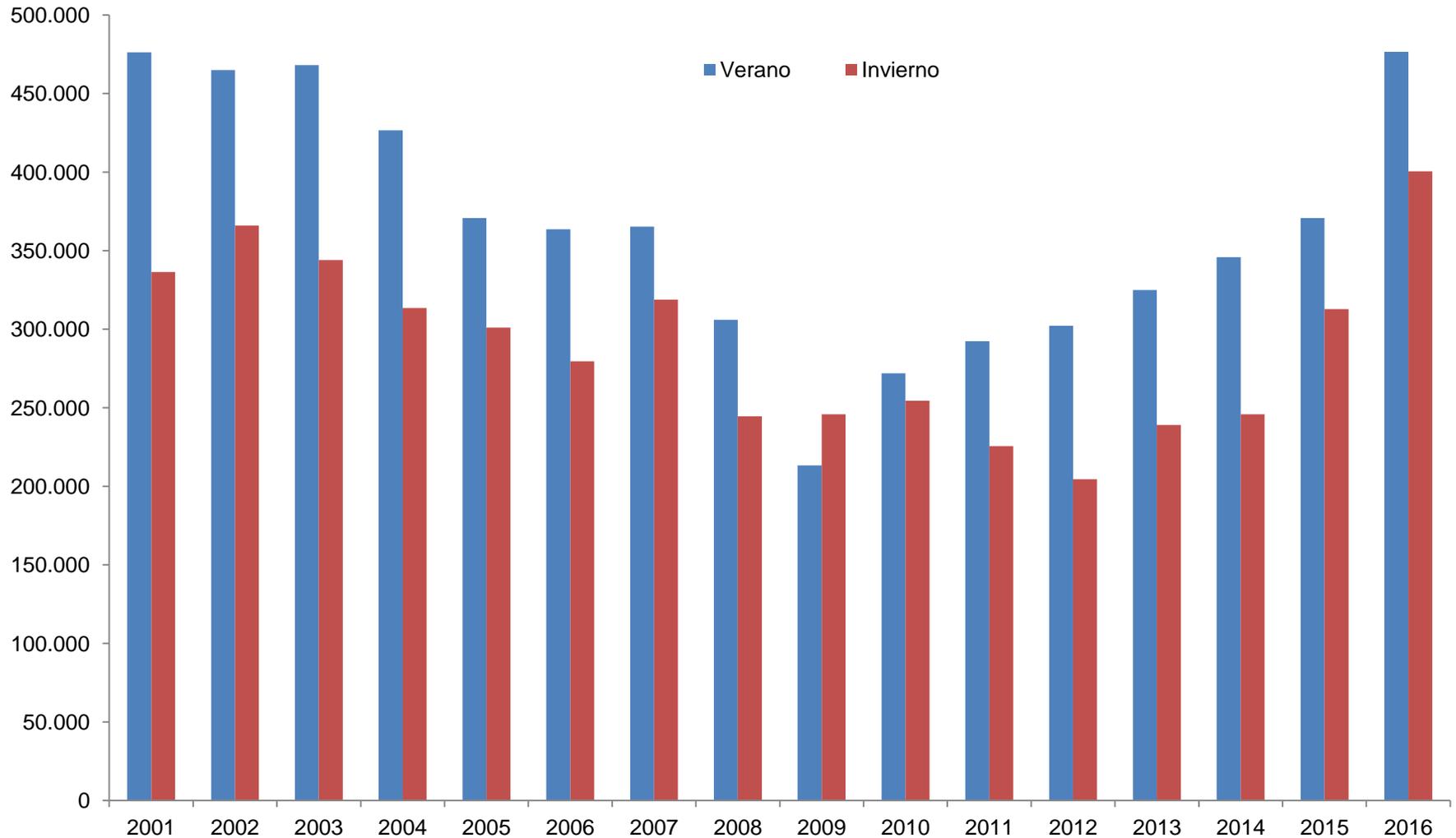
Zonas de alojamiento elegidas por los turistas británicos



Estancia media de los turistas británicos según zona turística

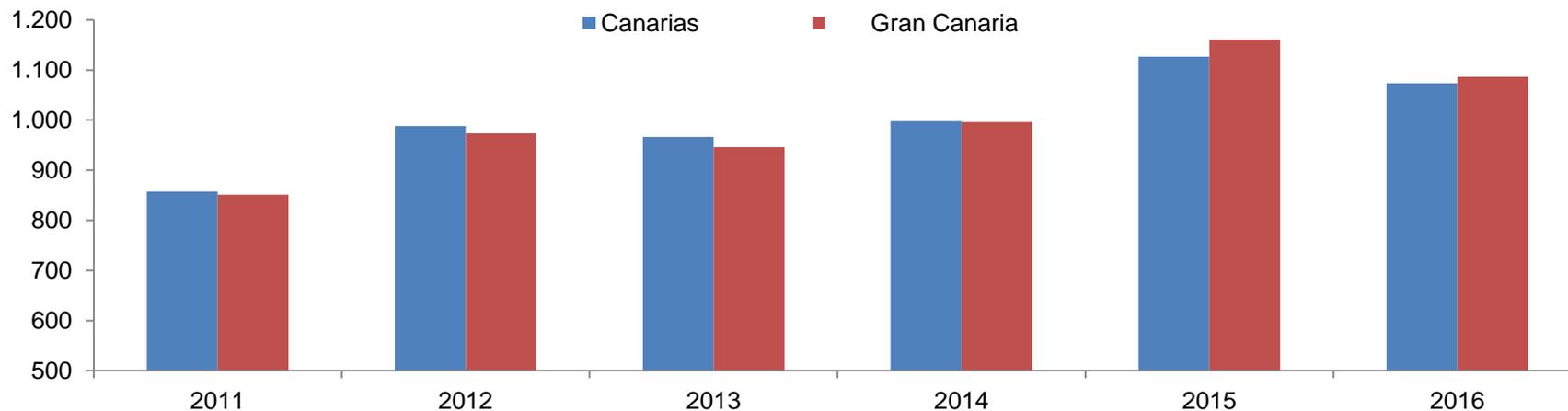
Zona turística	Estancia media
Mogán turístico	8,63 días
Maspalomas-Meloneras	8,64 días
Las Canteras	4,56 días
Playa del Inglés - San Agustín	8,64 días
Resto de Gran Canaria	5,09 días

Situación del mercado británico. Gran Canaria. Invierno y verano. Histórico de pasajeros llegados.

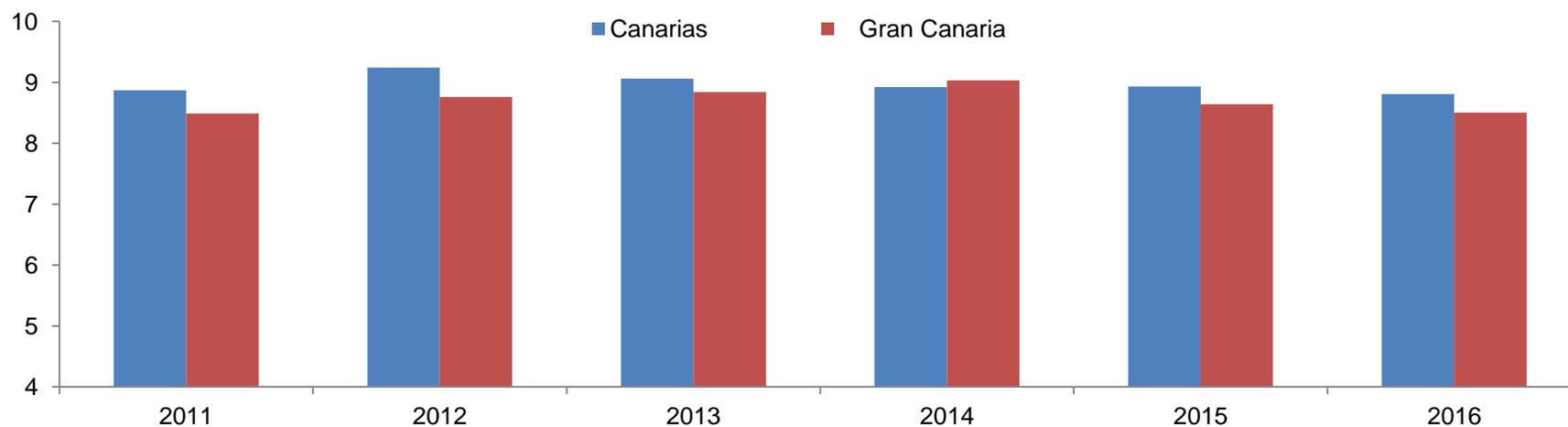


8. Situación del mercado británico en Gran Canaria y Canarias

Gasto total medio por turista británico (€). Evolución 2011-2016



Estancia media de los turistas británicos (días). Evolución 2011-2016

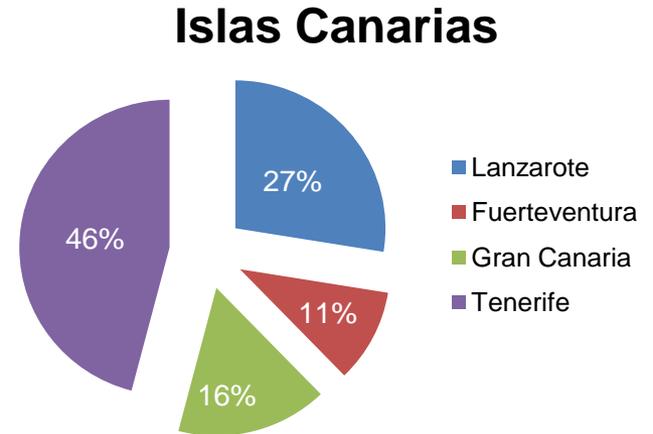


Situación del mercado británico en Gran Canaria y Canarias

Cuota en Gran Canaria: Mayor presencia de británicos en verano (23%). En invierno suponen el 15,6% del mercado total

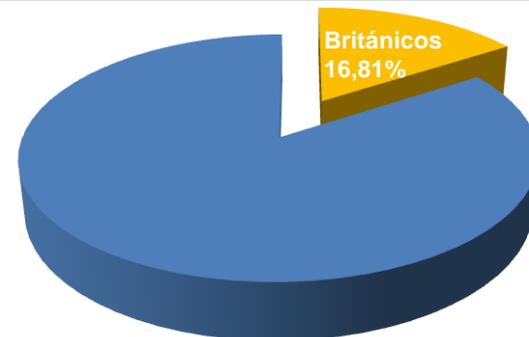


Cuota dentro de Canarias: Del total de británicos que vienen a Canarias, un 16% elige Gran Canaria



Gasto total de los turistas británicos en 2016 en Gran Canaria:
799.772.985€
Variación anual: 24,84%

Aportación del turista británico al gasto turístico total en Gran Canaria: 16,81%

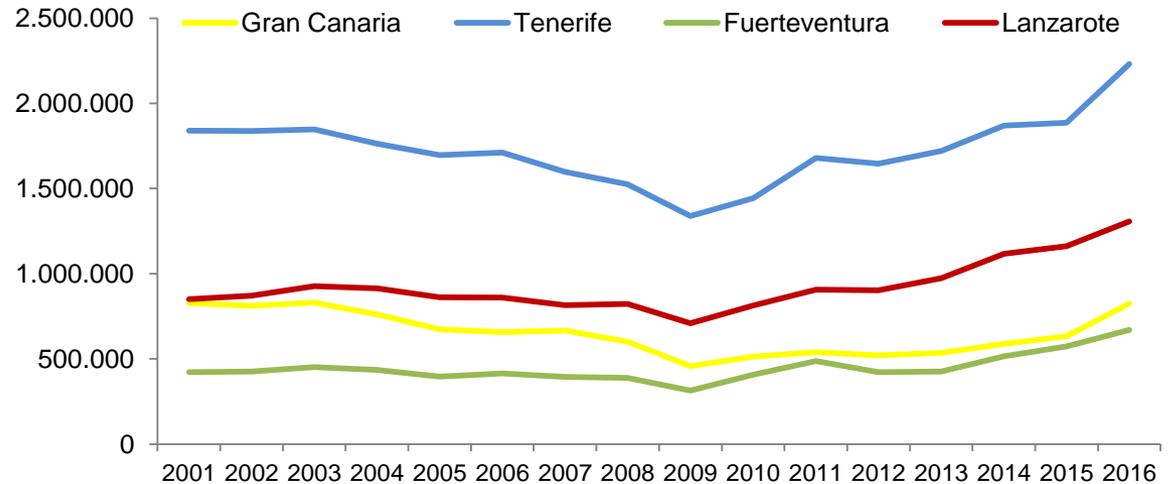


Pasajeros británicos llegados a Gran Canaria y Canarias

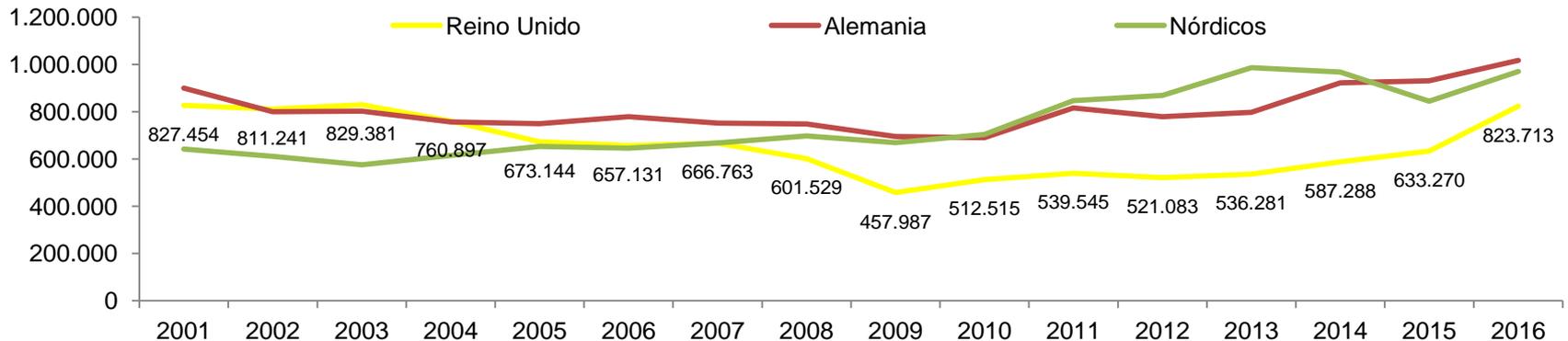
Británicos en Gran Canaria. Porcentaje

Año	Cuota de mercado
2004	27,47%
2005	24,86%
2006	23,86%
2007	24,56%
2008	22,40%
2009	19,49%
2010	20,65%
2011	18,52%
2012	18,25%
2013	17,91%
2014	18,32%
2015	19,35%
2016	21,89%

Mercado británico en Canarias, por islas. 2001-2016



Pasajeros en Gran Canaria según país de procedencia. 2001-2016



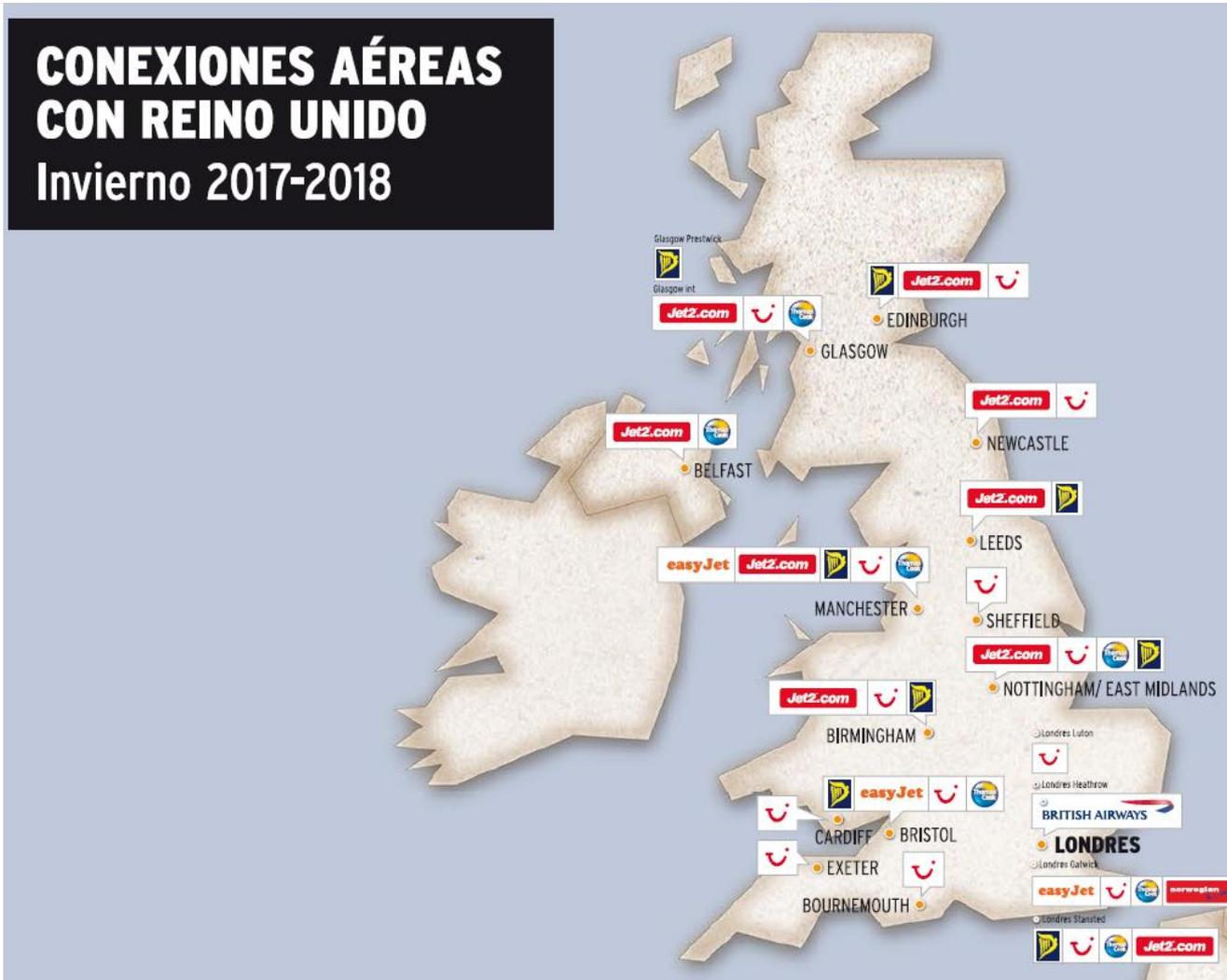
9.1 Pasajeros británicos a Gran Canaria por aeropuertos. 2017

Aeropuerto	2016	2017	Var.	Var. (%)
Londres Gatwick	123.927	133.267	9.340	7,54%
Manchester Internacional	110.977	127.329	16.352	14,73%
Birmingham Internacional	64.548	74.349	9.801	15,18%
Londres Stansted	44.324	57.859	13.535	30,54%
Glasgow Internacional	25.439	41.384	15.945	62,68%
Bristol	31.343	39.548	8.205	26,18%
East Midlands	41.790	39.495	-2.295	-5,49%
Leeds-bradford	14.535	35.122	20.587	141,64%
Edimburgo	22.547	30.365	7.818	34,67%
Newcastle	22.198	28.003	5.805	26,15%
Londres Luton	24.524	22.415	-2.109	-8,60%
Londres Heathrow	22.828	19.375	-3.453	-15,13%
Belfast Internacional	6.772	18.895	12.123	179,02%
Bournemouth Intl	13.946	16.237	2.291	16,43%
Liverpool Internacional	5.082	11.238	6.156	121,13%
Glasgow Prestwick	11.890	10.645	-1.245	-10,47%
Cardiff-Wales	7.049	7.155	106	1,50%
Exeter	7.036	6.923	-113	-1,61%
Doncaster Sheffield	7.096	6.897	-199	-2,80%
Norwich	3.110	3.716	606	19,49%
Aberdeen Dyce	3.391	3.133	-258	-7,61%

9.2. Pasajeros británicos a Gran Canaria por compañía. 2017

Compañías	2016	2017	Var.	Var. (%)
TUI GROUP	171.709	190.984	19.275	11,23%
RYANAIR DAC	137.017	173.257	36.240	26,45%
JET2.COM LIMITED	76.045	139.008	62.963	82,80%
THOMAS COOK AIRLINES	92.489	91.150	-1.339	-1,45%
EASYJET	38.406	54.559	16.153	42,06%
MONARCH AIRLINES	40.805	46.704	5.899	14,46%
NORWEGIAN	22.306	18.220	-4.086	-18,32%
GRUPO IBERIA	20.835	17.952	-2.883	-13,84%
ASL AIRLINES FRANCE	3.201	3.133	-68	-2,12%
BRITISH AIRWAYS	1.993	1.588	-405	-20,32%

9.3 Conectividad aérea Gran Canaria–Reino Unido. Invierno



Rutas nuevas Verano 2017. Gran Canaria

JET2	Birmingham
	Londres Stansted
THOMSON	Newcastle
THOMAS COOK	Belfast

Rutas nuevas Invierno 2017-2018. Gran Canaria

JET2	Birmingham
	Londres Stansted



GranCanaria
Patronato de Turismo