

World Travel Market

Patronato de Turismo de Gran Canaria
Dossier 2019



Reino Unido. Economía

- La incertidumbre relacionada con el Brexit ralentiza el crecimiento económico, que está por debajo del 2% marcado como el objetivo a largo plazo. Se frenan las inversiones extranjeras y el consumo también se ve afectado, a pesar de la situación favorable del mercado laboral. La debilidad de la libra favorece las exportaciones, aunque el RU exporta mucho menos de lo que importa. El aumento del gasto público ayuda a la economía en este momento.

Brexit -Factores empresariales

Comercio	EU representa el 44% de las exportaciones del RU.
Impuestos	Brexit podría ofrecer a RU el mayor control sobre los Impuestos.
Legislación	Aunque el Brexit podría favorecer algunas áreas legislativas, la adaptación a las nuevas legislaciones europeas, podría suponer mayores costes para las empresas británicas.
Sector financiero	RU es el principal hub de la UE de servicios financieros, el sector que podría verse bastante afectado por el Brexit.
Inversión extranjera	Las inversiones desde la UE representan el 45% del total, que podrían verse afectadas por el Brexit.
Mercado laboral	Las empresas británicas tendrán que adaptarse a las nuevas pólizas de migración.
Incertidumbre	La incertidumbre permanece desde el referendun y es probable que continúe.

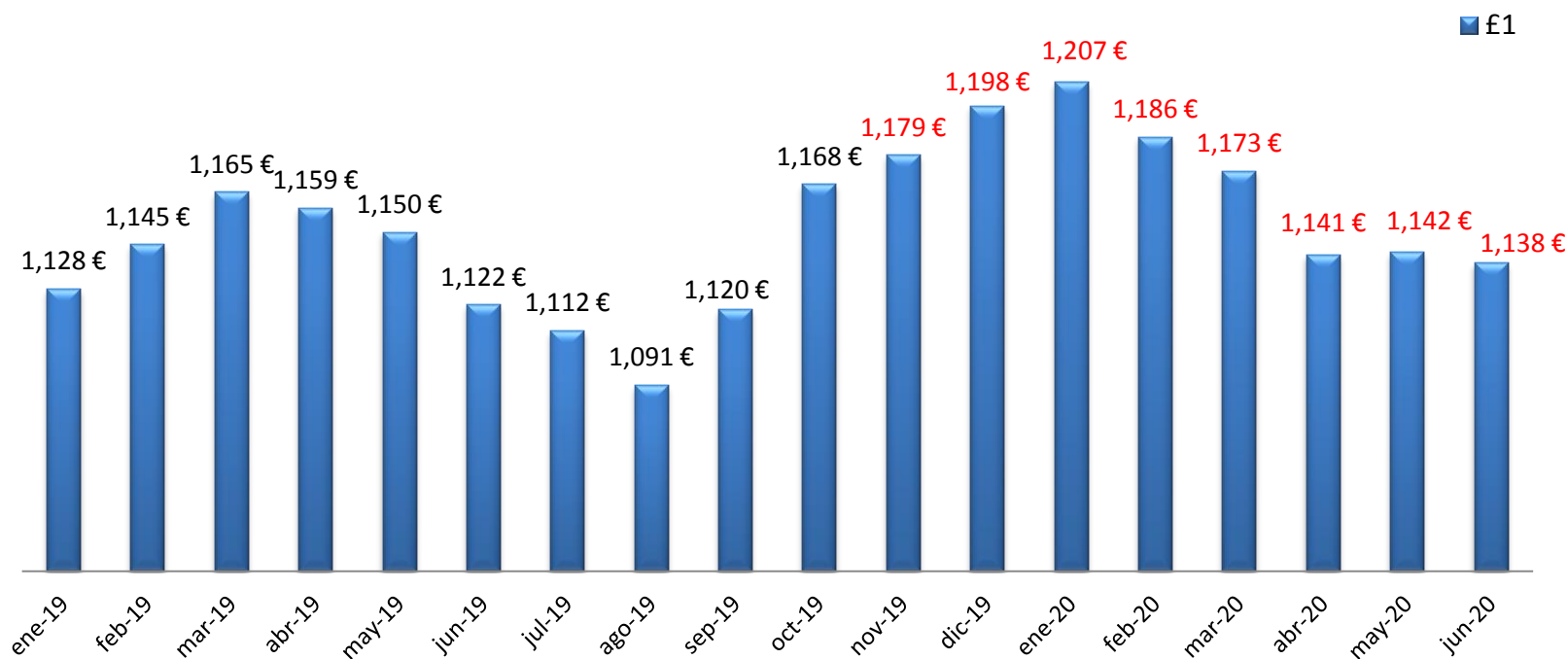
La Economía en un vistazo:

- PIB 2019: 1,2%**
- PIB 2020: Entre 0,6% y 1,3%**
- Inflación: 1,7%**
- Tasa de interés: 0,75%**
- Desempleo: 3,9%**
- Precio de la vivienda** (excl. Londres): **+5,9%**
- Consumo: 2,7%** (ha subido en agosto)
- Servicios: 1,5%**
- Producción: -1,8%**
- Construcción: 2,4%**

Reino Unido. Economía

- A pesar de las turbulencias políticas, en los últimos dos años hubo relativamente poca volatilidad en el valor de la libra esterlina contra el euro, aunque la moneda británica permanece un 15% más débil que antes del referéndum. La economía ya se ha adaptado a estos valores y en 2020 no deberían haber grandes cambios, dado que entraríamos en la fase de transición. Es más probable que el efecto de Brexit en la moneda británica se vea a largo plazo.

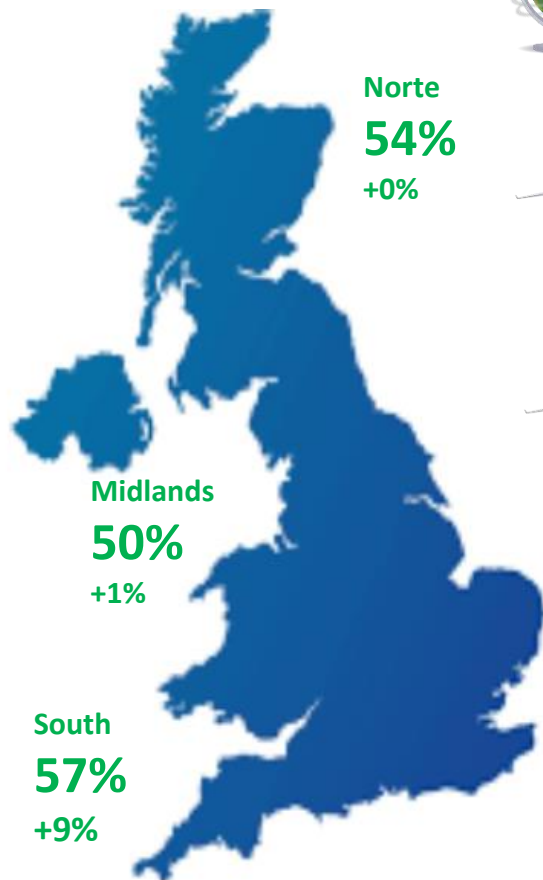
EVOLUCIÓN LIBRA ESTERLINA/EURO 2019-2020



Fuente: x-rates.com, The Economy Forecast Agency (23.10.19)

Reino Unido. En un vistazo

Adultos británicos que disfrutaron al menos de unas vacaciones al año en el extranjero, por región



46,6M +3,6% ↑

Vacaciones en el extranjero al año



27,7M +2% ↑

Adultos británicos planifican sus próximas VACACIONES EN EL EXTRANJERO



54% +4% ↑

Adultos británicos disfrutaron de al menos UNAS vacaciones en el extranjero



11,1M -3%

Adultos británicos planifican GASTAR MÁS en sus próximas vacaciones en el extranjero



22% +0%

Adultos británicos disfrutaron de DOS o MÁS vacaciones en el extranjero



12,5M

Adultos británicos planifican GASTAR LO MISMO en sus próximas vacaciones en el extranjero



3 de cada 5

Turistas británicos se preocupan sobre el IMPACTO DE BREXIT sobre el turismo

Viajar a UE después de Brexit

- Los británicos podrán viajar de vacaciones a UE sin visado por un periodo no superior de 3 meses, con un pasaporte válido por al menos 6 meses. Tendrán que sacar otro seguro de viajes, otro carné de conducir y habrán otras restricciones para viajar con animales. La mayoría de los operadores de telefonía móvil aseguran que el roaming gratuito se mantendrá.

Fuente-gov.uk – Get Ready for Brexit

Reino Unido. Salidas al extranjero 2018

- En 2018 los residentes británicos han realizado **71,7 millones** de visitas al extranjero, marcando un ligero descenso interanual del 1,4%, indicando que el mercado podría empezar a contraerse.
- Desde que hubo un notable descenso entre 2009 y 2010, los números se han recuperado, registrando un continuo incremento desde 2016, y superando ya las salidas del 2008, es decir, antes de la recesión. Más todavía, **las salidas al extranjero del 2018 han batido el segundo mayor record registrado**, tras 2017, con 72,8 millones de salidas.
- El gasto de los turistas británicos en el extranjero se ha incrementado** también, aunque el incremento de este año es menor que en los últimos ejercicios. La estancia media es ligeramente inferior, lo que explica la desaceleración en el incremento del gasto.

2018	Mundo	% variación 2017/18	% variación 2014/18	Europa	% variación 2017/18	% variación 2014/18
Visitas al extranjero (turistas .000)	71.733	-1,4%	4,5%	57.311	-1,5%	5,1%
Noches en el extranjero (.000)	703.373	-5,4%	14,0%	449.253	-5,3%	1,2%
Gasto en el extranjero (.000)	45.435	1,3%	6,3%	29.637	3,2%	8,3%
Gasto en el extranjero por estancia (£)	633	2,7%	7,1%	517	4,8%	12,8%
Gasto en el extranjero por día (£)	65	8,5%	12,5%	66	10,0%	15,7%
Estancia media en el extranjero (días)	9,8	-4,0%	-4,8%	7,8	-4,8%	-2,5%

Reino Unido. Destino EMEA

- **España es el país más visitado por los británicos, con 15,6 millones de visitas en 2018**, marcando una gran diferencia en números en comparación con los demás destinos. 2018 presenta un declive interanual del 1,6%, por primera vez desde 2009, que va en relación con la tendencia de las salidas al extranjero hechas por los británicos en general.
- Cabe destacar el crecimiento de **Turquía** de 1,2 millones en 2017 a 1,4 millones en 2018. Aunque los últimos acontecimientos están afectando ya a este destino. Por otro lado, el 22 de octubre el gobierno británico ha levantado la recomendación de no viajar a **Sharm el-Sheikh** vigente desde 2015, con los primeros vuelos operados por la empresa de charters polaca Enter Air desde Gatwick a partir del 22 de diciembre, y está ya a la venta a través de las OTAs, que ofrecen paquetes dinámicos. Los operadores no tardarán de incorporar el destino en sus programas, pero la situación de los países EMEA sigue siendo inestable y Canarias seguirá ofreciendo estabilidad y seguridad para los operadores y sus clientes.

SALIDAS AL EXTRANJERO 2018

% Variación en comparación con 2017 y 2014

España:

-1,6% (2017-18); +6,3% (2014-18)

Portugal:

-2% (2017-18); +6,5% (2014-18)

Chipre:

-17,4% (2017-18); +5,3% (2014-18)

Italia: +4% (2017-18); +10,1% (2014-18)

Portugal: +3,6% (2017-18); +6,3% (2014-18)

Turquía: +16% (2017-18); +0,3% (2014-18)

Malta:

+27% (2017-18); +5,2% (2014-18)

Egipto:

+2,4% (2017-18); -11,9% (2014-18)

Marruecos:

+8,4% (2017-18); +8,4% (2014-18)

Túnez: +639% (2017-18); -21,7% (2014-18)

Ranking por destinos 2018.

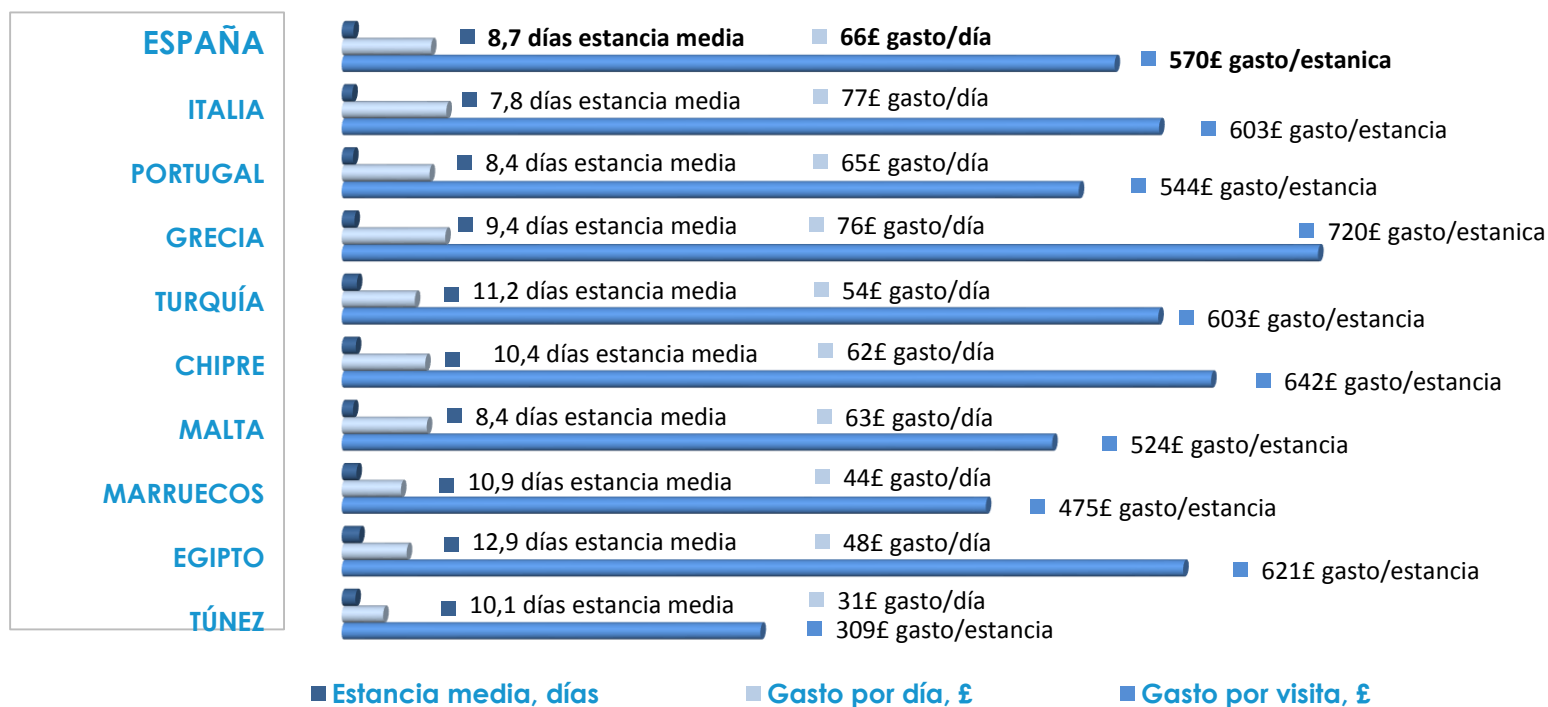
Total 2018: 72.772 mil

- Nº1: España 15.618mil; 21,5%
- Nº2 Italia 4.325mil; 5,9%
- Nº3: Portugal: 2.818mil; 3,9%
- Nº4: Grecia: 2.468mil; 3,4%
- Nº 5 Turquía: 1,425mil; 2,0%
- Nº6 Chipre: 745mil; 1,0%
- Nº7 Malta: 659mil; 0,9%
- Nº 8 Marruecos: 639mil; 0,9%
- Nº 9 Egipto: 178mil; 0,2%

Reino Unido. Destino EMEA

- **Se incrementa el gasto de los turistas británicos en España**, explicado en parte por la debilidad de la libra esterlina. El gasto medio por día ha subido un 10% en 2018 y el gasto medio por estancia se ha incrementado un 4% interanual. Mientras tanto, **la estancia media de los turistas británicos en España se reduce a 8,7 días** en el 2018, frente a 9,2 días en 2017.
- La popularidad de los resorts en opción de todo incluido en los destinos competidores hace que su estancia media sea más larga y el gasto medio por estancia mayor.

Estancia y Gasto Medio en el extranjero. 2018

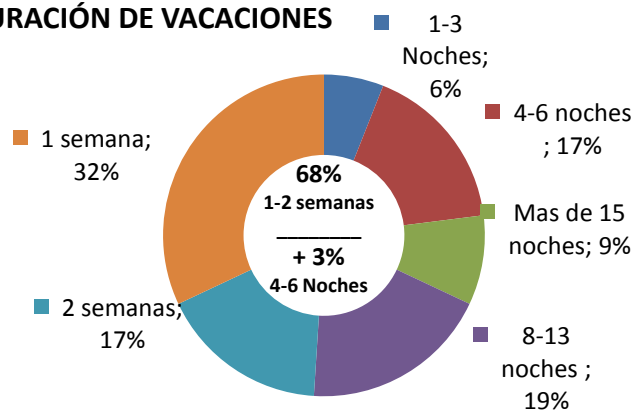


Fuente: NSO

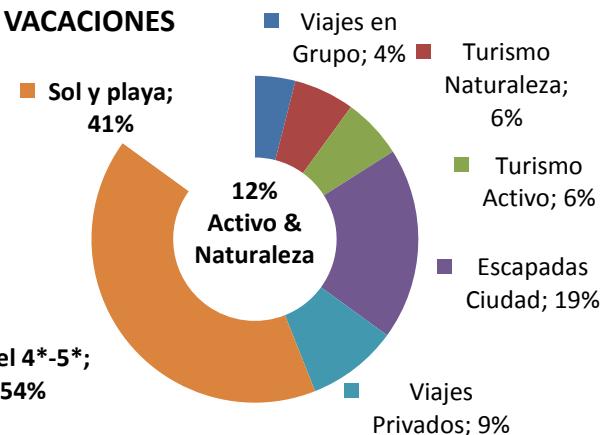
Reino Unido. Tendencias

- Los británicos suelen tomar las vacaciones principales de 7-14 días en los destinos de sol y playa entre los meses de julio y agosto, lo que combinan con varias escapadas durante el año. La tendencia es reducir las vacaciones de estancia larga, para poder disfrutar del mayor número de viajes cortos de 4-6 días. En línea, incrementan las escapadas de ciudad. Los viajes de turismo activo y de naturaleza representan un 12% del total. Y el concepto de sostenibilidad del destino preocupa cada vez a mayor número de los británicos, especialmente a las generaciones más jóvenes. Más de la mitad de los británicos opta por el alojamiento de alta gama para sus vacaciones, en detrimento del alojamiento más básico. Además, la opción de 4* y 5* gana en popularidad tanto para las parejas como para las familias. La opción de villas presenta el mayor crecimiento (+4%), especialmente entre las familias.

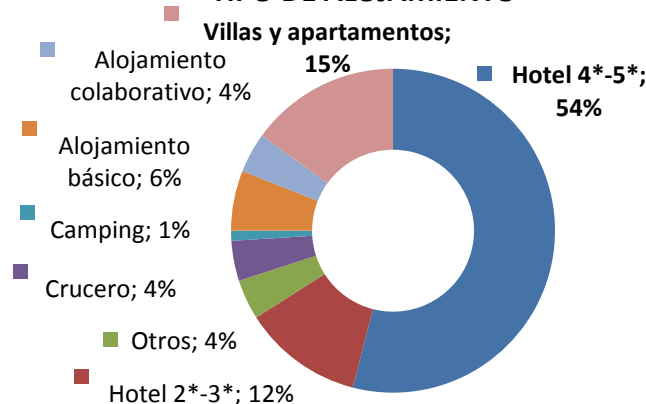
DURACIÓN DE VACACIONES



TIPO DE VACACIONES



TIPO DE ALOJAMIENTO



Fuentes: Kantar TNT
consumer research- in partnership with
Deloitte. Base: 1.269 UK adults.- Dic 2018

Reino Unido. Thomas Cook



- **Thomas Cook – 178 años de historia.** Inoportunas decisiones empresariales, incluidas las pésimas adquisiciones, principalmente en 2007 con MyTravel, mejor conocida por su marca Airtours, que nunca ha sido rentable y le ha llevado a acumular altísimas deudas a Thomas Cook, y la incapacidad de adaptarse al mundo digital de las reservas vacacionales, dada la estructura grande y arcaica de la empresa, son los factores clave que han llevado al colapso de Thomas Cook, tras 178 años de negocio, durante los cuales ha sobrevivido incluso a varias guerras. El enorme valor de la marca forjado en generaciones, ha sido lo único que le ha permitido seguir generando ingresos anuales de 9.584 m£ (2018).
- **Thomas Cook UK entró en liquidación el 23.09.19**, sin tener efectivo, con muy pocos activos y una deuda de casi 500m£. La mayoría de sus aviones y las agencias de viajes estaban en régimen de leasing. Los slots aeroportuarios, particularmente los de Gatwick, han sido uno de los pocos activos de valor del grupo, y de gran interés para las líneas aéreas tales como Easyjet o BA, entre otras. El fondo de inversiones Fosun podría mostrar interés en el nombre Thomas Cook. Otro de los pocos activos de más valor es el portal online thomascook.co.uk.
- **CAA “Operación Matterhorn”.** CAA ha lanzado la mayor operación de repatriación en tiempos de paz para traer de vuelta a RU a más de 150mil personas, en 130 aviones de 50 partners diferentes, cuyo coste asciende a más de 100m£, además del reembolso de las 360.000 futuras reservas protegidas por ATOL, que podrían ascender a 420m£.
- **Uno de los grandes perdedores son los hoteleros.** Los bancos han perdido alrededor de 825 m£ y los titulares de bonos, alrededor de 1.000 m£, pero los hoteleros son los peor parados, porque los pagos se han realizado hasta el principio de Julio, pero la temporada alta de verano no se ha cobrado. La cuenta de más de 3.000 hoteles podría ascender por encima de 1.000 m£. Las pérdidas de los hoteleros se han reflejado en despidos masivos.

Reino Unido. Operadores Turísticos

Oportunidades de expansión

- La economía británica se basa en los valores del mercado libre y es reacia a la intervención pública. En el caso de Thomas Cook, además, la empresa se ha declarado en liquidación y no en administración, porque no había nada que pagar por una administración y casi nada que salvar. El mercado se regula por sí mismo. El colapso de Thomas Cook UK, el segundo turoperador más grande del Reino Unido, es un momento único de **grandes oportunidades de expansión para otras empresas británicas**, que están absorbiendo con éxito aquella parte del negocio de Thomas Cook, que ha sido rentable, reestructurando el sector turístico británico, para empezar una nueva época con más fuerza.



- Así pues, **Jet2 Holidays** y **BA Holidays** han aumentado las capacidades para la temporada de inv.2019/20, ya desde octubre. Jet2Hols, además, ha adquirido los slots de Thomas Cook en Manchester y Birmingham. Ofrecerá más de 3,3 millones de asientos con salidas desde Manchester para la temporada de ver.2020, un +16%, y más de 2 millones de asientos desde Birmingham, +23%. En total añaden 120 mil asientos a Canarias desde estas dos bases y un total de 600.000 asientos más, convirtiéndose en el primer operador británico. La expansión de BAHols se concentra en Gatwick, su principal base vacacional.
- Norwegian Air** añadirá 27 aviones Airbus A320Neo entre 2020 y 2023, después de anunciar la joint-venture con uno de los bancos más grandes de China, que será el propietario del 70% de la empresa. El acuerdo alivia significativamente la presión financiera a la que se enfrenta esta aerolínea en el último año y medio, después de su agresiva expansión en el mercado de aerolíneas de bajo costo. Solo en 2018 añadió 25 aviones y 35 rutas, lo que ha provocado pérdidas de 123,5 m£ en 2018, a pesar de aumentar el volumen de pasajeros hasta 37 millones, y ha llevado la empresa al cambio estratégico para centrarse más en generar beneficios, en lugar de crecer en capacidad. La aerolínea anunció resultados del tercer trimestre mejores de lo esperado, con el beneficio neto +28% y los ingresos +8%, a pesar de aumentar las estimaciones del impacto financiero de la puesta en tierra desde marzo de los aviones Boeing 737 Max.

Reino Unido. Operadores Turísticos

Oportunidades de expansión

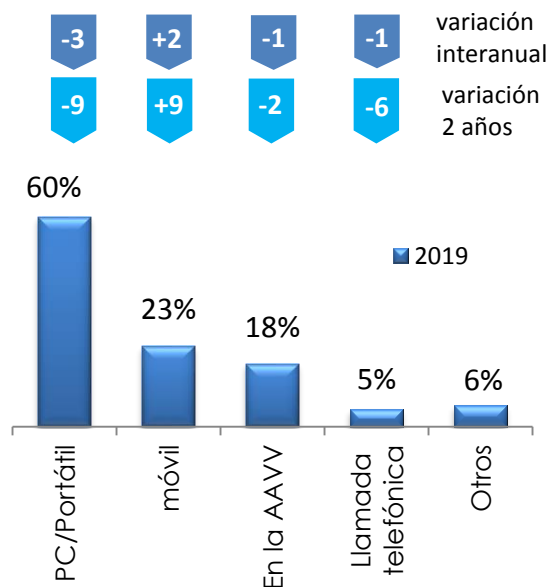


- **TUI UK & I** ha lanzado a la venta su mayor programa de verano para 2020, con el incremento en capacidades que superan 2 millones de asientos nuevos, desde 13 aeropuertos británicos, con varias rutas nuevas de corta y larga distancia y más frecuencias en las rutas existentes, incluidas las canarias. El mayor crecimiento se concentra en el aeropuerto de Manchester, antigua base de Thomas Cook, con 440 mil asientos, con más frecuencias en 16 rutas existentes, 266 mil asientos corresponden al aeropuerto de Bristol y Birmingham incrementa conectividad gracias a 194 mil nuevos asientos, Doncaster con 136 mil asientos y Glasgow con 170 mil asientos. Se añaden 30 mil asientos desde Cardiff, con vuelos adicionales a Gran Canaria. También aumentan en Stansted, Belfast y Bournemouth.
- Cabe destacar la entrada de **EasyJet Holidays** en el TOP7 de los operadores vacacionales británicos, con el lanzamiento planificado para noviembre de su turoperador de paquetes vacacionales completos, que se distribuirán también a través de las agencias de viajes, empezando a operar inicialmente desde el Reino Unido. Apuestan por Canarias y en el producto de 4 y 5 estrellas, con una ambición de convertirse en uno de los principales turoperadores del Reino Unido y hacer competencia a JET2 Holidays. EasyJet Holidays ya ha contratado directamente varios hoteles de gama alta en Gran Canaria.
- Los incrementos en las capacidades de varios operadores reflejan los destinos más populares del mercado en este momento, que son **Canarias, Baleares, Grecia, Turquía, Egipto, México, y Florida**.
- La expansión de los operadores crea oportunidades laborales para los **ex-empleados de Thomas Cook**, altamente cualificados y con gran experiencia, algo de valor excepcional para las empresas que están en crecimiento. El personal afincado en destinos, además, podría ayudar a hacer frente a los posibles cambios en la legislación después del Brexit.

Reino Unido. Operadores Turísticos

- Los británicos reservan sus vacaciones principalmente **ONLINE**, a través de los **TUOPERADORES** en opción de paquete vacacional, o a través de las **OTAs** en opción de paquete dinámico (vuelo+hotel), lo que les proporciona seguridad, gracias a la **protección financiera ATOL**.
- El colapso de Thomas Cook UK, el segundo turoperador más grande del Reino Unido, crea oportunidades de expansión para otros operadores, con el consecuente aumento en las capacidades. **JET2Hols, OnTheBeach, LoveHols, BAHols, EasyJet Hols y LastMinute** son los que más aumentan.
- Las **OTAs** ganan en importancia y se posicionan entre los principales operadores británicos. Pero **las agencias de viajes tradicionales** mantienen su importancia en el proceso de decisión y adquisición de las vacaciones.

TIPO DE RESERVA



Fuentes: Kantar TNT
in partnership with Deloitte. Dic 2018

TOP 10 LICENCIAS ATOL - Octubre 2019

	TOO	Turistas 2019-20	Turistas 2018-19	% variación
1	TUI UK	5.555.145	5.386.845	3%
2	JET2Holidays	3.915.000	3.005.441	23%
3	OnTheBeach	1.646.800	1.302.261	21%
4	WeLoveHolidays	1.374.812	804.618	41%
5	BAHolidays	1.010.148	786.000	22%
6	Expedia	874.208	1.416.227	-62%
7	EasyJet Hols	793.874	184.994	77%
8	BravoNext-LastMinute	640.555	384.737	40%
9	TravelRepublic	555.060	610.269	-10%
10	Virgin Hols	377.712	388.249	-3%

Fuente: ATOL

Reino Unido. Minoristas



- **La Red de agencias independientes Hays Travel ha adquirido los derechos de arrendamiento de todas las 555 agencias de viajes de Thomas Cook**, convirtiéndose en la red de agencias líder en el Reino Unido, con un total de 745 agencias. El acuerdo incluye todos los datos de las agencias, tanto financieros, como la base de datos de los clientes, lo que les permitirá evaluar la rentabilidad de cada oficina. Han abierto ya 186 agencias con su nombre y casi 2.000 ex-empleados de Thomas Cook y planifican contratar a 2.500 empleados.
- Con una experiencia de 40 años de excelente reputación de gestión de agencias de viajes con éxito en los momentos de cambios para este sector, Hays Travel ha conseguido generar ventas por mil millones de libras en 2018. Aseguran que mantiene una positiva relación con Internet, y el crecimiento de JET2Holidays, así como la entrada de EasyJet Holidays, crean oportunidades para la expansión.

BarrheadTravel The Holiday & Tailor-Made Travel Specialists

- **Barrhead Travel**, la red escocesa de agencias de viajes, planifica abrir 100 nuevas agencias, con el ex-personal de Thomas Cook. El grupo, que cuenta con 76 agencias en Escocia principalmente, pero también en Newcastle, Cumbria, Southampton, Leicester y Belfast, está en continua expansión, especialmente desde hace dos años, tras su adquisición por Travel Leisure Group de Estados Unidos. Las primeras nuevas agencias de viajes, que se concentrarán en Inglaterra, ya se están abriendo con el ex personal de Thomas Cook.

Reino Unido. Minoristas

The **Midcounties** **Co-operative**

- La red de agencias **Midcounties Coop**, que en su momento formaba una joint-venture con las agencias de viaje de Thomas Cook, planifica la expansión en 50 agencias, pero de forma gradual, y asegura estar en conversaciones con los propietarios de las ex agencias de Thomas Cook, a pesar del acuerdo de HaysTravel, aunque parece que el acuerdo de Hays no permite a los dueños de los locales alquilarlo a otros negocios sin juicio previo.



With us...it's personal

- Travel Counsellors**, la mayor red de agentes remotos especializada en el producto de más calidad y servicio altamente personalizado, está llevando a cabo varias jornadas para informar a los ex - agentes de Thomas Cook de las posibilidades de abrir su propio negocio y formar parte de Travel Counsellors Family. Más de 30 ex-empleados de Thomas Cook se están uniendo a Travel Counsellors, incluidos dos nuevos directores regionales. En los últimos cinco años, el 20% de los nuevos Travel Counsellors provenían de Thomas Cook.

Situación del sector turístico británico en Gran Canaria

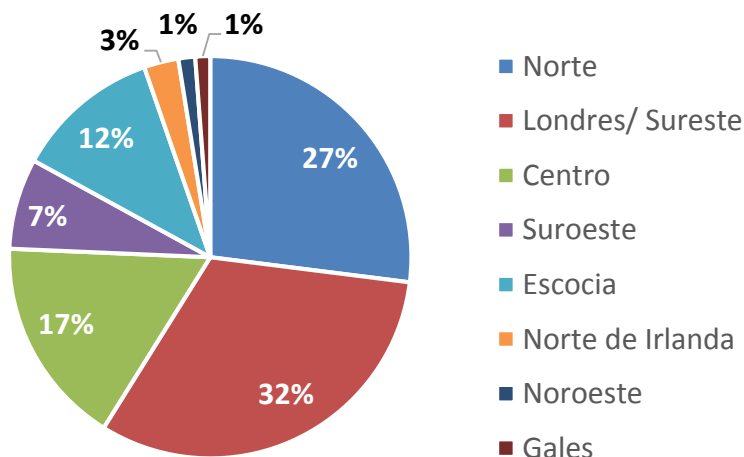
Turistas británicos en Gran Canaria

Período	Turistas	% Var. Anual
Verano 2018	499.314	6,41%
Año 2018	857.654	-3,62%
Invierno 2018-2019	369.638	-1,92%
Acumulado 2019 (enero-agosto)	517.793	-11,56%

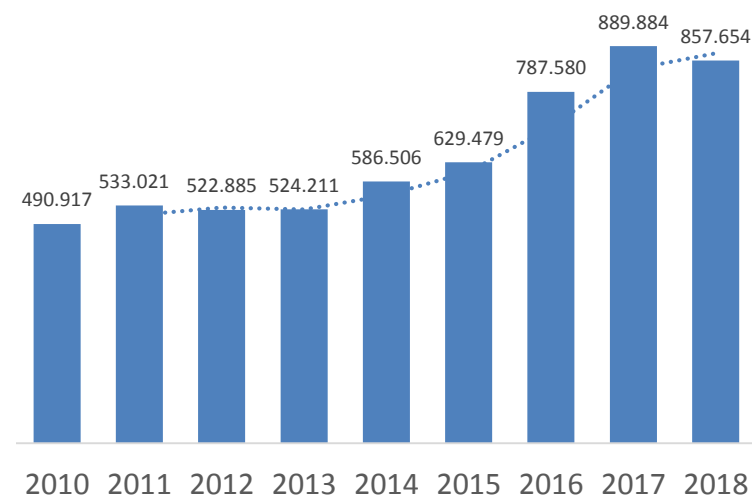
Turistas británicos en Canarias

Isla	2019 (enero-agosto)	% Var. Anual
Canarias	3.316.473	0,77%
Lanzarote	961.352	3,80%
Fuerteventura	348.796	-3,21%
Gran Canaria	517.793	-11,56%
Tenerife	1.518.777	3,25%

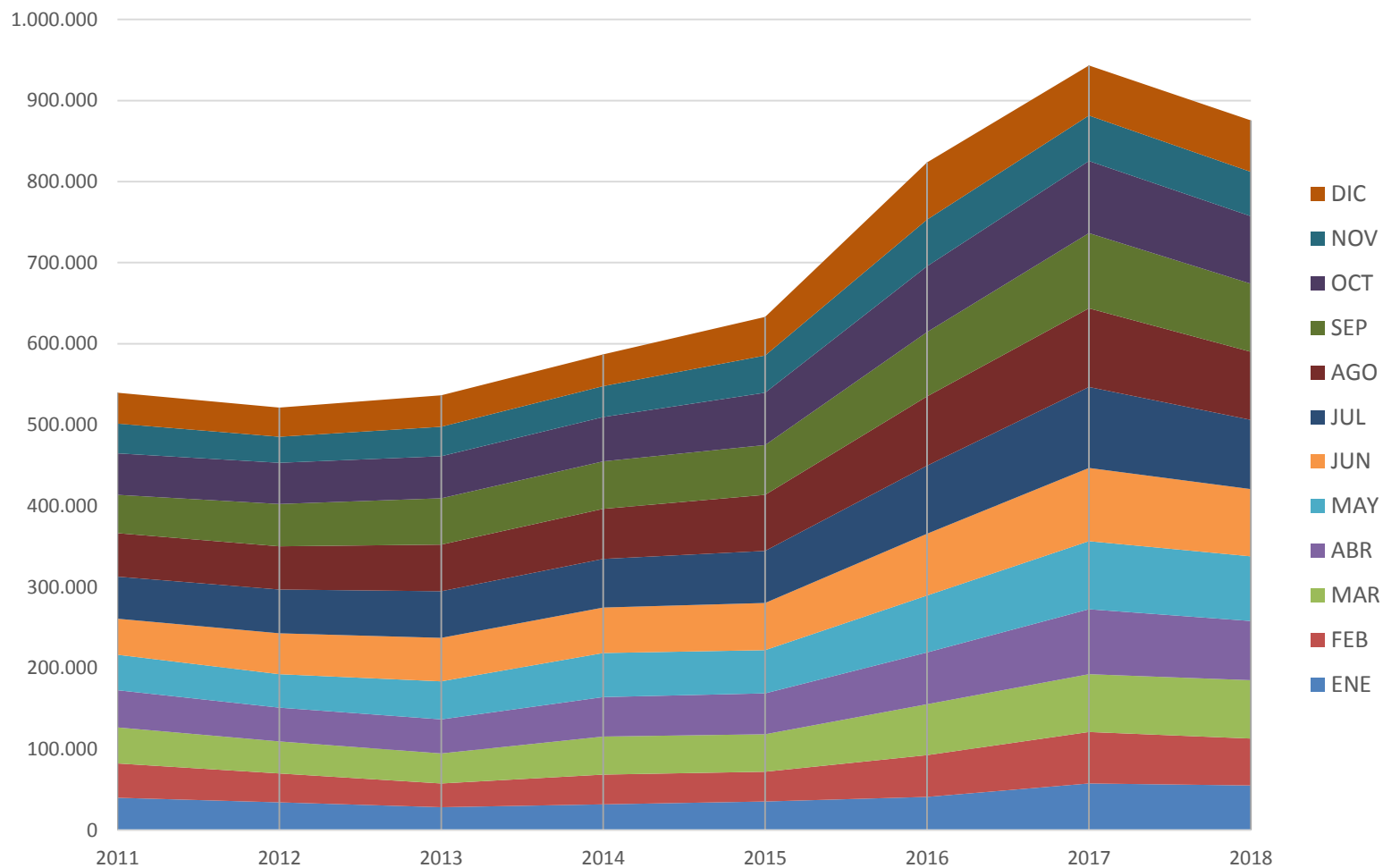
Pasajeros británicos en Gran Canaria según el origen. 2018



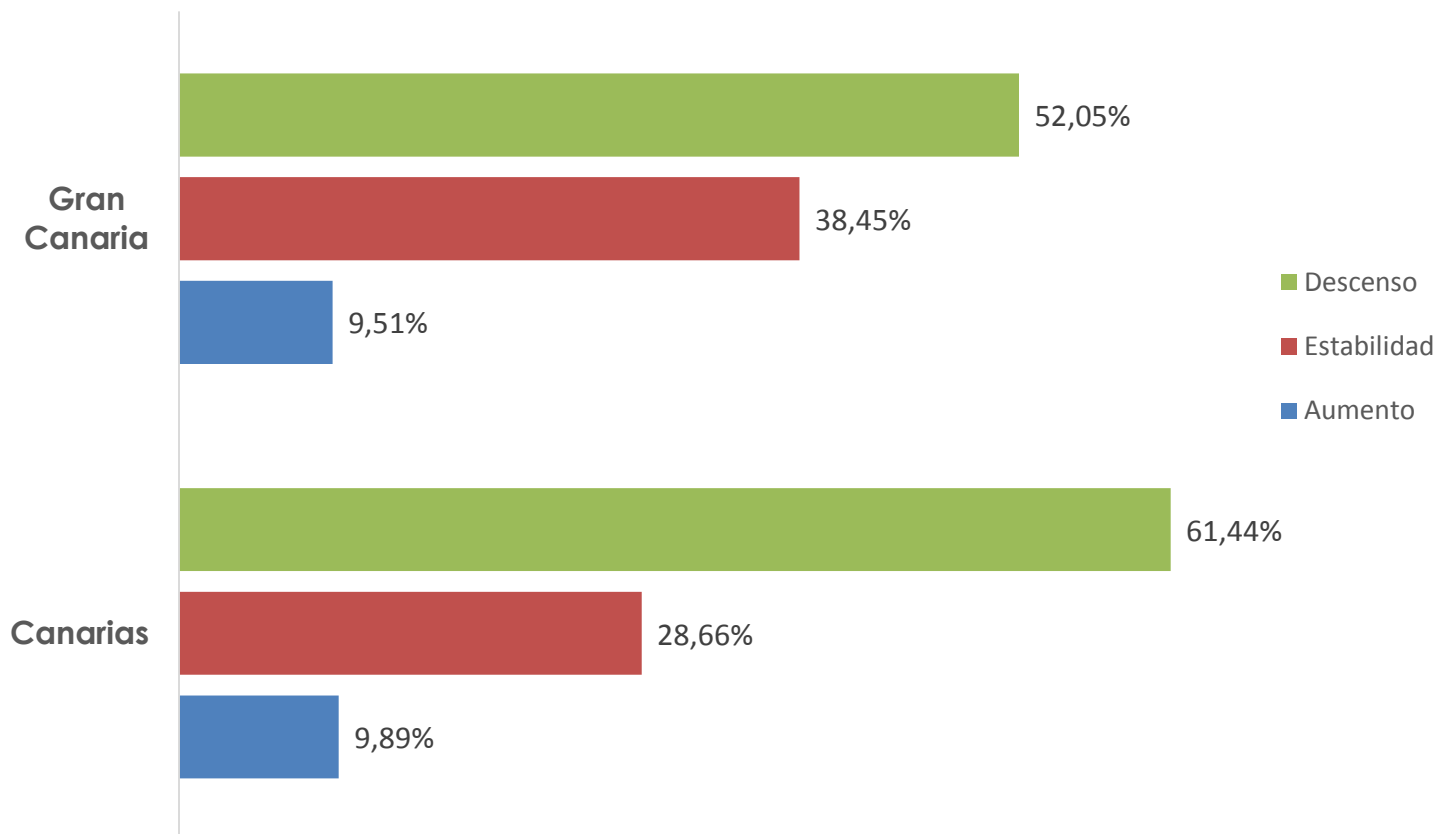
Turistas británicos en Gran Canaria. 2010-2018



Evolución de los turistas ingleses en Gran Canaria desde 2011, mes a mes



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

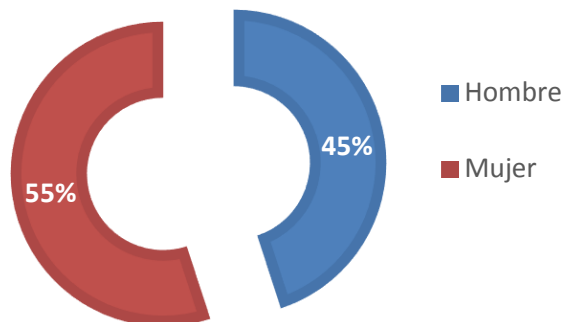


Fuente: ISTAC

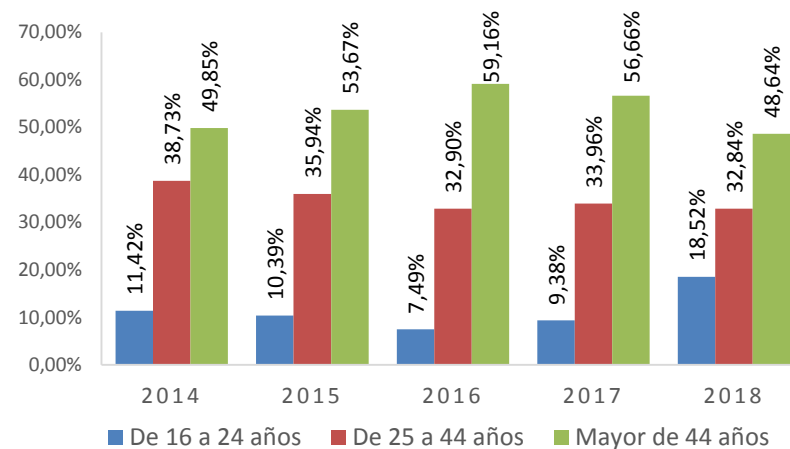
* Expectativas de negocio para el 4º trimestre del 2019, y se comparan con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Perfil del turista británico en Gran Canaria. 2018

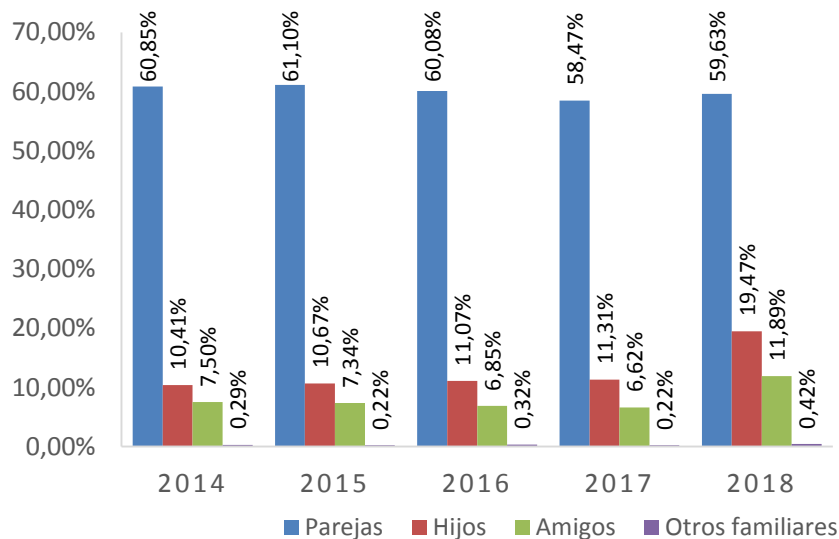
Turista británico por género



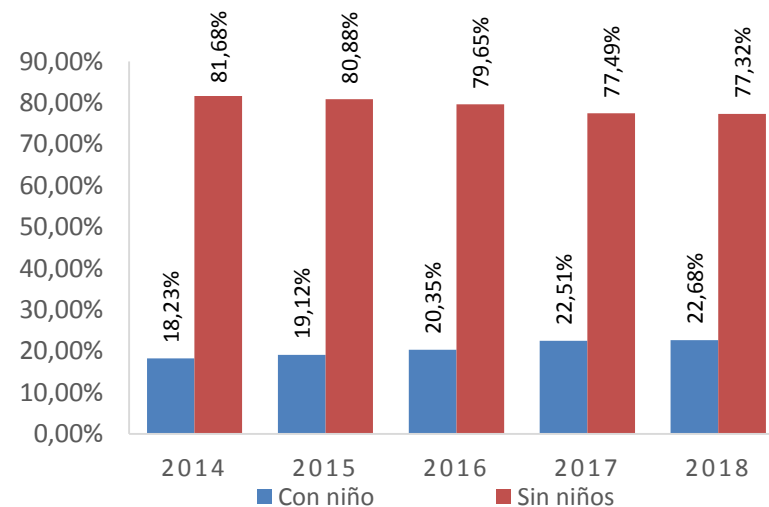
Turista británico por edad



Turista británico por tipología de acompañantes

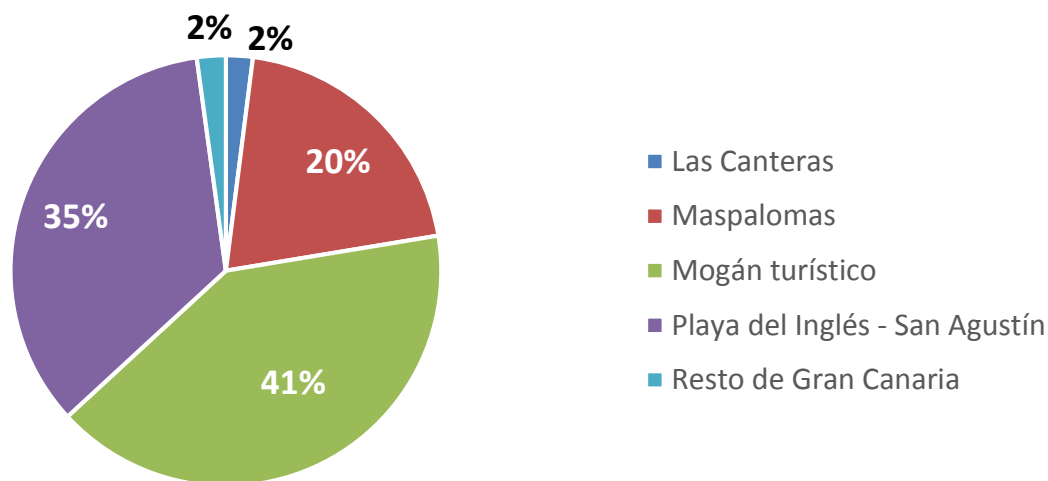


Turista británico acompañados por menores



Mercado británico según zonas turísticas de Gran Canaria. 2018

Zonas de alojamiento elegidas por los turistas británicos

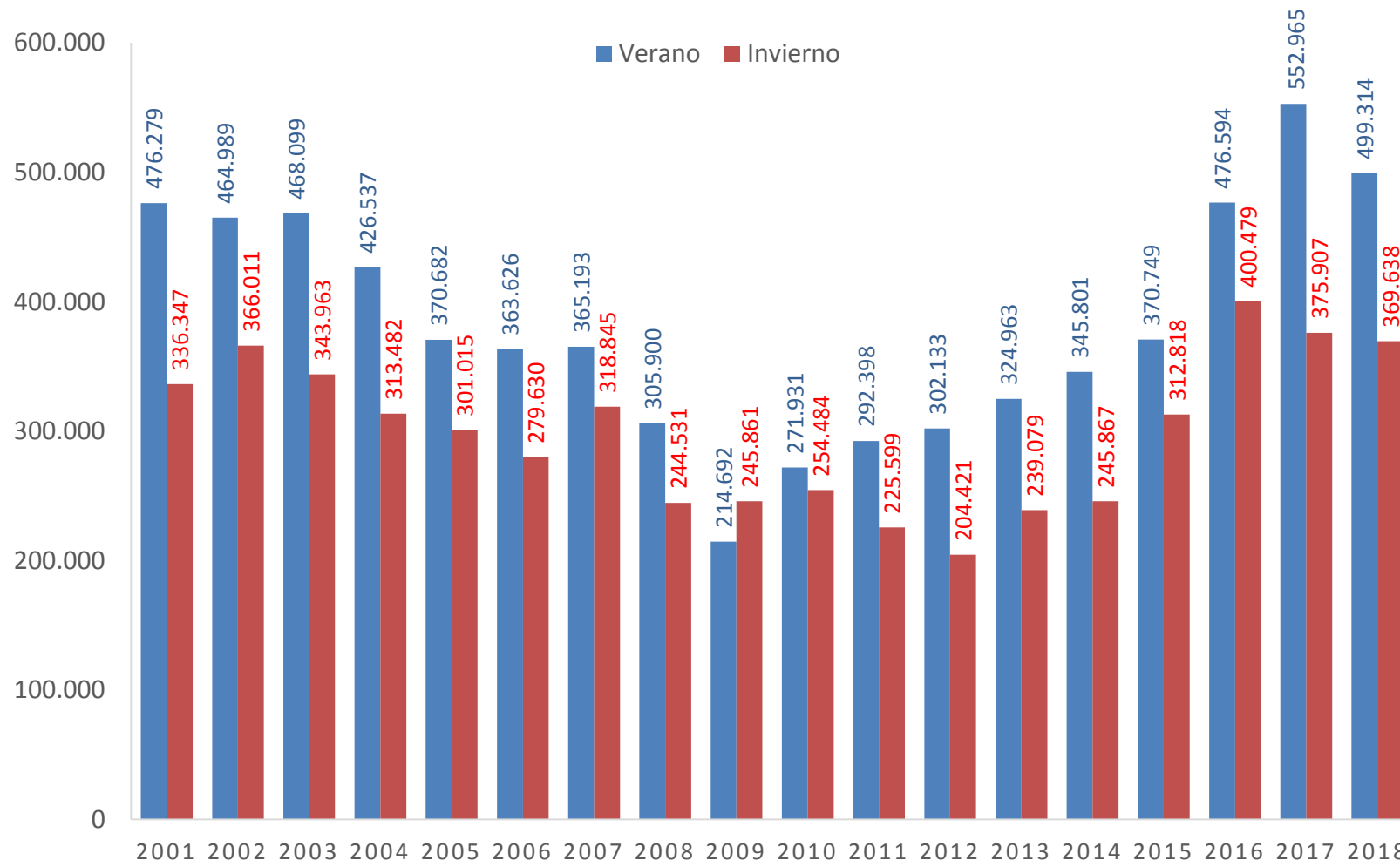


Estancia media de los turistas británicos según zona turística

Zona turística	Estancia media
Mogán turístico	8,7 días
Maspalomas-Meloneras	9 días
Las Canteras	4,9 días
Playa del Inglés - San Agustín	8,3 días
Resto de Gran Canaria	4,5 días

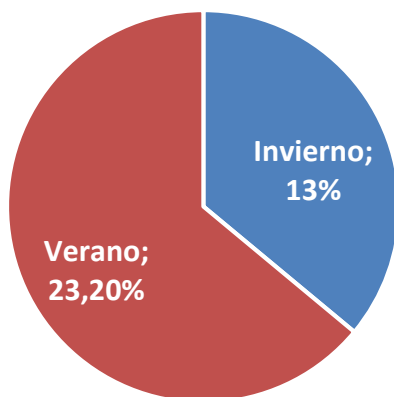
Situación del mercado británico. Gran Canaria. Invierno y verano.

Histórico de pasajeros llegados.

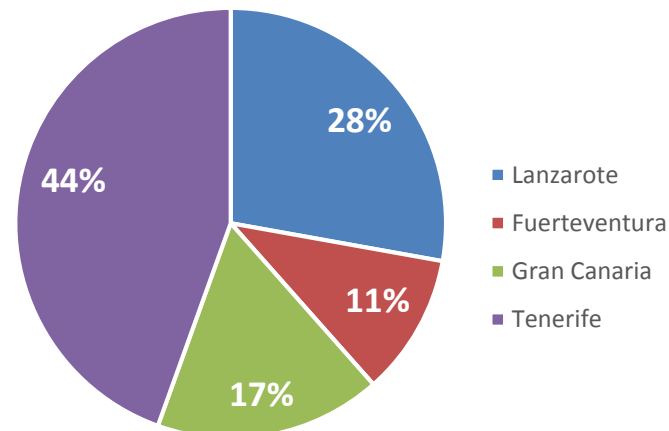


Situación del mercado británico en Gran Canaria y Canarias

Cuota en Gran Canaria: Mayor presencia de británicos en verano (23,20%).
En invierno suponen el 13,07% del mercado total.
En el conjunto del año suponen el 19%



Cuota dentro de Canarias: Del total de británicos que vienen a Canarias, un 17% elige Gran Canaria

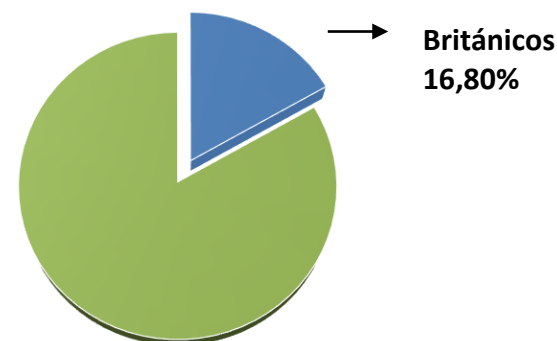


Gasto total de los turistas británicos en 2018 en Gran Canaria: 791.002.976€
(-6,82% variación anual)

Gasto total medio por turista británico: 1.444,82 €

Estancia media de los turistas británicos (días): 8,51

Aportación del turista británico al gasto turístico total en Gran Canaria: 16,80%

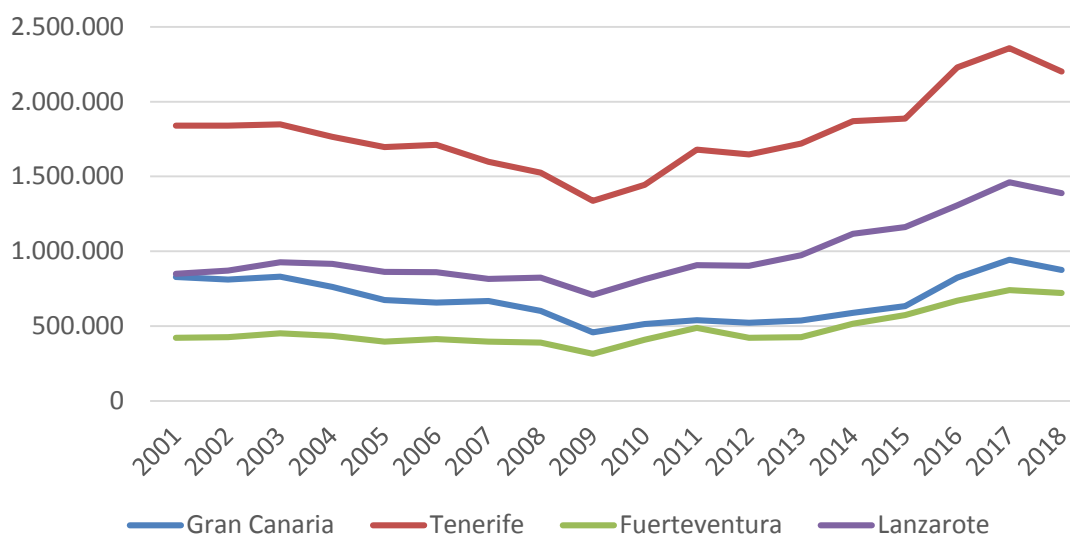


Pasajeros británicos llegados a Gran Canaria y Canarias

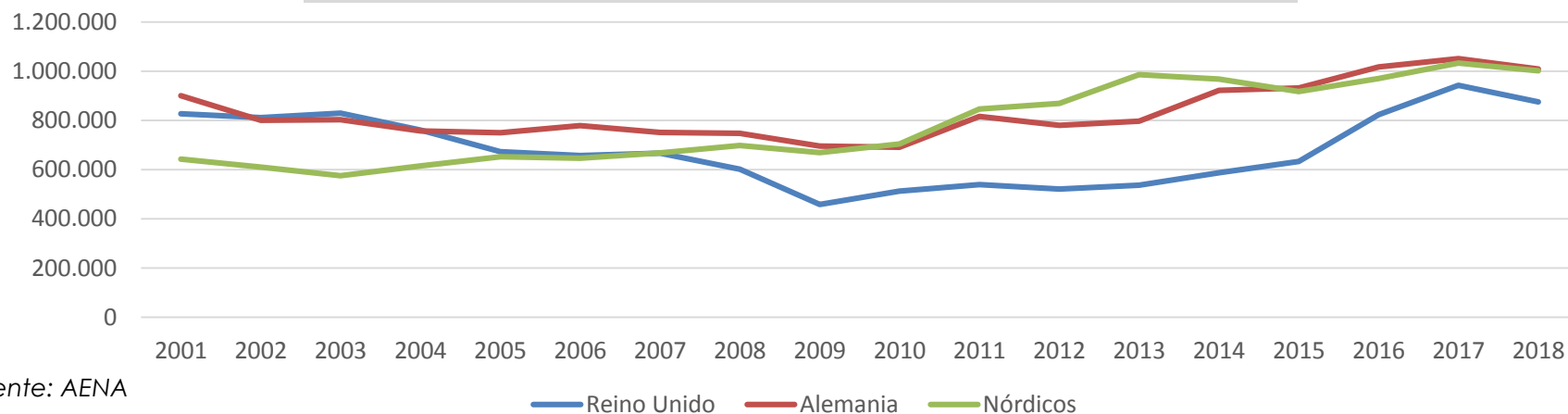
**Británicos en Gran Canaria.
Porcentaje dentro del total de
pasajeros extranjeros**

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%
2017	23,14%
2018	22,38%

Mercado británico en Canarias, por islas. 2001-2018



Pasajeros en Gran Canaria según país de procedencia. 2001-2018



Pasajeros británicos a Gran Canaria por aeropuertos. 2019

Aeropuerto	2018	2019	Var.	Var. (%)
MANCHESTER INTERNACIONAL	116.367	107.391	-8.976	-7,71%
LONDRES GATWICK	110.899	95.725	-15.174	-13,68%
LONDRES STANSTED	70.883	76.470	5.587	7,88%
BIRMINGHAM INTERNACIONAL	70.080	68.459	-1.621	-2,31%
EAST MIDLANDS	38.350	34.017	-4.333	-11,30%
GLASGOW GLASGOW INTERNACIONAL	35.156	32.677	-2.479	-7,05%
LEEDS LEEDS-BRADFORD	36.472	37.090	618	1,69%
BRISTOL	37.529	33.620	-3.909	-10,42%
EDIMBURGO TURNHOUSE	31.977	30.214	-1.763	-5,51%
NEWCASTLE	25.130	21.058	-4.072	-16,20%
LONDRES LUTON APT	17.409	15.944	-1.465	-8,42%
BELFAST INTERNACIONAL	17.372	17.447	75	0,43%
BOURNEMOUTH INTL	11.942	11.488	-454	-3,80%
GLASGOW PRESTWICK	10.755	9.246	-1.509	-14,03%
LIVERPOOL INTERNACIONAL	9.452	8.920	-532	-5,63%
CARDIFF-WALES	7.320	7.225	-95	-1,30%
DONCASTER SHEFFIELD ROBIN HOOD	7.190	7.143	-47	-0,65%
EXETER	7.074	2.730	-4.344	-61,41%
LONDRES HEATHROW	5.399	7.057	1.658	30,71%
ABERDEEN DYCE	3.749	0	-3.749	-100,00%
NORWICH	3.629	0	-3.629	-100,00%

Pasajeros británicos a Gran Canaria por compañía. 2019

Compañías	2018	2019	Var.	Var. (%)
JET2.COM LIMITED	173.816	190.029	16.213	9,33%
TUI GROUP	175.951	155.940	-20.011	-11,37%
RYANAIR DAC	164.220	148.692	-15.528	-9,46%
THOMAS COOK AIRLINES	82.825	59.604	-23.221	-28,04%
EASYJET	51.429	50.198	-1.231	-2,39%
NORWEGIAN	20.492	12.393	-8.099	-39,52%
BRITISH AIRWAYS	5.399	7.057	1.658	30,71%

- A lo largo de varios años la importancia de Thomas Cook en Gran Canaria ha ido menguando, frente al fuerte crecimiento de JET2Hols, especialmente en la temporada de invierno. En total, el operador traía unos 70 mil clientes al año a Gran Canaria, un porcentaje inferior en comparación a otras islas canarias, donde la cuota de mercado de este operador ha sido muy superior. Como consecuencia, Gran Canaria ha resultado menos afectada. Mas sin embargo, algunos hoteleros, con los contratos en garantía o grandes cupos, desafortunadamente han sido más afectados.
- La isla presenta una previsión del -6% de vuelos regulares británicos para este invierno, con crecimientos confirmados de JET2 y BA, que pasa su operación a London Gatwick y la convierte en anual, con hasta 4 vuelos semanales desde el 28 de Oct. Aunque hay una contracción del mercado, los números están muy por encima de 2015 y 2016, años de excelentes resultados para el mercado y hemos marcado en 2018 el segundo mayor registro de turistas británicos en la isla, tras el máximo registrado en 2017.

MAPA DE VUELOS A REINO UNIDO

Invierno 19/20



