World Travel Market

Patronato de Turismo de Gran Canaria
Dossier 2021

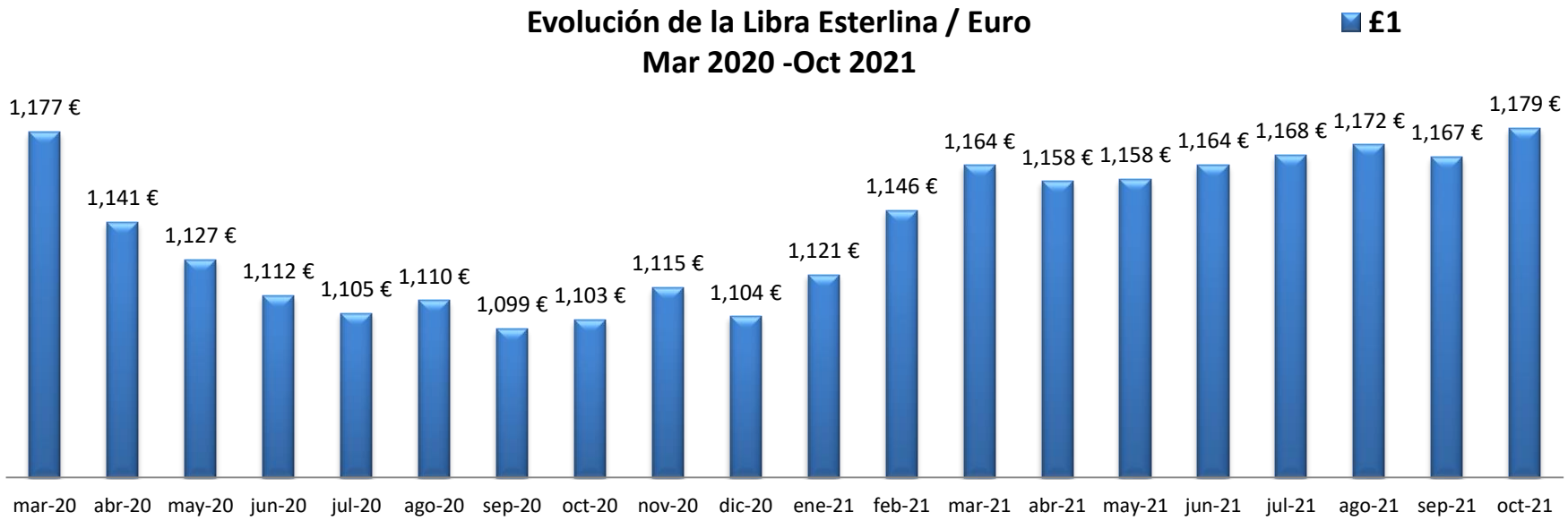
PARTE 1. El mercado en origen: Economía, novedades y tendencias

Reino Unido. Economía

La economía británica se ha recuperado a los niveles similares a la prepandemia después de un rápido repunte de la peor recesión en 300 años, ayudada por la buena gestión del programa de vacunación y la relajación de las restricciones de Covid. Según las últimas cifras oficiales, el PIB está solo un 0,8% por debajo de su nivel de febrero de 2020.

Sin embargo, la grave escasez de trabajadores y materiales podría ralentizar el ritmo del crecimiento, poniendo en riesgo una recuperación completa para Navidad.

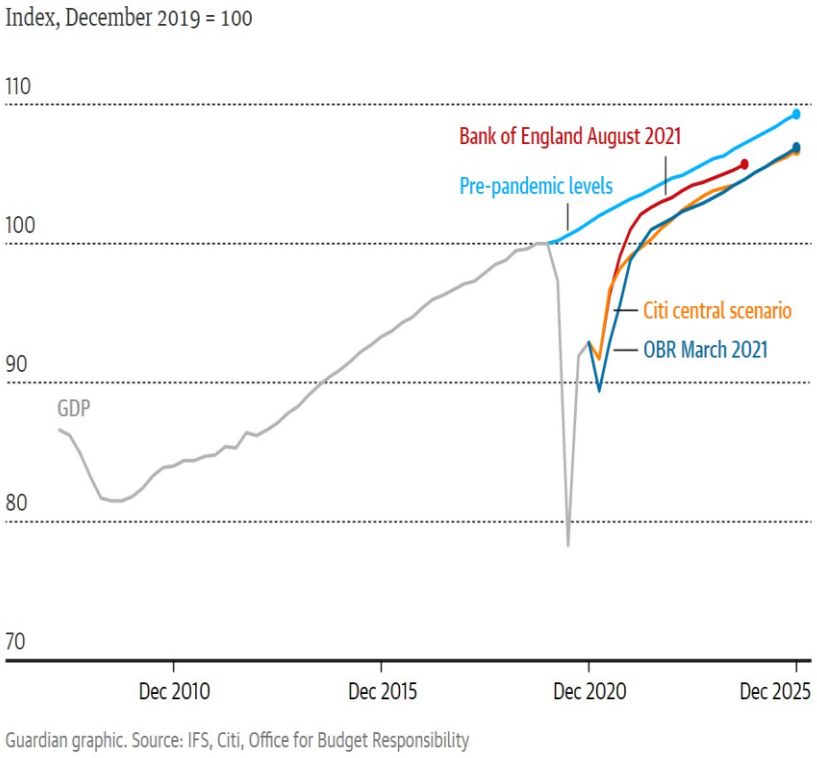
La economía del RU se ha recuperado a los niveles precovid, gracias a la vacunación y la relajación de las restricciones de Covid.



Fuente: x-rates.com

Reino Unido. Economía

El Instituto de Estudios Fiscales estima que el impacto conjunto de Covid y Brexit en la economía británica podría ser, respecto al crecimiento del PIB para 2024, un 2,5% menor de lo que hubiera sido. El Banco de Inglaterra pronostica un impacto del 1%. El nivel de desempleo se sitúa en el 4,5%, aunque es pronto para decir el efecto de la pandemia, ya que los ERTE han finalizado recientemente. La subida en el precio del combustible ha llevado la inflación a los niveles más altos en décadas, disparando el coste de vida. La inflación podría legar a subir al 5% hasta mediados de 2022, antes de empezar a bajar para situarse en el estimado 2%.



Indicadores clave – Oct21

- **PIB:** 2021+6,5%; -0,8% desde Dic2019
- **Inflación:** +3,1% la mayor subida
- **Inflación fijada:** +2%
- **Tasa de interés:** 0,1%; 0,75% hasta Feb2020
- **Desempleo:** 4,5%
- **Puestos vacantes:** 1,1 millón – números récord
- **Precio de la vivienda:** +8%; +13% en la pandemia
- **Precio de la vivienda en Londres:** +2,2%
- **Consumo:** +7,2%; -6,3% desde Dic2019
- **Sector Servicios:** 0,3%; -0,6% desde Feb2020
- **Sector Producción:** 0,5%; - 2,4% desde Feb2020
- **Sector Construcción:** 0,2%; -1,5% desde Feb2020
- **Precio de Petróleo x litro:**1,84$,Oct2020: 1,48$

Fuente: ONS, Banco de Inglaterra, BBC, Financial Times

Reino Unido. Covid-19

Reino Unido puede presumir del programa líder de vacunación, a pesar de que ha coincidido con la implementación de nuevos acuerdos del Brexit, que ha creado confusión burocrática a varios sectores y una cepa del virus altamente contagiosa que ha arrasado el país.

Indicadores clave (27.10.21)

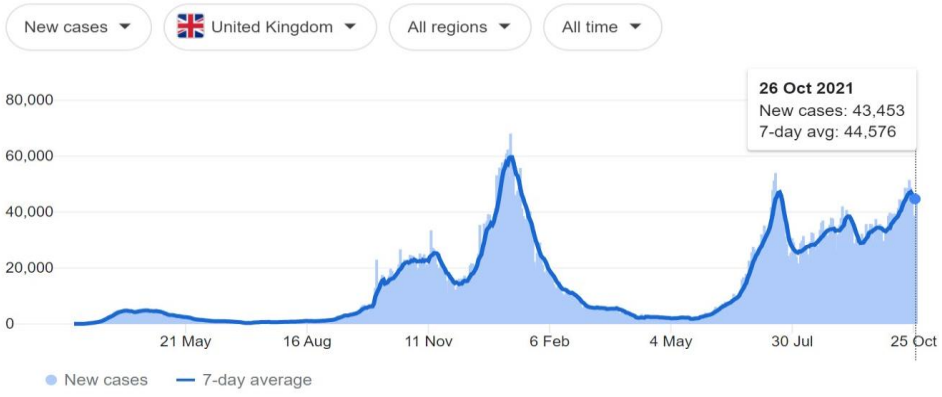
*Población: 67,22 millones

- **Ratio de vacunación** (dosis x 100pax): 149
- **Vacunación total** (dosis): 102.106.510
- **Primera dosis** (pax): 49.794.120
- **Segunda dosis** (pax): 45.605.922
- **Buster** (pax): 6.706.468

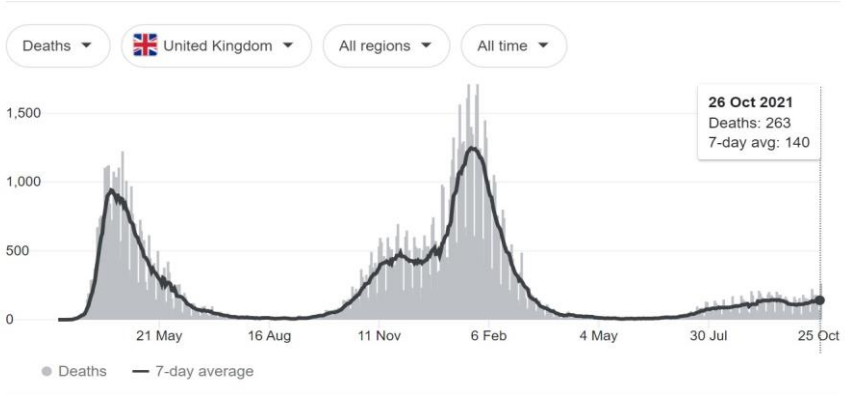
A la puerta del invierno, con la nueva subida de los casos, el gobierno se encuentra bajo presión de la SS británica de activar el Plan B, que consiste en la reinserción de algunas restricciones. Han hecho un exhaustivo análisis, que muestra que estas medidas solo reducirían el contagio en una pequeña parte, frente al impacto de 18 mil millones de libras que ocasionarían a la economía.

Los datos desde el principio de la pandemia muestran que la vacunación es la medida que directamente lleva a la reducción de contagios, por lo que se centran ahora en la campaña del Buster, que ya está avanzando rápidamente, por lo que se espera, que los casos volverán a bajar en breve.

Casos de Covid en el RU desde el principio de la pandemia



Muertes de Covid en el RU desde el principio de la pandemia



Fuente: gov.co.uk, NHS

Reino Unido. Tendencias

El principal objetivo del sector turístico ahora mismo consiste en **recuperar la confianza del consumidor**, lo que solo será posible con la colaboración entre los gobiernos y negocios turísticos de los mercados emisores y receptores, como lo vimos con los programas de vacunación, las PCRs, ID digitales etc.

Tendencia clave :

PRODUCTO FLEXIBLE, SEGURO, AUTÉNTICO Y DISPONIBLE DIGITALMENTE

- El turista británico quiere reservar sus vacaciones al extranjero con **total garantía de la devolución de dinero, con la protección de ATOL y quiere flexibilidad de cambio**, tanto de fechas como de destino, lo que solo pueden ofrecer los turoperadores.
- Crece la demanda de **experiencias únicas, exclusivas y sostenibles**, evitando aglomeraciones de personas y destinos sobresaturados, con cada vez mayor preocupación por el impacto del turismo en el destino.
- Se valoran más **las experiencias personalizadas y auténticas**. Los viajeros esperan recibir ofertas adaptadas a las necesidades particulares de cada uno, con un seguimiento continuo de las marcas turísticas, lo que ayudará a retener a los clientes y crear confianza.
- **La tecnología se posiciona al frente** para poder afrontar las necesidades del consumidor. Así pues, el sector ha introducido rápidamente facilidades sin contacto en cada paso de la experiencia turística, para hacer frente a los problemas de salud y seguridad. La evolución en la tecnología con el sistema biométrico, automatización del escaneo de salud y los ID digitales, entre otros avances, van a facilitar al sector el minimizar el riesgo, retrasos y ineficiencia, al mismo tiempo que garantizar la seguridad y salud.

Reino Unido. Tendencias 2021-22

50% teme tener que pasar la **CUARENTENA DE VACACIONES**

50% teme **COGER COVID**

27% se preocupa por el **IMPACTO DEL TURISMO EN EL DESTINO**

53% quieren **DEVOLUCIÓN DE DINERO** garantizado

20% GASTARÁ MÁS en sus vacaciones 2021-22

40% intentará evitar **DESTINOS SOBRESATURADOS**

22% reservará con **AGENCIA DE VIAJES**

70% +45años **QUIERE PROTECCIÓN ATOL**

2x más 16-34 años está dispuestos a **VIAJAR EN AVIÓN** que los +55 años

20% todavía está preocupado por **VIAJAR EN AVIÓN**

Fuente: Datos del Estudio Service Science/Kantor

Reino Unido. Tendencias 2021-22

27 millones de británicos suelen disfrutar de al menos **1 x VACACIONES EN EL EXTRANJERO** en un año precovid

16,5 millones de británicos ha disfrutado o disfrutará de al menos **1 x VACACIONES EN EL EXTRANJERO** en el 2021, lo que es extraordinario dada la situación

No se observa cambio significativo en el tipo de vacaciones, se mantiene la preferencia por los hoteles de más categoría, todo-incluido y más actividades al aire libre

Mercado Turístico Británico. Precovid

50% británicos han disfrutado al menos de **1 x VACACIONES EN EL EXTRANJERO**

24% británicos han disfrutado **2 ó más**

Los que han disfrutado 2 o más vacaciones en el extranjero:

26% Con Niños

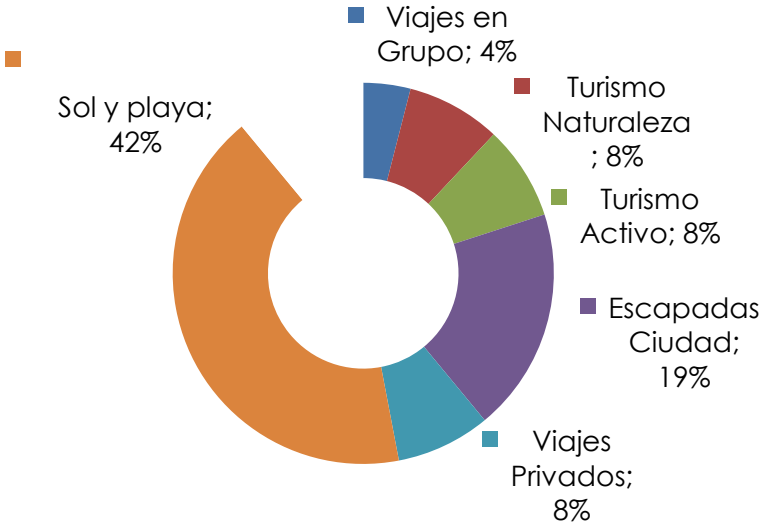
42% +55 años

26% clase social ABC1

Fuente: Datos del Estudio Service Science/Kantor

Reino Unido. Tendencias 2021-22

TIPO DE VACACIONES

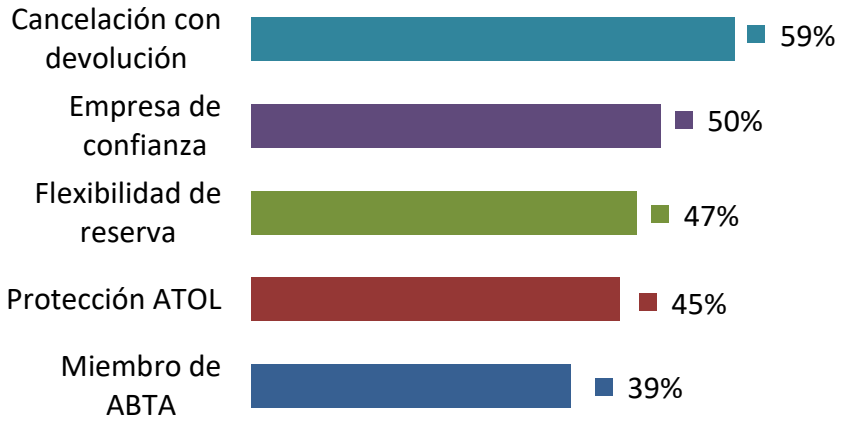


Las vacaciones principales siguen siendo de sol y playa de 7-10 días en el alojamiento de 4*, complementado con algunas escapadas de ciudad y de staycations, que por primera vez aumentan

Popularidad de Todo Incluido se mantiene, especialmente entre familias con niños menores de 16 años

Incremento de viajes independientes y de turismo activo en la naturaleza

FACTORES IMPORTANTES
A la hora de hacer la reserva

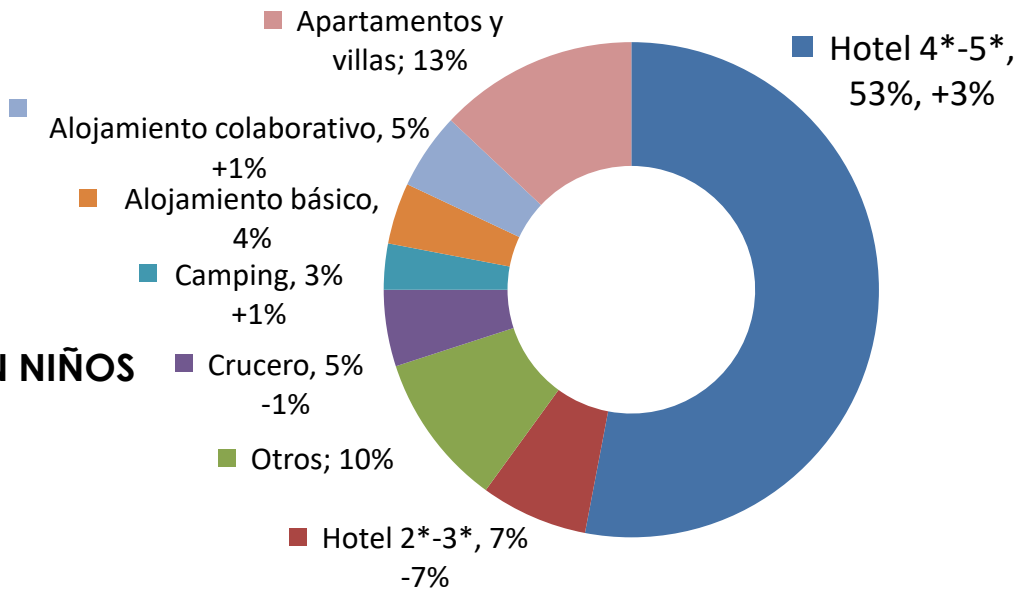


Fuente: Datos del Estudio Service Science/Kantor

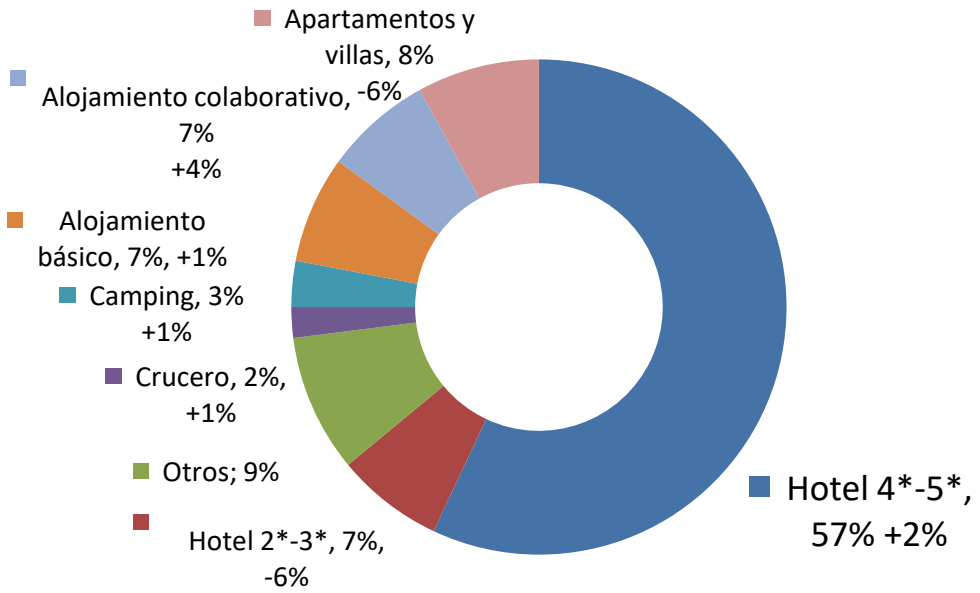
Reino Unido. Tendencias 2021-22

Marcado interés en los hoteles de gama alta, tanto entre los viajeros con niño, como sin niños, en detrimento de las reservas en el alojamiento de self-catering y de categoría básica.

TIPO DE ALOJAMIENTO. TODOS LOS VIAJEROS



TIPO DE ALOJAMIENTO, VIAJEROS CON NIÑOS



El turismo de mayor poder adquisitivo se recupera más rápido. El alojamiento de gama alta proporciona mayor confianza al consumidor, especialmente pospandemia.

Fuente: Datos del Estudio Service Science/Kantor

Reino Unido. Mercado emisor

El mercado emisor británico precovid ha estado marcado por la inseguridad sobre el Brexit y la notable sobrecapacidad aérea del mercado de distancia corta. La pandemia, que ha parado casi la totalidad del tráfico aéreo, ha puesto los problemas del 2019 en perspectiva.

Las LLAA y TTOO contrajeron grandes deudas para sobrellevar la pandemia

Las líneas aéreas y los turoperadores se han visto obligados a contraer grandes deudas para sobrellevar la pandemia y no será probablemente antes de 2023, cuando empiecen a generar beneficios. Han hecho verdaderos malabarismos para balancear la capacidad con la demanda. IAG registró deudas de hasta 6.000 millones de euros en el año de Covid, volando con la capacidad del 30% respecto al 2019. Ryanair cortó su capacidad un 40%, mientras que EasyJet, que registró pérdidas de 1.270 millones, operó solo con 20% durante la pandemia. Norwegian, a su vez, buscó la protección de insolvencia en Irlanda, dejando el mayor control a sus acreedores. TUI y JET2 han tenido que parar la operación por completo, debido a las regulaciones, centrando sus esfuerzos en conseguir más fondos, ya sea a través de sus inversores, como con los préstamos estatales.

El sector confiaba en que el daño de la pandemia no será permanente y la demanda se recupere cuando las restricciones se eliminen

A pesar de la gravedad de la situación, el sector turístico confiaba plenamente en que el daño de la pandemia no sea permanente y que la demanda volvería una vez las restricciones se eliminen. El problema consiste en balancear las ganas de recuperación, con los riesgos de la salud.

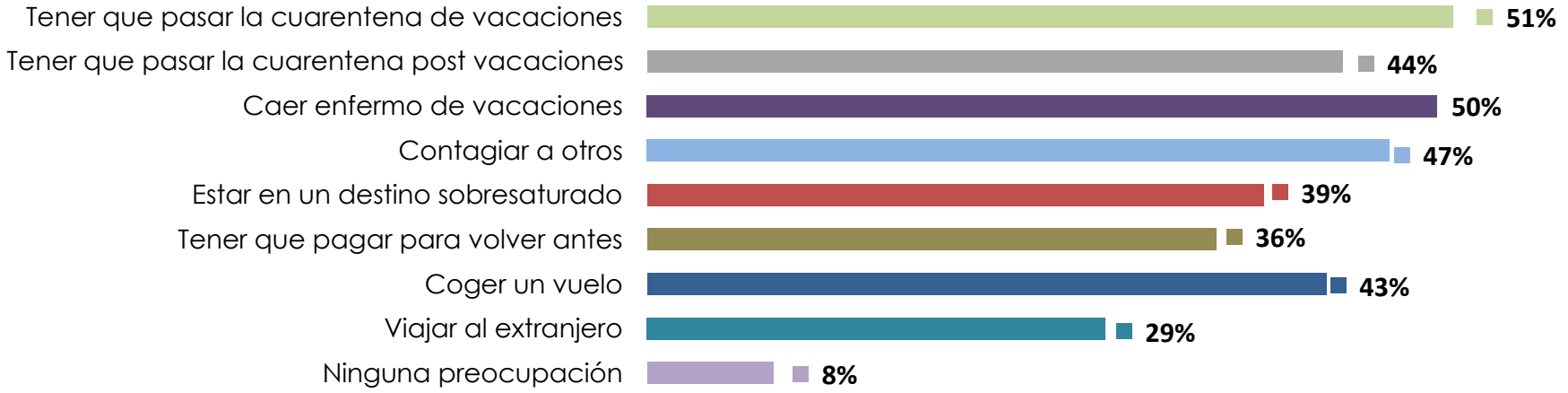
Reino Unido. Mercado emisor

En la pospandemia habrá varios tipos de consumidores, unos que no tienen problemas en subirse al avión enseguida, otros muchos, van a ver a sus familiares, y otros prefieren esperar.

Lo que es seguro, es que los viajes de negocios y los viajes de larga distancia tardarán más en recuperarse, por lo que las líneas aéreas y los operadores se centran en los destinos de corta distancia, con buen nivel de vacunación y estrecha relación entre los gobiernos, para gestionar los requisitos de entrada y salida, como es el caso de Canarias.

La recuperación de los destinos de distancia corta con buen nivel de vacunación será más rápida

Preocupaciones de turistas británicos relacionados con Covid



Fuente: Datos del Estudio Service Science/Kantor

Reino Unido. Mercado emisor

La ola de demanda que resurgía cuando el tráfico se reanudaba con las primeras aperturas de corredores aéreos a los destinos populares, como Canarias, nos daba claras indicaciones de la fuerza de la demanda existente en el mercado británico, lo que se ha confirmado a mediados de julio, con el relanzamiento del turismo británico y más todavía, a mediados de octubre, cuando el gobierno británico ha reducido al máximo las limitaciones para viajar para las personas vacunadas.

La ola de demanda de octubre es un soplo de aire fresco para un sector castigado por la pandemia

El fuerte boom de reservas de octubre, tanto de última hora, para las vacaciones escolares, como para el fin de año y el año 2022, es un estímulo positivo para el sector británico, que ha mostrado 18 meses de resiliencia, con un volumen de trabajo front-office sin precedentes, asociado principalmente con las gestiones de información, cancelación, cambio y reorganización de las reservas hechas precovid, que no llevaba a los ingresos.

Nuevo personal de venta necesita formación sobre el destino y producto

El sector turístico británico ahora mismo, igual que otros sectores de servicios, experimenta una acusada falta de personal, no solo por el volumen de trabajo, sino también, debido a que muchos profesionales han dejado el turismo durante la pandemia. Nuevo personal de venta requiere formación en el producto, lo que se debe tener en cuenta también por el sector receptivo.

Reino Unido. Licencias ATOL

La renovación de las licencias ATOL a finales de septiembre de 2021, es la mejor proyección de la situación actual del sector y de las perspectivas para el 2022. Aunque menos empresas turísticas han renovado sus licencias ATOL este año, el TOP 10 se mantiene prácticamente sin cambios, con los números de licencias que se acercan a los de 2019.

TUI UK conserva su liderazgo, seguido por Jet2holidays, que refuerza su posición líder para los destinos de sol y playa de distancia corta. EasyJetholidays se afianza entre los operadores líderes en el Reino Unido, el primer mercado donde lanzaron la turoperación, con la distribución exitosa a través de las agencias de viajes, así como a través de sus canales propios.

Jet2Hols refuerza su posición líder para los destinos de sol y playa de distancia corta, como Canarias, donde aumentan su cuota de mercado

Empresas con licencia ATOL	Oct-21		Oct-19	
Top 10	Ranking	Número de pasajeros	Número de pasajeros	Ranking
TUI UK Ltd	**1**	**5,122,443**	5,555,145	1
Jet2holidays Ltd	**2**	**3,750,000**	3,915,000	2
On the Beach Travel Limited	**3**	**1,336,601**	1,646,800	3
We Love Holidays Ltd	**4**	**1,065,400**	1,374,812	4
easyJet Holidays Ltd	**5**	**855,700**		7
British Airways Holidays Ltd	**6**	**643,745**	1,010,148	5
Expedia Group, Inc	**7**	**410,949**	874,208	6
BravoNext SA (lastminute.com)	**8**	**409,960**	640,555	8
Southall Travel Ltd - (long haul)	**9**	**248,800**	364,500	11
easyJet Airline Company Ltd	**10**	**180,108**	793,874	7

Fuente: CAA

Reino Unido. Tecnología y Canales de Distribución

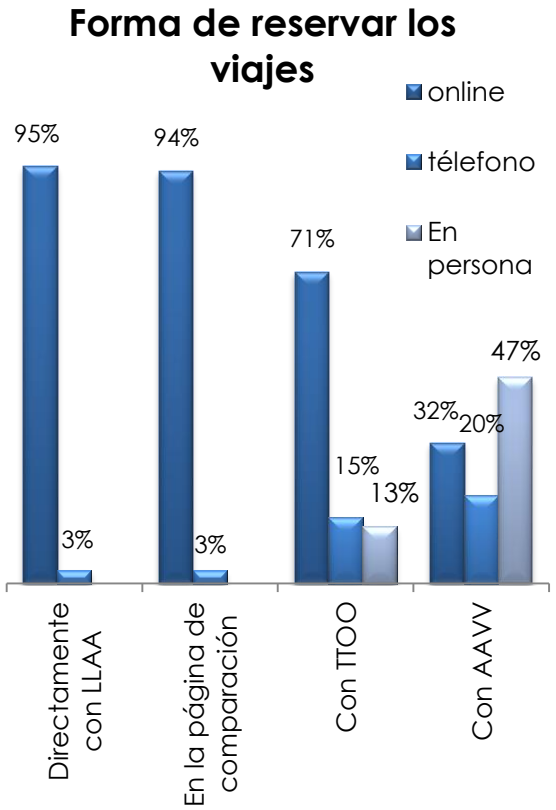
Los avances en las tecnologías de IA y RV están creando oportunidades múltiples para el sector turístico, enriqueciendo las experiencias y ayudando a reducir el carácter intangible del producto turístico.

Si bien, el proceso de digitalización empezó antes de Covid, las necesidades de la pandemia aceleraron el uso masivo de tecnología sin contacto para los pagos, check in, ID digitales y muchos otros procesos. La optimización de los procesos a través de las nuevas tecnologías, se ve, además, por las empresas turísticas, como la vía para reducir los costes y amortiguar las deudas contraídas durante la pandemia.

El mercado turístico británico está altamente digitalizado, con las reservas realizadas en su gran mayoría online. Al mismo tiempo, es un mercado altamente marcado por la intermediación. Más del 65% de todas las reservas del sector de viajes se realizan a través de los intermediarios como TTOO, OTAS y AAVV.

El cliente británico reserva sus viajes principalmente online, en los portales de los propios turoperadores, OTAS o páginas de comparación

La pandemia aceleró la transformación digital del sector turístico



Fuente: CAA

Reino Unido. Tecnología y Canales de Distribución

Las vacaciones en Canarias se distribuyen en el Reino Unido primordialmente a través de los paquetes vacacionales completos de los turoperadores verticales, como Jet2holidays, TUI o EasyJetholidays, que facilitan una amplia gama de producto y las condiciones imposibles de superar por otros canales de distribución, como la protección ATOL, total flexibilidad de cambio y devolución, logística, además de las facilidades de pago, con la posibilidad de reserva con solo un depósito (60 libras en caso de Jet2holidyas). Todos estos aspectos son ahora mismo altamente valorados por el cliente.

AAVV distribuyen más de 20% del producto turoperacional. Ganan en importancia al proporcionar confianza al consumidor en estos momentos de confusión logística

El cliente británico reserva sus vacaciones principales de sol y playa a través de los TTOO, que ofrecen un producto variado, protección ATOL, flexibilidad, facilidades de pago y la logística, altamente valorados por el cliente en la época de poscovid

Aunque alrededor del 80% del producto de la turoperación se reserva a través de sus propios canales (online o por el call centre), el 22% de los paquetes vacaciones de los operadores, se venden a través de las agencias de viajes, que refuerzan su importancia en 6% respecto a los años anteriores. El contacto con el experto, ya sea por teléfono, plataformas digitales, email o en persona, proporciona mayor confianza al consumidor, especialmente en estos momentos de legislación volátil y logística complicada, que se acentúa más en el caso de reservas de mayor valor.

Fuente: Datos del Estudio Service Science/Kantor

Reino Unido. Requisitos Salida/Entrada

Octubre 2021

El pasaporte válido con vigencia de al menos 6 meses y un día, al día de la vuelta al RU, con la validez del pasaporte de 10 años. Si el pasaporte es vigente por 10 años y unos meses, debido a la renovación, estos días/meses extra hay que restarlos

En el RU los niños de 12-15 años solo tienen 1 dosis de vacuna, por lo que a la ida deben hacer PCR. Es un coste extra para las familias.

No vacunado

IDA

PCR
QR del Formulario de entrada ES
El certificado de recuperación Covid no se acepta

VUELTA

Reservar PCR día 2 y 8 en RU
PCR en el destino antes de volar
QR Formulario de entrada RU
Cuarentena 10 días
PCR día 5- Test to Release- opcional

Vacunado

2 dosis + 12 años

IDA

QR Formulario de entrada ES
QR Certifiado de vacunación

VUELTA

Reservar antígenos día 2
QR Formulario de entrada RU
QR Certificado vacunación

Fuente: Gov.co.uk & gob.es

Reino Unido. Destinos

Todo indica que **Canarias** va a tener un invierno positivo, suponiendo que los niveles de pandemia se mantengan bajo control, siendo ahora mismo, difícil ya encontrar disponibilidad en los alojamientos de más calidad, gracias a muchos factores que juegan a nuestro favor, como la cercanía, familiaridad, seguridad, calidad y confianza que proporciona nuestro destino.

Canarias tendrá un buen invierno 2021-22, si los niveles de covid se mantienen controlados

La apertura de **EEUU** el 4 de noviembre ha sido una de las noticias más esperadas por el sector turístico británico, con un tráfico importante para Florida, California y por supuesto, Nueva York. También se relajan las condiciones para el **Caribe** y otros destinos exóticos, como **Maldivas**. El caso de **Los Emiratos** ha sido especial, a pesar de estar en la lista roja una buena parte de la pandemia, ha sido un hub para las personas con más renta, que encontraban formas de volver a través de terceros países, siendo el coste de las múltiples PCRs insignificante para este tipo de clientela. Emiratos se mantienen como un destino importante de sol y playa de invierno.

La reapertura de Egipto y Turquía en el 2022 podría tener impacto en las reservas para Canarias

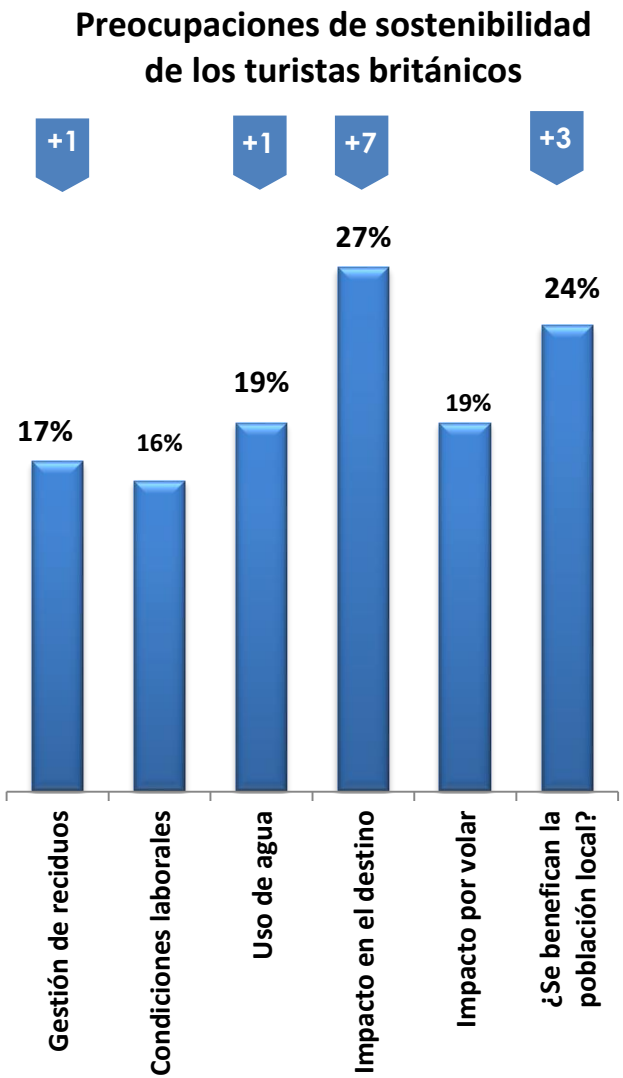
La apertura de **Egipto y Turquía**, nuestros destinos competidores directos, va jugar un papel significativo en 2022. En cuanto a los destinos estivales, además de otros destinos españoles y portugueses, **Las Islas Griegas**, así como **Sicilia** y **Malta,** son también muy populares en este mercado.

Hay que tener en cuenta, que el tráfico vacacional a un destino depende tanto de las regulaciones del Reino Unido, como las propias del destino para la entrada de los británicos. Así pues, **Marruecos** ha cerrado el 20 de octubre la entrada a los británicos, debido al incremento de los casos de la nueva variante Delta. Otros destinos podrían seguir el ejemplo, recordándonos, que la recuperación es todavía inestable.

Reino Unido. Sostenibilidad

El impacto de Covid-19 acentuó la necesidad de las acciones enfocadas a la sostenibilidad y el cambio climático, que el gobierno británico ha puesto de prioridad con varias iniciativas radicales, como el fin de la venta de coches de gasolina a partir del 2030 y de termos de gas, la ampliación de la zona de ultra baja emisión en Londres, que cubre ahora la capital dentro de la circunvalación desde octubre, con el impuesto diario de 12,5 libras, 24h al día, que se añaden a la tasa de congestión de 15 libras diarias. Así mismo, este tipo de zonas de baja emisión, se introducen en varias ciudades británicas.

Las acciones del gobierno se apoyan en la exposición pública de personalidades influyentes y de gran respeto, llevando la población británica a ser cada vez más consciente del impacto climático y de la sostenibilidad, no solo en casa, sino también en el destino vacacional cuando viaja.



Fuente: Datos del Estudio Service Science/Kantor

Reino Unido. Sostenibilidad

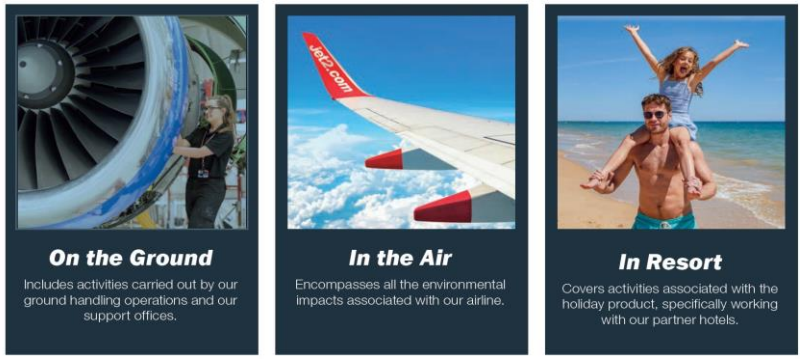
A partir de 2025, grandes empresas británicas tendrán que presentar el informe TCFD de los Riesgos, las Oportunidades y el Impacto Financiero del Cambio Climático, junto a su balance financiero anual, que permitirá al Reino Unido alcanzar los objetivos del Acuerdo de París del G20.

El turista británico es cada vez más sensible al impacto del turismo en el destino, y las cuestiones de sostenibilidad es un *value-added* valorado

Por tanto, los turoperadores empiezan a poner la sostenibilidad en la prioridad de sus estrategias, como es el caso de Jet2holidays, que enfocará sus esfuerzos no solo en hacer más sostenibles los vuelos, sino que trabajará con los destinos y los hoteles para minimizar el impacto y crear el impacto positivo en el destino, porque es cada vez más valorado por los clientes.

Los resultados estarán visibles al consumidor, que podrá elegir un producto determinado respecto al esfuerzo medioambiental empleado, un added value, por el que el turista estará cada vez más dispuesto a pagar.

3 pilares de la estrategia de sostenibilidad de Jet2



Los TTOO trabajarán con los destinos y hoteles en las estrategias de sostenibilidad

Fuente: Jet2.plc annual report 2021

PARTE 2. El mercado en Gran Canaria

Situación del sector turístico británico en Gran Canaria

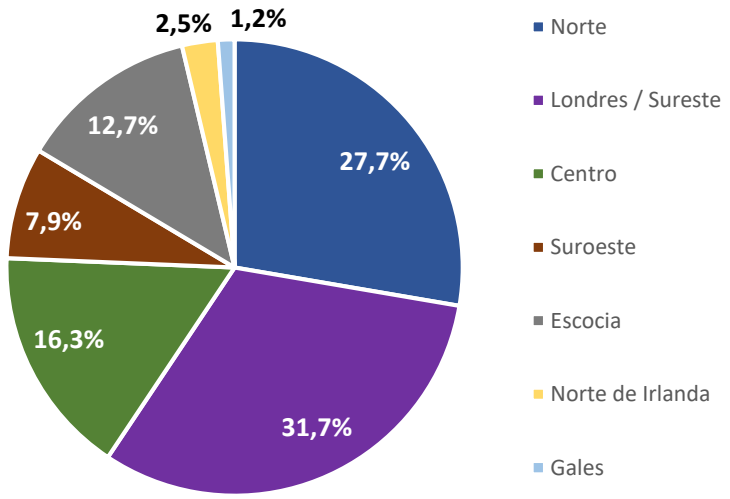
Turistas británicos en Gran Canaria

Período	Turistas	% Var. Anual
Verano 2019	432.408	-10,49%
Año 2019	771.922	-10,00%
Invierno 2019-20	246.273	-28,07%
Año 2020	171.447	-77,79%
Acumulado 2021 (enero-agosto)	38.595	-74,19%

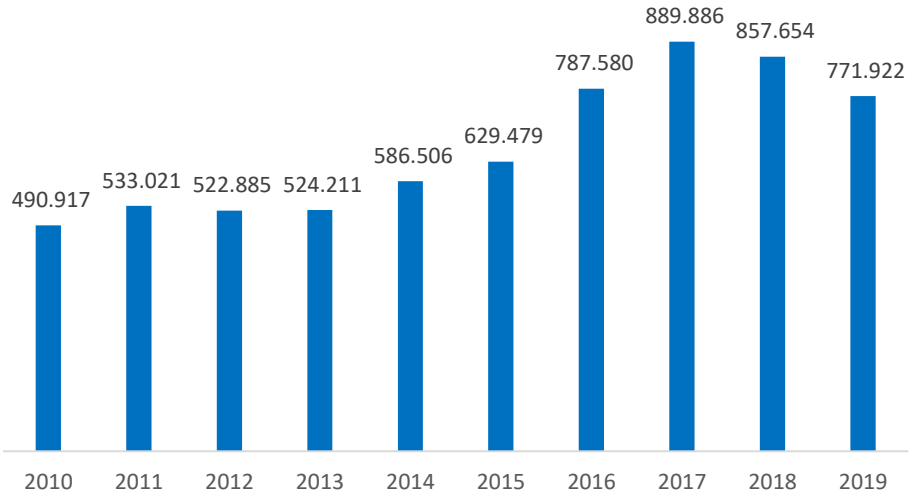
Turistas británicos en Canarias

Isla	2021 (enero-agosto)	% Var. Anual
Canarias	240.130	-75,71%
Lanzarote	69.371	-73,06%
Fuerteventura	25.072	-73,80%
Gran Canaria	38.595	-74,19%
Tenerife	107.253	-77,66%

Pasajeros británicos en Gran Canaria según el origen. 2019

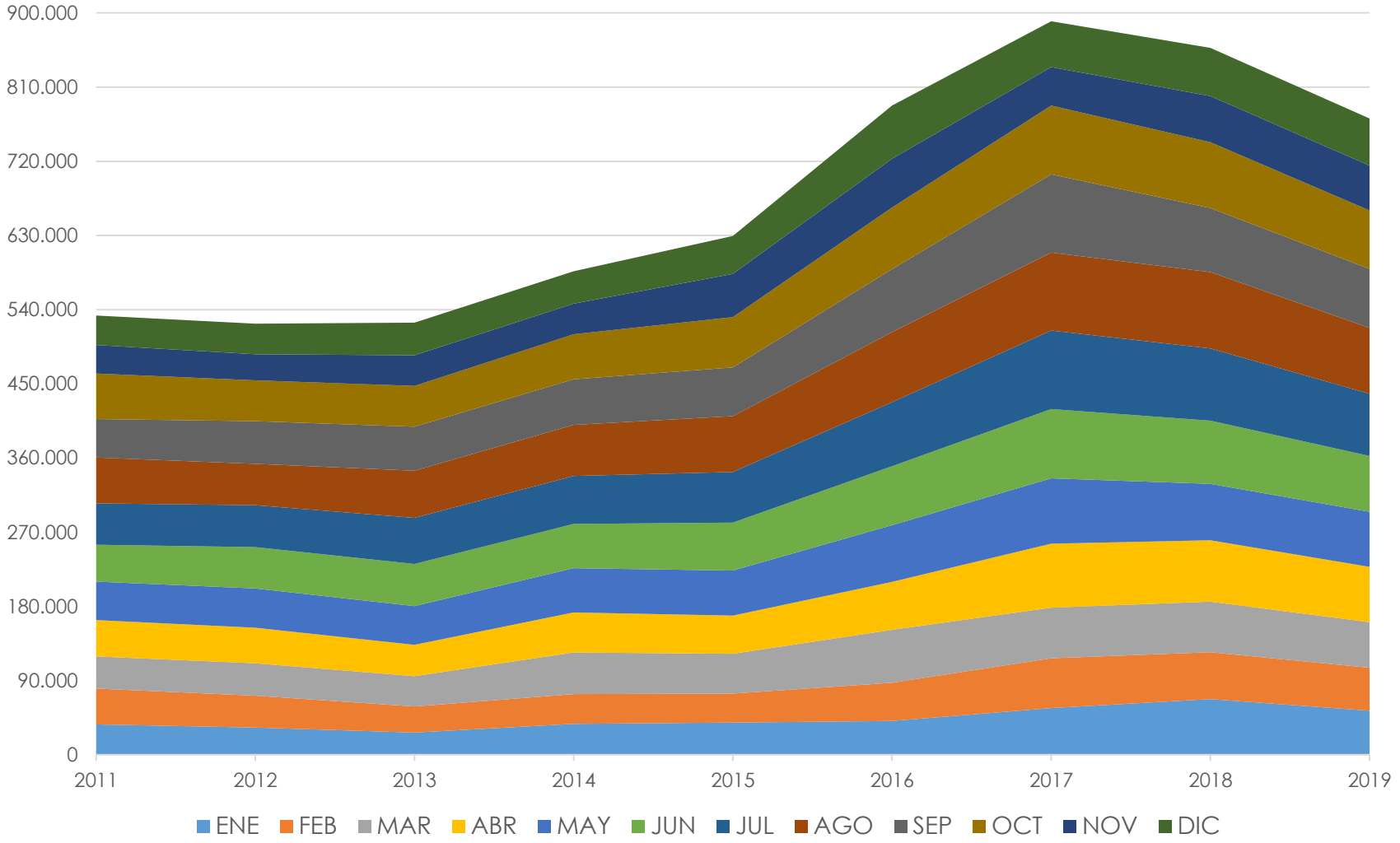


Turistas británicos en Gran Canaria. 2010-2019



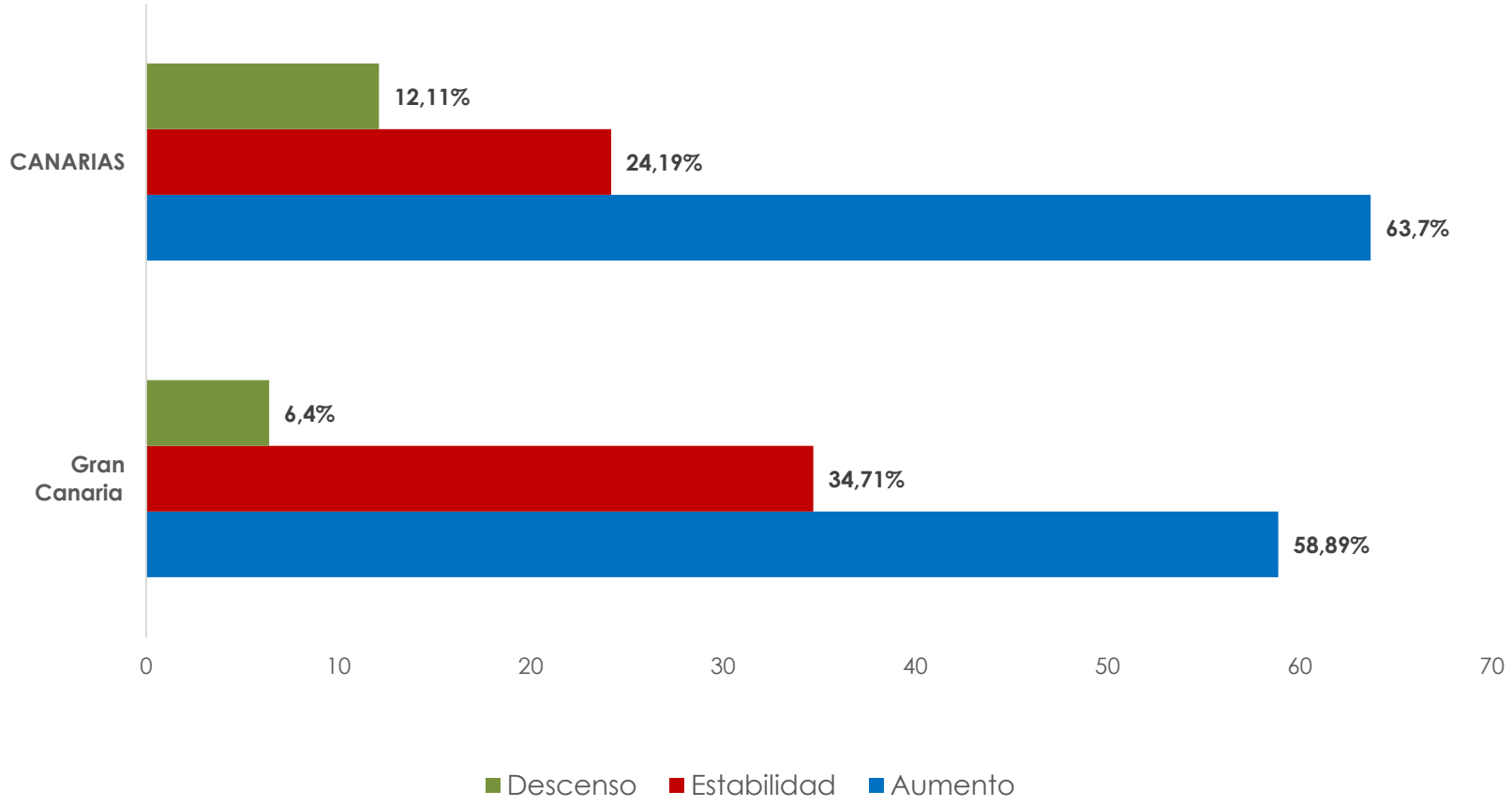
Fuente: AENA, ISTAC.

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



Fuente: ISTAC

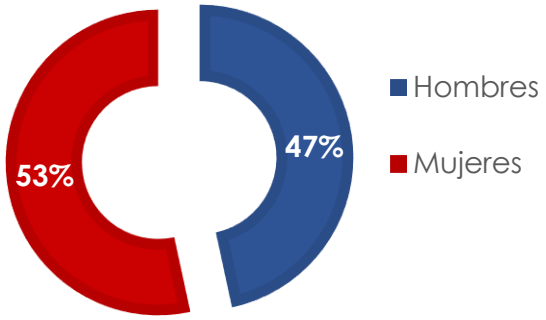
Expectativas de los hoteleros de Gran Canaria sobre la evolución del mercado británico



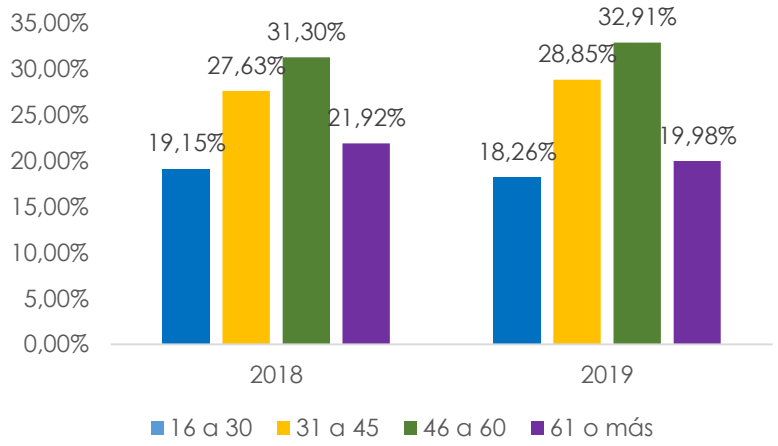
Fuente: ISTAC
** Expectativas de negocio para el 4º trimestre de 2021, y se comparan con respecto al mismo trimestre del año anterior.*

Perfil del turista británico en Gran Canaria. 2019

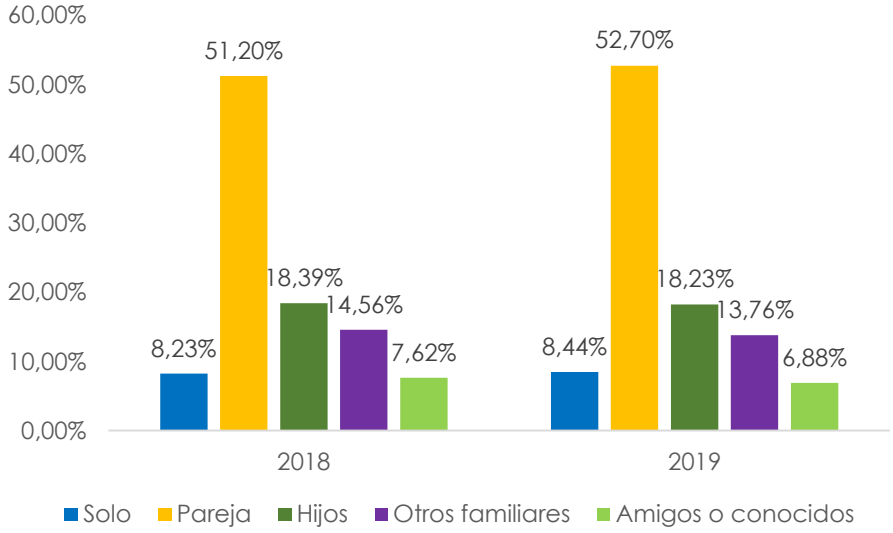
Turista británico por género



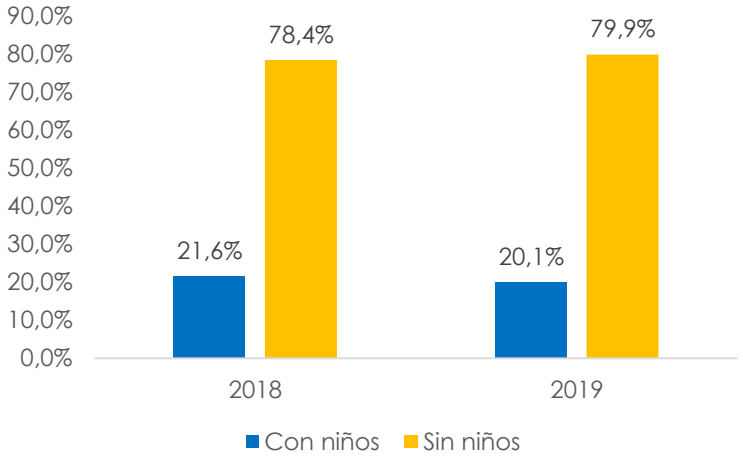
Turista británico por edad



Turista británico por tipología de acompañantes



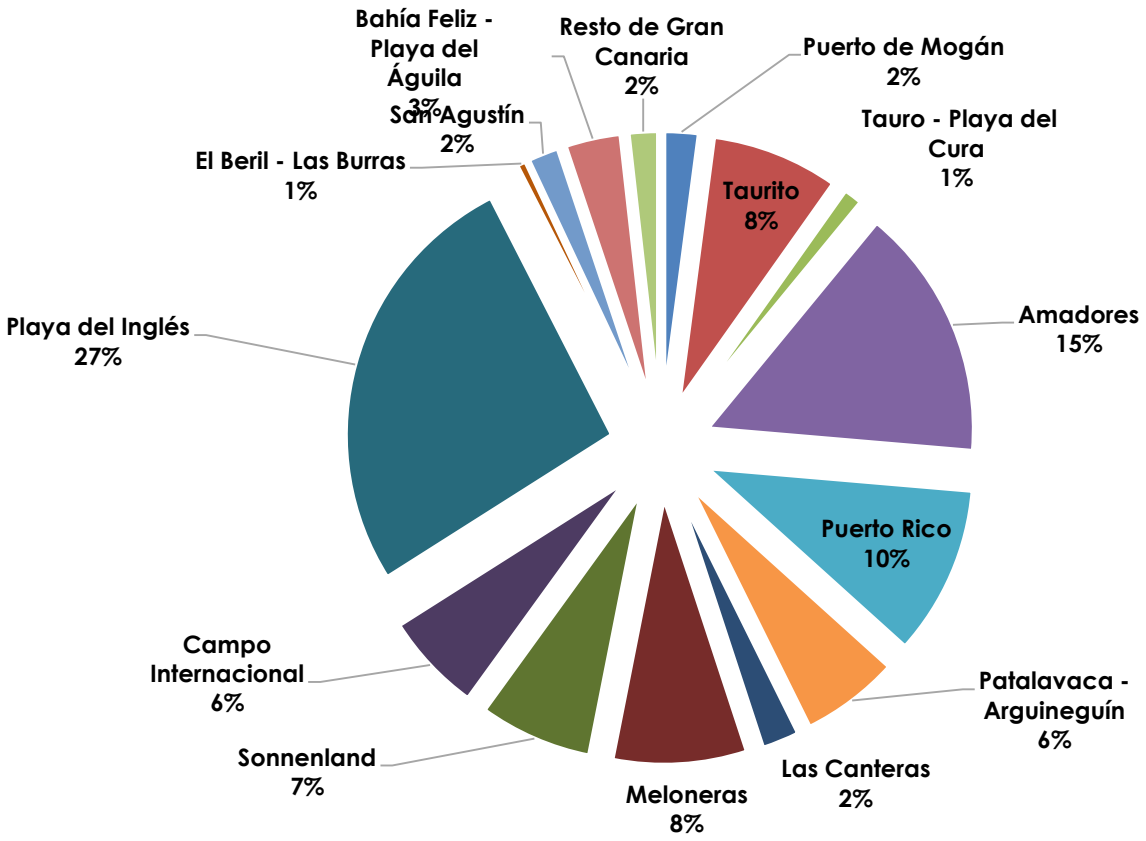
Turista británico acompañados por menores



Fuente: ISTAC.

Mercado británico según zonas turísticas de Gran Canaria. 2019

Turistas británicos según zonas

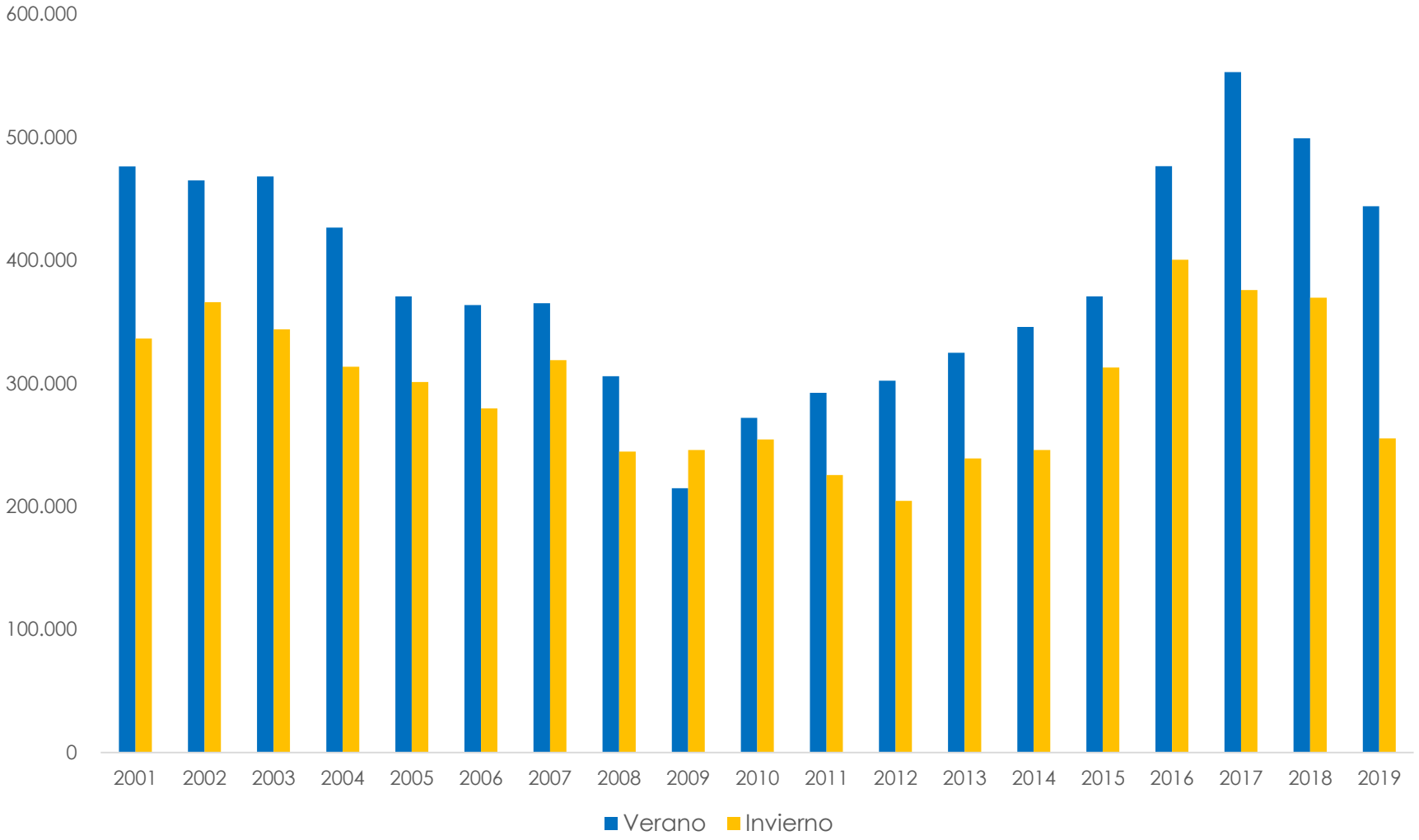


Estancia media de los turistas británicos según zona turística

Zona turística	Estancia media
Mogán	8,73 días
Maspalomas-Meloneras	8,42 días
Las Canteras	4,87 días
Playa del Inglés - San Agustín	8,29 días
Resto de Gran Canaria	4,9 días

Fuente: Estadísticas de microdestinos turísticos. ISTAC

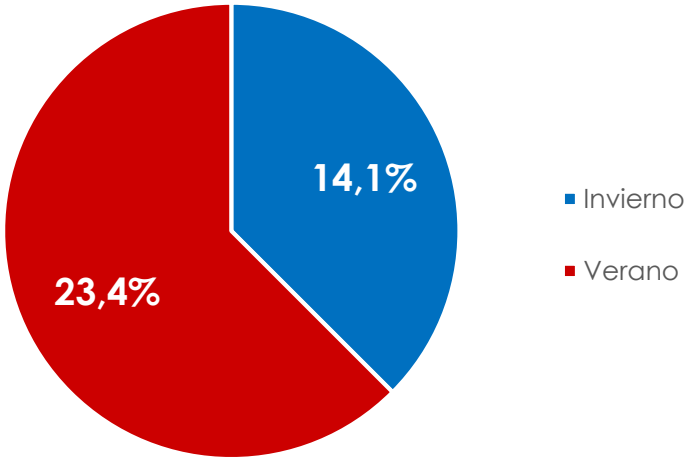
Situación del mercado británico. Gran Canaria. Invierno y verano. Histórico de pasajeros llegados.



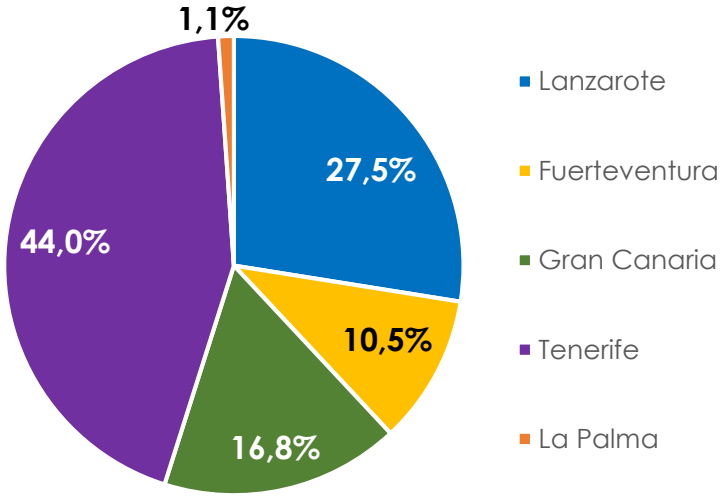
Fuente: AENA

Situación del mercado británico en Gran Canaria y Canarias.

Cuota en Gran Canaria: Mayor presencia de británicos en verano (23,4%)
En invierno suponen el 14,1% del mercado total.



Cuota dentro de Canarias: Del total de británicos que vienen a Canarias, un 16,8% elige Gran Canaria

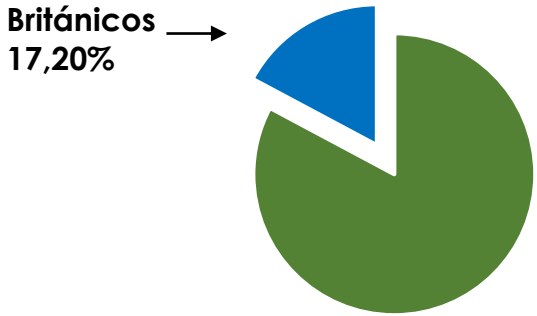


Gasto total de los turistas británicos en 2019 en Gran Canaria: 746.611.181€
(-5,61% variación anual)

Gasto total medio por turista británico: 1.133,81 €

Estancia media de los turistas británicos (días): 8,38

Aportación del turista británico al gasto turístico total en Gran Canaria: 17,20%



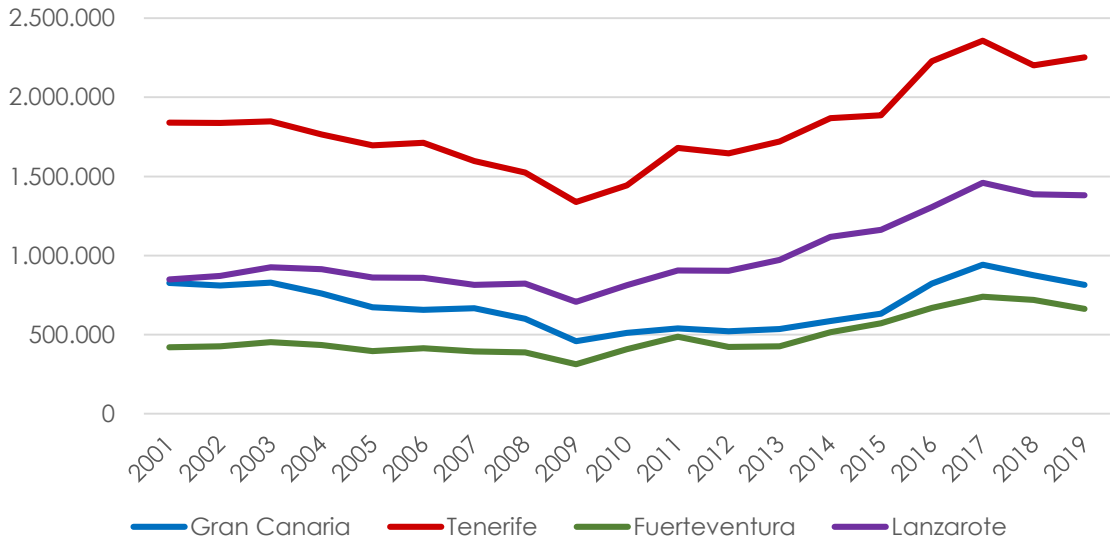
Fuente: ISTAC

Pasajeros británicos llegados a Gran Canaria y Canarias

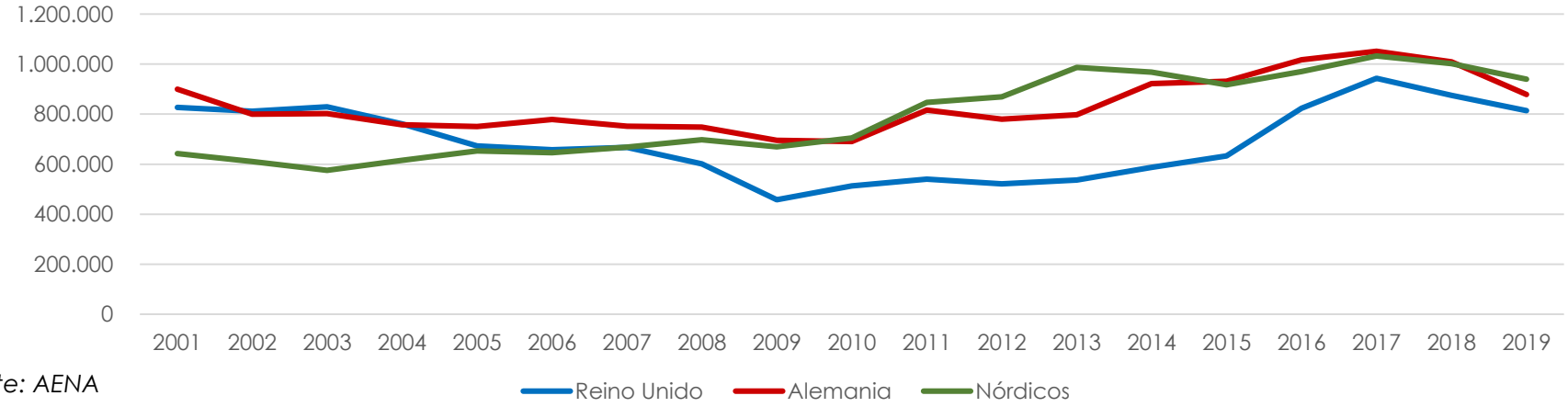
Británicos en Gran Canaria. Porcentaje dentro del total de pasajeros extranjeros

Año	Cuota de mercado
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%
2019	22,55%

Mercado británico en Canarias, por islas. 2001-2019



Pasajeros en Gran Canaria según país de procedencia. 2001-2019



Fuente: AENA

Pasajeros británicos a Gran Canaria por aeropuertos.

Aeropuerto	2018	2019	2020	2021	Var. 19-21	Var. (%)
MANCHESTER INTERNACIONAL	116.367	107.391	25.899	17.575	-89.816	-83,63%
LONDRES GATWICK	110.899	95.725	28.339	8.479	-87.246	-91,14%
LONDRES STANSTED	70.883	76.470	24.025	11.723	-64.747	-84,67%
BIRMINGHAM INTERNACIONAL	70.080	68.459	15.870	8.673	-59.786	-87,33%
EAST MIDLANDS	38.350	34.017	9.134	1.773	-32.244	-94,79%
GLASGOW/ GLASGOW INTERNACIONAL	35.156	32.677	9.564	2.135	-30.542	-93,47%
LEEDS/ LEEDS-BRADFORD	36.472	37.090	6.117	2.274	-34.816	-93,87%
BRISTOL	37.529	33.620	9.702	5.120	-28.500	-84,77%
EDIMBURGO TURNHOUSE	31.977	30.214	7.260	2.775	-27.439	-90,82%
NEWCASTLE	25.130	21.058	5.906	1.739	-19.319	-91,74%
LONDRES LUTON APT	17.409	15.944	4.883	4.400	-11.544	-72,40%
BELFAST INTERNACIONAL	17.372	17.274	2.552	844	-16.430	-95,11%
BOURNEMOUTH INTL	11.942	11.488	3.607	0	-11.488	-
GLASGOW PRESTWICK	10.755	9.246	0	0	-9.246	-
LIVERPOOL INTERNACIONAL	9.452	8.920	0	0	-8.920	-
CARDIFF-WALES	7.320	7.225	1.664	200	-7.025	-97,23%
DONCASTER SHEFFIELD ROBIN HOOD	7.190	7.143	1.840	1.186	-5.957	-83,40%
EXETER	7.074	2.730	1.849	0	-2.730	-
LONDRES HEATHROW	5.399	7.057	0	1.009	-6.048	-85,70%
ABERDEEN DYCE	3.749	0	18	42	42	-
NORWICH	3.629	0	0	0	0	-

Fuente: AENA. Nota: datos enero-septiembre.

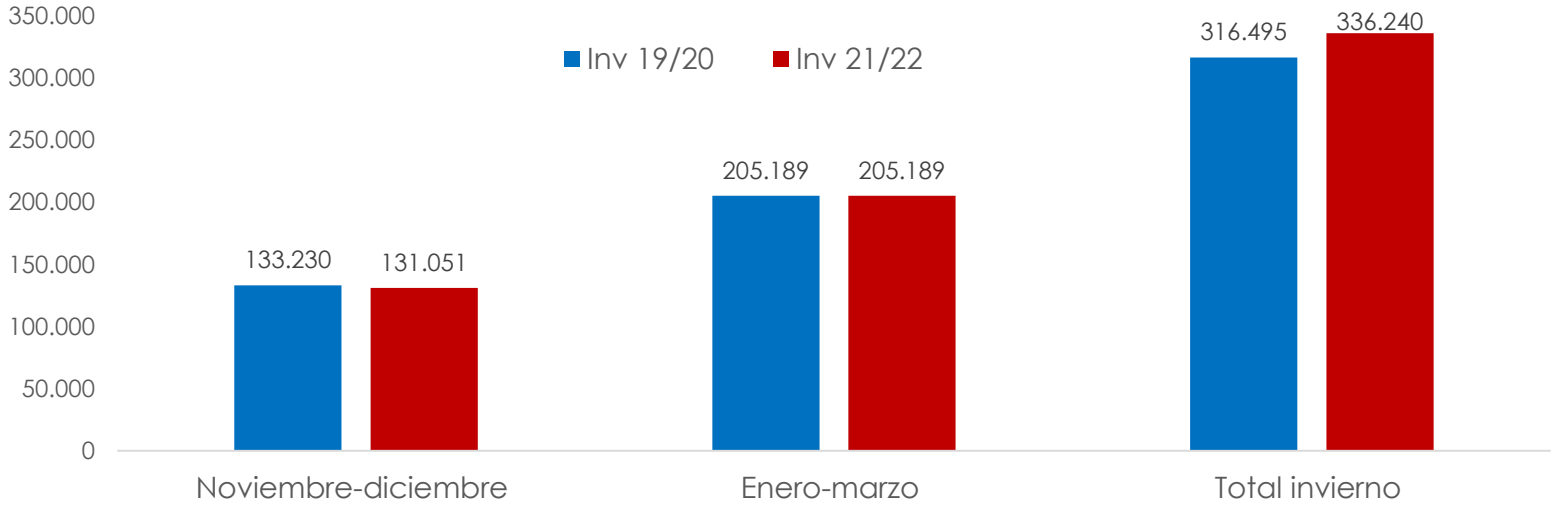
Pasajeros británicos a Gran Canaria por compañía.

Compañías	2018	2019	2020	2021	Var. 19-21	Var. (%)
JET2.COM LIMITED	173.816	189.856	58.842	21.234	-168.622	-88,82%
TUI GROUP	175.951	155.940	32.855	20.289	-135.651	-86,99%
RYANAIR GROUP	164.220	148.692	34.044	19.084	-129.608	-87,17%
THOMAS COOK AIRLINES	82.825	59.604	0	0	-59.604	-
EASYJET	51.429	50.198	21.491	8.037	-42.161	-83,99%
NORWEGIAN	20.492	12.393	2.807	0	-12.393	-
BRITISH AIRWAYS	5.399	7.057	4.842	1.009	-6.048	-85,70%
WIZZ AIR UK LTD.	0	0	3.125	0	0	-

Fuente: AENA. Nota: datos enero-septiembre.

Previsiones plazas aéreas regulares Gran Canaria

Período	Plazas programadas	Var% sobre Invierno 2019/20
Noviembre-diciembre 2021	131.051	-1,6%
Enero-marzo 2022	205.189	12%
Total invierno 2021-2022	336.240	6,2%

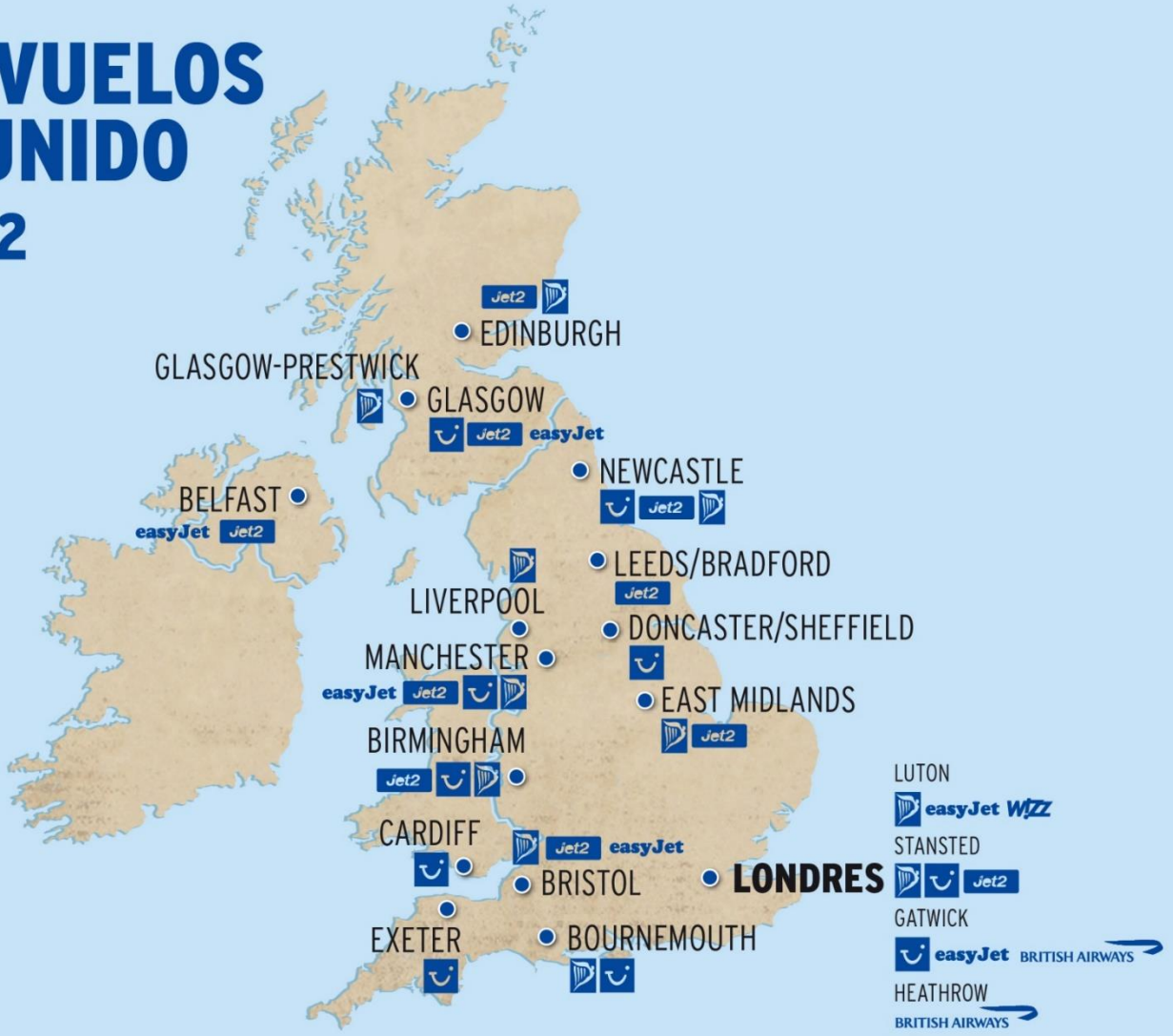


Nuevos vuelos respecto a invierno 19/20	Aeropuertos
Ryanair	Liverpool, Newcastle
Jet2	Bristol
Easyjet	Glasgow, Luton, Belfast
Wizzair	Luton

Fuente: SRS Analyzer. Previsiones a 18 de octubre de 2021.

MAPA DE VUELOS A REINO UNIDO

Invierno 21/22



Fuente: Compañías aéreas. Vuelos regulares.

Cabildo de
Gran Canaria

GranCanaria
Patronato de Turismo