



EMISOR BRITÁNICO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

- 1 CARACTERÍSTICAS GENERALES
- 2 TURISTAS BRITÁNICOS EN LA COMUNITAT VALENCIANA

1 – Características generales



Población	63,7 millones de habitantes (1*) Londres (12.500.000 hab.), Birmingham (2.650.000 hab.), Manchester (2.625.000 hab.), Leeds (2.250.000 hab.), Glasgow (1.430.000 hab.)
Gobierno	Reino Unido es un estado unitario comprendido por cuatro países constituyentes: Escocia, Gales, Inglaterra e Irlanda del Norte. Está gobernado por un sistema parlamentario con sede de gobierno en Londres, y con tres administraciones nacionales descentralizadas en Edimburgo, Cardiff y Belfast (capitales de cada país constituyente) (2*).
Economía	En agosto de 2013 el crecimiento del PIB en Reino Unido se sitúa en el 0,7% (1*). El FMI prevé que en 2013 el crecimiento económico de Reino Unido roce el 1% y que en 2014 supere el 1,5% (3*). Excepto en momentos de crisis, el PIB del Reino Unido ha crecido del 3 al 6% anual (2*). Estructura económica centrada en el sector servicios: Bolsa y servicios financieros (2*). Según el FMI, Reino Unido se sitúa en el octavo lugar del Índice de Competitividad (2*).
Desempleo	7,8% (agosto 2013) (1*). En 2008 el porcentaje de desocupados se situaba en el 5%. Desde 2008, debido a la recesión, el porcentaje ha mantenido cifras que rondan el 7,8% (1*).
Tipo de cambio frente al euro	A fecha de realización del informe, el tipo de cambio de la libra esterlina frente al euro es de 1,16 euros por libra (4*). En los últimos años, la situación de la libra esterlina (GBP) frente al euro (EUR) ha cambiado por completo. Hasta mediados de 2007 el tipo de cambio se situaba en torno a los 1,5 euros por libra. A finales de 2007 la libra comenzó a perder valor: en 2008 se situó en 1,2 euros por libra pero a final de ese año alcanzó la paridad con el euro. Desde entonces el tipo de cambio es bastante volátil y se sitúa entre los 1,0 y los 1,25 euros por libra (2*).

Fuente: (1*) Office for National Statistics. (Consulta 27 agosto 2012). <http://www.ons.gov.uk/ons/index.html>

(2*) Turespaña. *Estudio del Mercado Reino Unido: Visión General del País 2013*. Mayo 2012.

(3*) Fondo Monetario Internacional. *Perspectivas de la economía mundial*. Julio 2013.

(4*) Exchange-Rates.org. (Consulta 27 agosto 2012). <http://es.exchange-rates.org/Rate/GBP/EUR>

1 – Características generales

Durante 2013 (primer cuatrimestre) los **viajes**, **pernoctaciones** y **gasto** de los británicos en **Europa** se han **incrementado** con respecto a 2012 (+2,6%, +3,2% y +4% respectivamente) (1*).

La evolución por países es favorable a **España, principal destino internacional** con una cuota creciente del 24%. Los viajes a Francia (segundo) y a Egipto se han reducido (3*). Los destinos de largo radio se han visto perjudicados por un incremento de tasas (Air passenger Duty, que alcanza las 93 libras por trayecto, frente a las 13 de España). En los de corto radio han incidido factores negativos (primavera árabe, revueltas en Grecia y Turquía, rescate a Chipre y rumores de prohibiciones a Egipto), y positivos (fortalecimiento de la libra en 2011 y 2012) y mal tiempo en Reino Unido (abril-junio 2012) (4*).

La evolución del emisor en 2012 ha estado determinada por la economía y la **desocupación**, lo cual ha incrementado las reservas de última hora y los paquetes dinámicos (2*), así como por **acontecimientos** como el Queen's Diamond Jubilee (junio) o los Juegos Olímpicos (julio-septiembre) (3*).

Reino Unido se un mercado muy **sensible al precio**. En este contexto, el incremento de las tasas aeroportuarias puede perjudicar la competitividad de España, donde éstas se han incrementado (junto al IVA) en un contexto de reducción en destinos competidoras (2*).

La coyuntura internacional ha reforzado la imagen de España como destino **seguro**, atractivo para el turismo **familiar** y el **Senior**. En una coyuntura de incertidumbre económica y con el recuerdo de fenómenos naturales (nube de cenizas) el factor seguridad adquiere relevancia (2*).

España se percibido como un destino **“short break”** vacacional, cultural, de naturaleza/montaña, gastronómico y sede de acontecimientos deportivos. Se le considera **“beach plus”**, por combinar sol y playa con más actividades y experiencias. Su imagen se asocia a la diversión, estilo de vida, clima y proximidad. España es el país con el mayor índice de repetición de visita para el emisor británico (4*).

Fuente: (1*) Office for National Statistics. *Overseas Travel and Tourism Q1 2013*. Julio 2013

(2*) Turespaña. *Coyuntura turística. Temporada verano 2013*. Mayo 2013

(3*) Office for National Statistics. *Travel Trends 2012*. Abril 2013

(4*) Turespaña. *Estudios de mercados turísticos emisores: Reino Unido 2013*. Junio 2013

1 – Características generales

La organización **independiente** del viaje es la primera opción para el emisor británico, aunque los paquetes han incrementado su popularidad y ya suponen el 40%.

En Reino Unido apenas se distingue entre mayoristas y detallistas. Todos tienen carácter **multidisciplinar** (ejercen de ambos) y **multicanal** (online y offline).

El 60% de los viajes de los británicos se adquieren **online**. Además de las web de los touroperadores, la oferta online procede de los intermediarios **Expedia**, **Lastminute**, **On the Beach** y **Lowcostholidays**. **Booking** y **Laterooms** lideran en alojamiento. **Travelrepublic** y **Travelzoo** los paquetes y **Skyscanner** y **Cheapflights** la de vuelos.

Los principales **blogs turísticos** son Brillian Trips, Take The Family, Inside The Travel Lab; Heather donde Her Travels o 40 before 30. Destacan las **publicaciones profesionales** Travel weekly, TTG, E-Tid; Travelmole y Travel Bulletin. Las **revistas** turísticas más relevantes son Conde Nast Traveller, Sunday Times Travel Magazine, Ultra Travel, Lonely Planet Magazine, Wanderlust y Food & Travel.

PRINCIPALES TOUOPERADORES BRITÁNICOS

GRANDES: Thomas Cook; TUI Travel; Monarch-Cosmos

MEDIOS: Jet2 Holidays (líder en norte de Inglaterra y Escocia); EasyJet Holidays; British Airways Holidays; y las aerolíneas Ryanair British Midlands International (BMI), FlyBe; Air Europa i Vueling.

CULTURALES: Air World Tours; Abercrombie&Kent; ACE Cultural Tours; American Express; Cox & Kings; Heritage Group Travel; Kirker Holidays; Martin Randall Tours; Page & Moy; Prospect Cultural.

PLAYA: Brittany Ferries; Classic Collection; Prestige Holidays; Simpson Travel; Sovereign Holidays; Vintage Travel.

NATURALEZA: Authentic Adventures; Chameleon; Casas Cantábricas; Equitour Riding; Exodus Travel; Explore Worldwide; Gourmet Birds; Head Waters; HF Holidays; High Point Holidays; In the Saddle; Inn Travel; KE Adventure; Neilson Active; Naturetrek; Ramblers; Pura Aventura; Sherpa .

RELIGIOSO: Special Pilgrimages; Tangney Tours; PAX Travel.

IDIOMÁTICO: Edwin Doran Sport; Go Learn To; Cactus Language.

ENOLÓGICO: Arblaster & Clarke; Grape Escapes; Wine Trails.

GOLF: Golf Escapes; Golf Breaks.com; Golf Amigos; Leisure Link; Supertravel Golf; Your Golf Travel.

CRUCEROS: Carnival; Royal Caribbean; Fred Olsen; Silversea; MSC; Costa; Crystal; Swan Hellenic; Windstar; Princess;

Fuente: Turespaña. Estudios de mercados turísticos emisores: Reino Unido 2013. Junio 2013

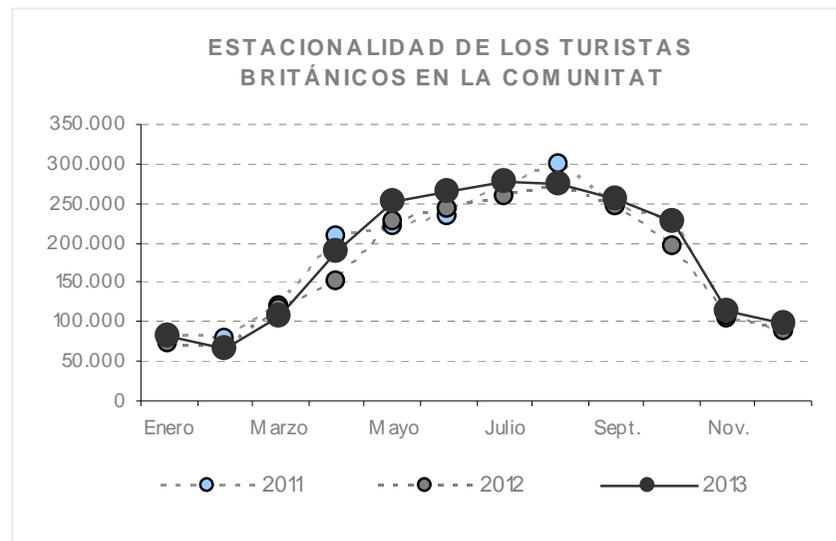
3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Volumen

El Reino Unido es el primer **emisor** internacional en volumen para la Comunidad, con más de 2,2 millones de turistas en 2013 (8,4% más que en 2012) y una cuota del **37%** que triplica a la del segundo emisor (Francia).

En 2013 el 15,4% de los británicos que viajaron a España eligieron la Comunidad como destino principal, el **cuarto** más visitado (después de Canarias, Baleares y Andalucía).

La evolución del emisor británico en la Comunidad sigue un ciclo semejante al que se da en el resto de destinos peninsulares. En 2013 el volumen de turistas británicos en la Comunidad se ha incrementado un 8,4%.

La estacionalidad del emisor británico en la Comunidad es una de las menos acentuadas. Su **temporada alta** se extiende entre **abril y octubre**

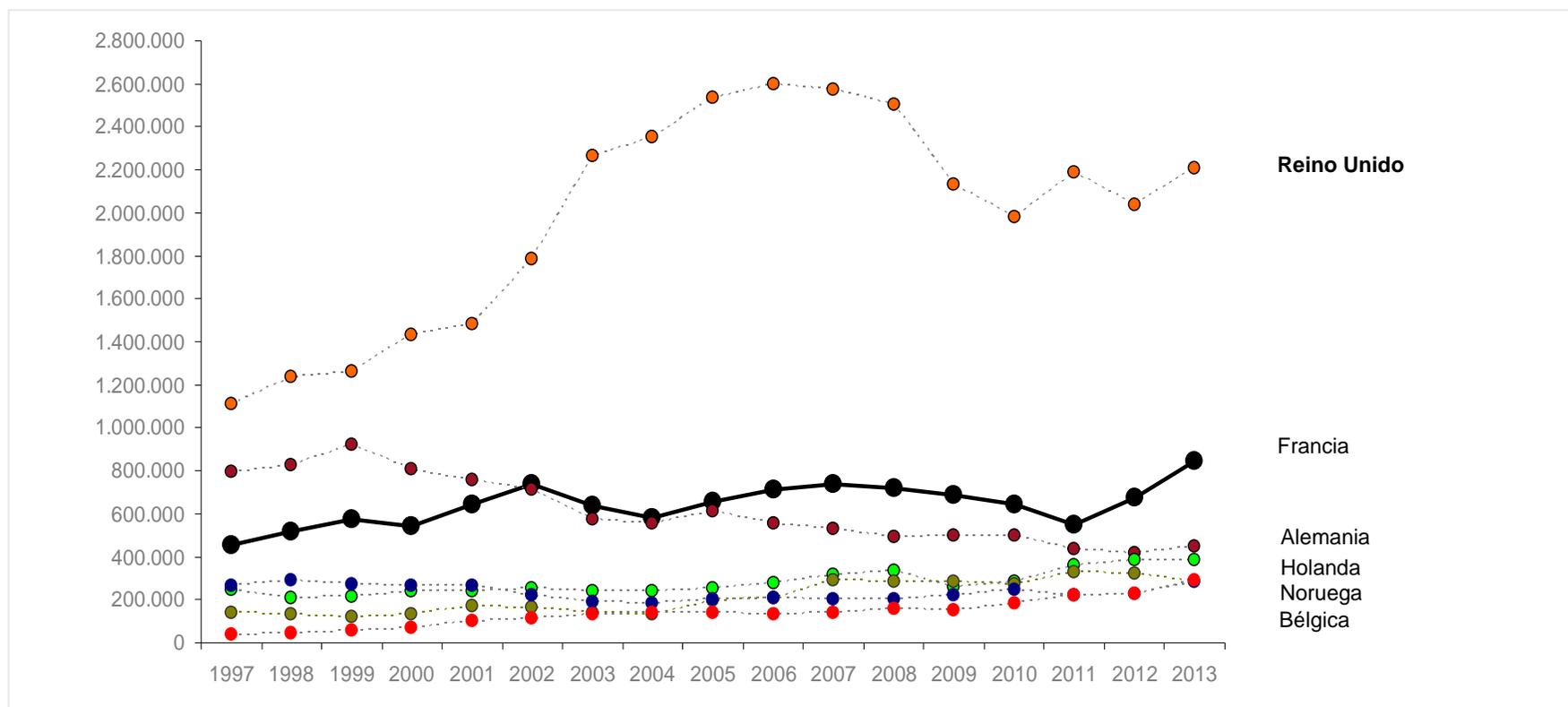


EMISOR 2013		TURISTAS EN LA COMUNITAT	CUOTA	VARIACIÓN
1º	Reino Unido	2.207.324	37%	+8,4%
2º	Francia	844.395	14,1%	+20%
3º	Alemania	449.835	7,5%	+9,6%
4º	Holanda	383.205	6,4%	+5,5%
5º	Noruega	287.769	4,8%	+26,5%
6º	Bélgica	285.006	4,8%	+25,2%
...	
TOTAL		5.971.523	100%	+11,4%

Fuente: Turespaña. Frontur

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Volumen

En comparación con otros emisores internacionales, Reino Unido siguió un **fuerte ciclo expansivo** en la Comunitat Valenciana **hasta el año 2006**. A partir de entonces, y coincidiendo con el mayor impacto de la crisis global en Europa, el emisor sufrió un periodo de **contracción**. **Desde 2011** el volumen de llegadas de británicos a la Comunitat muestra una tendencia creciente.



Fuente: Turespaña. Frontur.

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Pernoctaciones

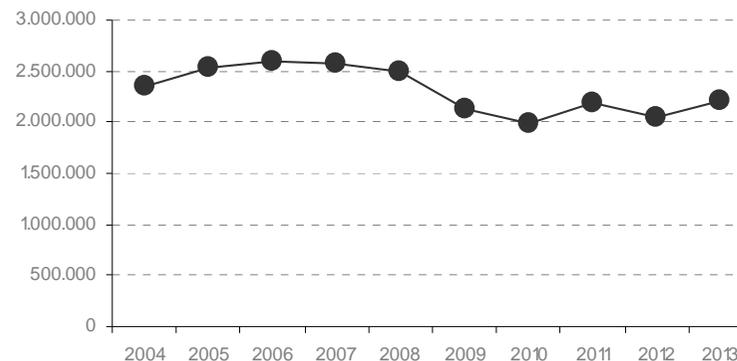
Las **pernoctaciones** totales de los británicos en la Comunitat han **aumentado en 2013 un 9,6%**, al igual que lo ha hecho el número de turistas (20,1 millones en 2013).

Tras lograr su máximo volumen en 2008 (30 millones), el emisor redujo sus pernoctaciones un 26% con el primer impacto de la crisis económica.

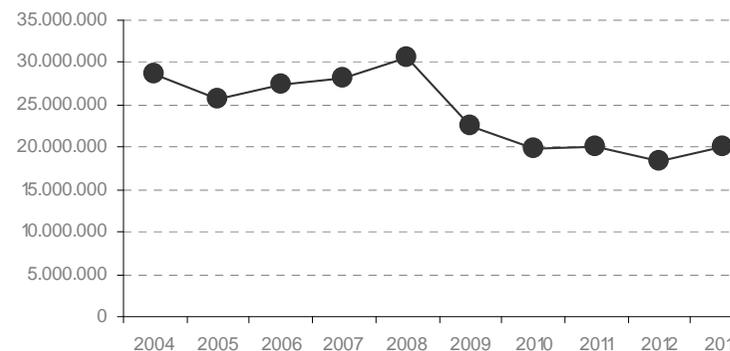
Hasta 2010 su contracción continuó y las **cifras se han estabilizado desde entonces**.

El aumento de pernoctaciones totales en 2013 se atribuye a un incremento de las realizadas tanto en hoteles (9,8%) como en vivienda gratuita (amigos y familiares, que crece un 8%).

LLEGADAS DE TURISTAS BRITÁNICOS A LA COMUNITAT



PERNOCTACIONES DE TURISTAS BRITÁNICOS EN LA COMUNITAT



Fuente: Turespaña. Frontur.

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Gasto

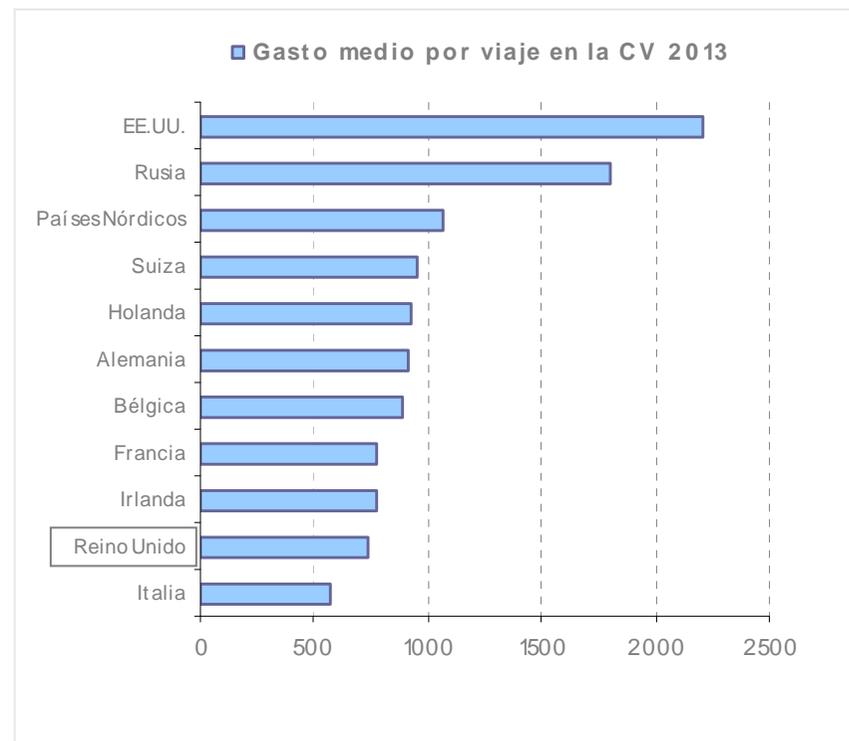
En 2013 el **gasto medio diario por persona** de los británicos en sus viajes a la Comunitat Valenciana registró su **máximo histórico 80,8€**

Este record también se obtuvo para el conjunto de España, con un gasto medio diario de 95,7€.

En 2013 los turistas británicos que viajaron a la Comunitat han realizado un gasto total de **1.631 millones €**, un **11% más que en 2012**.

Su estancia media se mantiene con respecto a 2012: 9,1 días.

Reino Unido es el segundo **emisor internacional de menor gasto medio** por viaje en la Comunitat (tras Italia) y el tercero de menor gasto en España (tras Francia e Italia).



Fuente: Turespaña. Egatur
Nota: Egatur no ofrece datos desagregados por país para el conjunto de Países Nórdicos

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Perfil

En 2012 los turistas británicos que visitan la Comunitat Valenciana viajan por motivos de **ocio** (97%) y organizan su viaje individualmente, **sin paquete** turístico (69,3%).

Viajan a la Comunitat en avión (98%), utilizando compañías de **bajo coste** (95,4%) y **vuelo regular** (86,1%).

Se alojan mayoritariamente en **hoteles** (48,6%) y en menor medida, aunque con un peso importante, en **vivienda propia** (37,7%).

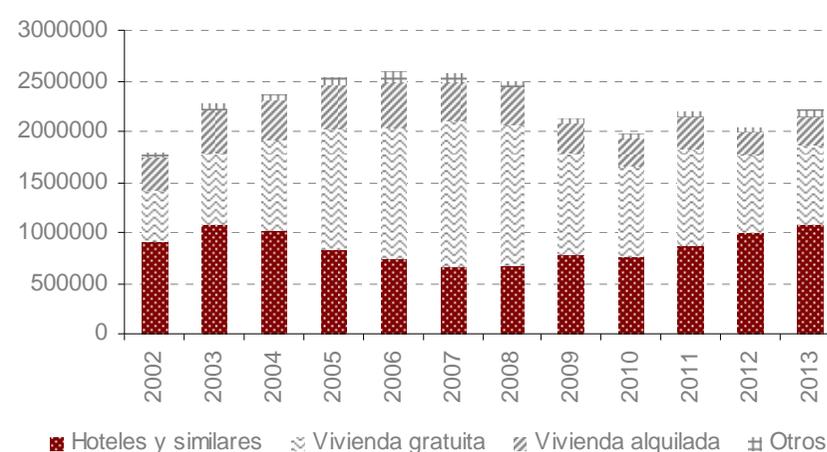
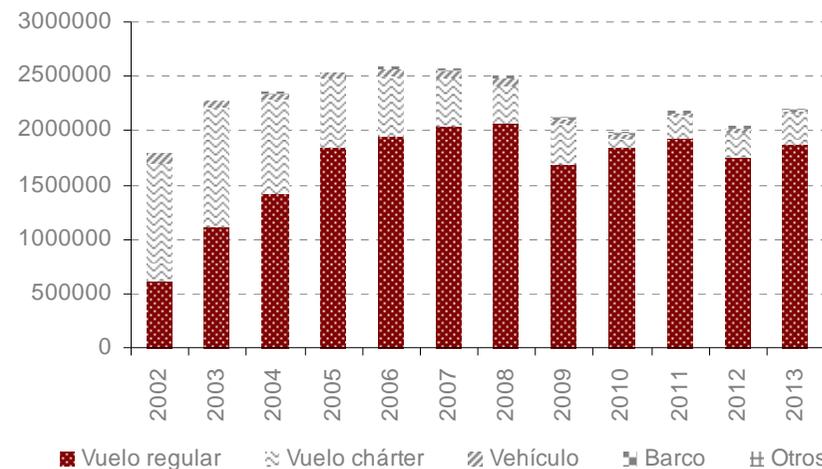
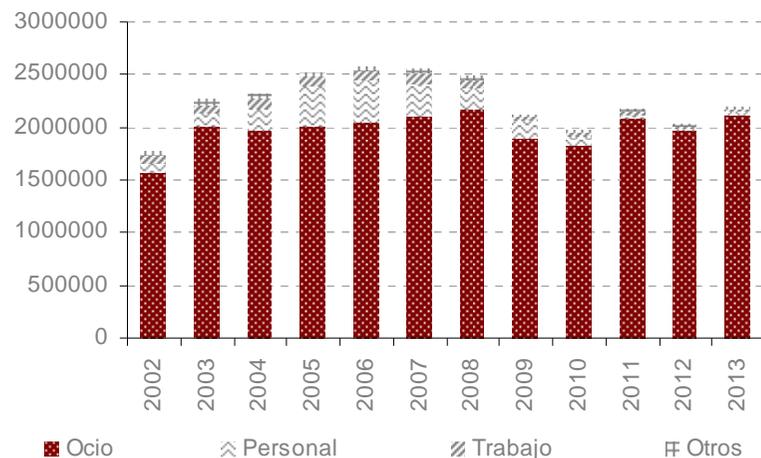
Los turistas británicos que viajan por **ocio han mantenido un volumen estable** durante la última década en la Comunitat. Por otra parte, han reducido notablemente su peso los que viajan por trabajo y motivos personales.

Los segmentos del emisor británico que más han crecido en los últimos años en la Comunitat Valenciana son:

- Turistas **con paquete**: se han triplicado desde 2007 y en 2013 ya presentan un tercio del total.
- Turistas **en vuelos charter**: han crecido más del doble en los dos últimos años, aunque siguen constituyendo una opción minoritaria, con una cuota del 11,8%.
- Turistas **en hotel**: han vuelto a convertirse en el segmento mayoritario, creciendo un 20% desde 2005 y arrebatando cuota a los alojados en vivienda gratuita (-36,4%) y alquilada (-42,3%).

Fuente: Turespaña. Frontur.

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Perfil



Fuente: Turespaña. Frontur.

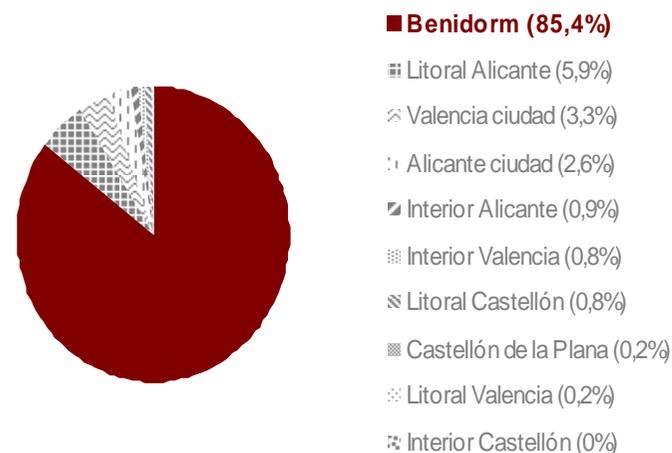
3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Distribución por zonas

Benidorm es la zona turística de la Comunitat Valenciana que concentra un mayor volumen de pernoctaciones hoteleras de turistas británicos (el 85,4% de las realizadas en la Comunitat).

Se observa una tendencia creciente en las pernoctaciones de británicos en la provincia de **Castellón** (principalmente el litoral, donde han crecido un 31%), y en toda la provincia de **Valencia** (interior +40%, litoral 15% y ciudad de Valencia +4,1%).

Alicante no ha experimentado variación en el conjunto provincial: se duplican las pernoctaciones en el **interior de Alicante** y crecen un 1,8% las de **Benidorm**, pero decrecen las registradas en el litoral (-20%) y las realizadas en la ciudad de Alicante (-9,1%).

DISTRIBUCIÓN PERNOCTACIONES HOTELERAS DE
BRITÁNICOS POR ZONAS



Fuente: Instituto Nacional de Estadística Encuesta de Ocupación Hotelera.

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Conectividad aérea

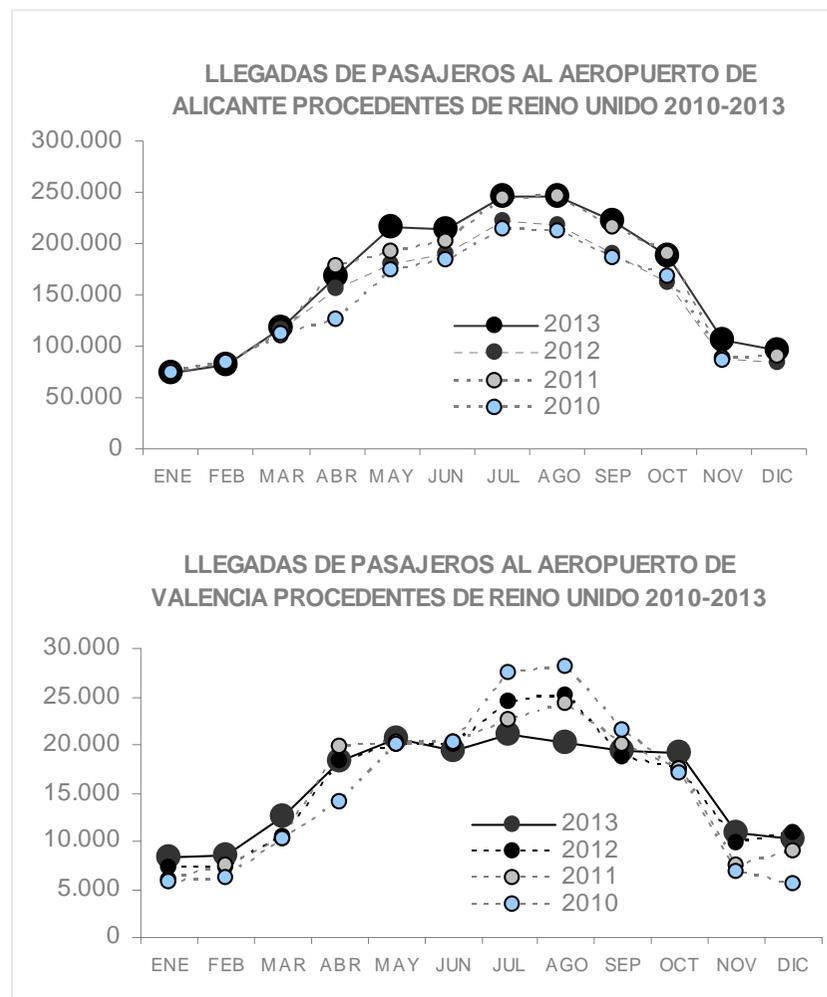
En 2013 la Comunitat ha mantenido vuelos regulares con **22 aeropuertos británicos**, los mismos que en 2012

Se prevé que este crecimiento continúe en la temporada de invierno 2013/2014, asociado a un crecimiento en las plazas de compañías aéreas que conectan la Comunitat con este emisor (+17,3% desde Alicante y +21,7% desde Valencia).

En 2013 **Alicante** ha **crecido** 11,1%, incremento que se ha dado en el periodo mayo-septiembre. **Valencia** ha **decrecido** un 1,9%, descenso que se atribuye al menor número de llegadas en los meses de julio y agosto.

Mayo-octubre es el periodo en que los aeropuertos valencianos registran mayor afluencia de pasajeros, con un pico en **julio y agosto** que en 2013 se ha dado en Alicante.

En 2013 son **10** las **compañías que operan vuelos regulares** entre Reino Unido y la Comunitat Valenciana, destacando **Ryanair** (que conecta a Alicante con 11 destinos británicos y a Valencia con 4) y **Easyjet** (conecta 11 destinos con Alicante y 1 con Valencia).



Fuente: Aena (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) www.aena.es ;

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Conectividad aérea

AEROLÍNEAS CON VUELO DIRECTO ENTRE LA COMUNITAT VALENCIANA Y REINO UNIDO 2013

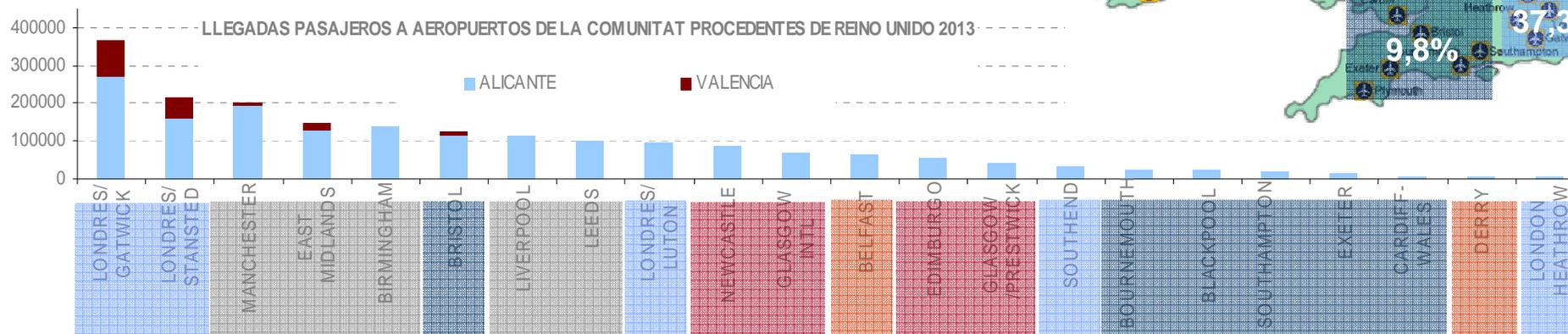
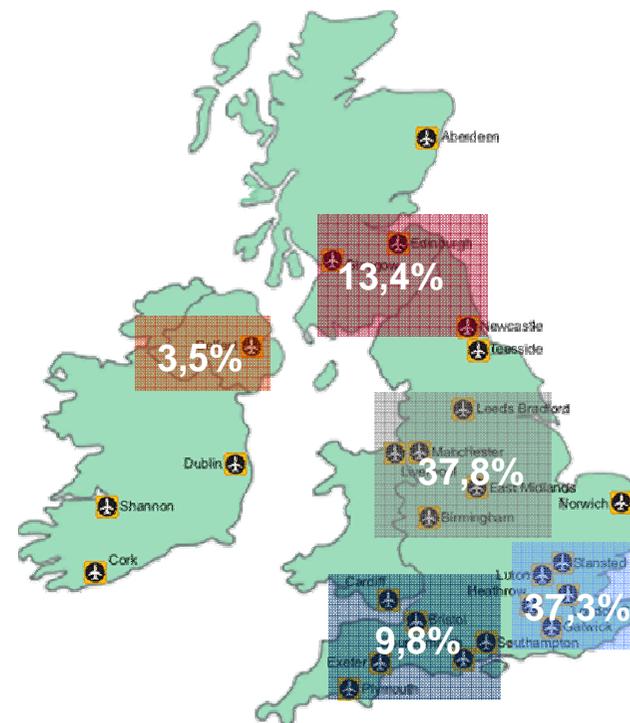
ALICANTE	British Airw.	Ryanair	Monarch	Thomas C	Thomson	Jet 2	Easyjet	Norwegian	Flybe	Vueling
Belfast										
Birmingham										
Blackpool										
Bournemouth										
Bristol										
Cardif										
Derry										
East Midlands										
Edimburgo										
Exeter										
Glasgow										
Glasgow										
Leeds										
Liverpool										
Londres Heathrow										
Londres Gatwick										
Londres Luton										
Londres Stansted										
Manchester										
Newcastle										
Southampton										
Southend										
VALENCIA	British Airw.	Ryanair	Monarch	Thomas C.	Thomson	Jet 2	Easyjet	Norwegian	Flybe	Vueling
Bristol										
East Midlands										
Manchester										
Londres Gatwick										
Londres Stansted										

Fuente: Aena (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) www.aena.es

3 – Turistas británicos en la Comunitat Valenciana: Conectividad aérea

En 2013 Alicante ha mantenido conexiones con 22 aeropuertos británicos, mientras que Valencia ha operado con cinco (Londres Gatwick, Londres Stansted, Manchester, East Midlands y Bristol). Ambos aeropuertos han mantenido las mismas conexiones que ya ofertaban en 2012.

Las áreas que más pasajeros emitieron a los aeropuertos de la Comunitat fueron la zona central del país (Manchester, East Midlands, Birmingham, Liverpool, Leeds) y Londres (Gatwick, Stansted, Luton y Southend), ambas zonas con cuotas del 37%. Los aeropuertos del norte (Glasgow, Newcastle y Edimburgo) emitieron el 13,4% de los pasajeros.



Fuente: Aena (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) www.aena.es



Elaboración:

Área de Innovación, Estudios y Calidad Turística
Agència Valenciana del Turisme

www.observatorioturisticogva.es
observatori_turisme@gva.es

 [@ObservaTurCV](https://twitter.com/ObservaTurCV)