

JORNADA TÉCNICA

MERCADO BRITÁNICO

¿Es el Brexit una amenaza para el turismo de Benidorm y de la Costa Blanca?

CONCLUSIONES

A la fecha de celebración de esta jornada, no tenemos ninguna certeza sobre lo que va a pasar con el Brexit. Entramos en los últimos días decisivos, a falta de una semana para llegar al 29 de marzo de 2019. Todos los escenarios están abiertos desde una situación de Hard Brexit hasta una desactivación del artículo 50 por parte del Reino Unido.

A pesar de que la incertidumbre se ha instaurado en el mercado, es necesario lanzar un mensaje tranquilizador en el sector turístico. Pero es igualmente necesario reiterar que nuestro mayor peligro puede estar en el desconocimiento y en caer en la auto complacencia y desinterés.

Hay un dato claro: la monitorización de los datos nos indica que los distintos avatares por los que ha pasado la política británica en los últimos meses han afectado al ritmo de reservas. Las votaciones y diferentes mensajes durante el mes de enero han condicionado la decisión de compra de una parte de los consumidores británicos, aplazándola, adelantándola o buscando otros destinos con precio cerrado.

Sin embargo, la evolución de las reservas no es preocupante en estos momentos y los datos nos indican que el efecto directo del Brexit en el sector turístico puede estar muy amortiguado.

Aún así, podemos identificar los principales **riesgos**:

- Las noticias alarmistas que transmitan los medios de comunicación afectan al consumo tanto contrayéndolo como disparándolo.
- La situación de riesgo de turoperadores y compañías aéreas que van más allá de las que operan bajo bandera británica.
- La evolución del tipo de cambio de la libra, la tasa de desempleo y la marcha de la economía británica en general afectarán a los flujos turísticos.
- Y no podemos quitar el ojo de lo que están haciendo fundamentalmente nuestros destinos competidores más directos: Turquía, Baleares y Canarias. Sus tendencias en precio y en percepción de calidad pueden afectar a nuestra posición en el mercado.

JORNADA TÉCNICA

MERCADO BRITÁNICO

¿Es el Brexit una amenaza para el turismo de Benidorm y de la Costa Blanca?

CONCLUSIONES

También tenemos muchas **fortalezas** que nos consolidan en esta posición líder:

- El aeropuerto de Alicante-Elche ha programado 80.000 asientos más en la operación aérea con UK para 2019. Y tenemos una infraestructura de primer nivel preparada para operar con total normalidad con brexit, sin brexit, con acuerdo o sin él.
- Somos muy competitivos en percepción de seguridad, producto turístico y satisfacción hotelera pero esta competitividad es menor en cuanto al precio en comparación con otros destinos emergentes.
- Benidorm y la Costa Blanca ofrecen un buen mix de producto y poco a poco observamos que se reduce la dependencia del sol y playa y se complementa con nuevos productos.
- La colaboración público-privada funciona y se han activado toda una batería de actuaciones promocionales para 2019 para reforzar el mercado y potenciar las ventas y reservas.

Viajar está en el ADN del consumidor británico. Para ellos es una necesidad y las vacaciones están en su lista de 'spend priority'. Esto no va a cambiar con el Brexit.



JORNADA TÉCNICA

MERCADO BRITÁNICO

¿Es el Brexit una amenaza para el turismo de Benidorm y de la Costa Blanca?



Javier Piñanes. Director OET Londres

- Reino Unido es el principal mercado emisor, seguido de Francia y Alemania.
- 1 de cada 4 turistas en España es británico.
- El número de turistas británicos en España ha ido creciendo de forma regular hasta 2016. La “primavera árabe” propició el desvío de turistas británicos a España y por ello nuestro país recibió un 12,3% más de turistas en 2016.
- El turismo español se ha visto beneficiado por la “primavera árabe” pero también ha sabido fidelizar a todos esos viajeros.
- El número de turistas decreció sólo un 1,6% en 2018, lo que se traduce en 300.000 turistas menos, una cifra insignificante si evaluamos el gran crecimiento que ha tenido el mercado británico desde 2011.
- Es importante evaluar otros factores además del número de turistas, como el gasto turístico o el número de pernoctaciones (el gasto turístico crece en enero de 2019).
- El turismo británico en España es esencialmente “de paquete” (40%), pero si hablamos de la Comunidad Valenciana, la dependencia del paquete turístico es mucho menor (25%). Canarias y Baleares en cambio, tienen una mayor dependencia (50%).
- El producto que más consume el turista británico en España es el turismo de sol y playa, pero se incrementa el turismo urbano, de cruceros y naturaleza.
- Además de la situación de incertidumbre ante el Brexit, hay otros factores que han podido propiciar esta leve caída del número de turistas, como la quiebra de Monarch Airlines (-1.500.000 plazas menos), aunque otras compañías aéreas han aumentado su capacidad aérea para suplir esta pérdida.
- La recuperación de los mercados competidores (Turquía, Egipto, Grecia, etc.) también ha podido influir.
- Es importante analizar todos los datos en contexto (mientras España tiene una cuota del 40% en invierno, Turquía sólo tiene un 2%. Aunque si bien es cierto que Turquía está creciendo un 11% en cuota de mercado en verano, España ya tiene un 36% de la cuota).
- Problemas estructurales:
 - Escasa rentabilidad
 - Estacionalidad
 - Desconcentración geográfica (92% visita costas e islas y el resto de España es desconocido para el turista británico).
 - Concentración motivacional (el 70% busca sol y playa, el resto tiene otras preferencias como la gastronomía, la naturaleza, etc).

El invierno de 2018-2019 va a finalizar con un balance positivo y aunque los datos para el próximo verano sean negativos (-3%), estamos ante un momento de incertidumbre en el que las compañías aéreas están aumentando la capacidad aérea, las frecuencias y las conexiones, por lo que es probable que se produzca un relanzamiento de las reservas.

JORNADA TÉCNICA

MERCADO BRITÁNICO

¿Es el Brexit una amenaza para el turismo de Benidorm y de la Costa Blanca?



Tomás Melgar. Director Aeropuerto Alicante-Elche

- El Aeropuerto de Alicante ha incrementado un 2% el número de pasajeros en 2018. El 64% de los pasajeros que recibe viaja por vacaciones, un 13% por negocios, y un 15% para visitar a amigos o familiares.
- El tráfico aéreo crece año a año, pero 2016 fue el año de mayor crecimiento, un 16,7%.
- Un 89% de los pasajeros es de origen internacional, sólo un 11% es nacional. El turista británico fue el principal usuario del Aeropuerto de Alicante en 2018, un 40% de los pasajeros fue de origen británico frente al 11% de españoles, 7% de alemanes, 7% de holandeses.
- Ryanair es la principal aerolínea que opera en el Aeropuerto de Alicante, seguida de EasyJet y Vueling. Hay 42 aerolíneas operando y 12 de ellas son consideradas "Low cost".
- El tráfico británico se ha mantenido a través de los años, y supone entre un 40 y un 50% del tráfico total del aeropuerto desde los años 80.
- El aeropuerto de Alicante está preparado, desde un punto de vista operativo, para cualquiera de los escenarios de Brexit posibles.

JORNADA TÉCNICA

MERCADO BRITÁNICO

¿Es el Brexit una amenaza para el turismo de Benidorm y de la Costa Blanca?



Alex Vileyra - CEO Mabrian Analytics

- La era de la intuición se ha terminado. Necesitamos entender de forma rápida y fiable cómo varían las dinámicas turísticas. Anticipando cambios de tendencia con modelos predictivos que nos permiten mayor capacidad de reacción.
- Según los datos analizados sobre menciones en redes sociales de los turistas británicos en España, se detecta una ligera reducción en la dependencia del sol y playa.
- Los niveles de satisfacción del turista británico en España son muy positivos, hay una mejora en el PSI (Perceived Security Index) y se reduce la percepción climática.
- Entre los intereses de los británicos se encuentran el sol y playa, pero también el turismo activo, el gastronómico, el natural, el familiar.
- Somos competitivos en percepción de seguridad, producto turístico y satisfacción hotelera pero no en precio.
- Crece la capacidad aérea en los mercados competidores y moderadamente en España.
- No se detectan elementos de preocupación en las percepciones expresadas por los británicos en redes sociales sobre los productos turísticos.
- Benidorm y la Costa Blanca ofrecen un buen mix de producto y poco a poco observamos que se reduce la dependencia del sol y playa.

JORNADA TÉCNICA

MERCADO BRITÁNICO

¿Es el Brexit una amenaza para el turismo de Benidorm y de la Costa Blanca?



Susana de la Peña - Industry Lead Travel and Hospitality GFK.

La evolución de los precios comienza a ser desigual:

Invierno 2018-2019: -3% (Precio +£17)

Verano 2019: +1% (Precio +£9)

Invierno 2019-2020: -12% (Precio +£14)

Crece la venta de paquetes turísticos en los destinos competidores, pero no hace el precio:

Invierno 2018-2019: +6% (Precio -£36)


Verano 2019: +13% (Precio -£35)

Invierno 2019-2020: -2% (Precio +£0)

No sólo las ventas a la Península Ibérica decrecen de cara al verano de 2019, también lo hacen en Baleares, Canarias, Chipre, Grecia, Portugal, Italia, etc.). Grecia, uno de los principales competidores de España, por ejemplo, se encuentra en un 0% de crecimiento con respecto al año pasado.

Turquía crece un 35%, pero otros destinos también están presentando aumentos con respecto al año pasado (EE.UU., Méjico, etc.). A pesar de este crecimiento, todavía no tiene la misma cuota de mercado que tiene España.

Los medios de comunicación tienen mucha influencia en las reservas de los británicos. Algunas noticias surgidas en los medios han podido provocar una desaceleración en la venta de paquetes (Ej.: la prensa británica publicó un artículo en el que recomendaba no viajar a España).



JORNADA TÉCNICA

MERCADO BRITÁNICO

¿Es el Brexit una amenaza para el turismo de Benidorm y de la Costa Blanca?

TENDENCIAS

Familias VS. Resto

La venta de paquetes a familias crece un 5%. Las familias requieren mayor organización y antelación a la hora de reservar las vacaciones y el precio es un factor muy importante para este segmento porque prefieren controlar el gasto.

El resto de modalidades cae un 1%, un perfil que todavía no se ha decidido a viajar ante la incertidumbre por el Brexit y porque puede permitirse esperar hasta el último momento. Este hecho podría dar la vuelta a los resultados de las ventas para el verano de 2019 si estos viajeros se deciden finalmente a contratar vacaciones.

Modalidad de régimen

El Todo Incluido (TI) está en auge en este verano 2019, posiblemente porque las familias contratan esta modalidad para poder controlar el gasto de antemano.

En destinos como Turquía, la modalidad de TI supone un 75% de los paquetes, puesto que el viajero no abandona el alojamiento en la mayoría de los casos.

En la Península, el TI representa algo menos, un 40% de los paquetes, pero evoluciona a buen ritmo.