



COSTA DEL SOL MÁLAGA



MERCADO BRITÁNICO, 2016



I N D I C E

1. Principales conclusiones. **Página 3**
2. Reino Unido como Mercado Emisor. **Página 39**
3. Reino Unido en el contexto nacional. **Página 45**
4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa de Sol. **Página 54**
5. Características del Turista Británico de la Costa del Sol. **Página 73**
6. Previsión de la oferta de asientos de avión de Gran Bretaña a Málaga en los próximos seis meses. **Página 87**



1.

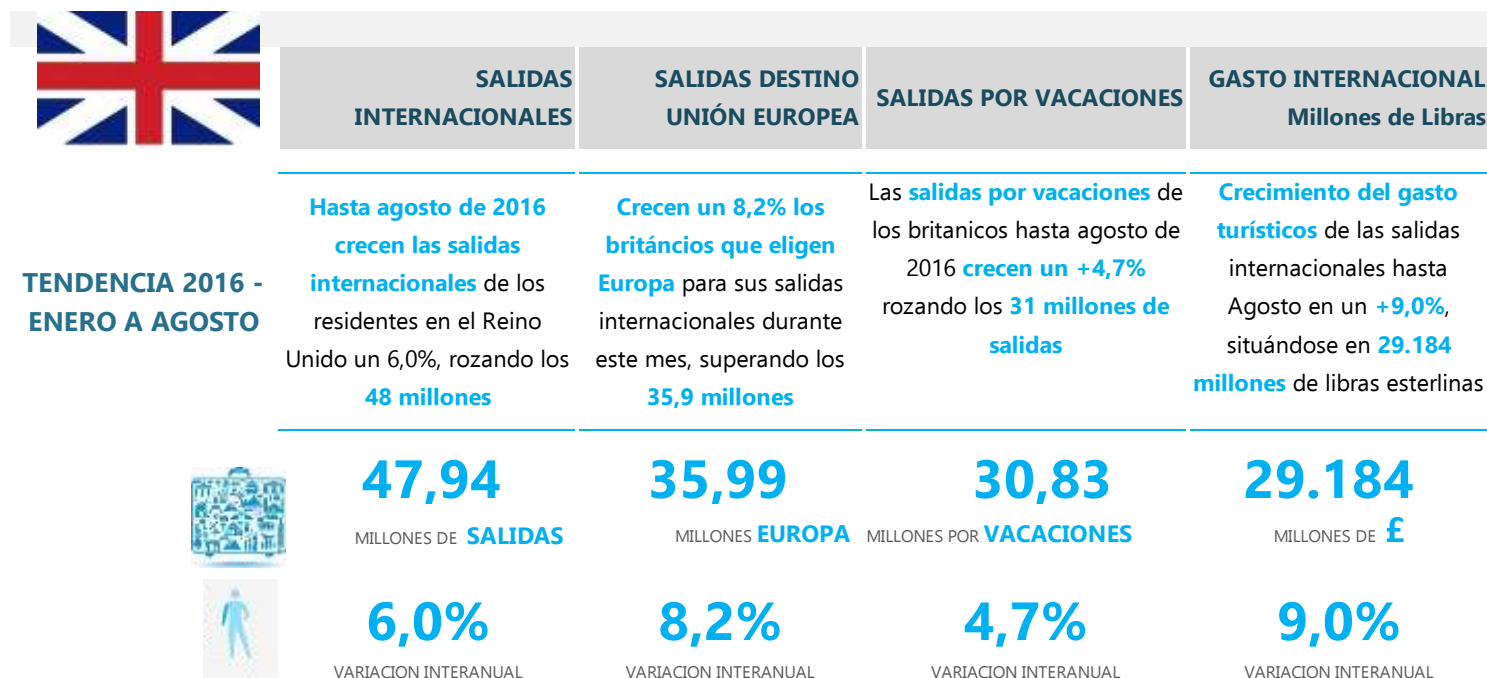
Principales conclusiones





COSTA DEL SOL MÁLAGA

... sobre Reino Unido
como Mercado Emisor



Fuente: ONS - Office from National Statistics - UK

- **Reino Unido** es uno de los mercados emisores **más importantes del mundo**, el **cuarto tanto en términos de salidas internacionales como de gasto turístico internacional**, superado solo por China, USA y Alemania
- Con **una población de 65 millones de personas**, en el Reino Unido se produjeron, en 2015, **unas 65,7 millones de salidas** al extranjero, que generan un gasto cerca **de 39.000 millones de libras**



DATOS TRIMESTRALES

	PIB - VARIACIÓN ANUAL	TASA DE DESEMPLEO
2015 - TRIM. 2	0,4%	5,6%
2015 - TRIM. 3	0,4%	5,6%
2015 - TRIM. 4	0,7%	5,3%
2016 - TRIM. 1	0,4%	5,1%
2016 - TRIM. 2	0,7%	4,9%

TENDENCIA TRIMESTRAL



DATOS MENSUALES 2016

Enero	0,3%	1,33 €
Febrero	0,3%	1,29 €
Marzo	0,5%	1,28 €
Abril	0,3%	1,26 €
Mayo	0,3%	1,28 €
Junio	0,5%	1,26 €
Julio	0,6%	1,26 €
Agosto	0,6%	1,19 €
Septiembre	1,0%	1,17 €

TENDENCIA MENSUAL



0,7%

VARIACIÓN DEL **PIB**

DATOS

2016 - TRIM. 2

4,9%

TASA DE **DESEMPLEO**

2016 - TRIM. 2

1,0%
INFLACIÓN

DATOS

SEPTIEMBRE '16

1,17 €

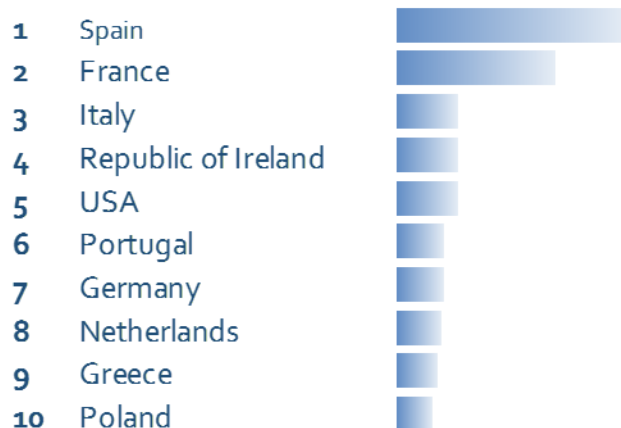
TIPO DE CAMBIO **LIBRA ESTERLINA**

SEPTIEMBRE '16

- Según los datos de la ONS del Reino Unido (Office for National Statistics), **España mantiene la primera posición como país de destino de los británicos cuando viajan al extranjero**, Francia se situó en segundo e Italia en tercer lugar.
- En términos de **gasto internacional de los británicos, España vuelve a liderar**, seguido de Estados y Francia.

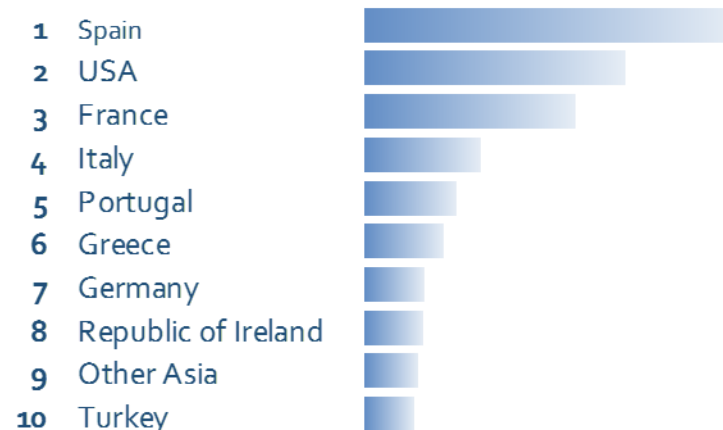
TOP 10 DE DESTINOS INTERNACIONALES - AÑO 2015

Nº visitas (Miles)



TOP 10 DE DESTINOS INTERNACIONALES - AÑO 2015

Gasto Turístico (Millones £)

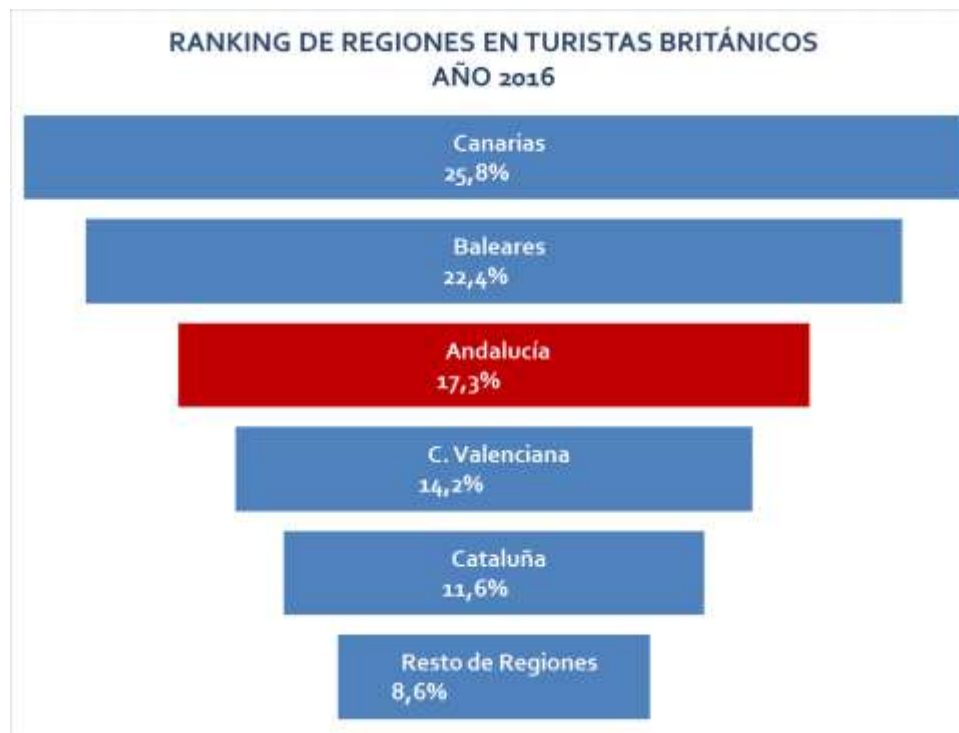




COSTA DEL SOL MÁLAGA

... sobre Reino Unido en
el contexto nacional

- España, continúa siendo el primer destino para los británicos y el Reino Unido el principal mercado emisor para España.
- Hasta agosto de 2016, llegan a España más de **12,4 millones de turistas** (23,7% sobre el total de turistas internacionales que se sitúa en 52,4 millones) y genera **unos ingresos de 11,3 millones de euros** que suponen el 21,1% del total de ingresos (53.296 millones de euros).
- El año **2016** mantiene el tono positivo en el volumen de **llegadas** durante los primeros ocho meses del año, **creciendo un 13,1%, mientras que los ingresos por turismo descienden un -1,11%.**



- **Andalucía es la tercera comunidad** que **más turistas británicos recibe** durante el año 2015 y 2016, superada por los destinos insulares, Canarias y Baleares.

A excepción de 2009, se experimenta una tendencia creciente de turistas británicos alojados en los establecimientos reglados de España. Hasta agosto de **2016 se registra un espectacular crecimiento del 15,0%.**



Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos

- En el **año 2015 en España** se supera la cifra de los **50 millones de pernoctaciones británicas en los hoteles**, el mayor volumen registrado desde 2009, con un incremento anual del **9,3%**. De la misma manera, la cifra de noches de británicos alojados en **apartamentos turísticos** alcanza en 2015, la cifra de **18,4 millones** con un ligero incremento de **0,4%**.
- En el **año 2016 se mantiene en un 13,1% el crecimiento** de las pernoctaciones británicas en los **hoteles y apartamentos** de España, motivado por buen comportamiento de las noches de los británicos tanto en **hoteles que alcanza el 14,0% como en los apartamentos**, que registran un incremento de las pernoctaciones de británicos del **10,4%**.

PERNOCTACIONES

TENDENCIA 2016 - ENERO A AGOSTO

13,1%

ESPAÑA



18,0%

ANDALUCÍA





COSTA DEL SOL MÁLAGA

... sobre la evolución de
los indicadores turísticos
del mercado británico en
Málaga Costa de Sol

Reino Unido

VIAJEROS HOTELEROS	2011	2012	2013	2014	2015		% Var 2015/11	% Var 2015/14
ESPAÑA	7.293.020	7.809.363	8.099.535	8.369.634	8.992.936	●	23,31%	7,45%
ANDALUCÍA	998.569	1.084.791	1.140.985	1.184.825	1.333.874	●	33,58%	12,58%
MÁLAGA	663.628	726.995	775.550	717.805	895.729	●	34,97%	24,79%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	9,1%	9,3%	9,6%	8,6%	10,0%	●	0,86	1,38
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	66,5%	67,0%	68,0%	60,6%	67,2%	●	0,69	6,57

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera

- Durante el año 2015 se alcanza un total de **895.729 viajeros británicos alojados en los establecimientos hoteleros de la provincia de Málaga, lo que supuso un incremento del 24,79%**, confirmando la tendencia creciente iniciada en 2010, tras los fuertes descensos de los dos años anteriores 2009 y 2010, aunque suavizando las tasas .
- Más de **dos de cada tres viajeros hoteleros británicos alojados en Andalucía durante el año 2015 eligió Málaga** para su estancia .

Reino Unido

VIAJEROS HOTELEROS	Acumulado 2015	Acumulado 2016		Var. Acum.16/15
ESPAÑA	7.251.873	8.289.154	●	14,30%
ANDALUCÍA	1.051.166	1.230.491	●	17,06%
MÁLAGA	712.108	828.435	●	16,34%

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera. Datos 2016 hasta septiembre provisionales.

- Hasta Septiembre del 2016 se ha registrado **828.435 viajeros británicos en los hoteles de la provincia**, lo que supone un **crecimiento del 16,34%** respecto al mismo periodo del año anterior.
- El mercado británico continúa siendo el más importante para el destino Málaga Costa del Sol en esta tipología de alojamientos, ocupando el primer lugar, **con una cuota del 30% del total de viajeros internacionales en establecimientos hoteleros en el año 2015**

Reino Unido

PERNOCTACIONES HOTELERAS	Acumulado 2015	Acumulado 2016	Var. Acum.16/15
ESPAÑA	42.088.075	47.494.265	12,84%
ANDALUCÍA	4.957.276	5.864.544	18,30%
MÁLAGA	3.850.341	4.469.587	16,08%

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera. Datos 2016 hasta septiembre provisionales.

- Hasta septiembre del 2016 se ha registrado 4.469.587 pernoctaciones británicas en los hoteles de la provincia, lo que supone un importante crecimiento del **16,08%** respecto al mismo periodo del año anterior.
- El mercado británico continúa siendo el más importante para el destino Málaga Costa del Sol en esta tipología de alojamientos en términos de pernoctaciones, ocupando el primer lugar, con una cuota del 37,7% del total de noches internacionales en establecimientos hoteleros en el año 2015, y más de **una cuarta parte del total de pernoctaciones generadas en la provincia de Málaga** (26,0%).

Reino Unido

VIAJEROS APARTAMENTOS TURÍSTICOS	2011	2012	2013	2014	2015		% Var 2015/11	% Var 2015/14
ESPAÑA	2.225.414	2.161.567	2.260.868	2.322.668	2.317.945		4,16%	-0,20%
ANDALUCÍA	197.765	204.268	225.541	276.132	296.511		49,93%	7,38%
MÁLAGA	187.691	183.829	202.352	249.414	266.230		41,84%	6,74%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	8,4%	8,5%	9,0%	10,7%	11,5%		3,05	0,75
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCIA	94,9%	90,0%	89,7%	90,3%	89,8%		-5,12	-0,54

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos

- Durante el año 2015 **se superaron los 266.000 viajeros británicos alojados en apartamentos turísticos** de la provincia de Málaga, lo que supuso un **incremento del 6,74%**, confirmando la tendencia creciente iniciada hace una década en 2006.
- **Nueve de cada diez viajeros británicos alojado en apartamentos turísticos en Andalucía durante el año 2015 eligió Málaga** para su estancia .

- Los viajeros británicos alojados en hoteles y apartamentos durante el año 2015 rozaron el 1.045.000 viajeros en la provincia de Málaga, lo que supuso un incremento del 6,9%, por encima de la media del crecimiento del volumen de viajeros alojados en los hoteles y apartamentos de Málaga (6,4%), confirmando la tendencia creciente iniciada en 2011.
- El mercado británico en los hoteles y apartamentos turísticos es el más importante para el destino Málaga Costa del Sol, ocupando el primer lugar, y representando en 2015 cerca de uno de cada tres viajeros internacionales hospedados en estos alojamientos.
- Según últimos datos disponibles del 2016 (hoteleros a septiembre y apartamentos a agosto), los viajeros británicos alojados en hoteles y apartamentos superan la cifra del millón de viajeros británicos en los hoteles y apartamentos turísticos de la provincia, lo que supone un crecimiento del 15,1% respecto al mismo periodo del año anterior.

Desde 2008, la evolución de las pernoctaciones del mercado británicos alojado en la provincia ha conseguido, tras la grave crisis del 2009-2010, recuperar y superar las cifras del 2008 con un **crecimiento acumulado del 3,4 % y más de 225.000 noches más de británicos hospedados en estos establecimientos.**



Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos.

LLEGADAS AEROPUERTO	Acumulad o 2015	Acumulad o 2016	Var. Acum.16/15
ESPAÑA	14.390.889	16.599.865	15,35%
MÁLAGA	1.900.660	2.206.067	16,07%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	13,2%	13,3%	0,08
VARIACION		16,1%	



Según datos de AENA, hasta septiembre del 2016 llegaron a Málaga 2.206.067 pasajeros al aeropuerto de Málaga Costa del Sol procedentes del Reino Unido, lo que supone un incremento del 16,07% en el tráfico de llegadas de las Islas Británicas.

- Hasta septiembre de 2016 se observa una **crecimiento en las 13 principales ciudades británicas emisoras de los pasajeros llegados a Costa del Sol Málaga**, de los cuales 11 experimentan crecimientos de 2 dígitos.
- Se mantienen las principales ciudades emisoras, lideradas por **Londres y Manchester**, a las que les sigue **Birmingham, Bristol y Nottingham**.

RANK. 2016	CIUDADES CON MAYOR AFLUENCIA DE PASAJEROS A LA CDS	Acumulado			Var. Acum.16/15
		2015	2016		
1	LONDRES	613.164	687.015	●	12,04%
2	MANCHESTER	197.683	240.579	●	21,70%
3	BIRMINGHAM	100.875	130.299	●	29,17%
4	BRISTOL	104.574	115.970	●	10,90%
5	NOTTINGHAM	99.207	113.107	●	14,01%
6	LEEDS	83.523	98.972	●	18,50%
7	GLASGOW	84.125	91.893	●	9,23%
8	NEWCASTLE	61.268	82.360	●	34,43%
9	LIVERPOOL	68.005	79.371	●	16,71%
10	BELFAST	62.728	64.418	●	2,69%
11	EDIMBURGO	50.304	62.878	●	25,00%
12	BOURNEMOUTH	23.175	30.624	●	32,14%
13	CARDIFF	23.597	29.340	●	24,34%
14	SOUTHEND	30.365	28.936	●	-4,71%
15	DONCASTER	12.648	18.377	●	45,30%

- En la actualidad el aeropuerto de Málaga ofrece **conexiones directas con 18 ciudades** del Reino Unido a través **de 22 aeropuertos**



Fuente: AENA



COSTA DEL SOL MÁLAGA

... sobre las principales
características del
turista británico en
Málaga Costa del Sol

- El turista británico que elige Málaga Costa del Sol para sus vacaciones, se caracteriza por **estar trabajando** y tener una **edad promedio de 45,2 años**.
- La principal situación laboral del turistas británico que ha llegado a la Costa del Sol es la de “**Ocupado por cuenta ajena o autónomo**”, con casi tres de las cuatro respuestas. El segundo grupo por presencia es el de **jubilado**, seguido de los **estudiantes** (sobre todo en temporada alta).
- Se observa como ha cambiado la forma de actuar del turistas británico en la Costa del Sol, ya que **ha pasado de ser un turista relativamente pasivo en la década pasada, a un turista activo**, ya que **9 de cada 10 declaran que han hecho o piensan hacer alguna actividad**.

- Por término medio, el turista británico se queda en la provincia **durante 10,61 días**.
- El turista de procedente del Reino Unido, por término medio, cuenta con un **presupuesto** para su viaje a Málaga Costa del Sol de unos **920 euros**, inferior al año anterior que puede ser motivado por el efecto a realizar menor gasto por el temor al Brexit.
- Entre los motivos específicos vacacionales destacaron, en primer lugar, disfrutar del **sol** y la **playa**, seguidos de la posibilidad de realizar **actividades culturales**, realizar actividades de **ocio y lúdicas**, y **vivir una experiencia**.

- Entre las **actividades realizadas**, caben señalar las relacionadas con el **senderismo** (tanto urbano como en el interior), actividades de **sol y playa**, disfrutar del **ocio nocturno**, realización de **rutas culturales**, visitar **monumentos** o **museos**, o disfrutar de la **gastronomía típica**.
- Los municipios que han señalado que van a visitar, fuera del que pernoctan, son por orden de importancia, la Ciudad de **Málaga**, (con diferencia el municipio con mayor atracción), seguido de **Marbella**, **Torremolinos**, **Fuengirola**, **Mijas**, **Nerja**, **Granada** y **Benalmádena**.
- Hay que señalar la importancia creciente de las visitas a **Ronda**, **Frigiliana**, **Antequera**, y en el último año a **Ardales** y **Alora** (por el efecto del **Caminito del Rey**).

- **Internet es el canal más importante para la organización del viaje** (nueve de cada diez turistas británicos así lo han señalado), tanto para informarse como para reservar.
- En cuanto a los **motivos específicos que les llevaron a escoger finalmente el destino Costa del Sol**, los turistas británicos mencionaron como primer bloque, (a gran diferencia en sus otros motivos), **la bondad del clima** y sus **playas**.
- Posteriormente, y lejos porcentualmente del clima y playas, han señalado la **diversidad de recursos atractivos** y **oferta existente**, la **recomendación** de amigos y familiares, la **fidelidad** al destino (propiedad de residencias), la **calidad de vida que se disfruta en la Costa del Sol** y la existencia de **vuelos directos** a su ciudad.

- En cuanto a la **forma por las cuales los turistas británicos se han informado del destino Costa del Sol** (con opción multirrespuesta), destacar en primer lugar que **casi el 80 % han declarado que lo han hecho a través de páginas webs**, seguido de su **experiencia propia**, por **consejos de familiares y amigos** y por **recomendaciones de agencias de viajes**. Señalar que cada vez tiene más presencia los **“foros y blogs de viajes”** como forma para informarse.
- Los turistas británicos llegados en el último año a la Costa del Sol, declaran que la **Costa Brava, Canarias y Baleares** son los **destinos competidores**
 - Según dichas opiniones, la **Costa del Sol tiene como atributos superiores los relacionados con el clima, las playas, hospitalidad de la población y mejores precios.**
 - Y los **atributos inferiores**, curiosamente está relacionado con las playas (parte de los británicos lo consideran mejor y, otra parte, peor), el ambiente y el tráfico.

- Los **principales aspectos** que los turistas británicos que llegaron a la Costa del Sol en 2016 declararon como más satisfactorios son el **binomio Clima - Playas** y la **hospitalidad** de los malagueños.
- Otros aspectos satisfactorios señalados durante la estancia de los turistas en la provincia, con bajos porcentajes de respuestas, fueron: **la gastronomía, tranquilidad, ambiente y los precios.**
- Por otro lado, **los tres aspectos considerados como más insatisfactorios**, aunque con bajos porcentajes de respuestas, vuelven a ser los referentes a la **masificación, el tráfico y la falta de actividades complementarias.**

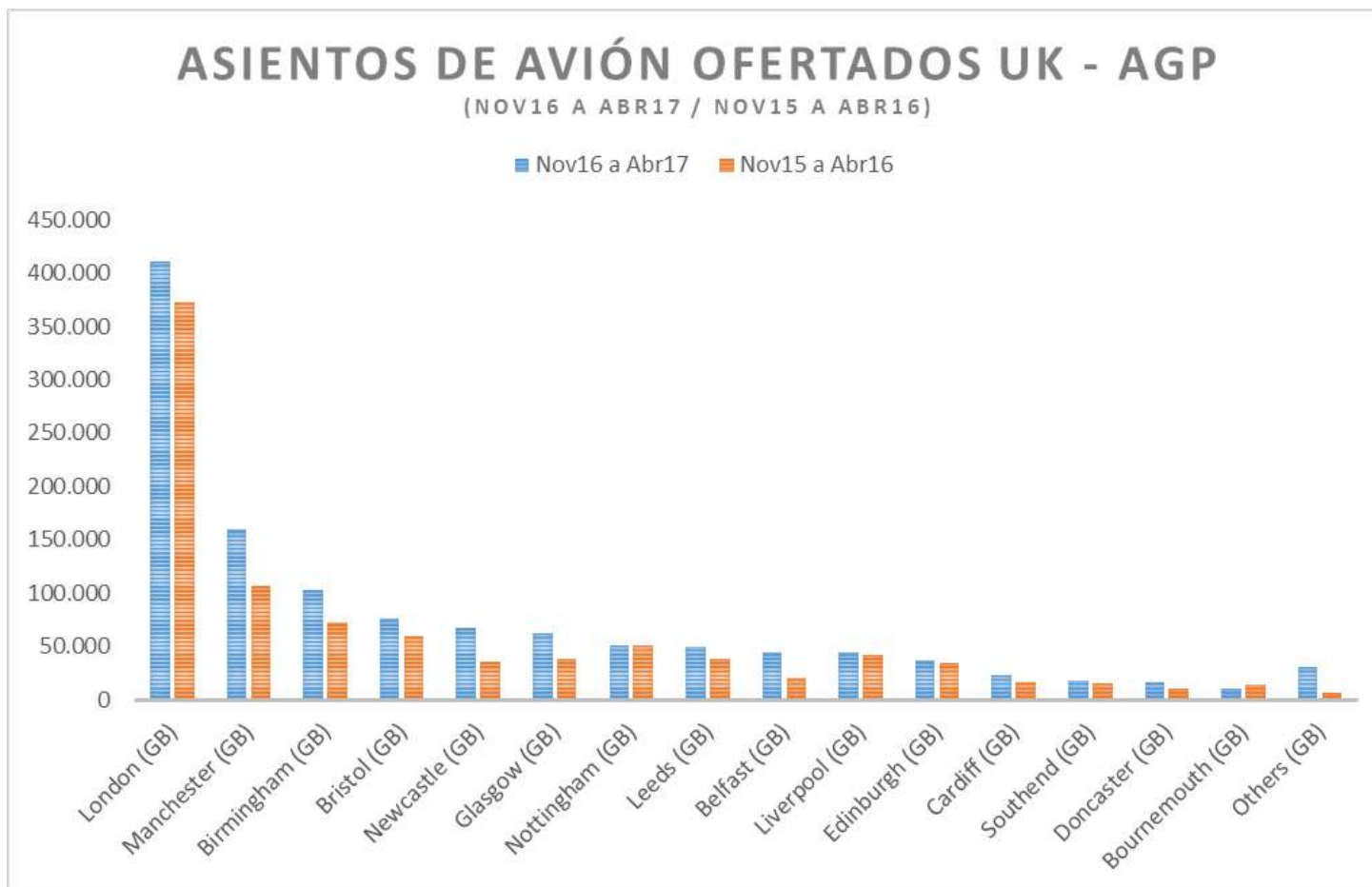
- **Se observa un alto grado de satisfacción del turista británico;** alcanzando el 99,4% entre los turistas que consideraron su visita como muy positiva o positiva
- Esta alta satisfacción se ve reflejada en la **nota que los turistas procedentes del Reino Unido le otorgan al destino Costa del Sol: 9,1 sobre 10.**
- Al preguntarle a los turistas británicos durante el año si piensan volver a la Costa del Sol en los próximos tres años, **dos de cada tres respuestas han sido afirmativas**
- **Se mantiene el alto grado de recomendación de la Costa del Sol para los turistas británicos que han la han visitado en 2016, situándose en el 98,5 %** la cuota de turistas británicos que afirman que recomendarían nuestro destino



COSTA DEL SOL MÁLAGA

... sobre la previsión de
la oferta de asientos de
avión de Gran Bretaña a
Málaga en los próximos
seis meses

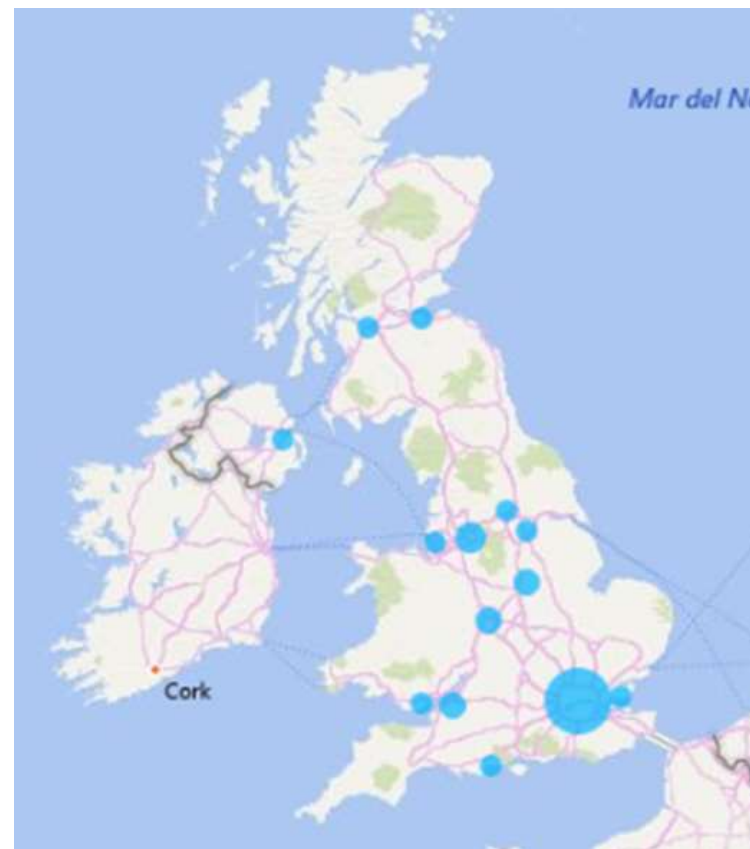
- **Las previsiones de llegadas** de turistas británicos a la Costa del Sol siguen siendo excepcionales.
 - Se prevé que en el periodo de noviembre de 2016 a abril de 2017, **lleguen al aeropuerto de Málaga un 29% más de viajeros procedentes de Gran Bretaña, que en el mismo periodo del año anterior**
- En términos cuantitativos, según las previsiones realizadas, en esos seis meses **se ofertarán 1.158.028 asientos en los aviones que hacen el trayecto de los distintos aeropuertos de Gran Bretaña a Málaga,** mientras que en el mismo periodo del **año anterior se pusieron en el mercado 900.084 plazas**



En definitiva, se ofertarán en los próximos seis meses unas **258.000 plazas más desde los aeropuertos británicos**, que los ofertados en el mismo periodo del año anterior.

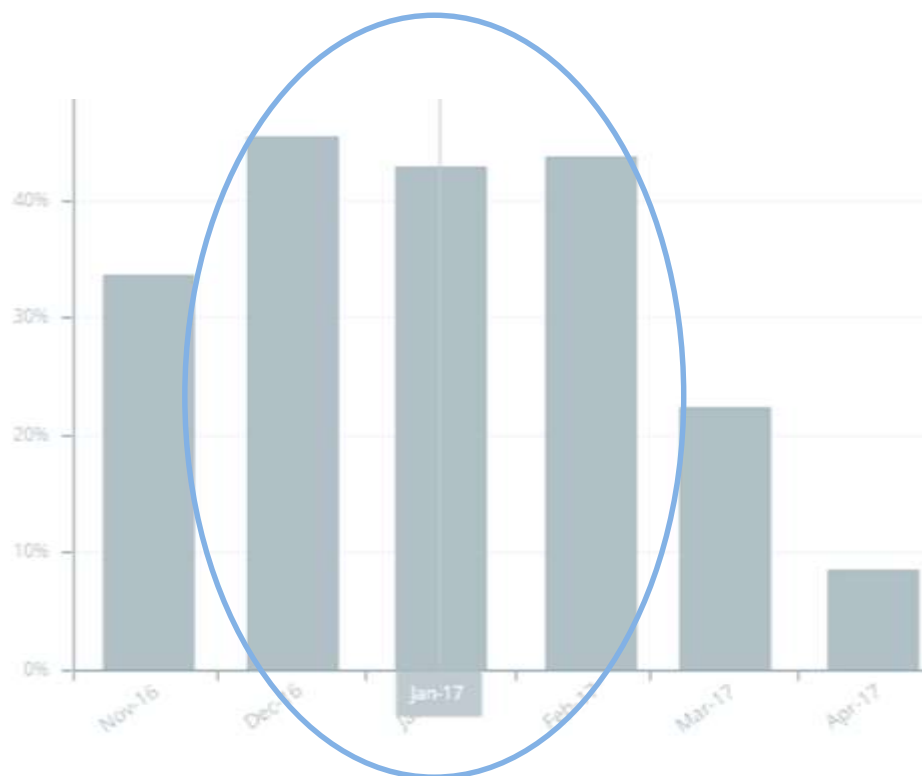
Cabe señalar las previsiones de incrementos en el movimientos de pasajeros británicos hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, según las siguientes ciudades de origen:

- **Más del 60 %** de incremento desde: Belfast, Newcastle, Glasgow y Doncaster
- **Del 20 al 60 %** de incremento desde: Manchester, Birmingham, Cardiff, Leeds y Bristol
- **Del 5 al 20 %** de incremento desde: Southend, Londres y Edinburgh



Pero hay que destacar el gran crecimiento cuantitativo de los viajeros procedentes de los aeropuertos de Manchester, Londres, Newcastle, Birmingham, Glasgow y Belfast, todas ellas con más de 20.000 asientos ofertados adicionales al mismo periodo del año anterior.

Manchester	53.590
London	38.725
Newcastle	32.477
Birmingham	29.819
Glasgow	24.648
Belfast	22.964



Todo indica que las previsiones en la llegadas de británicos en la tradicional temporada baja (diciembre, enero y febrero), se incrementará más que en otros periodos

Pero sobre todo hay que destacar el gran crecimiento cuantitativo de los viajeros transportados por Thomson, Ryanair, Jet2.com, Flybe y Monarch, todas esas compañías con más de 20.000 asientos ofertados adicionales al mismo periodo del año anterior.

Thomson Airways	83.790
Ryanair	43.470
Jet2.com	38.404
Flybe	26.848
Monarch Airlines	26.020

En definitiva, el análisis de la estimación de plazas ofertadas en los próximos seis meses hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, hace prever que **se seguirá con la senda de crecimiento turístico, aumentando más en los meses de menor ocupación y previéndose unas cifras nunca conocidas del mercado británico en la Costa del Sol.** Y todo ello, a pesar de las pesimistas opiniones sobre el impacto del Brexit en los destinos turísticos españoles.



2. Reino Unido como Mercado Emisor



- **Reino Unido** es uno de los mercados emisores **más importantes del mundo**, el **cuarto en términos de salidas internacionales y de gasto turístico internacional**, superado solo por China, USA y Alemania
- Con **una población de 65 millones de personas**, en el Reino Unido se produjeron, en 2015, **unas 65,7 millones de salidas** al extranjero, que generan un gasto cerca **de 39.000 millones de libras**

TURISMO INTERNACIONAL

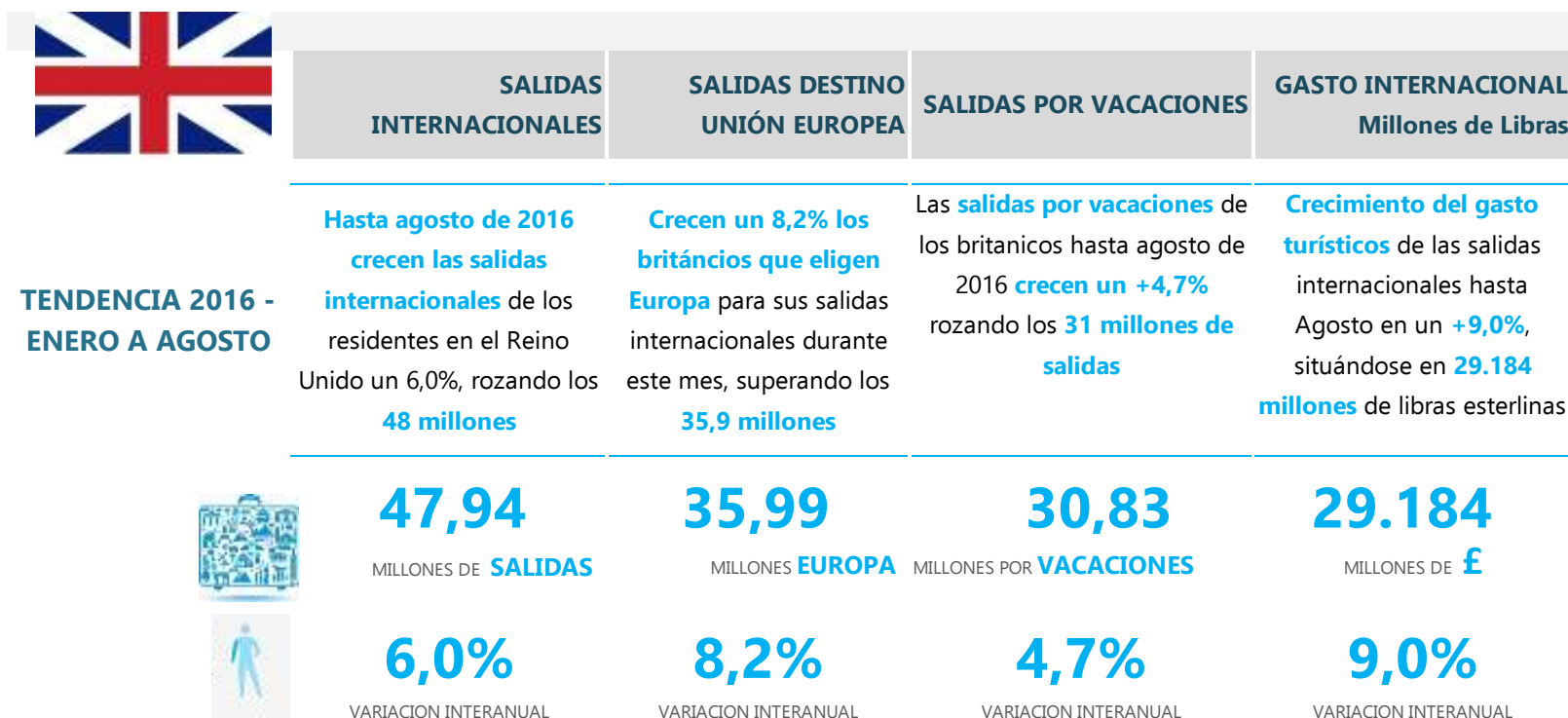
REINO UNIDO	Nº VISITAS	% VAR. INTERANUAL	% VAR. ACUMULADA
AÑO 2006	69.535		
AÑO 2007	69.449	-0,1%	-0,1%
AÑO 2008	69.008	-0,6%	-0,8%
AÑO 2009	58.614	-15,1%	-15,7%
AÑO 2010	55.562	-5,2%	-20,1%
AÑO 2011	56.837	-3,0%	-18,3%
AÑO 2012	56.537	1,8%	-18,7%
AÑO 2013	57.792	2,2%	-16,9%
AÑO 2014	60.080	4,0%	-13,6%
AÑO 2015	65.720	9,4%	-5,5%
AÑO 2016 - Enero - Agosto	47.940	6,0%	

Fuente: Monthly Overseas Travel and Tourism - Office for National Statistics UK

GASTO TURÍSTICO INTERNACIONAL

REINO UNIDO	MILLONES £ LIBRAS ESTERLINAS	VAR. INTERANUAL	VAR. ACUMULADA
AÑO 2006	34.554		
AÑO 2007	35.089	1,5%	1,5%
AÑO 2008	36.917	5,2%	6,8%
AÑO 2009	31.950	-13,5%	-7,5%
AÑO 2010	31.651	-0,9%	-8,4%
AÑO 2011	31.770	0,4%	-8,1%
AÑO 2012	32.246	1,5%	-6,7%
AÑO 2013	34.349	6,5%	-0,6%
AÑO 2014	35.579	3,6%	3,0%
AÑO 2015	38.969	9,5%	12,8%
AÑO 2015 - Enero a Agosto	29.180	9,0%	

Fuente: Monthly Overseas Travel and Tourism - Office for National Statistics UK



Fuente: ONS - Office from National Statistics - UK

- Hasta agosto de 2016, Europa recibe 35,9 millones de salidas internacionales procedentes del Reino Unido (+8,2%), el **principal motivo** de los viajes al extranjero sigue siendo **el vacacional**, superando los 30 millones de salidas (+4,7%) y el gasto internacional generado por estas salidas crece un 9% alcanzando los 29.184 millones de libras.

2. Reino Unido como Mercado Emisor

	PIB - VARIACIÓN ANUAL	TASA DE DESEMPLEO
DATOS TRIMESTRALES		
2015 - TRIM. 2	0,4%	5,6%
2015 - TRIM. 3	0,4%	5,6%
2015 - TRIM. 4	0,7%	5,3%
2016 - TRIM. 1	0,4%	5,1%
2016 - TRIM. 2	0,7%	4,9%
TENDENCIA TRIMESTRAL		

0,7%
VARIACIÓN DEL **PIB**

DATOS
2016 - TRIM. 2

4,9%
TASA DE **DESEMPLEO**
2016 - TRIM. 2

- El comportamiento de los principales **datos macroeconómicos de este mercado es el siguiente:**
 - **Crecimiento del PIB** del Reino Unido en el 2º trimestre de 2016 (+0,7%)
 - Ligeró **descenso de la tasa de desempleo**, situándose en el 4,9% en el 2º trimestre de 2016

2. Reino Unido como Mercado Emisor

DATOS MENSUALES 2016

Enero	0,3%	1,33 €
Febrero	0,3%	1,29 €
Marzo	0,5%	1,28 €
Abril	0,3%	1,26 €
Mayo	0,3%	1,28 €
Junio	0,5%	1,26 €
Julio	0,6%	1,26 €
Agosto	0,6%	1,19 €
Septiembre	1,0%	1,17 €

1,0%
INFLACIÓN

DATOS
SEPTIEMBRE´16

1,17 €

TIPO DE CAMBIO **LIBRA ESTERLINA**
SEPTIEMBRE´16

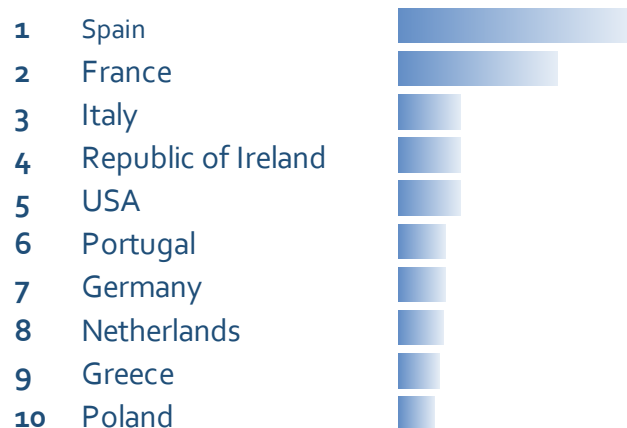


- **Debilitamiento del de la libra** con respecto el euro, con un cambio de 1,17 euros la libra en Septiembre de 2016
- **Crecimiento de la inflación**, registrando una tasa interanual en septiembre de 2016 del 1%.

- Según los datos de la ONS del Reino Unido (Office for National Statistics), **España mantiene la primera posición como país de destino de los británicos cuando viajan al extranjero**, Francia se situó en segundo e Italia en tercer lugar.
- En términos de **gasto internacional de los británicos, España vuelve a liderar**, seguido de Estados y Francia.

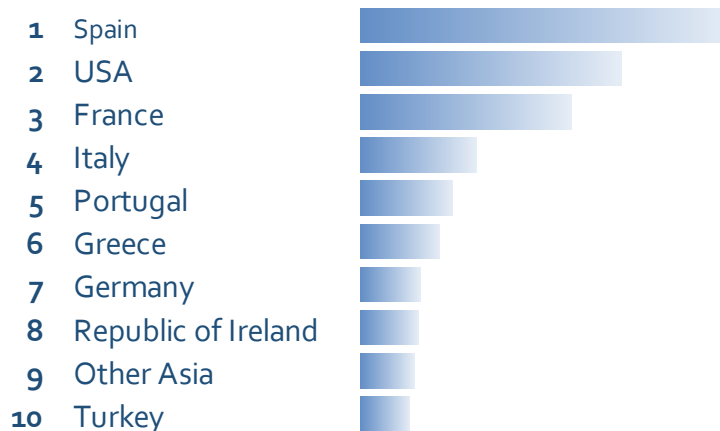
TOP 10 DE DESTINOS INTERNACIONALES - AÑO 2015

Nº visitas (Miles)



TOP 10 DE DESTINOS INTERNACIONALES - AÑO 2015

Gasto Turístico (Millones £)





3. Reino Unido en el contexto nacional



- España, continúa siendo el primer destino para los británicos y el Reino Unido el principal mercado emisor para España.
- En 2015 España, con 15,7 millones de turistas británicos y un gasto de más de 14.000 millones de euros, sigue siendo el primer destino internacional para el mercado emisor británico
- En 2015 Reino Unido es el país de origen de un 23,0% del total de llegadas internacionales (68,1 millones) y genera un 20,9 % de los ingresos por turismo en España (67.385 millones de euros). Ambos indicadores, volumen y gasto, convierten al Reino Unido en el principal mercado para nuestro país, por delante de Alemania y Francia.
- Hasta agosto de 2016, llegan a España más de 12,4 millones de turistas (23,7% sobre el total de turistas internacionales que se sitúa en 52,4 millones) y genera unos ingresos de 11,3 millones de euros que suponen el 21,1% del total de ingresos (53.296 millones de euros).

3.1. LLEGADA DE TURISTAS

- El año **2016** mantiene el tono positivo del anterior: **las llegadas** durante los primeros ocho meses del año **crecen un 13,1%**, y **los ingresos por turismo** **descienden un -1,11%**.
- Los principales **destinos** de los turistas británicos fueron: Canarias, Baleares, Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña, donde se concentraron más del 91,4% de las llegadas (FRONTUR) en 2016.
- **Andalucía es la tercera comunidad** que **más turistas británicos recibe** durante el año 2015 y 2016, superada por los destinos insulares, Canarias y Baleares.



3.1. LLEGADA DE TURISTAS

- El Reino Unido es el primer mercado internacional tanto en España, como en Andalucía.
- Las llegadas de británicos a España hasta agosto de 2016 se sitúa en 12,4 millones, un **13,1%** superior al registrado en el mismo periodo del año anterior
- El **gasto medio del turista británico en España** se sitúa en **906,0€** en lo que va de año, un **1,1% inferior al registrado** durante el mismo período del año anterior.
- En 2016 la estancia media del turistas británico en España se sitúa en **7,8 días**, superior a la media del turistas internacional en España (7,76%) a pesar de descender un **-2,26%** respecto al mismo periodo del año anterior (de enero a agosto).
- En 2016 el mercado británico es líder en el destino Andalucía con **2,2 millones hasta agosto**, representando una cuota del **25,0% del total de turistas** llegados a Andalucía hasta la fecha (7,4 millones), cuando en el **contexto nacional representa el 23,7%**, cerca de un 1,5 puntos porcentuales menos

TENDENCIA 2016 - ENERO A AGOSTO

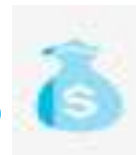
13,1%

TURISTAS



-1,1%

GASTO TURÍSTICO POR PERSONA



3.2. INDICADORES TURÍSTICOS

- En el **año 2015** se alcanza la cifra de los **11,3 millones de británicos alojados en los hoteles y apartamentos** turísticos reglados en España, el mayor volumen registrado desde 2008, con un **incremento anual del 5,8%**.
- A excepción de 2009, se experimenta una tendencia creciente de turistas británicos alojados en los establecimientos reglados de España. Hasta agosto de **2016 se registra un espectacular crecimiento del 15,0%**.

EVOLUCIÓN DE LOS VIAJEROS BRITÁNICOS ALOJADOS EN HOTELES Y APARTAMENTOS EN ESPAÑA

VARIACION INTERANUAL



Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos

3.2. INDICADORES TURÍSTICOS

- En el **año 2015 en España** se roza la cifra de los **9 millones de británicos alojados en los hoteles** en todo el contexto nacional, con un incremento del **7,4%**. Sin embargo, la cifra de británicos alojados en **apartamentos turísticos** se sitúa en los **2,3 millones** con un descenso de **-0,2%**.

- En el **año 2016 se registra un 15,0% el crecimiento** de los británicos alojados conjuntamente en los **hoteles y apartamentos** de España pero motivado por buen comportamiento tanto de los viajeros alojados en **hoteles que alcanza el 14,9%** como en **los apartamentos que crece un 15,4%**.

VIAJEROS BRITÁNICOS

TENDENCIA 2016 - ENERO A AGOSTO

15,0%

ESPAÑA



17,0%

ANDALUCÍA

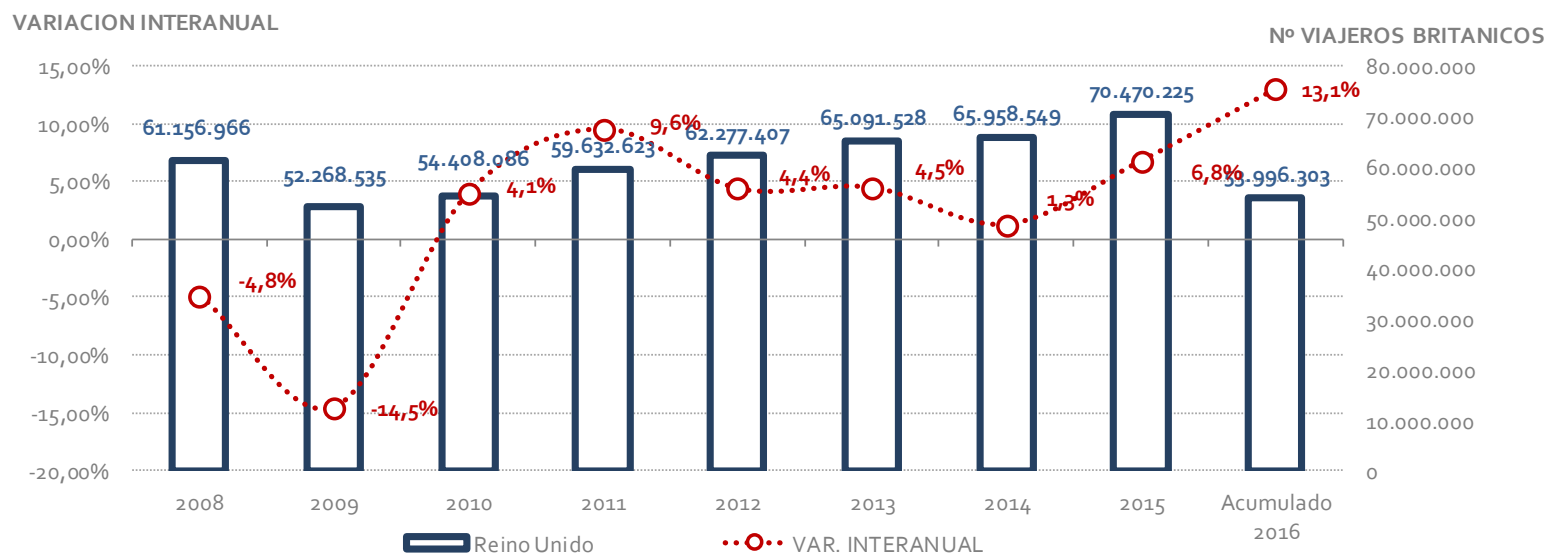


- En el **año 2015 en Andalucía** se supera la cifra de los **1,3 millones de británicos alojados en los hoteles de la región**, con un incremento del **12,6%**, suponiendo el **14,8% de cuota sobre el total nacional**. De la misma manera, la cifra de británicos alojados en **apartamentos turísticos** roza en 2015 los **300.000 británicos** con un incremento de **7,4%**.
- En el **año 2016 se mantiene un alto crecimiento del 17,0%** de británicos alojados en los **hoteles y apartamentos** de Andalucía motivado por buen comportamiento de los viajeros alojados tanto en **hoteles que alcanza el 18,4%** como en **los apartamentos en un 11,0%**.

3.2. INDICADORES TURÍSTICOS

- En el **año 2015** se supera la cifra de los **70,4 millones de pernoctaciones británicas** en los hoteles y apartamentos turísticos reglados, el mayor volumen registrado desde 2009, con un **incremento anual del 6,8%.**
- A excepción de 2009, igual que en viajeros, las pernoctaciones de turistas británicos alojados en los establecimientos reglados de España experimenta una tendencia creciente, alcanzando hasta agosto de **2016 un espectacular crecimiento del 13,1%.**

EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES BRITÁNICAS EN HOTELES Y APARTAMENTOS EN ESPAÑA



Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos

3.2. INDICADORES TURÍSTICOS

PERNOCTACIONES

TENDENCIA 2016 - ENERO A AGOSTO

13,1%

ESPAÑA



18,0%

ANDALUCÍA

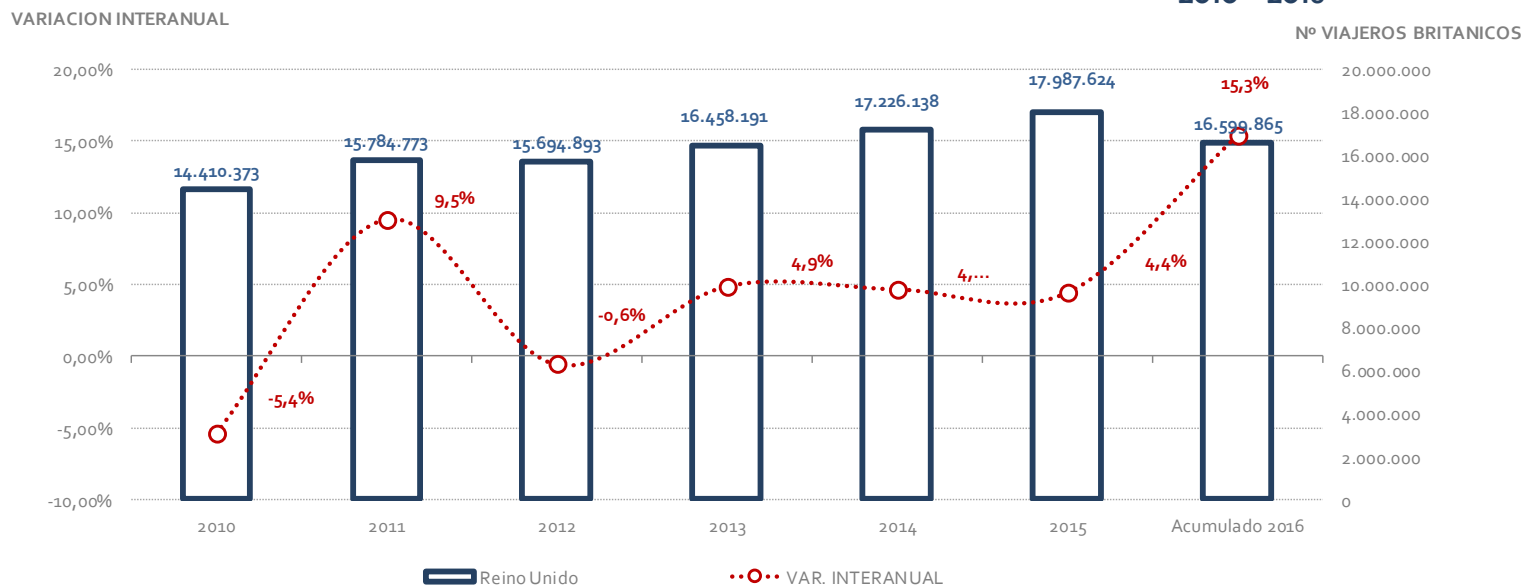


- En el **año 2015 en España** se supera la cifra de los **50 millones de pernoctaciones británicas en los hoteles**, el mayor volumen registrado desde 2009 , con un incremento anual del **9,3%**. De la misma manera, la cifra de noches de británicos alojados en **apartamentos turísticos** alcanza en 2015, la cifra de **18,4 millones** con un ligero incremento de **0,4%**.
- En el **año 2016 se mantiene en un 13,1% el crecimiento** de las pernoctaciones británicas en los **hoteles y apartamentos** de España, motivado por buen comportamiento de las noches de los británicos tanto en **hoteles que alcanza el 14,0% como en los apartamentos**, que registran un incremento de las pernoctaciones de británicos del **10,4%**.
- En el **año 2015 en Andalucía** se supera la cifra de los **6,2 millones de pernoctaciones británicas en los hoteles de la región**, con un incremento del **6,9%**, **suponiendo el 13,3% de cuota sobre el total nacional**. De la misma manera, la cifra de noches británicas registradas en **apartamentos turísticos** supera los 1,9 millones de pernoctaciones con un incremento **de 10,7%**. **Conjuntamente suponen cerca de 8,2 millones de noches británicas con un incremento del 12,7%**
- En el **año 2016 se supera este alto crecimiento situándose en el 18,0%** de noches de británicos alojados en los **hoteles y apartamentos** de Andalucía motivado por buen comportamiento de los viajeros alojados tanto en **hoteles que alcanza el 20,4% como en los apartamentos en un 10,4%**.

3.3. LLEGADAS DE PASAJEROS DEL REINO UNIDO POR AEROPUERTO

- En el año 2015 se rozan los **18 millones de pasajeros procedentes del Reino Unido con un incremento del 4,4%**, máximo registro de entradas de los últimos 6 años, período donde se han producido comportamientos muy irregulares, con fuertes incrementos en 2011 (9,5%) y descensos en 2012 (-0,6%).
- Hasta septiembre del año 2016 el volumen de pasajeros llegados a España procedentes del Reino Unido mantiene un altísimo **crecimiento con tasas del 15,3%**.

EVOLUCIÓN DE LA ENTRADA DE PASAJEROS PROCEDENTES DE UK A LOS AEROPUERTOS DE
ESPAÑA
2010 - 2016





4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa del Sol



4.1. INDICADORES TURISTICOS. VIAJEROS BRITÁNICOS

Reino Unido

VIAJEROS HOTELEROS	2011	2012	2013	2014	2015		% Var 2015/11	% Var 2015/14
ESPAÑA	7.293.020	7.809.363	8.099.535	8.369.634	8.992.936	●	23,31%	7,45%
ANDALUCÍA	998.569	1.084.791	1.140.985	1.184.825	1.333.874	●	33,58%	12,58%
MÁLAGA	663.628	726.995	775.550	717.805	895.729	●	34,97%	24,79%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	9,1%	9,3%	9,6%	8,6%	10,0%	●	0,86	1,38
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	66,5%	67,0%	68,0%	60,6%	67,2%	●	0,69	6,57

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera

- Durante el año 2015 se alcanza un total de 895.729 viajeros británicos alojados en los establecimientos hoteleros de la provincia de Málaga, lo que supuso un incremento del 24,79%, confirmando la tendencia creciente iniciada en 2010, tras los fuertes descensos de los dos años anteriores 2009 y 2010, aunque suavizando las tasas .
- Uno de cada diez viajeros hoteleros británicos en España durante el año 2015 se hospedó en la provincia de Málaga
- Más de dos de cada tres viajeros hoteleros británicos alojados en Andalucía durante el año 2015 eligió Málaga para su estancia .

4.1. INDICADORES TURISTICOS. VIAJEROS BRITÁNICOS

Reino Unido

VIAJEROS HOTELEROS	Acumulado 2015	Acumulado 2016	Var. Acum.16/15
ESPAÑA	7.251.873	8.289.154	14,30%
ANDALUCÍA	1.051.166	1.230.491	17,06%
MÁLAGA	712.108	828.435	16,34%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	9,8%	10,0%	0,17
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	67,7%	67,3%	-0,42

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera. Datos 2016 hasta septiembre provisionales.

- Hasta Septiembre del 2016 se ha registrado **828.435 viajeros británicos en los hoteles de la provincia**, lo que supone un **crecimiento del 16,34%** respecto al mismo periodo del año anterior.

- En 2016 la importancia del destino provincia de Málaga con respecto al contexto nacional sube pero desciende ligeramente en Andalucía respecto el año anterior.
- El mercado británico continúa siendo el más importante para el destino Málaga Costa del Sol en esta tipología de alojamientos, ocupando el primer lugar, **con una cuota del 30% del total de viajeros internacionales en establecimientos hoteleros en el año 2015.**

4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa de Sol

4.1. INDICADORES TURISTICOS. VIAJEROS BRITÁNICOS

Reino Unido

VIAJEROS APARTAMENTOS TURÍSTICOS	2011	2012	2013	2014	2015	% Var 2015/11	% Var 2015/14
ESPAÑA	2.225.414	2.161.567	2.260.868	2.322.668	2.317.945	4,16%	-0,20%
ANDALUCÍA	197.765	204.268	225.541	276.132	296.511	49,93%	7,38%
MÁLAGA	187.691	183.829	202.352	249.414	266.230	41,84%	6,74%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	8,4%	8,5%	9,0%	10,7%	11,5%	3,05	0,75
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	94,9%	90,0%	89,7%	90,3%	89,8%	-5,12	-0,54

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos

- Durante el año 2015 **se superaron los 266.000 viajeros británicos alojados en apartamentos turísticos** de la provincia de Málaga, lo que supuso un **incremento del 6,74%**, confirmando la tendencia creciente iniciada hace una década en 2006.
- Más de **uno de cada diez viajeros británicos alojado en apartamentos turísticos en España** durante el año 2015 se hospedó en la provincia de Málaga
- **Nueve de cada diez viajeros británicos alojado en apartamentos turísticos en Andalucía** durante el año 2015 eligió **Málaga** para su estancia .

4.1. INDICADORES TURISTICOS. VIAJEROS BRITÁNICOS

Reino Unido

VIAJEROS APARTAMENTOS TURÍSTICOS	Acumulado 2015	Acumulado 2016	Var. Acum.16/15
ESPAÑA	1.585.873	1.829.689	15,37%
ANDALUCÍA	202.257	224.572	11,03%
MÁLAGA	182.892	201.304	10,07%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	11,5%	11,0%	-0,53
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	90,4%	89,6%	-0,79

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos.
Datos 2016 hasta agosto provisionales.

- En 2016 la importancia del destino provincia de Málaga decrece en el contexto nacional y de Andalucía con respecto a 2015, descendiendo la cuota de Málaga respecto a Andalucía un -0,79 p.p. y más de medio punto porcentual (-0,53 p.p.) con respecto al nacional.
- Hasta agosto del 2016 se ha alojado más de 200.000 viajeros británicos en los apartamentos turísticos de la provincia, lo que supone un crecimiento del 10,07% respecto al mismo periodo del año anterior.
- Este crecimiento es inferior al experimentado en el contexto nacional, que crece un 15,4% y al de Andalucía, que se incrementa un 11,03%.

4.1. INDICADORES TURÍSTICOS. VIAJEROS BRITÁNICOS

- Los viajeros británicos alojados en hoteles y apartamentos durante el año 2015 rozaron el 1.045.000 viajeros en la provincia de Málaga, lo que supuso un incremento del 6,9%, por encima de la media del crecimiento del volumen de viajeros alojados en los hoteles y apartamentos de Málaga (6,4%), confirmando la tendencia creciente iniciada en 2011.
- Según últimos datos disponibles del 2016 (hoteleros a septiembre y apartamentos a agosto), los viajeros británicos alojados en hoteles y apartamentos superan la cifra del millón de viajeros británicos en los hoteles y apartamentos turísticos de la provincia, lo que supone un crecimiento del 15,1% respecto al mismo periodo del año anterior .
- El mercado británico en los hoteles y apartamentos turísticos es el más importante para el destino Málaga Costa del Sol, ocupando el primer lugar, y representando en 2015 cerca de uno de cada tres viajeros internacionales hospedados en estos alojamientos.

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos. Estimación del último cuatrimestre 2016

4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa de Sol

4.1. INDICADORES TURISTICOS. VIAJEROS BRITÁNICOS

- Durante el periodo analizado 2008-2015, y tras la crisis del 2009-2010, los viajeros de mercado británicos, alojados en los hoteles y apartamentos de la provincia, han recuperado cifras pre-crisis y superado las del año 2008, registrándose un crecimiento acumulado del 3,8 % y más de 44.000 viajeros británicos más hospedados en estos establecimientos.



4.2. INDICADORES TURISTICOS. PERNOCTACIONES BRITÁNICAS

Reino Unido

PERNOCTACIONES HOTELERAS	2011	2012	2013	2014	2015		% Var 2015/11	% Var 2015/14
ESPAÑA	42.194.981	45.272.814	47.312.046	47.658.932	52.088.968	●	23,45%	9,30%
ANDALUCÍA	4.395.407	4.975.397	5.396.029	5.533.643	6.269.204	●	42,63%	13,29%
MÁLAGA	3.378.225	3.855.043	4.178.518	4.257.304	4.865.634	●	44,03%	14,29%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	8,0%	8,5%	8,8%	8,9%	9,3%	●	1,33	0,41
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	76,9%	77,5%	77,4%	76,9%	77,6%	●	0,75	0,68

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera.

- Durante el año 2015 se alcanzaron un total de 4.865.634 pernoctaciones de británicos alojados en los establecimientos hoteleros de la provincia de Málaga, lo que supuso un incremento interanual del 14,29%, confirmando la tendencia creciente iniciada en 2011.
- El destino Málaga Costa Del Sol sigue ganando cuota del mercado británico manteniendo la tendencia de los últimos cinco años en el contexto nacional. Con respecto a Andalucía, también crece en cuota tras el descenso del periodo anterior.
- Así, el 9,3% de las pernoctaciones hoteleras de los británicos en España se producen en Málaga y más de **tres de cada cuatro de Andalucía se generan en los hoteles de Málaga Costa del Sol.**

4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa de Sol

4.2. INDICADORES TURISTICOS. PERNOCTACIONES BRITÁNICAS

- Hasta septiembre del 2016 se ha registrado **4.469.587** pernoctaciones británicas en los hoteles de la provincia, lo que supone un importante crecimiento del **16,08%** respecto al mismo periodo del año anterior.

Reino Unido

PERNOCTACIONES HOTELERAS	Acumulado 2015	Acumulado 2016	Var. Acum.16/15
ESPAÑA	42.088.075	47.494.265	12,84%
ANDALUCÍA	4.957.276	5.864.544	18,30%
MÁLAGA	3.850.341	4.469.587	16,08%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	9,1%	9,4%	0,26
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	77,7%	76,2%	-1,46

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera. Datos 2016 hasta septiembre provisionales.

- En 2016 la importancia del destino provincia de Málaga con respecto al contexto nacional crece ligeramente, y desciende en el contexto regional con respecto al año anterior.
- El mercado británico continúa siendo el más importante para el destino Málaga Costa del Sol en esta tipología de alojamientos en términos de pernoctaciones, ocupando el primer lugar, con una cuota del 37,7% del total de noches internacionales en establecimientos hoteleros en el año 2015, y más de **una cuarta parte del total de pernoctaciones generadas en la provincia de Málaga** (26,0%).

4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa de Sol

4.2. INDICADORES TURISTICOS. PERNOCTACIONES BRITÁNICAS

- Hasta septiembre del 2016 se ha registrado **4.469.587** pernoctaciones británicas en los hoteles de la provincia, lo que supone un importante crecimiento del **16,08%** respecto al mismo periodo del año anterior.

Reino Unido

PERNOCTACIONES HOTELERAS	Acumulado 2015	Acumulado 2016	Var. Acum.16/15
ESPAÑA	42.088.075	47.494.265	12,84%
ANDALUCÍA	4.957.276	5.864.544	18,30%
MÁLAGA	3.850.341	4.469.587	16,08%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	9,1%	9,4%	0,26
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	77,7%	76,2%	-1,46

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera. Datos 2016 hasta septiembre provisionales.

- En 2016 la importancia del destino provincia de Málaga con respecto al contexto nacional crece ligeramente, y desciende en el contexto regional con respecto al año anterior.
- El mercado británico continúa siendo el más importante para el destino Málaga Costa del Sol en esta tipología de alojamientos en términos de pernoctaciones, ocupando el primer lugar, con una cuota del 37,7% del total de noches internacionales en establecimientos hoteleros en el año 2015, y más de **una cuarta parte del total de pernoctaciones generadas en la provincia de Málaga** (26,0%).

4.2. INDICADORES TURISTICOS. PERNOCTACIONES BRITÁNICAS

Reino Unido

PERNOCTACIONES APARTAMENTOS TURÍSTICOS	2011	2012	2013	2014	2015	% Var 2015/11	% Var 2015/14
ESPAÑA	17.437.642	17.004.593	17.779.482	18.299.617	18.381.257	5,41%	0,45%
ANDALUCÍA	1.277.271	1.373.702	1.487.001	1.726.659	1.911.727	49,67%	10,72%
MÁLAGA	1.228.777	1.276.675	1.379.265	1.623.208	1.786.151	45,36%	10,04%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	7,0%	7,5%	7,8%	8,9%	9,7%	2,67	0,85
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	96,2%	92,9%	92,8%	94,0%	93,4%	-2,77	-0,58

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos

- Durante el año 2015 se alcanzan los 1,8 millones de pernoctaciones británicas en apartamentos turísticos de la provincia de Málaga, lo que supuso un gran incremento del 10,04% con respecto a 2014, muy superior a la media nacional (0,45%) y prácticamente similar al andaluz (+10,72%).
- Una de cada diez pernoctaciones del mercado británico en España se generan en la provincia de Málaga, lo que supone un crecimiento de cuota de +2,67 p.p. con respecto a 2014.
- El liderazgo de la provincia de Málaga en pernoctaciones británicas en apartamento turísticos está muy consolidado en al contexto andaluz, acogiendo más de nueve de cada diez noches de británicos en estos establecimientos turísticos durante su estancia en Andalucía (93,4%).

4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa de Sol

4.2. INDICADORES TURÍSTICOS. PERNOCTACIONES BRITÁNICAS

Reino Unido

PERNOCTACIONES APARTAMENTOS TURÍSTICOS	Acumulado 2015	Acumulado 2016		Var. Acum.16/15
ESPAÑA	12.491.600	13.796.612	●	10,45%
ANDALUCÍA	1.293.800	1.428.654	●	10,42%
MÁLAGA	1.206.990	1.335.297	●	10,63%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	9,7%	9,7%	●	0,02
CUOTA MÁLAGA/ANDALUCÍA	93,3%	93,5%	●	0,18

Fuente: INE – Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos. Datos 2014 hasta agosto provisionales.

- En 2016 la importancia del destino provincia de Málaga en términos de pernoctaciones británicas en apartamentos crece tanto en el contexto nacional como en Andalucía
- Hasta agosto del 2016 se ha generado más de 1,3 millones de pernoctaciones de británicos en los apartamentos turísticos de la provincia, lo que supone un crecimiento del 10,6% respecto al mismo periodo del año anterior.
- El mercado británico en los apartamentos turísticos es el más importante para el destino Málaga Costa del Sol, ocupando el primer lugar, y siendo de esta nacionalidad más de una de cada tres pernoctaciones internacionales generadas (37,7%) en los apartamentos turísticos de la provincia en 2015 y el 30,4% del total de pernoctaciones en apartamentos.

4.2. INDICADORES TURÍSTICOS. PERNOCTACIONES BRITÁNICAS

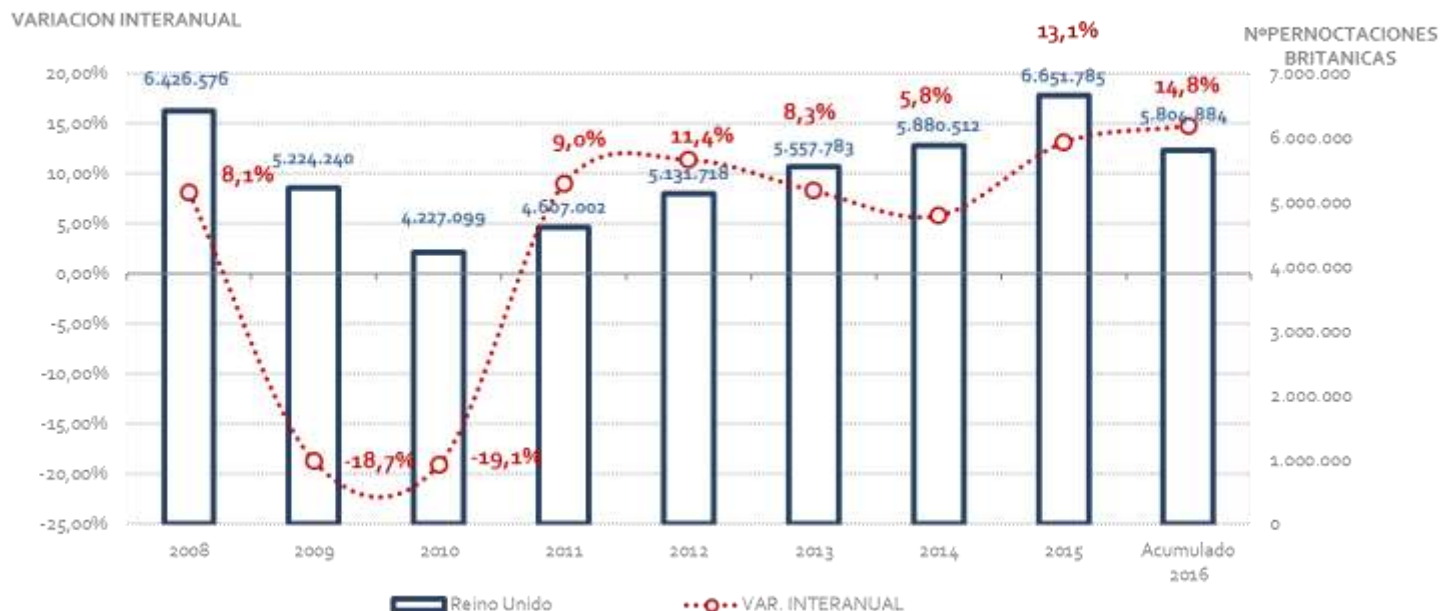
- Las pernoctaciones británicas en los hoteles y apartamentos turísticos durante el año 2015 superaron los 6,6 millones de noches en la provincia de Málaga, lo que supuso un incremento del 13,1%, confirmando la tendencia creciente iniciada en 2011.
- Según últimos datos disponibles del 2016 (hoteleros a septiembre y apartamentos a agosto), se ha superado los 5,8 millones pernoctaciones británicas en los hoteles y apartamentos turísticos de la provincia, lo que supone un crecimiento del 14,8% respecto al mismo periodo del año anterior.
- El mercado británico en los hoteles y apartamentos turísticos es el más importante para el destino Málaga Costa del Sol, ocupando el primer lugar con una cuota del 27% del total de las pernoctaciones generadas en estos establecimientos en 2016.

4. Evolución de los Indicadores Turísticos del Mercado Británico en Málaga Costa de Sol

4.2. INDICADORES TURÍSTICOS. PERNOCTACIONES BRITÁNICAS

- Desde 2008, la evolución de las pernoctaciones del mercado británicos alojado en la provincia ha conseguido, tras la grave crisis del 2009-2010, recuperar y superar las cifras del 2008 con un **crecimiento acumulado del 3,4 % y más de 225.000 noches más de británicos hospedados en estos establecimientos.**

EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES BRITÁNICAS EN HOTELES Y APARTAMENTOS EN MÁLAGA



Fuente: INE – Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuesta de Ocupación de Apartamentos Turísticos.

4.3. INDICADORES TURISTICOS. LLEGADAS DE PASAJEROS BRITÁNICOS POR AEROPUERTO

- Según datos de AENA, en 2015 llegaron a Málaga 2.334.867 pasajeros al aeropuerto de Málaga Costa del Sol procedentes del Reino Unido, lo que supone un incremento del 1,58% en el tráfico de llegadas de las islas británicas, lo que le otorga una cuota de mercado del 13,1% en el contexto nacional.
- Sin embargo a pesar de este buen comportamiento, el crecimiento de las llegadas de pasajeros a España procedentes del Reino Unido es mayor (+4,42%) lo que le hace perder competitividad, reduciendo ligeramente la cuota 0,37 p.p. en el contexto nacional en 2015.
- Este descenso de cuota se ve más acentuado si analizamos los últimos 5 años, donde el aeropuerto de Málaga Costa del Sol pierde más de 1 punto porcentual de cuota en el mercado británico, pasando del 14,1% que disfrutaba en 2011 al 13,1% en 2015. Esto se debe al crecimiento acumulado del mercado británico en este quinquenio en el contexto nacional que alcanza el 13,96% y supone un incremento de 2,2 millones de llegadas más, frente al aumento acumulado en Málaga que se sitúa en 5,30% y 118.284 pasajeros más.

LLEGADAS AEROPUERTO	2011	2012	2013	2014	2015	% Var 2015/11	% Var 2015/14
ESPAÑA	15.784.773	15.694.893	16.458.191	17.226.138	17.987.624	13,96%	4,42%
MÁLAGA	2.231.583	2.162.683	2.225.664	2.313.373	2.349.867	5,30%	1,58%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	14,1%	13,8%	13,5%	13,4%	13,1%	- 1,07	- 0,37
VARIACION		-3,1%	2,9%	3,9%	1,6%		

Fuente: AENA

4.3. INDICADORES TURISTICOS. LLEGADAS DE PASAJEROS BRITÁNICOS POR AEROPUERTO

EVOLUCIÓN DE LA ENTRADA DE PASAJEROS PROCEDENTES DE UK A LOS AEROPUERTOS DE ESPAÑA
2008 - 2016
Nº PASAJEROS



- Durante 2016 el mercado británico sigue la tendencia positiva iniciada hace tres años en 2013 pero más acentuada

LLEGADAS AEROPUERTO	Acumulad o 2015	Acumulad o 2016	Var. Acum.16/15
ESPAÑA	14.390.889	16.599.865	15,35%
MÁLAGA	1.900.660	2.206.067	16,07%
CUOTA MÁLAGA/ESPAÑA	13,2%	13,3%	0,08
VARIACION		16,1%	

- Según datos de AENA, hasta septiembre del 2016 llegaron a Málaga 2.206.067 pasajeros al aeropuerto de Málaga Costa del Sol procedentes del Reino Unido, lo que supone un incremento del 16,07% en el tráfico de llegadas de las islas británicas.

4.3. INDICADORES TURISTICOS. LLEGADAS DE PASAJEROS BRITÁNICOS POR AEROPUERTO

- Si se analizan las ciudades emisoras del Reino Unido con destino al aeropuerto de Málaga, se observa que **dos ciudades emisoras, Londres con el 38% y Manchester con el 12% de cuota, concentran prácticamente la mitad del total de pasajeros** llegados procedentes del Reino Unido.

- Le siguen en importancia, con cuotas similares en torno al 6%, tres ciudades:

- **Bristol con 150.518 pasajeros**
- **Birmingham con 148.637 pasajeros**
- **Nottingham con 139.172 pasajeros**

RANK.	CIUDADES CON MAYOR AFLUENCIA DE PASAJEROS A LA CDS	2012	2013	2014	2015	% Var 2015/12	% Var 2015/14
1	LONDRES	798.697	807.309	870.515	883.295	10,59%	1,47%
2	MANCHESTER	247.428	250.707	273.934	282.114	14,02%	2,99%
3	BRISTOL	136.494	136.993	139.934	150.518	10,27%	7,56%
4	BIRMINGHAM	154.293	127.526	122.734	148.637	-3,67%	21,10%
5	NOTTINGHAM	132.659	155.842	165.768	139.172	4,91%	-16,04%
6	GLASGOW	122.438	123.158	123.832	119.292	-2,57%	-3,67%
7	LEEDS	115.253	120.774	115.152	117.212	1,70%	1,79%
8	LIVERPOOL	114.733	104.694	94.717	98.344	-14,28%	3,83%
9	BELFAST	80.709	78.320	84.020	86.264	6,88%	2,67%
10	NEWCASTLE	79.992	92.100	90.050	85.597	7,01%	-4,95%
11	EDIMBURGO	53.085	63.424	64.185	74.361	40,08%	15,85%
12	SOUTHEND	30.871	41.763	42.454	41.794	35,38%	-1,55%
13	CARDIFF	9.434	29.745	33.170	34.464	265,32%	3,90%
14	BOURNEMOUTH	24.597	24.969	26.149	34.438	40,01%	31,70%
15	SOUTHAMPTON	16.386	20.131	21.287	20.747	26,61%	-2,54%
16	DONCASTER	16.026	15.852	16.299	19.460	21,43%	19,39%
17	EXETER	14.739	17.323	13.763	10.871	-26,24%	-21,01%
18	ABERDEEN	2.076	2.070	2.107	2.137	2,94%	1,42%

Fuente: AENA

4.3. INDICADORES TURISTICOS. LLEGADAS DE PASAJEROS BRITÁNICOS POR AEROPUERTO

- Hasta septiembre de 2016 se observa una crecimiento en las 13 principales ciudades británicas emisoras de los pasajeros llegados a Costa del Sol Málaga, de los cuales 11 experimentan crecimientos de 2 dígitos.
- Se mantienen las principales ciudades emisoras, lideradas por Londres y Manchester, a las que les sigue Birmingham, Bristol y Nottingham.

RANK. 2016	CIUDADES CON MAYOR AFLUENCIA DE PASAJEROS A LA CDS	Acumulado			Var. Acum.16/15
		2015	2016		
1	LONDRES	613.164	687.015	●	12,04%
2	MANCHESTER	197.683	240.579	●	21,70%
3	BIRMINGHAM	100.875	130.299	●	29,17%
4	BRISTOL	104.574	115.970	●	10,90%
5	NOTTINGHAM	99.207	113.107	●	14,01%
6	LEEDS	83.523	98.972	●	18,50%
7	GLASGOW	84.125	91.893	●	9,23%
8	NEWCASTLE	61.268	82.360	●	34,43%
9	LIVERPOOL	68.005	79.371	●	16,71%
10	BELFAST	62.728	64.418	●	2,69%
11	EDIMBURGO	50.304	62.878	●	25,00%
12	BOURNEMOUTH	23.175	30.624	●	32,14%
13	CARDIFF	23.597	29.340	●	24,34%
14	SOUTHEND	30.365	28.936	●	-4,71%
15	DONCASTER	12.648	18.377	●	45,30%

Fuente: AENA

4.3. INDICADORES TURISTICOS. LLEGADAS DE PASAJEROS BRITÁNICOS POR AEROPUERTO

- El mercado británico ha sido y sigue siendo el principal país de origen de pasajeros llegados al aeropuerto de Málaga Costa del Sol durante toda esta década 2014-2005 y con una gran ventaja competitiva .

- Reino Unido, es el país de procedencia de uno de cada tres pasajeros llegados al aeropuerto de Málaga Costa del Sol y de cerca de cuatro de cada diez internacionales (38%).

- El segundo puesto lo ocupa el mercado nacional, cuyas llegadas no superan ni la mitad de las del reino Unido (14,1%);

RANK. 2015	PAIS	Nº LLEGADAS 2015	CUOTA
1	REINO UNIDO	2.349.867	32,7%
2	ESPAÑA	1.011.964	14,1%
3	ALEMANIA	647.682	9,0%
4	FRANCIA	466.518	6,5%
5	HOLANDA	346.694	4,8%
6	IRLANDA	312.583	4,4%
7	BELGICA	311.928	4,3%
8	DINAMARCA	239.800	3,3%
9	SUIZA	238.410	3,3%
10	NORUEGA	235.800	3,3%
11	ITALIA	231.589	3,2%
12	SUECIA	218.859	3,1%
13	FINLANDIA	141.773	2,0%
14	POLONIA	71.697	1,0%
15	FEDERACION RUSA	71.523	1,0%
16	TURQUIA	55.885	0,8%

Fuente: AENA

4.3. INDICADORES TURISTICOS. LLEGADAS DE PASAJEROS BRITÁNICOS POR AEROPUERTO

- En la actualidad el aeropuerto de Málaga ofrece **conexiones directas con 18 ciudades** del Reino Unido a través **de 22 aeropuertos**



Fuente: AENA



5.

Principales
Características del
Turista Británico en
Málaga Costa del Sol



5.1. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

- **Londres**, de donde procede uno de cada tres turistas británicos, seguido de **Manchester, Liverpool y Birmingham**, son las ciudades de donde estimamos proceden cerca de seis de cada diez turistas británicos que llegan a la Costa del Sol durante el año 2016.
- El turista británico que elige Málaga Costa del Sol para sus vacaciones, se caracteriza por **estar trabajando** y tener una **edad promedio de 45,2 años**.
- **Dos de cada tres** de los turistas británicos que han visitado la provincia de Málaga durante el último año, se han declarado **usuarios de redes sociales**.
- **Facebook**, sigue siendo con gran diferencia la más usada, seguida de **Twitter, Instagram y Youtube**.

5.1. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

- La principal situación laboral del turistas británico que ha llegado a la Costa del Sol es la de **“Ocupado por cuenta ajena o autónomo”**, con casi tres de las cuatro respuestas. El segundo grupo por presencia es el de **jubilado**, con la quinta parte de las respuestas, seguido de los **estudiantes** (sobre todo en temporada alta).
- La renta de los turistas británicos que llegan a la Costa del Sol, según sus propias declaraciones, están en el intervalo de **ingresos familiares de 3.000 a 4.000 €, y de 4.500 a 6.000 €, seguidos los que indican de ingresan de 2.000 a 3.000 €**. No obstante, es necesario señalar que cuatro de cada diez no contestaron a esta pregunta.
- Se observa como ha cambiado la forma de actuar del turistas británico en la Costa del Sol, ya que **ha pasado de ser un turista relativamente pasivo en la década pasada, a un turista activo**, ya que 9 de cada 10 declaran que han hecho o piensan hacer alguna actividad.

5.2 PERFIL TURISTA BRITÁNICO. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Algo más de 4 de cada 10 turistas británicos **viajan en pareja**. Mientras, los que prefieren **viajar en familia suponen más de la tercera parte**. El tercer bloque referente al grupo de viaje de los turistas británicos son aquellos que visitan la Costa del Sol con **amigos**
- El **avión**, lógicamente, es el principal medio de transporte utilizado para llegar hasta el destino, declarado por prácticamente la totalidad de los entrevistados, siendo las compañías más utilizadas **Ryanair, Easyjet, Monarch Airlines y Thomson Airways**, entre otras.
- Una vez **en destino Costa del Sol, el autobús** es el medio de transporte más utilizado, seguido del **vehículo alquilado, el tren de cercanías y el taxi**.

5.2. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Aumenta la cuota de participación que está adquiriendo el alojamiento no hotelero para el turismo en general y el mercado británico en particular. Así, **algo menos de la mitad de estos turistas escogieron una tipología** de alojamiento **hotelero**, creciendo la opción extra hotelera.
- Crece sobre todo el **apartamento turístico/vivienda alquilada, seguido de la vivienda en propiedad**. El resto de tipologías de alojamiento (casas rurales, camping, etc.), aunque son utilizados, carecen de importancia en el conjunto.
- Las categorías hoteleras más utilizadas siguen siendo **el 3 y 4 estrellas**, utilizado por **cuatro de cada diez británicos** que nos han visitado en el último año.

5.2. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Los regímenes hoteleros de mayor consumo en el establecimientos hotelero en 2016 son **“Alojamiento y desayuno”**, seguida de la **“media pensión”**
- Por término medio, el turista británico se queda en la provincia **durante 10,61 días**. El análisis por intervalos muestra como la estancia más característica de este mercado va de 9 a 15 días, seguida de la de 4 a 8 días.
- El turista de procedente del Reino Unido, por término medio, cuenta con un **presupuesto** para su viaje a Málaga Costa del Sol de unos **920 euros**, inferior al año anterior que puede ser motivado por el efecto a realizar menor gasto por el Brexit.
- **Dos terceras partes de este presupuesto se paga en destino**, y una tercera parte en origen, antes de realizar el viaje

5.2. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

- Entre las **actividades realizadas**, caben señalar las relacionadas con el **senderismo** (tanto urbano como en el interior), actividades de **sol y playa**, disfrutar del **ocio nocturno**, realización de **rutras culturales**, visitar **monumentos** o **museos**, o disfrutar de la **gastronomía típica** de la Provincia.
- Los municipios que han señalado que van a visitar, fuera del que pernoctan, son por orden de importancia en su respuesta la Ciudad de **Málaga**, (con diferencia el municipio con mayor atracción), seguido de **Marbella**, **Torremolinos**, **Fuengirola**, **Mijas**, **Nerja**, **Granada** y **Benalmádena**.
- Hay que señalar la importancia creciente de las visitas a **Ronda**, **Frigiliana**, **Antequera**, y en el último año a **Ardales** y **Alora** (por el efecto del **Caminito del Rey**).

5.3. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. INFORMACIÓN Y COMPRA DEL VIAJE

- **Internet es el canal más importante para la organización del viaje** (nueve de cada diez turistas así lo han señalado), tanto para informarse como para reservar.
- Prácticamente la **totalidad** de los turistas británicos manifiestan haber **realizado alguna reserva previa al viaje**.
- El **producto más reservado** por los británicos es **“solo el transporte”**, seguido con similar importancia el **“paquete turístico”** y **“solo el alojamiento”**.
- Más de **nueve de cada diez turistas** británicos que viajan hasta la Costa del Sol, lo hacen por **motivos vacacionales**. Entre los **motivos específicos** vacacionales destacaron, en primer lugar, disfrutar del **sol y la playa**, seguidos de la posibilidad de realizar **actividades culturales**, realizar **actividades de ocio y lúdicas**, y **vivir una experiencia**.

5.3. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. INFORMACIÓN Y COMPRA DEL VIAJE

- Otros motivos de ocio significativos fueron: **realizar una escapada corta, disfrutar de la gastronomía disfrutar de espacios rurales y de naturaleza, e ir de compras.**
- Por otro lado, en cuanto a los **motivos específicos que les llevaron a escoger finalmente el destino Costa del Sol**, los turistas británicos mencionaron como primer bloque, (a gran diferencia en sus otros motivos), **la bondad del clima** y sus **playas.**
- Posteriormente, y lejos porcentualmente del clima y playas, han señalado la **diversidad de recursos atractivos y oferta existente**, la **recomendación** de amigos y familiares, la **fidelidad** al destino (propiedad de residencias), la **calidad de vida que se disfruta en la Costa del Sol** y la existencia de **vuelos directos** a su ciudad.

5.3. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. INFORMACIÓN Y COMPRA DEL VIAJE

- De la investigación realizada, al preguntarle a los turistas por el **“portal” por el que han realizado la reserva** (en el caso de que la hubieran hecho por internet), cabe destacar los siguientes resultados:
 - Las principales webs por las que han reservado el **alojamiento** son: **Booking, web del hotel de destino, Airbnb, Expedia y Thomson.**
 - Las principales webs por las que han reservado el **transporte** son: la web de la **propia línea aérea, Expedia, Edreams y Skyscanner.**
 - Se comprueba que de forma mayoritaria **no recuerdan o no son conscientes por la web final por la que realizaron la reserva del paquete turístico.**

5.3. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. INFORMACIÓN Y COMPRA DEL VIAJE

- En cuanto a la **forma por las cuales los turistas británicos se han informado del destino Costa del Sol** (con opción multirrespuesta), destacar en primer lugar que **casi el 80 % han declarado que lo han hecho a través de páginas webs**, seguido de su **experiencia propia**, por **consejos de familiares y amigos** y por **recomendaciones de agencias de viajes**. Señalar que cada vez tiene más presencia los **“foros y blogs de viajes”** como forma para informarse, y que el resto de canales de información tienen cada vez una menor presencia.
- Los turistas británicos llegados en el último año a la Costa del Sol, declaran que la **Costa Brava, Canarias y Baleares** son los **destinos competidores**
 - Según dichas opiniones, la **Costa del Sol tiene como atributos superiores los relacionados con el clima, las playas, hospitalidad de la población y mejores precios.**
 - Y los **atributos inferiores**, curiosamente está relacionado con las playas (parte de los británicos lo consideran mejor y, otra parte, peor), el ambiente y el tráfico.

5.4. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD

- **Más de la mitad de los británicos** entrevistados manifestó que **“todo en general”** era satisfactorio
- Los **principales aspectos** que los turistas británicos que llegaron a la Costa del Sol en 2016 declararon como más satisfactorios son el **binomio Clima - Playas** y la **hospitalidad** de los malagueños.
- Otros aspectos satisfactorios señalados durante la estancia de los turistas en la provincia, con bajos porcentajes de respuestas, fueron: **la gastronomía, tranquilidad, ambiente y los precios.**
- Por otro lado, **los cuatro aspectos considerados como más insatisfactorios**, aunque con bajos porcentajes de respuestas, vuelven a ser los referentes a la **masificación, el tráfico, falta de actividades complementarias y limpieza.**

5.4. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD

- **Se observa un alto grado de satisfacción del turista británico;** alcanzando el 99,4% entre los turistas que consideraron su visita como muy positiva o positiva
- Esta alta satisfacción se ve reflejada en la **nota que los turistas procedentes del Reino Unido le otorgan al destino Costa del Sol: 9,1 sobre 10.**
- **Los aspectos mejor valorados cuantitativamente fueron: las conexiones en tren (entre los que la han usado) y la atención y trato recibido durante su estancia.** En segundo lugar, el entorno natural, los centros de los municipios, las playas, los hoteles y la oferta de restauración.
- Señalar que los aspectos de más baja valoración, aunque con más de un 7,7 sobre 10, se encuentran los servicios de **transporte viario**, es decir, **taxis, alquiler de coches y autobuses.**

5.4. PERFIL TURISTA BRITÁNICO. SATISFACCIÓN Y FIDELIDAD

- Al preguntarle a los turistas británicos durante el año **si piensan volver a la Costa del Sol en los próximos tres años, dos de cada tres** respuestas han sido afirmativas
- **Se mantiene el alto grado de recomendación** de la Costa del Sol para los turistas británicos que han visitado en 2016, situándose en el **98,5 %** la cuota de turistas británicos que afirman que recomendarían nuestro destino



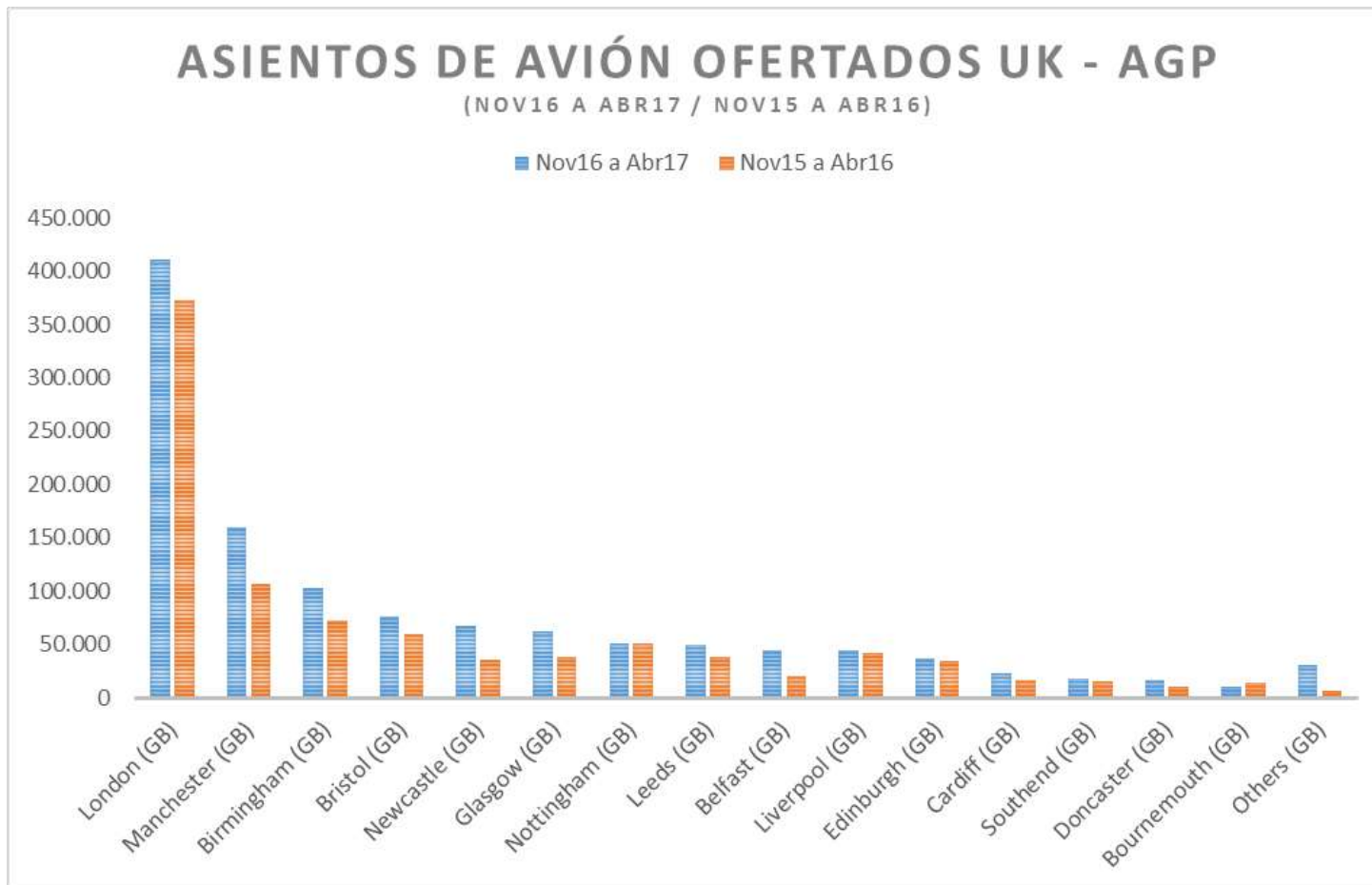
6.

Previsión de la oferta de
asientos de avión de
Gran Bretaña a Málaga
en los próximos seis
meses



- **Las previsiones de llegadas** de turistas británicos a la Costa del Sol siguen siendo excepcionales.
- Se prevé que en el periodo de noviembre de 2016 a abril de 2017, **lleguen al aeropuerto de Málaga un 29% de viajeros más, que en el mismo periodo del año anterior**
- En términos cuantitativos, según las previsiones realizadas, en esos seis meses **se ofertarán 1.158.028 asientos en los aviones que hacen el trayecto de los distintos aeropuertos de Gran Bretaña a Málaga,** mientras que en el mismo periodo del **año anterior se pusieron en el mercado 900.084 plazas**

6. Previsión de la oferta de asientos de avión



- En definitiva, se ofertarán en los próximos seis meses casi **258.000 plazas más desde los aeropuertos británicos**, que los ofertados en el mismo periodo del año anterior.

6. Previsión de la oferta de asientos de avión

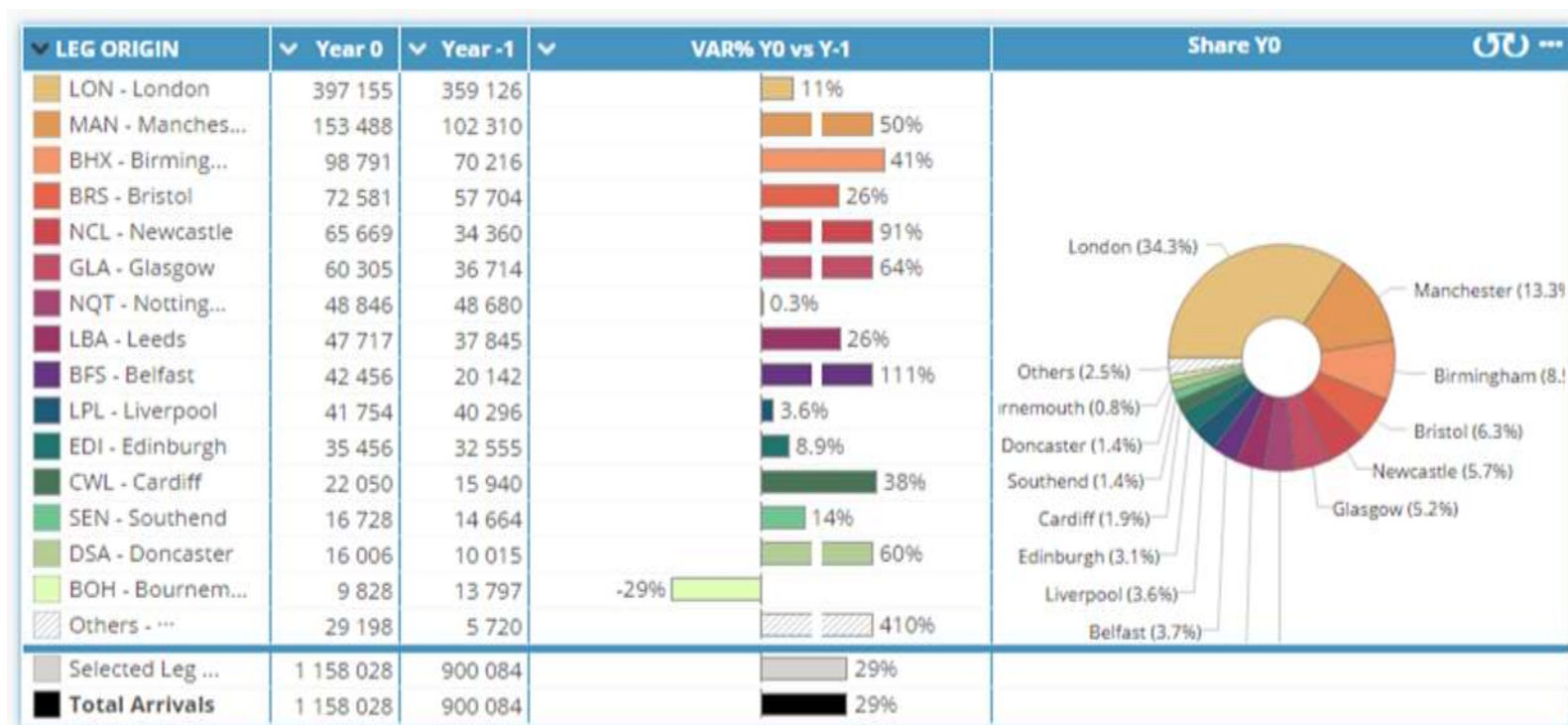
Se observa como, semana a semana, se produce un incremento en la oferta de asientos hacia el aeropuerto de Málaga, concretamente el ya señalado + 29% de media

Solo se reducen de ese crecimiento las llegadas en el mes de abril, aunque se espera que en las próximas semanas se vean incrementada dicha oferta



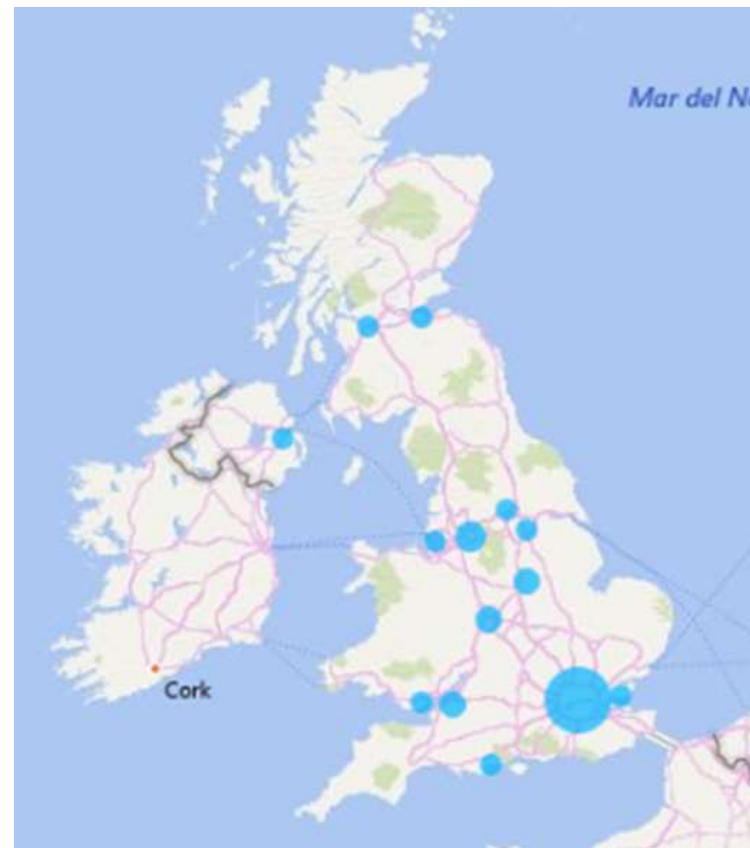
6. Previsión de la oferta de asientos de avión

Según las previsiones de contratación de asientos de avión desde las distintas ciudades británicas de origen hasta el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, se comprueba que **crecen los asientos ofertados de todas las ciudades emisoras hacia la Costa (excepto Bournemouth que baja en 4.000).**



■ Cabe señalar las previsiones de incrementos en el movimientos de pasajeros británicos hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, según las siguientes ciudades de origen:

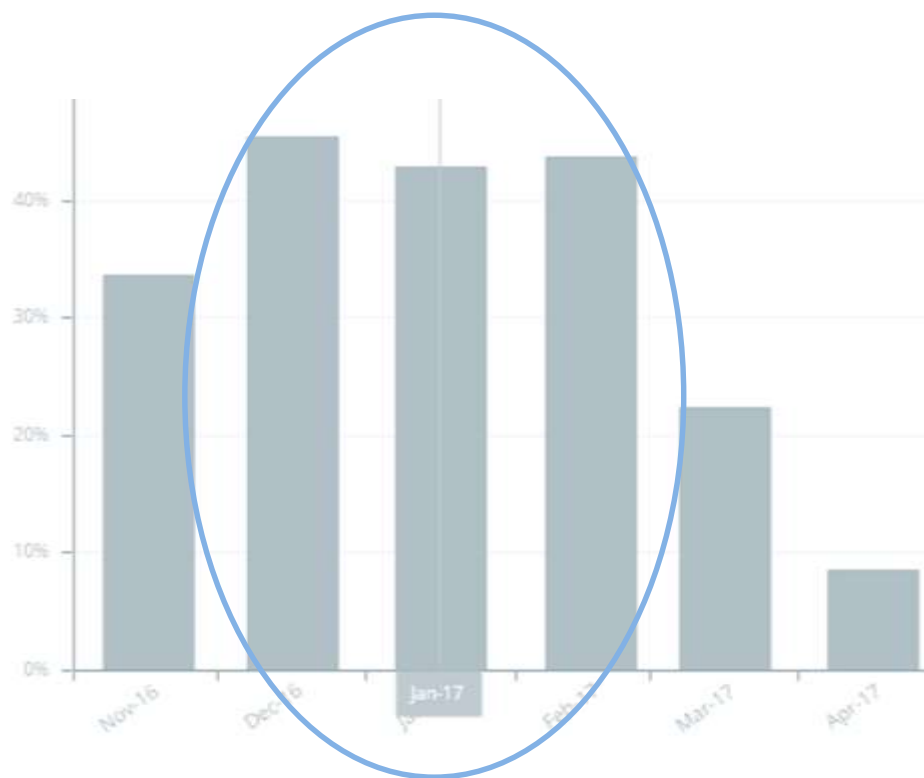
- **Más del 60 %** de incremento desde: Belfast, Newcastle, Glasgow y Doncaster
- Del 20 al 60 % de incremento desde: Manchester, Birmingham, Cardiff, Leeds y Bristol
- Del 5 al 20 % de incremento desde: Southend, Londres y Edinburgh



Pero hay que destacar el **gran crecimiento cuantitativo de los viajeros procedentes de los aeropuertos de Manchester, Londres, Newcastle, Birmingham, Glasgow y Belfast**, todas ellas con más de 20.000 asientos ofertados adicionales al mismo periodo del año anterior.

Manchester	53.590
London	38.725
Newcastle	32.477
Birmingham	29.819
Glasgow	24.648
Belfast	22.964

6. Previsión de la oferta de asientos de avión

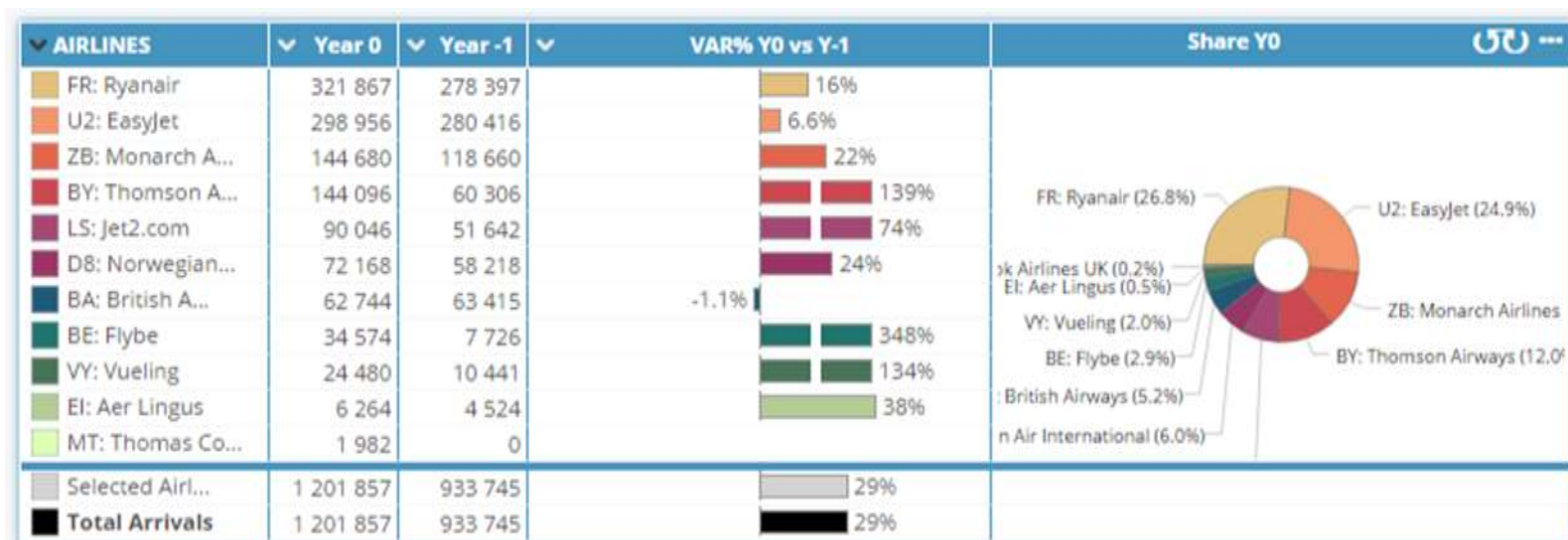


Todo indica que las previsiones en la llegadas de británicos en la tradicional temporada baja (diciembre, enero y febrero), se incrementará más que en otros periodos

6. Previsión de la oferta de asientos de avión

Destacar los incrementos en la oferta de asientos aéreos procedentes de los aeropuertos británicos y hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, de las siguientes compañías:

- Incremento de más del 100%: Flybe, Thomson Airways y Vueling
- Incremento de más del 35%: Jet2.com y Aer Lingus
- Incremento de más del 10 %: Norwegian Air, Monarch Airlines y Ryanair



6. Previsión de la oferta de asientos de avión

Pero sobre todo hay que destacar el **gran crecimiento cuantitativo de los viajeros transportados por Thomson, Ryanair, Jet2.com, Flybe y Monarch**, todas esas compañías con más de 20.000 asientos ofertados adicionales al mismo periodo del año anterior.

Thomson Airways	83.790
Ryanair	43.470
Jet2.com	38.404
Flybe	26.848
Monarch Airlines	26.020

Señalar que se incrementan
tanto las plazas en clase
Business (+17%), como las
plazas ofertadas en clase
Turista (+30%)

En definitiva, el análisis de la estimación de plazas ofertadas en los próximos seis meses hacia el aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, hace prever que se seguirá con la senda de crecimiento turístico, aumentando más en los meses de menor ocupación y previéndose unas cifras nunca conocidas del mercado británico en la Costa del Sol. Y todo ello, a pesar de las pesimistas opiniones sobre el impacto del Brexit en los destinos turísticos españoles.

Nota sobre la metodología de trabajo:

Se ha partido de los datos que nos ofrece la plataforma Fowardkeys. Dicha base de datos es la mejor aproximación que conocemos a las tendencias de la demanda de viajeros por transporte aéreo, fundamentalmente a las reservas de plazas aéreas de punto a punto, de aeropuerto a aeropuerto.

Por lo tanto, se ha trabajado con la base de datos más precisa de reservas en línea y fuera de línea (sistemas de reservas de todos los continentes, así como de las compañías aéreas) que ofrece información inteligente y real para la toma de decisiones.

Desde Turismo y Planificación Costa del Sol, seguimos basando nuestra estrategia de marketing en la inteligencia de los mercados, y esta es otra herramienta que utilizamos para poder ser lo más eficiente posible en nuestro trabajo.



Este trabajo ha sido realizado, por **Turismo y Planificación Costa del Sol**

Para más información:

www.visitacostadelsol.com

analisis@visitacostadelsol.com



En Málaga, Octubre de 2016