



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

MERCADO EMISOR REINO UNIDO

Octubre 2015



1.- Entorno económico

2.- Características generales

3.- Turista británico en España

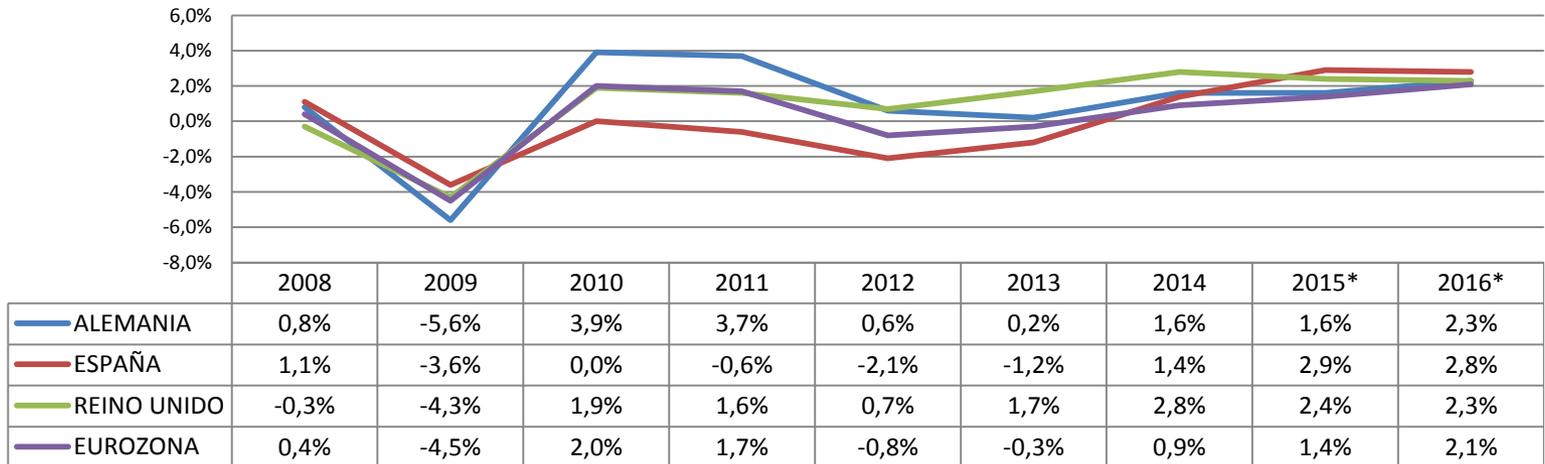
4.- El turista británico en Baleares





MERCADO BRITÁNICO: ENTORNO ECONÓMICO

TASA DE CRECIMIENTO DEL PIB



Fte: OCDE, National Statistics UK
*previsiones

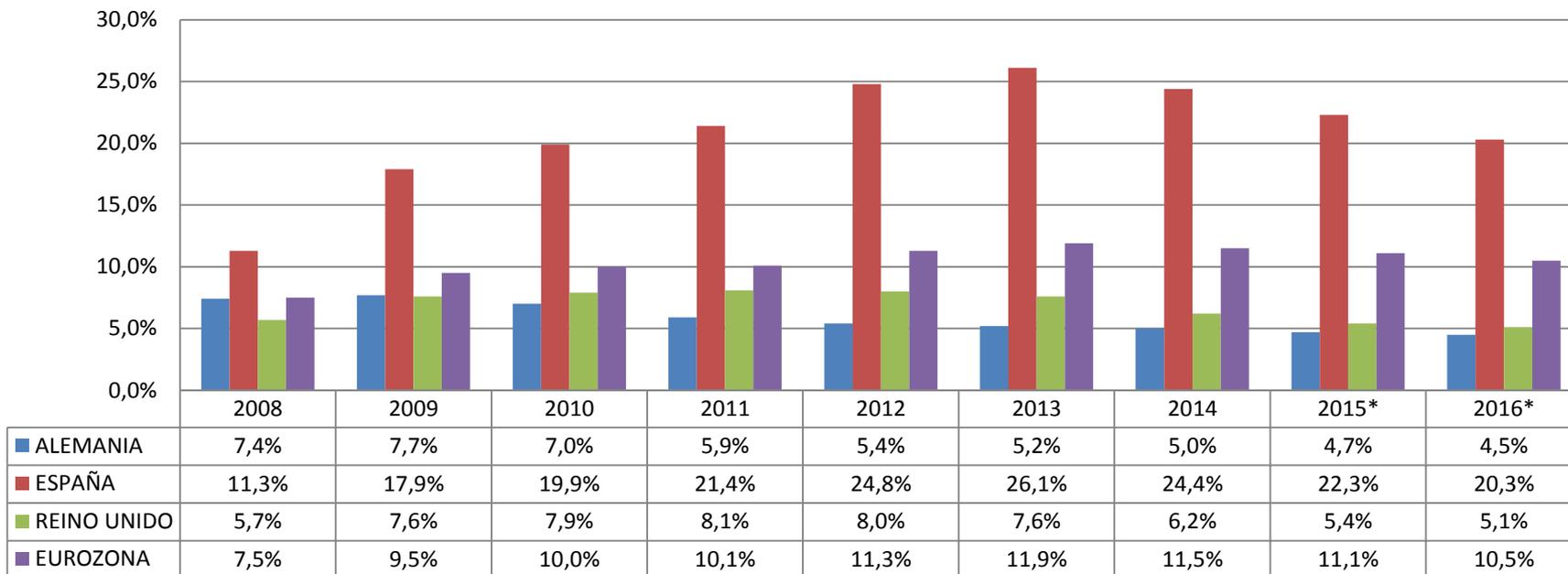
En el conjunto de 2014, el crecimiento del PIB del 2,8% se basó en el **consumo privado** (2%) y en el rebote de la **inversión** (6,8% tras el 3,4% de 2013), con una contribución de la demanda doméstica de 3,1pp, mientras que la debilidad de las exportaciones (0,4%) y el mayor dinamismo de las importaciones (1,8%) supusieron que las exportaciones netas terminaron drenando 0,5pp al crecimiento anual del PIB.

En 2015, el crecimiento se sigue apoyando en la fortaleza del consumo privado y de la inversión aunque de forma mas moderada.



MERCADO BRITÁNICO: ENTORNO ECONÓMICO

TASA DE DESEMPLEO



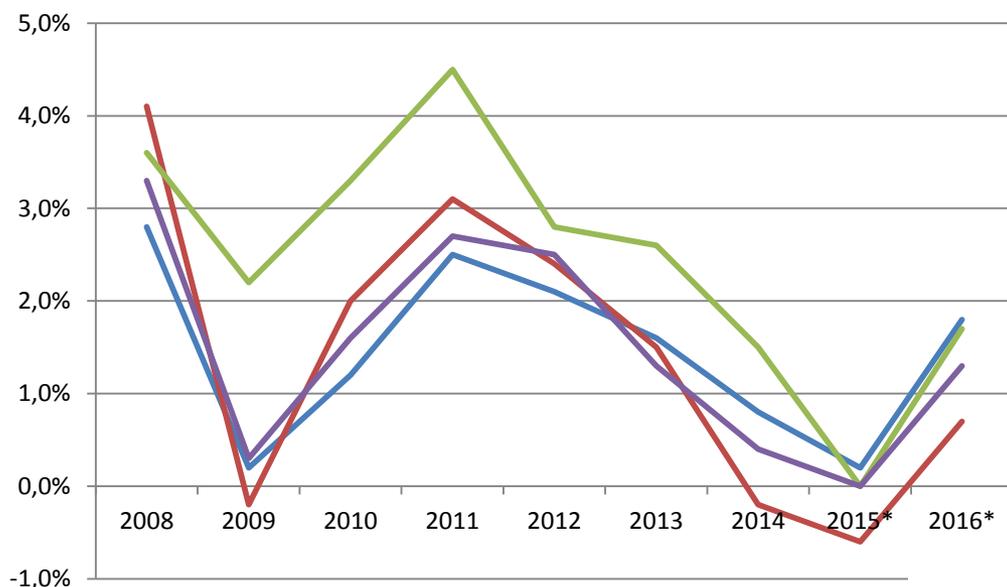
Fte: OCDE, National Statistics UK
*previsiones

La evolución positiva del mercado de trabajo se ha traducido en un aumento relativamente estable de la productividad que, junto con el cambio en la composición en la **creación de empleo**, ha supuesto un **aumento de los salarios nominales**.



MERCADO BRITÁNICO: ENTORNO ECONÓMICO

INFLACIÓN GENERAL



Fuerte **desaceleración de la inflación** del Reino Unido y del resto de países, causada por la **caída de los precios del petróleo** este año

Fte: OCDE, National Statistics UK
*previsiones

INFLACIÓN GENERAL										
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*	
ALEMANIA	2,8%	0,2%	1,2%	2,5%	2,1%	1,6%	0,8%	0,2%	1,8%	
ESPAÑA	4,1%	-0,2%	2,0%	3,1%	2,4%	1,5%	-0,2%	-0,6%	0,7%	
REINO UNIDO	3,6%	2,2%	3,3%	4,5%	2,8%	2,6%	1,5%	0,0%	1,7%	
EUROZONA	3,3%	0,3%	1,6%	2,7%	2,5%	1,3%	0,4%	0,0%	1,3%	



MERCADO BRITÁNICO: ENTORNO ECONÓMICO

Tipo de Cambio Euro/Libra

EUR per 1 GBP

3 Jan 2011 00:00 UTC - 4 Jan 2015 00:00 UTC

GBP/EUR close: 1.27847 low: 1.10512 high: 1.28786



Libra más fuerte que en 2013 y continúa su apreciación en 2015, por lo que se incrementan las importaciones y en consecuencia los viajes hacia España.

Fte: Banco Central Europeo



MERCADO BRITÁNICO: ENTORNO ECONÓMICO

Durante los últimos meses, los factores domésticos que subyacen a la evolución de la economía se han comportado en línea con lo esperado (mayor **empleo**, mejora de la **confianza** y de las condiciones de **financiación**, compromiso con una **política monetaria** acomodaticia) y se han visto reforzados por algunos factores externos, principalmente la fuerte **caída del precio del petróleo**, mientras que el mayor dinamismo de las economías europeas debería resultar en un mayor apoyo de las exportaciones netas.

En este contexto, la fortaleza del **crecimiento**, el **aumento de los salarios** y el desvanecimiento del efecto base de la caída del precio del petróleo sobre la inflación en 2015, han dado pie a una normalización muy gradual de la política monetaria a partir del último trimestre del año, aunque la alta incertidumbre, sobre todo política, puede terminar lastrando la demanda doméstica y condicionar las decisiones del Banco Central.



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

1.- Entorno económico

2.- Características generales

3.- Turista británico en España

4.- El turista británico en Baleares





MERCADO BRITÁNICO: CARACTERÍSTICAS GENERALES

Radiografía del mercado británico 2015

Análisis PESTLE mercado británico

- Political** : victoria de conservadores con mayoría pero incertidumbre por el Referéndum UE 2017
- Economic** : libra fuerte, economía en crecimiento, baja inflación, baja tasa desempleo, ligero incremento salarios pero precariedad laboral
- Social** : las vacaciones son una necesidad, no un lujo. Crisis afectó a poder adquisitivo clases medias
- Technological** : información y compra fundamentalmente online, impacto de la economía colaborativa (P2P).
- Legal** : vuelta al paquete, importancia de ATOL
- Environmental** : se valora la sostenibilidad, pero no a un coste extra



MERCADO BRITÁNICO: CARACTERÍSTICAS GENERALES

Análisis DAFO mercado británico

Factores internos

Fortalezas

- Conectividad aérea
- Familiaridad con el destino
- Lealtad / repetición
- *Good value for money*
- Seguridad
- Amplia oferta

Debilidades

- Baja rentabilidad
- Falta de aspiracionalidad
- Baja diferenciación
- Asociación excesiva sol y playa

Factores externos

Oportunidades

- Apreciación de la libra
- Inestabilidad de competidores
- Incrementar diferenciación y aspiracionalidad
- Rejuvenecer base de clientes
- Tímidos avances en desestacionalización (TUI)

Amenazas

- Autocomplacencia
- Comoditización
- Competitividad dependiente de factores externos (ej. primavera árabe)
- Envejecimiento base de clientes
- Precio petróleo (long haul)
- Modificación APD



FEDERACIÓN EMP
HOTELERA DE MA

1.- Entorno económico

2.- Características generales

3.- Turista británico en España

4.- El turista británico en Baleares

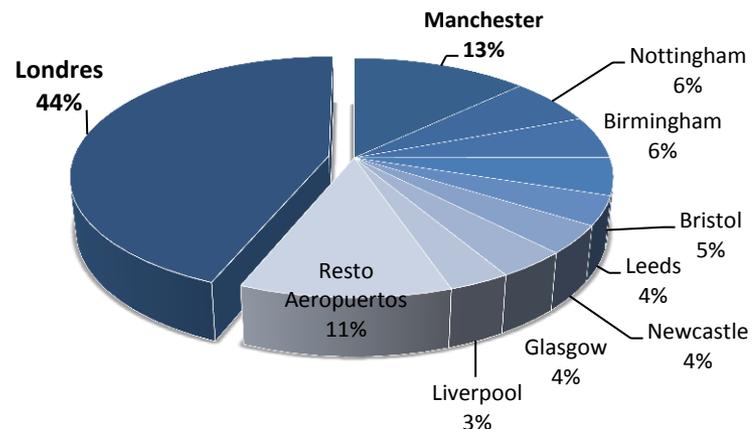




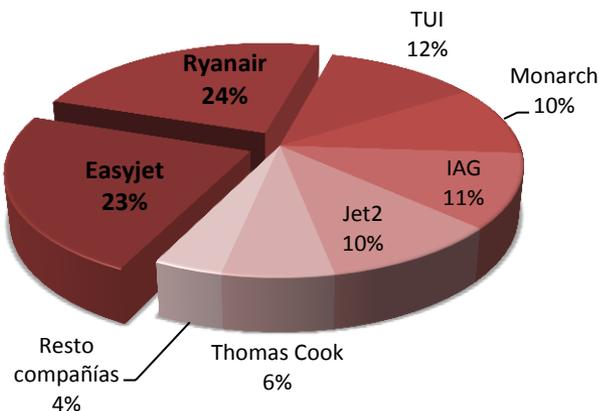
MERCADO BRITÁNICO EN ESPAÑA

- Las **conexiones aéreas** son clave para la evolución del turismo entre Reino Unido y España (27 UK a 28 españoles)
- Según los datos de llegadas en 2014, hay **dos compañías** relevantes y **dos ciudades** que condicionarán el volumen y el tipo de turistas que llegarán a España.

Pasajeros 2014
Por ciudades salida



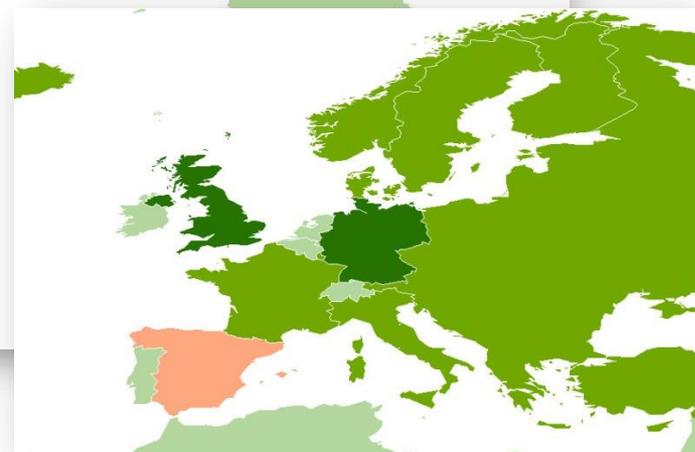
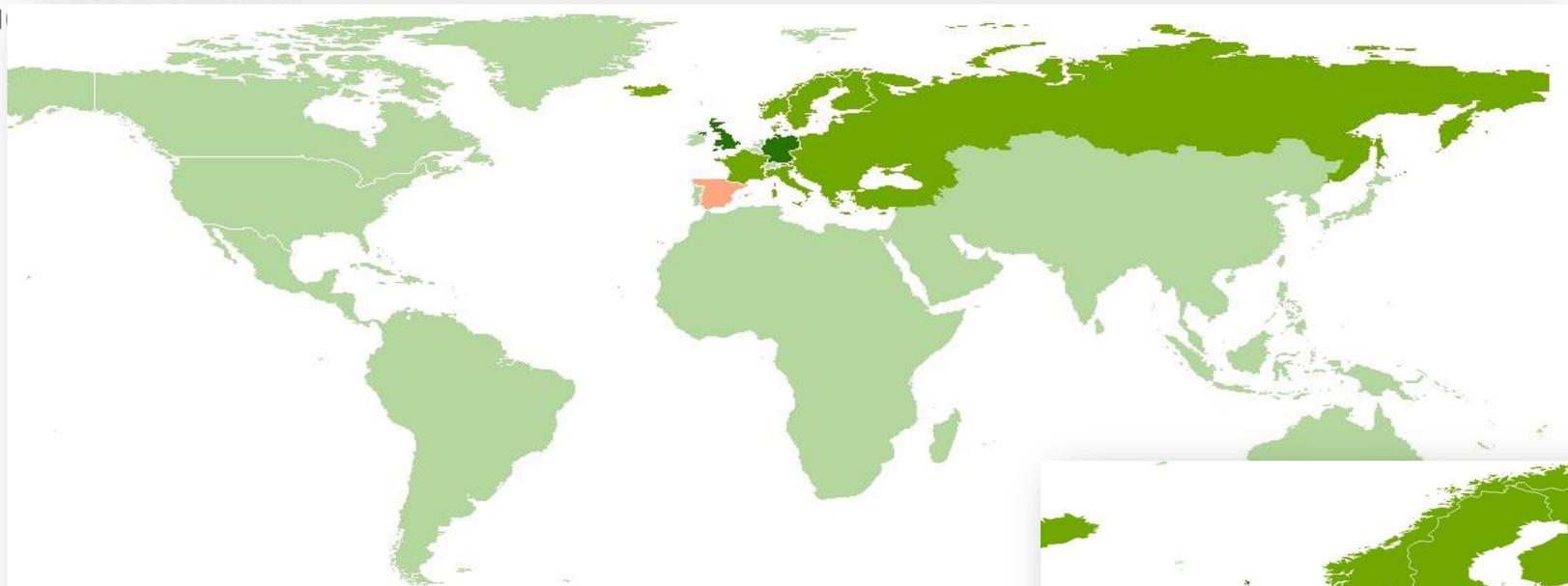
Pasajeros 2014
Por compañía





FEDERACIÓN EMPRESARIAL

MERCADO BRITÁNICO EN ESPAÑA



2% - 6%	Bélgica, Portugal, Suiza, Irlanda, Países Bajos, Estados Unidos, Resto América, Resto mundo
7% - 15%	Francia, Italia Países nórdicos, Resto Europa
16% - 25%	Reino Unido, Alemania

Fte: FRONTUR

El mercado emisor inglés es uno de los **principales mercados emisores** de España.



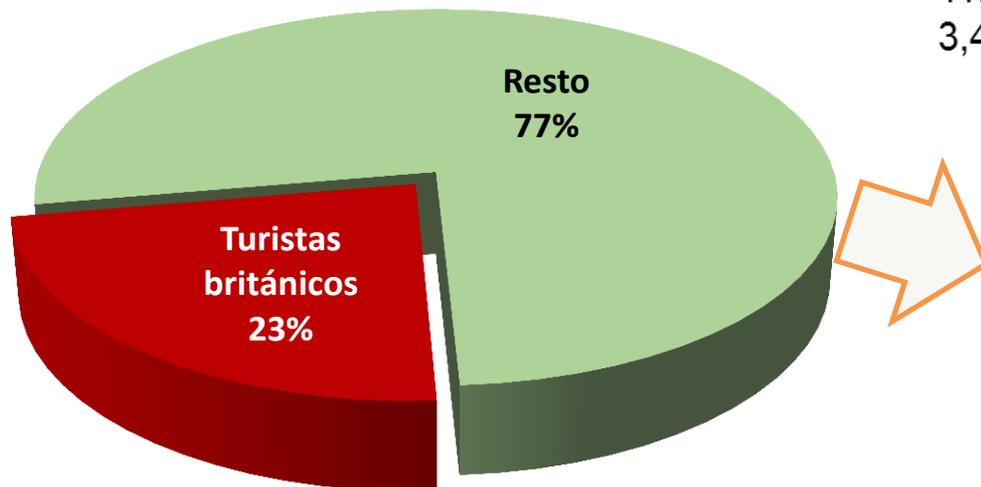
MERCADO BRITÁNICO EN ESPAÑA

2014 Año récord

Total turistas británicos a España

65 millones de turistas internacionales (+7,1%)

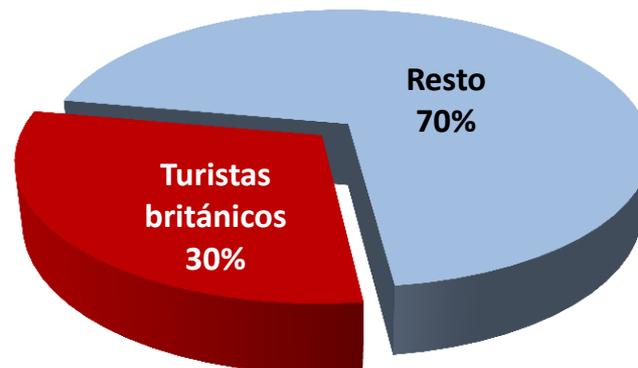
15 millones de turistas británicos (+4,7%)



Total turistas británicos a Islas Baleares

11,3 millones de turistas internacionales (+2,7%)

3,4 millones de turistas británicos (+1,3%)

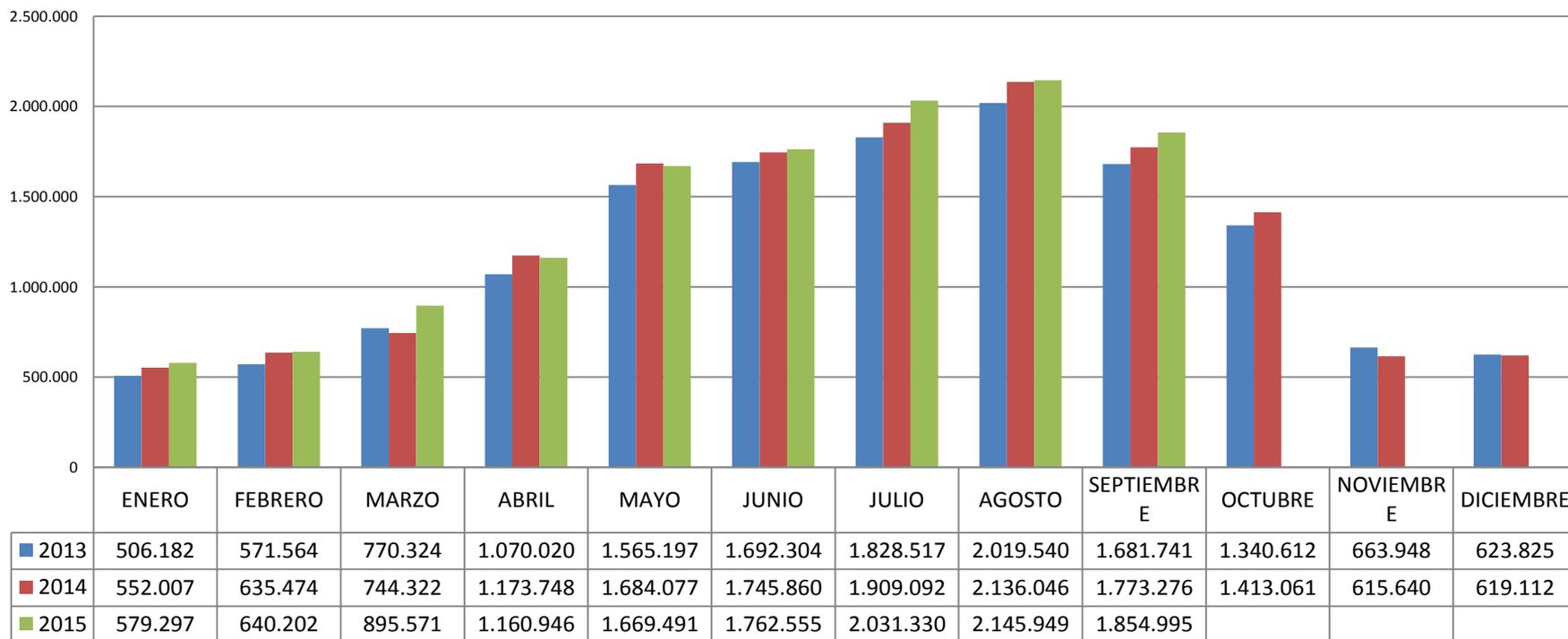


FTE: FRONTUR



TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

TURISTAS BRITÁNICOS EN ESPAÑA



*hasta septiembre 2015
Fte:FRONTUR

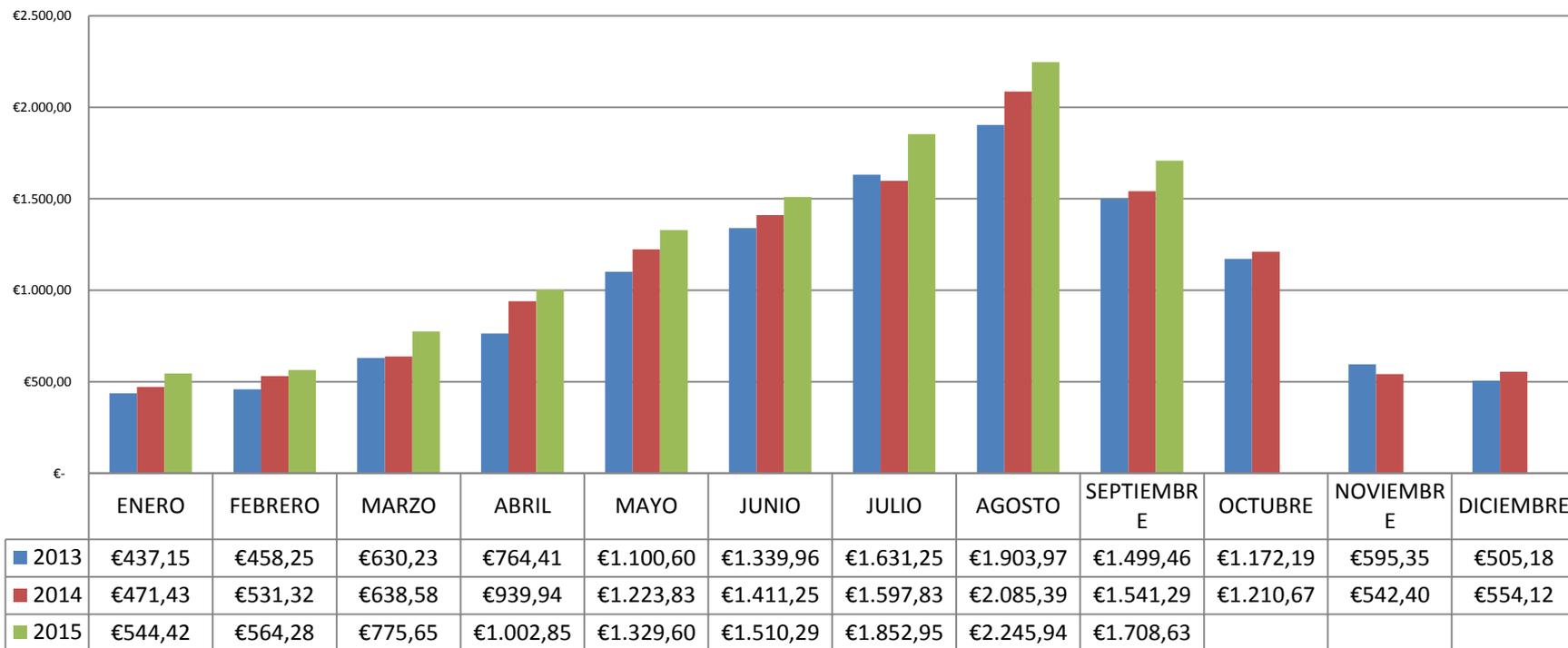
Incremento interanual del volumen acumulado de turistas británicos llegados a España hasta septiembre del 2015 (3,1% | 12.740.336).

En este gráfico puede observarse la **marcada estacionalidad** entre mayo-septiembre



TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

GASTO TOTAL (millones de €)



*hasta septiembre 2015
Fte: EGATUR

Calculando el gasto total de los turistas británicos en España hasta septiembre, se produce un **aumento interanual del 10,5%** (11.535 millones, hasta septiembre)

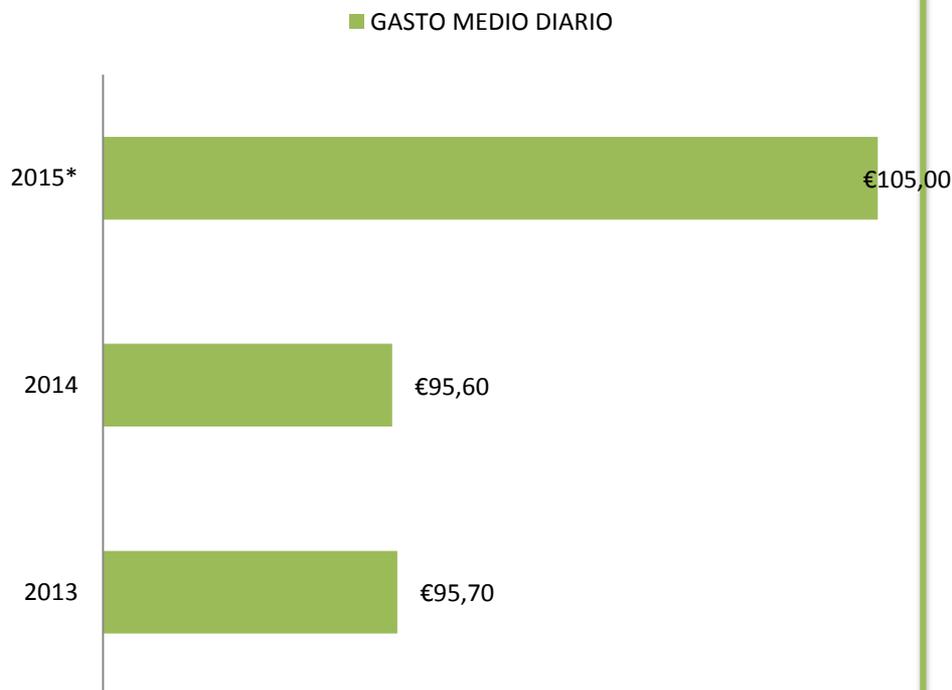


TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

GASTO MEDIO POR TURISTA



GASTO MEDIO DIARIO



*hasta septiembre 2015
Fte: EGATUR

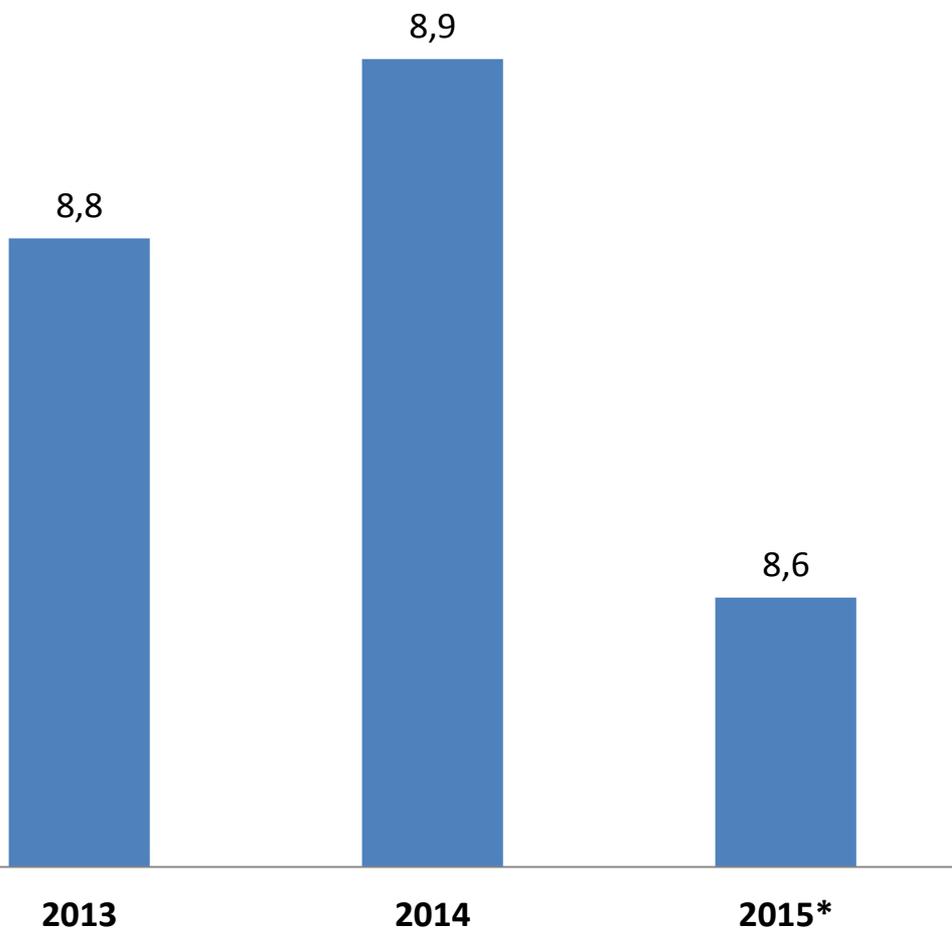
El **gasto medio por turista británico** recupera posiciones en 2015 con los datos hasta el mes de septiembre con un aumento interanual del 6,5% (905€/turista).

El **gasto medio diario** por turista británico también aumenta en 2015 (de enero a septiembre 105€ | 9,8%).



TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

ESTANCIA MEDIA



La estancia media del turista británico disminuye hasta los 8,6 días en los turistas británicos llegados hasta septiembre de 2015.

*hasta septiembre 2015
Fte: EGATUR



TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

Tendencias mercado británico

- Vuelta al paquete (mayor protección al consumidor y menores depósitos al realizar la reserva) *+2,1% entre Ene – Ago 2014/15 hacia Islas Baleares*
- Retraso del momento de la reserva (6-8 semanas)
- Gran sensibilidad al precio
- Mercado muy dinámico, España como destino *beach plus*
- Gran influencia de la meteorología
- Las vacaciones son una necesidad, no un lujo, pero la situación económica y del mercado laboral limitan el número de viajes al año



TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

Competidores – verano 2015, paquetes

Mercado
+1%

Egipto
+8%

Turquía
-8%

España
4%
Islas Baleares
+3%

Grecia
+1%

España muestra un crecimiento mayor al del mercado. Vuelta del paquete (+11% desde 2009), tras caídas en años anteriores.

España crece principalmente gracias al turismo independiente, aunque el paquete es estable. España tiene una cuota del 38% de las ventas de paquetes en Reino Unido



TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

Competidores

- Inseguridad motivada tras la nueva ola de inestabilidad política en países competidores (atentados de Túnez y Egipto)
- Complejidad emisión visados en Turquía
- 3 de cada 4 turistas británicos trata de evitar países islámicos para sus vacaciones (Fuente: Informe Travelzoo).



TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

Previsiones 2015 (ABTA)

- El 20% confirma que incrementará su presupuesto en viajes
- El sol y playa seguirá siendo la opción más popular en Reino Unido.
- Aumento de la demanda del todo incluido al 20% en 2015 y hasta un 25% para familias.
- Mientras que la confianza de los consumidores aumenta lentamente, ABTA apunta que se está produciendo una mayor presión en los ingresos familiares. Este factor favorecerá a los destinos de corto y medio radio, especialmente a España, Grecia, Italia, Turquía y Francia. En cuanto a la larga distancia, México, Estados Unidos y Caribe se mantendrán entre los más demandados en 2015 y 2016.



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

TURISTA BRITÁNICO EN ESPAÑA

Perspectivas invierno 2015/16 (paquetes)

Mercado

+5%

Egipto

-12%

Caribe

+10%

España

+12%

Islas Baleares

+15%

Túnez

-72%



- 1.- Entorno económico
- 2.- Características generales
- 3.- Turista británico en España

4.- El turista británico en Baleares

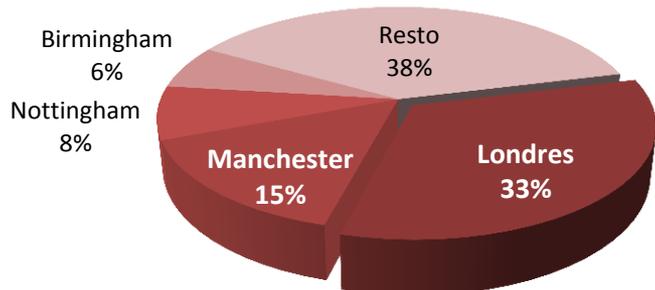




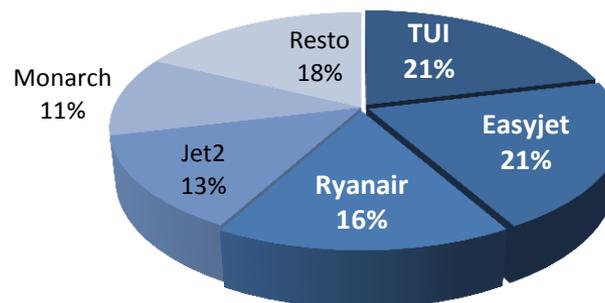
TURISTA BRITÁNICO EN BALEARES

- Concentración de salidas desde 2 ciudades (Londres y Manchester)
- Concentración de salidas a través de 3 compañías (TUI, Easyjet y Ryanair)

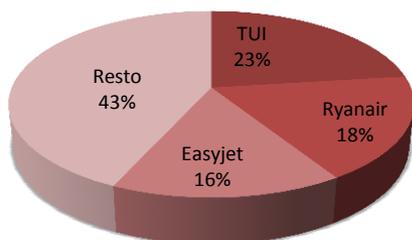
Pasajeros UK a Islas Baleares



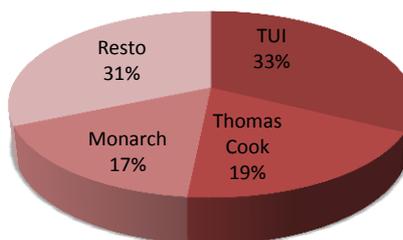
Pasajeros UK a Islas Baleares



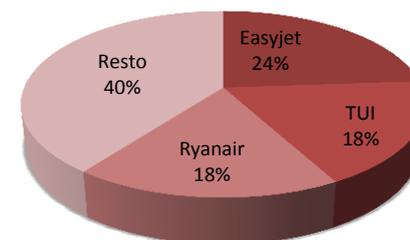
IBIZA



MENORCA



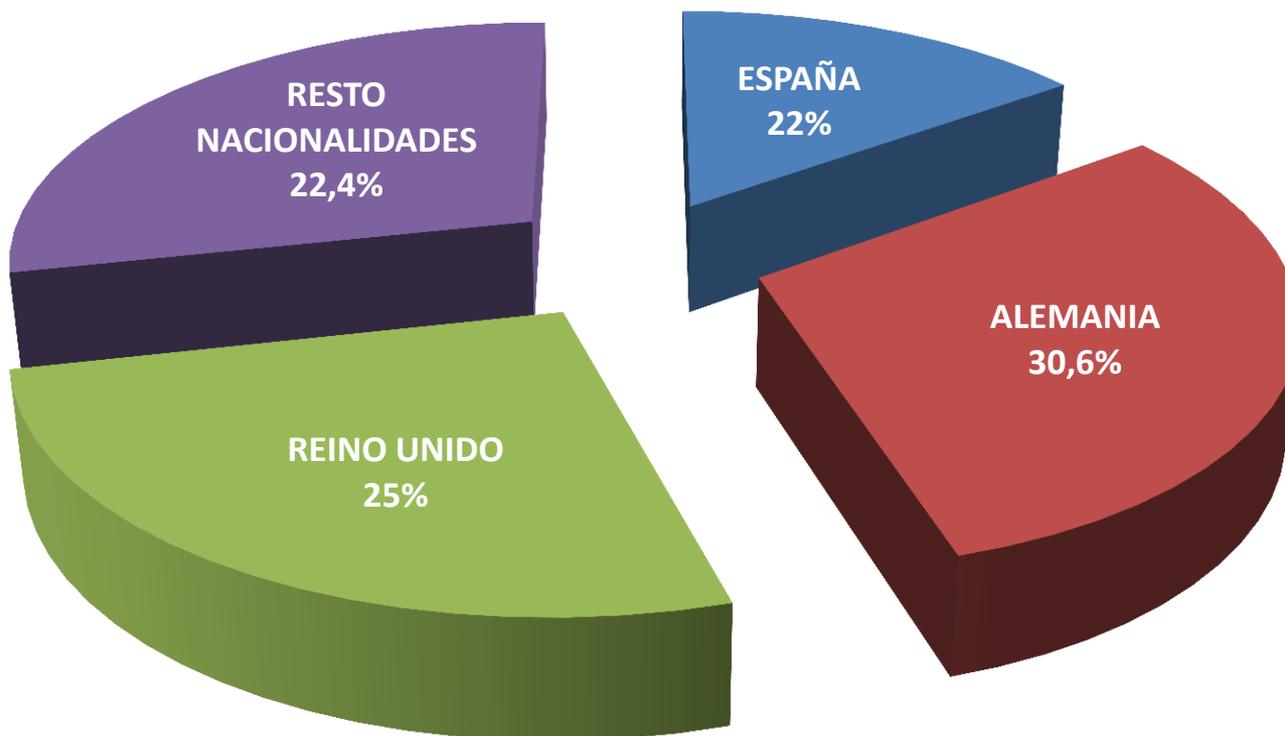
PALMA DE MALLORCA





MERCADO BRITÁNICO EN BALEARES: LLEGADA TURISTAS

PESO DEL TURISMO BRITÁNICO EN BALEARES 2014



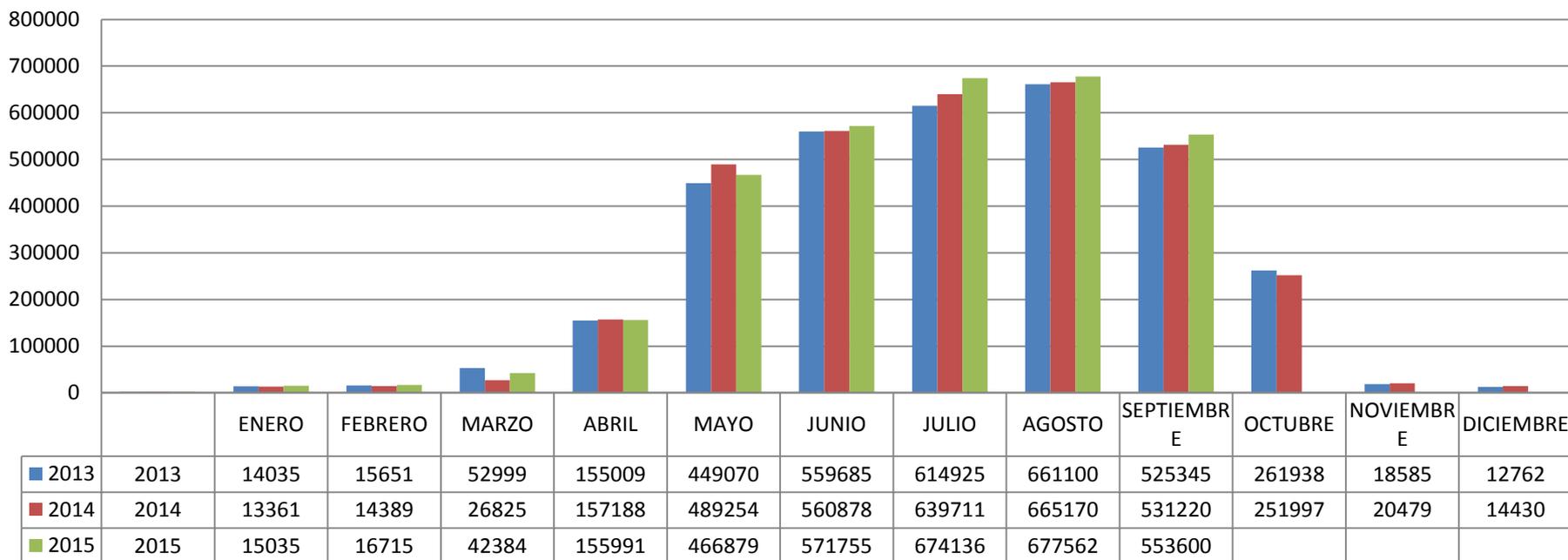
Fte: IBESTAT



MERCADO BRITÁNICO EN BALEARES: LLEGADA TURISTAS

ESTACIONALIDAD TURISTAS BRITÁNICOS A BALEARES

Fte: IBESTAT



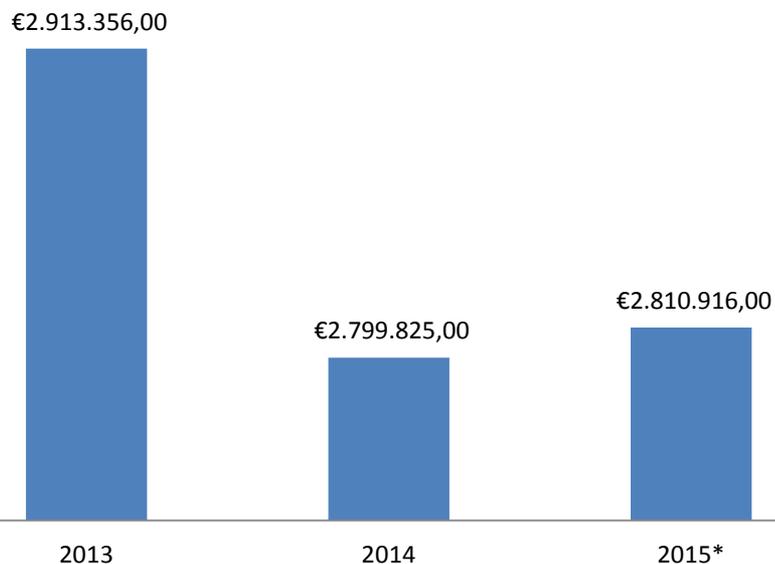
La **llegada de turistas** británicos a Baleares incrementa 1,3% en 2014 (3.384.902), mientras este **incremento es de 2,5%** en 2015 si analizamos el periodo de enero-septiembre (3.174.057).

La **estacionalidad** del mercado británico sigue concentrándose en los meses de junio a septiembre debido principalmente al tipo de turismo balear de sol y playa y turismo familiar.

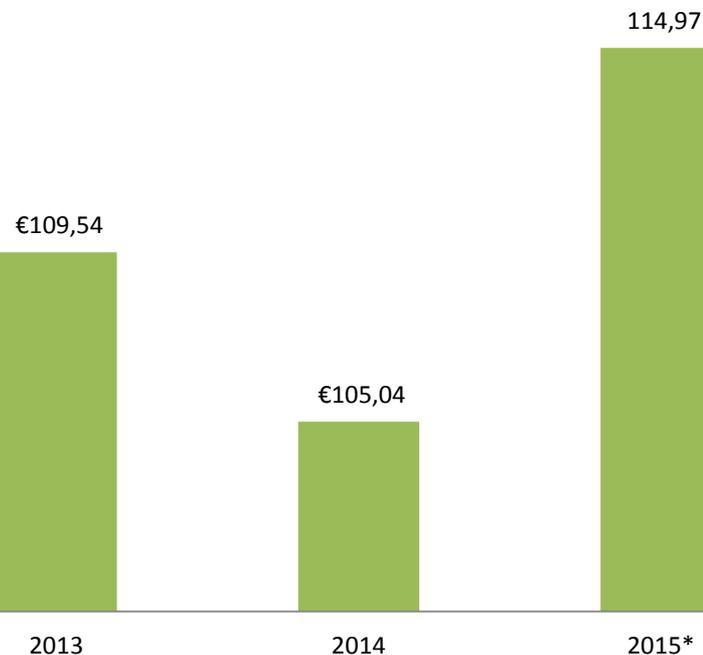


MERCADO BRITÁNICO EN BALEARES: GASTO

GASTO TOTAL TURISTA BRITÁNICO (miles)



GASTO MEDIO DIARIO



Fte: IBESTAT)

* Hasta septiembre 2015

El **gasto total** realizado por los turistas ingleses en Baleares ha ido aumentando en el último año, después de la caída en 2014.

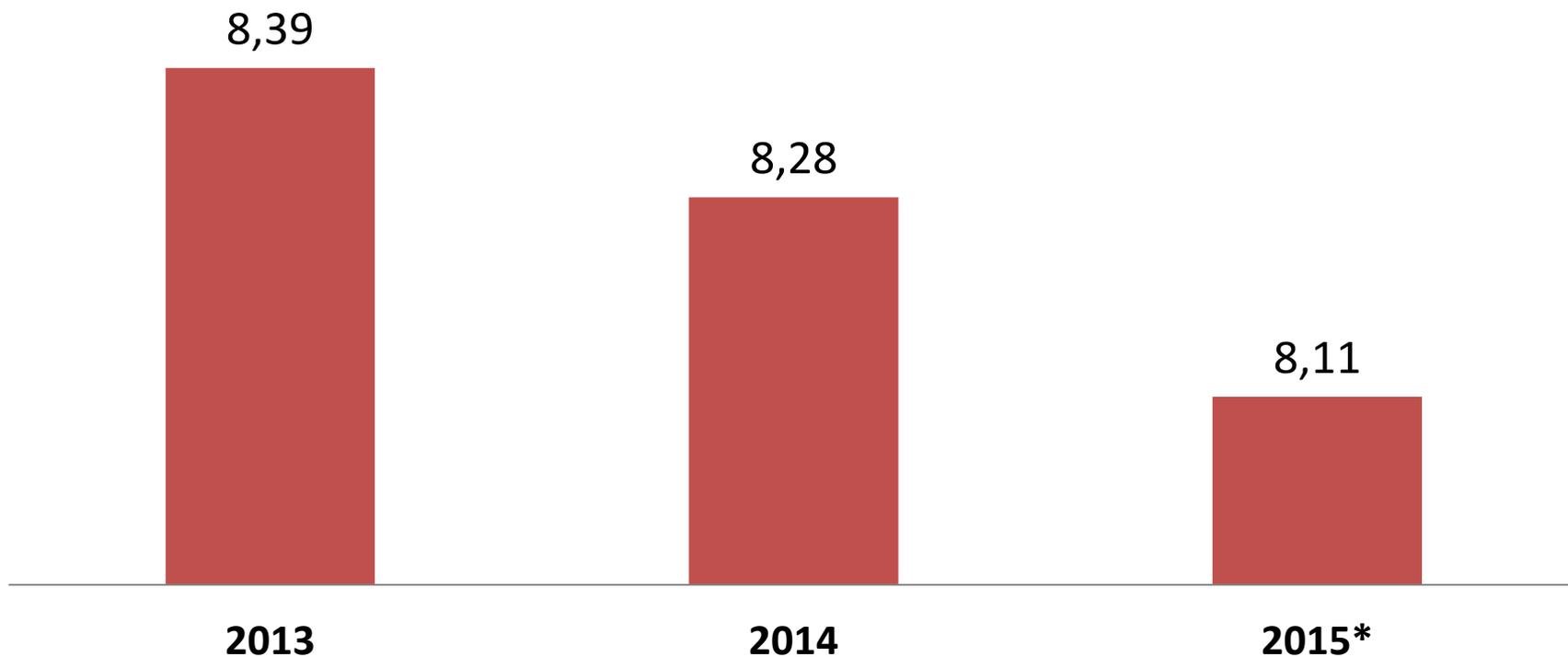
El **gasto medio diario** por turista inglés aumenta en 2015 (de enero a septiembre) hasta los 114,97€ (9,5%)



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

MERCADO BRITÁNICO EN BALEARES: ESTANCIA

ESTANCIA MEDIA



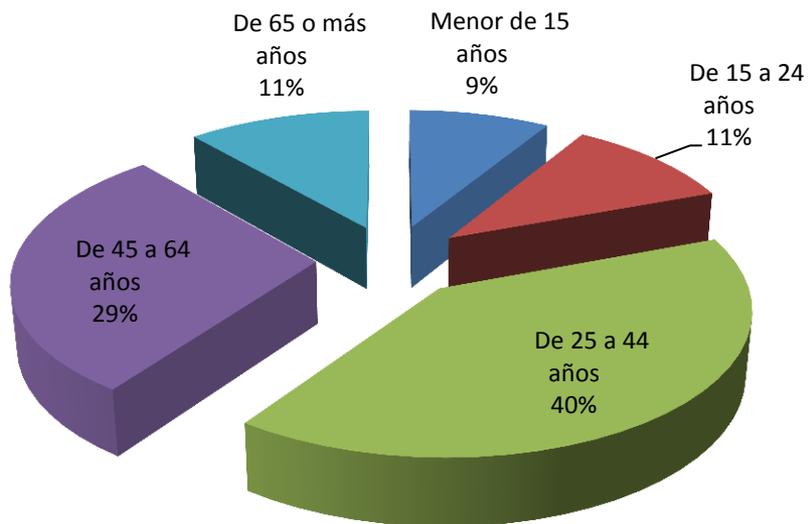
*Hasta septiembre 2015
Fte: IBESTAT

Disminución de la **estancia media** con 8,11 días (2015 de enero a septiembre | -2,1%)



MERCADO BRITÁNICO EN BALEARES: PERFIL DEL TURISTA INGLÉS

TURISTAS BRITÁNICOS BALEARES SEGUN EDAD



46,2%

53,8%

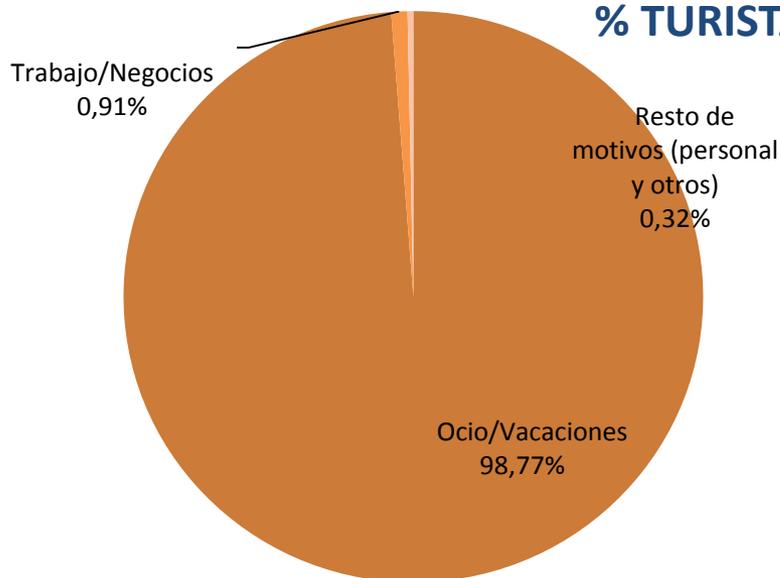
Fte: IBESTAT

El grupo de edad mayoritario son los de 25 a 44 años, seguido del grupo de entre 45 y 64. La mayoría de ellos son mujeres.



MERCADO BRITÁNICO EN BALEARES: MOTIVO DEL VIAJE DEL TURISTA INGLÉS

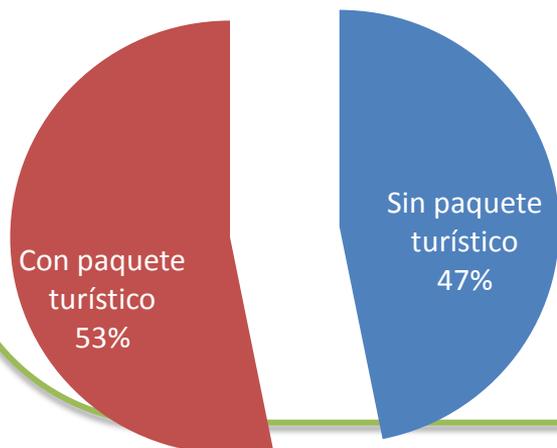
% TURISTAS INGLESES SEGÚN MOTIVO DEL VIAJE 2015*



El motivo principal del viaje de los ingleses en Baleares, es por ocio y vacaciones, que en 2015 supuso un 98,7% en Baleares.

Los ingleses suelen viajar con paquete turístico con unos porcentajes de 53% en Baleares.

% TURISTAS INGLESES SEGÚN ORGANIZACIÓN DEL VIAJE 2015*

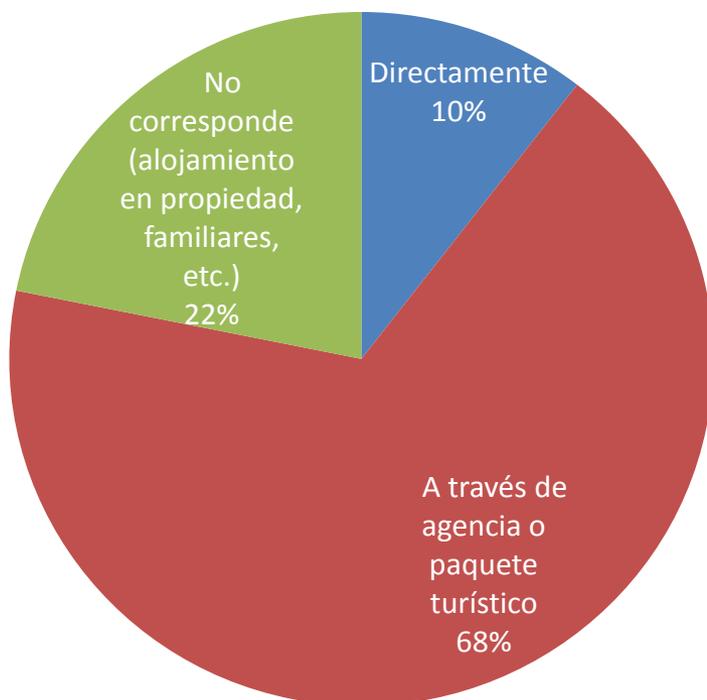


Fte: IBESTAT



MERCADO BRITÁNICO EN BALEARES: TIPO DE RESERVA DEL TURISTA INGLÉS

CANAL DE RESERVA



El turista inglés ha preferido, reservar mediante **agencia de viaje o paquete** turístico por la seguridad jurídica que le aporta. (68%)

Además el 77,62% entre enero y septiembre de 2015 ha utilizado internet en la planificación del viaje.

Fte: IBESTAT
2015* hasta septiembre



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

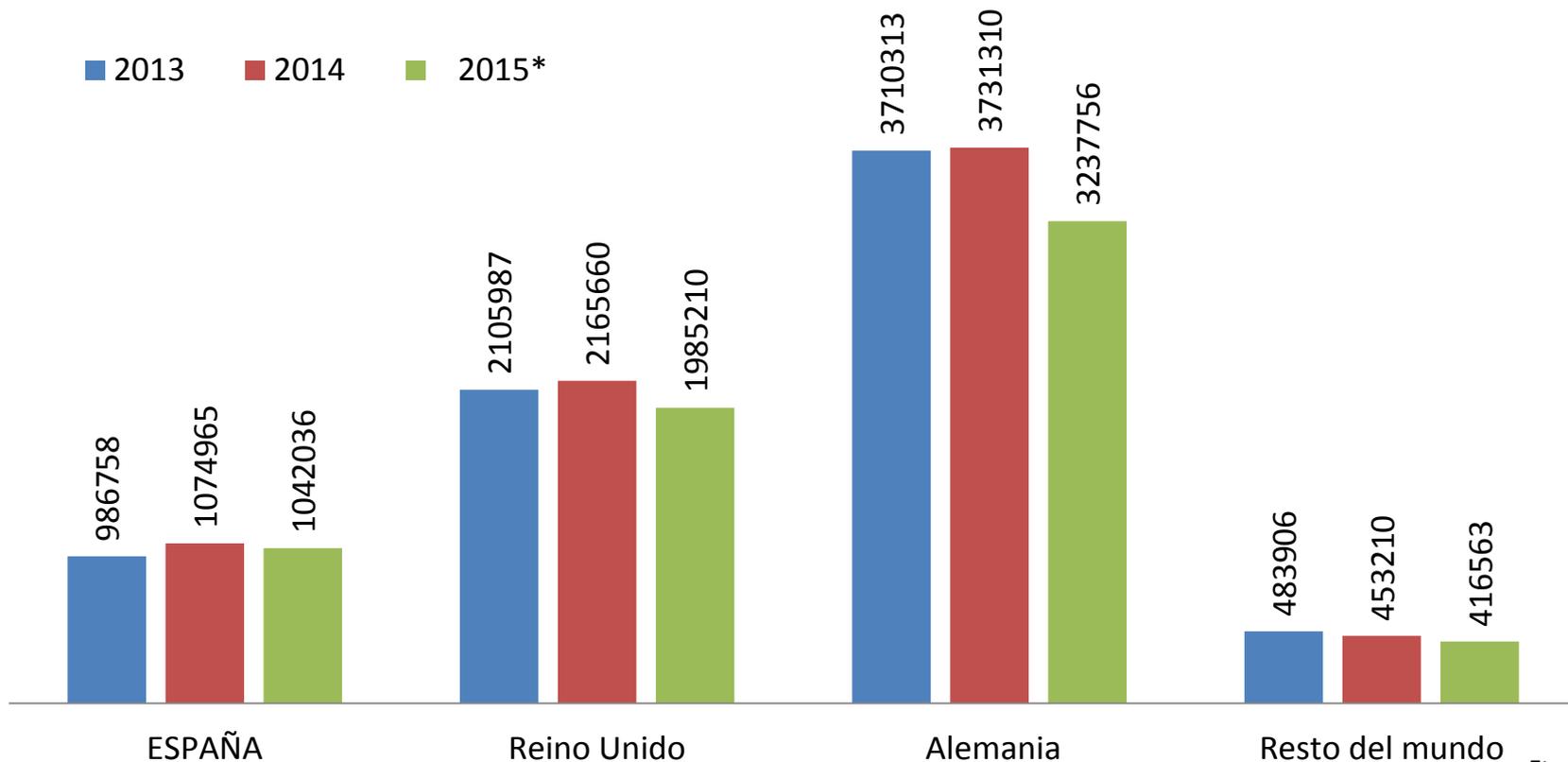
MALLORCA





MERCADO BRITÁNICO EN MALLORCA: LLEGADA TURISTAS

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES PAISES EMISORES EN MALLORCA



Fte: IBESTAT

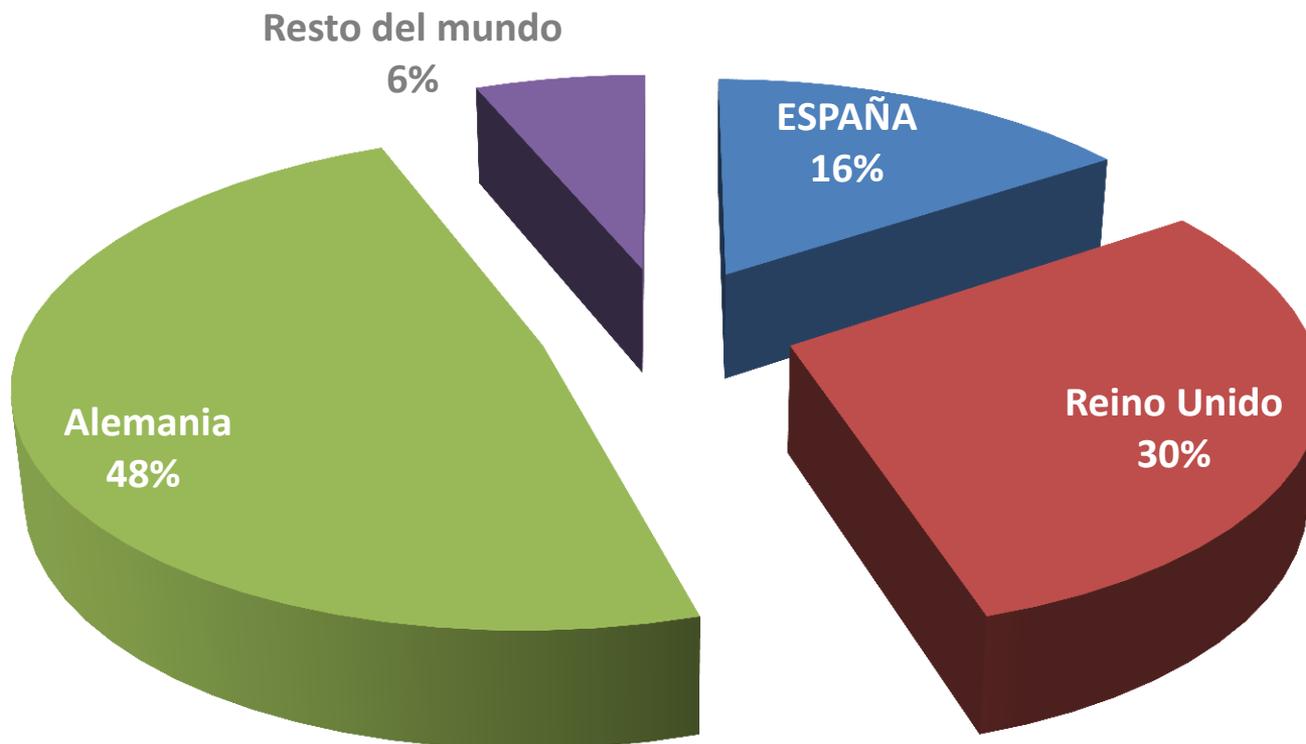
*Hasta septiembre 2015

En 2014 hay una variación interanual de llegada de turistas británicos en Mallorca del (2,83% | 2165660).
En 2015 aumenta (hasta septiembre) el número de turistas británicos en Mallorca (1,25% | 1.985.210).



MERCADO BRITÁNICO EN MALLORCA: LLEGADA TURISTAS

PESO DEL TURISMO BRITÁNICO EN MALLORCA 2015*



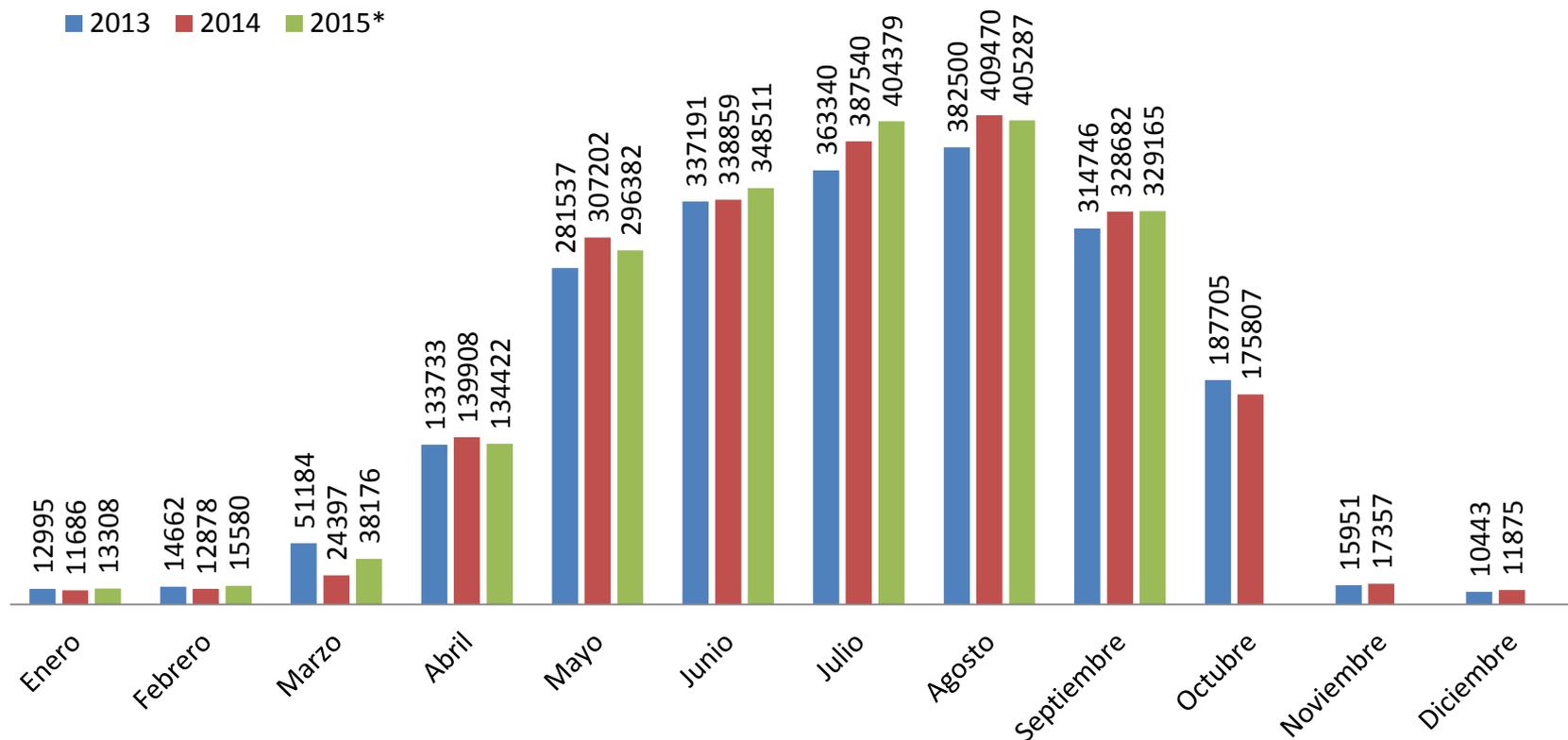
Fte: IBESTAT

*Hasta septiembre 2015



MERCADO BRITÁNICO EN MALLORCA: LLEGADA TURISTAS

ESTACIONALIDAD TURISTAS BRITÁNICOS A MALLORCA



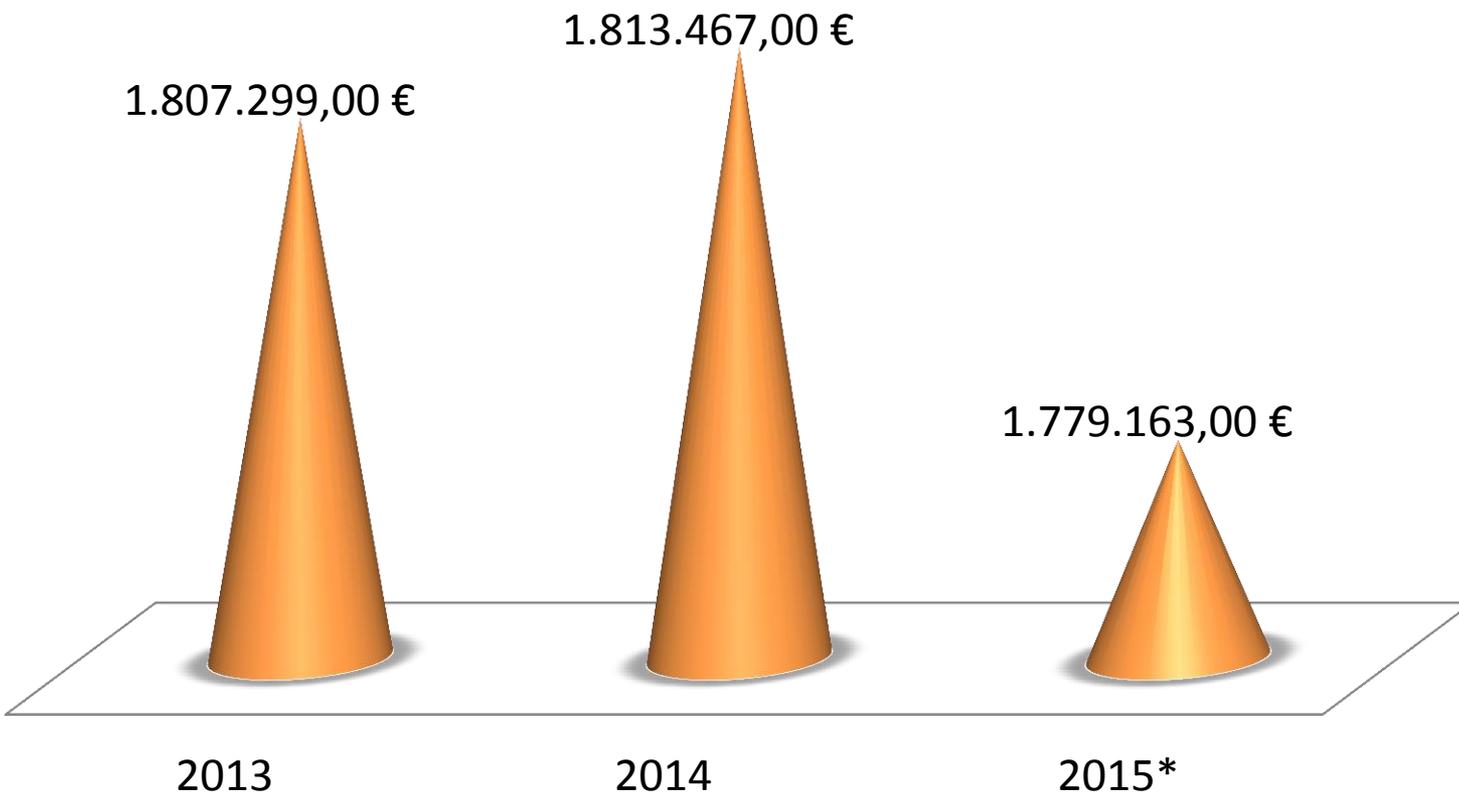
Fte: IBESTAT

La estacionalidad del mercado británico sigue concentrándose en los meses de mayo a septiembre debido principalmente al tipo de turismo de sol y playa y turismo familiar.



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

MERCADO BRITÁNICO EN MALLORCA: GASTO



Fte: IBESTAT

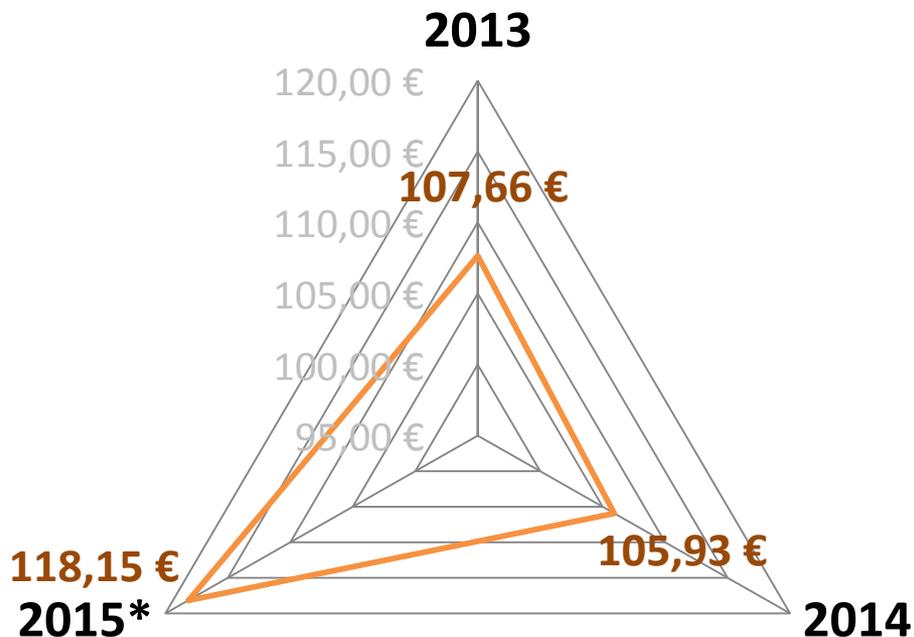
*Hasta septiembre 2015

En los últimos años el **gasto total** realizado por los turistas británicos ha ido aumentando, en el último año (enero y septiembre del 2015) ha subido un 7,68%



MERCADO BRITÁNICO EN MALLORCA: GASTO

GASTO MEDIO DEL TURISTA INGLÉS EN MALLORCA



Fte: IBESTAT
*Hasta septiembre 2015

El descenso interanual del **gasto medio diario** del turista inglés se produce en 2014 (-1,61% | 105,93€). En 2015 (hasta septiembre) presenta un aumento (11,54%) del gasto medio del turista inglés (118,15€/turista).



MERCADO BRITÁNICO EN MALLORCA: ESTANCIA

ESTANCIA MEDIA DEL TURISTA BRITÁNICO EN MALLORCA



Fte: IBESTAT

*Hasta septiembre 2015

La **estancia media** del turista británico en Mallorca desciende en 2015 (hasta septiembre) 5,52 días (-12,29%).



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

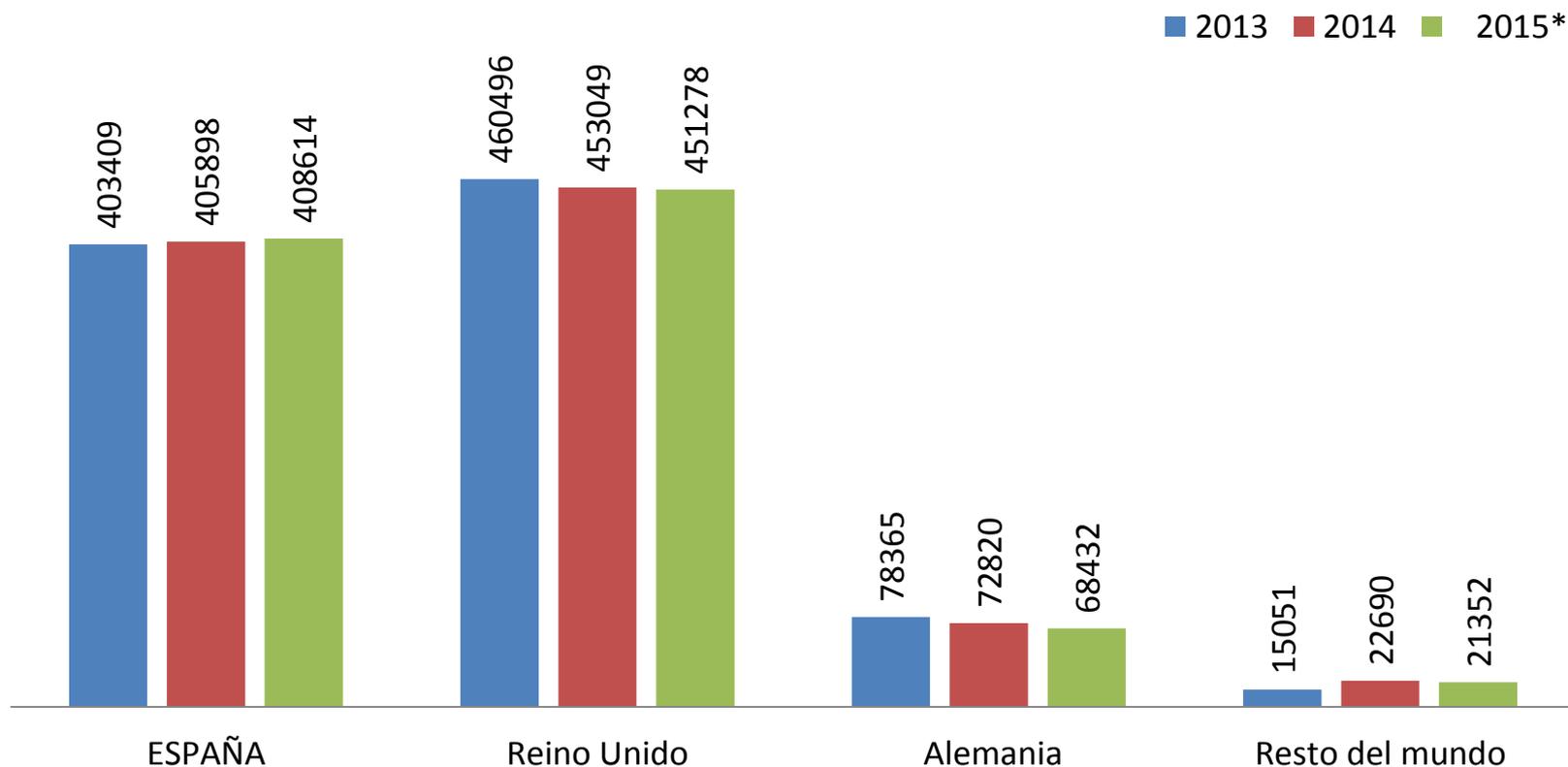
MENORCA





MERCADO BRITÁNICO EN MENORCA: LLEGADA TURISTAS

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES PAISES EMISORES EN MENORCA



Fte: IBESTAT

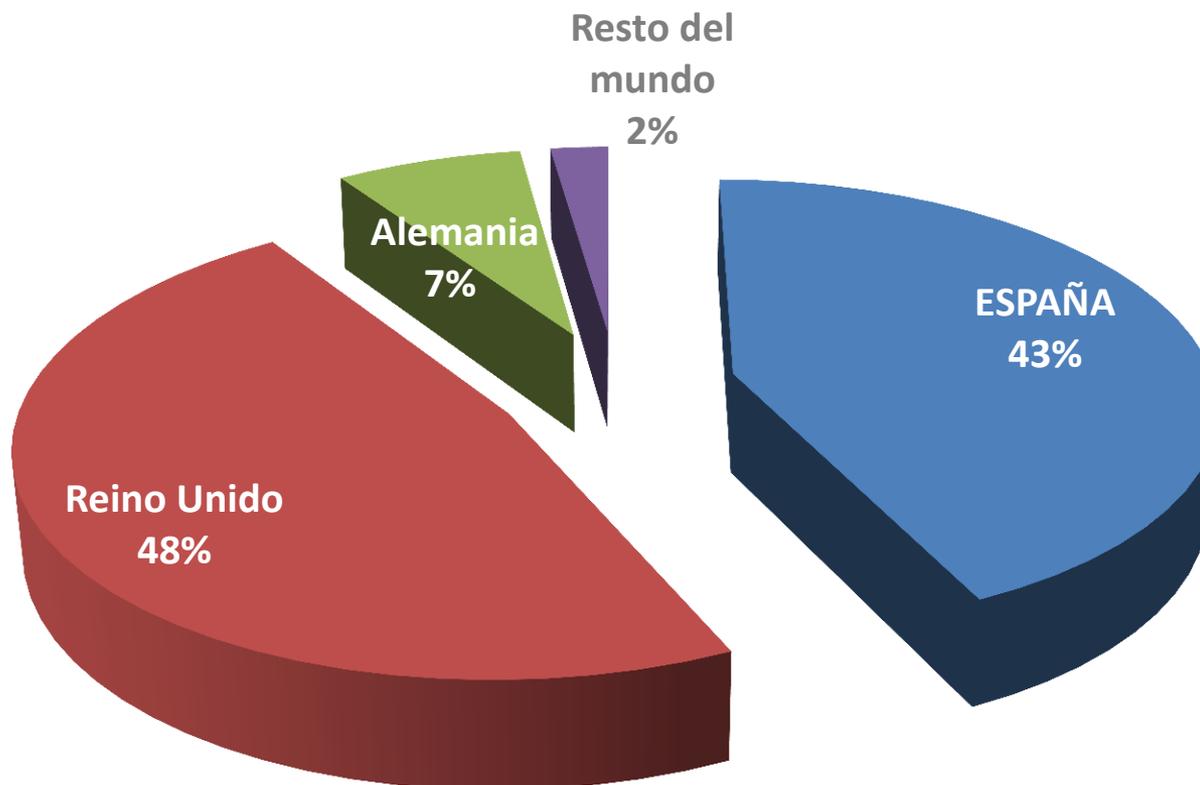
*Hasta septiembre 2015

En 2014 hay una variación interanual de turistas británicos en Menorca del (-1,62% | 453049).
En 2015 aumenta (de enero a septiembre) el número de turistas británicos en Menorca (7,03% | 451.278).



MERCADO BRITÁNICO EN MENORCA: LLEGADA TURISTAS

PESO DEL TURISMO BRITÁNICO EN MENORCA 2015*

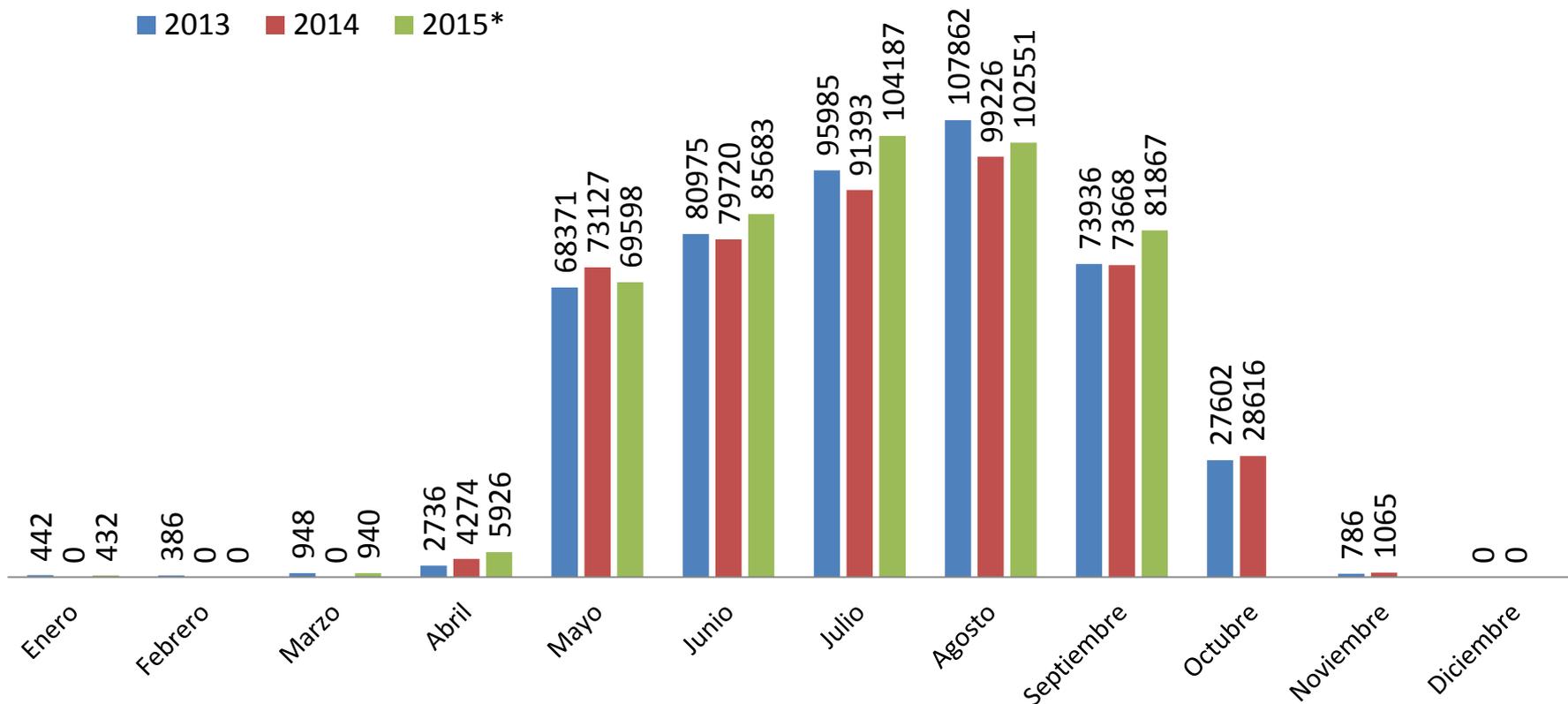


Fte: IBESTAT
*Hasta septiembre 2015



MERCADO BRITÁNICO EN MENORCA: LLEGADA TURISTAS

ESTACIONALIDAD TURISTAS BRITÁNICOS A MENORCA



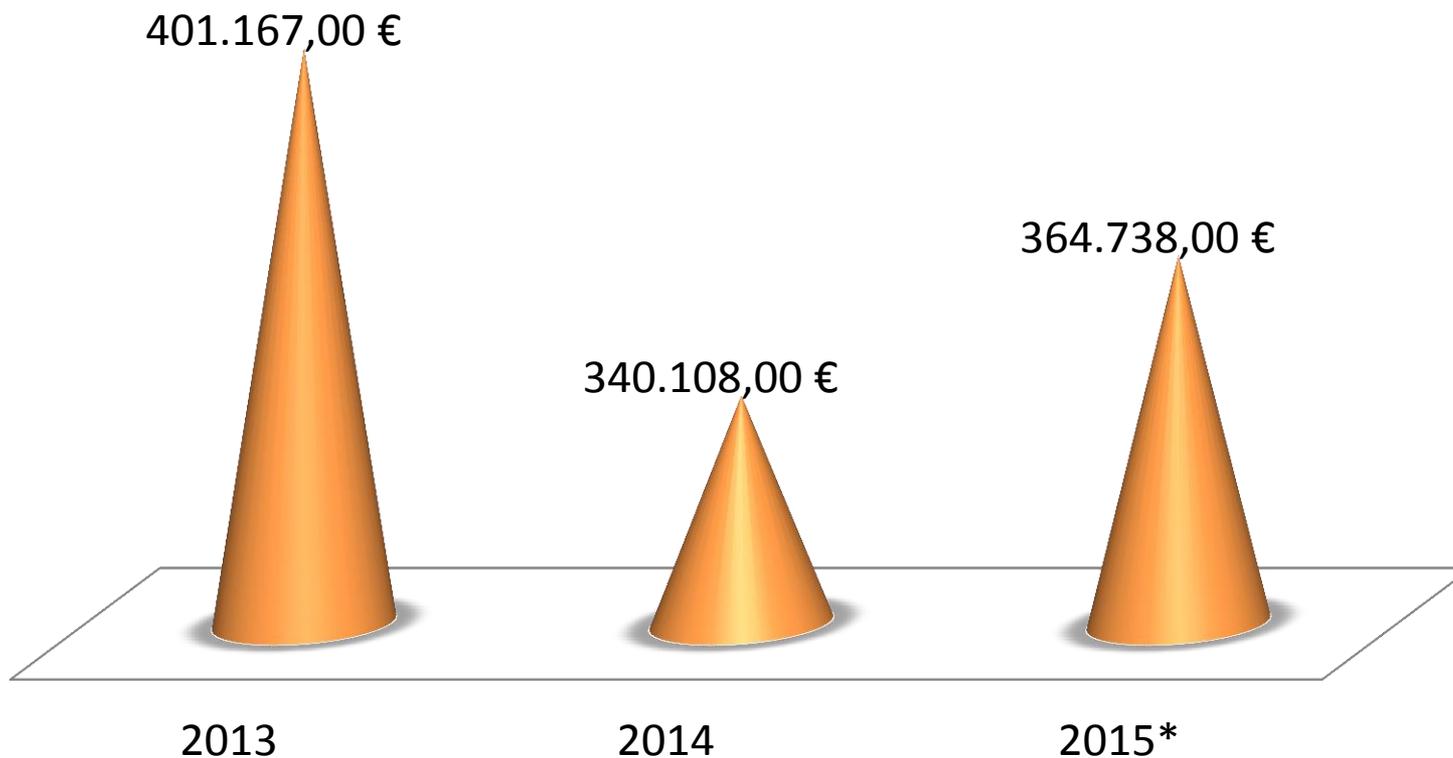
Fte: IBESTAT

Sigue la marcada **estacionalidad** del mercado británico durante los meses de junio a septiembre.



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

MERCADO BRITÁNICO EN MENORCA: GASTO



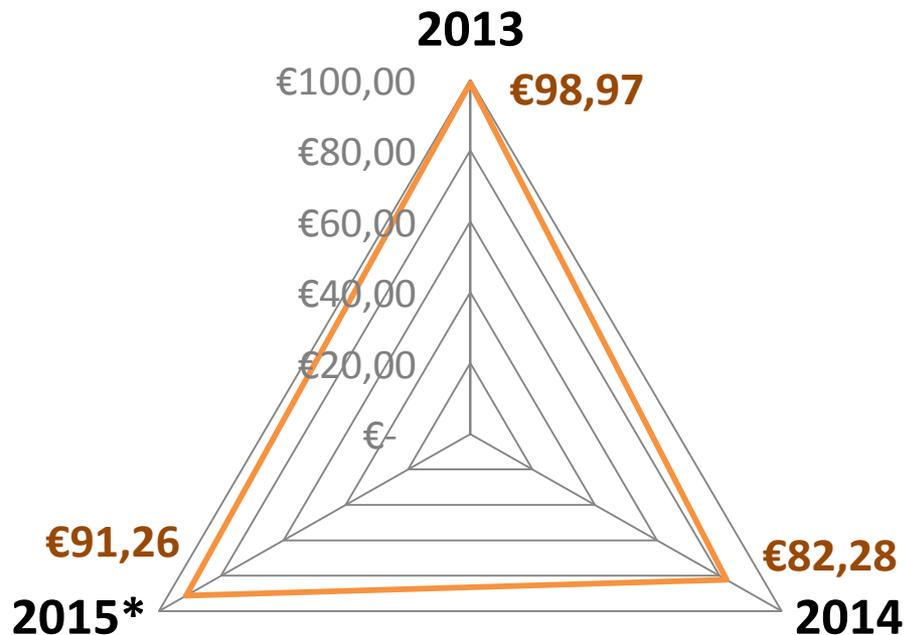
Fte: IBESTAT
*Hasta septiembre 2015

El **gasto total** realizado por los turistas británicos en Menorca en el último año (enero y septiembre del 2015) ha incrementado interanualmente.



MERCADO BRITÁNICO EN MENORCA: GASTO

GASTO MEDIO DEL TURISTA BRITÁNICO EN MENORCA



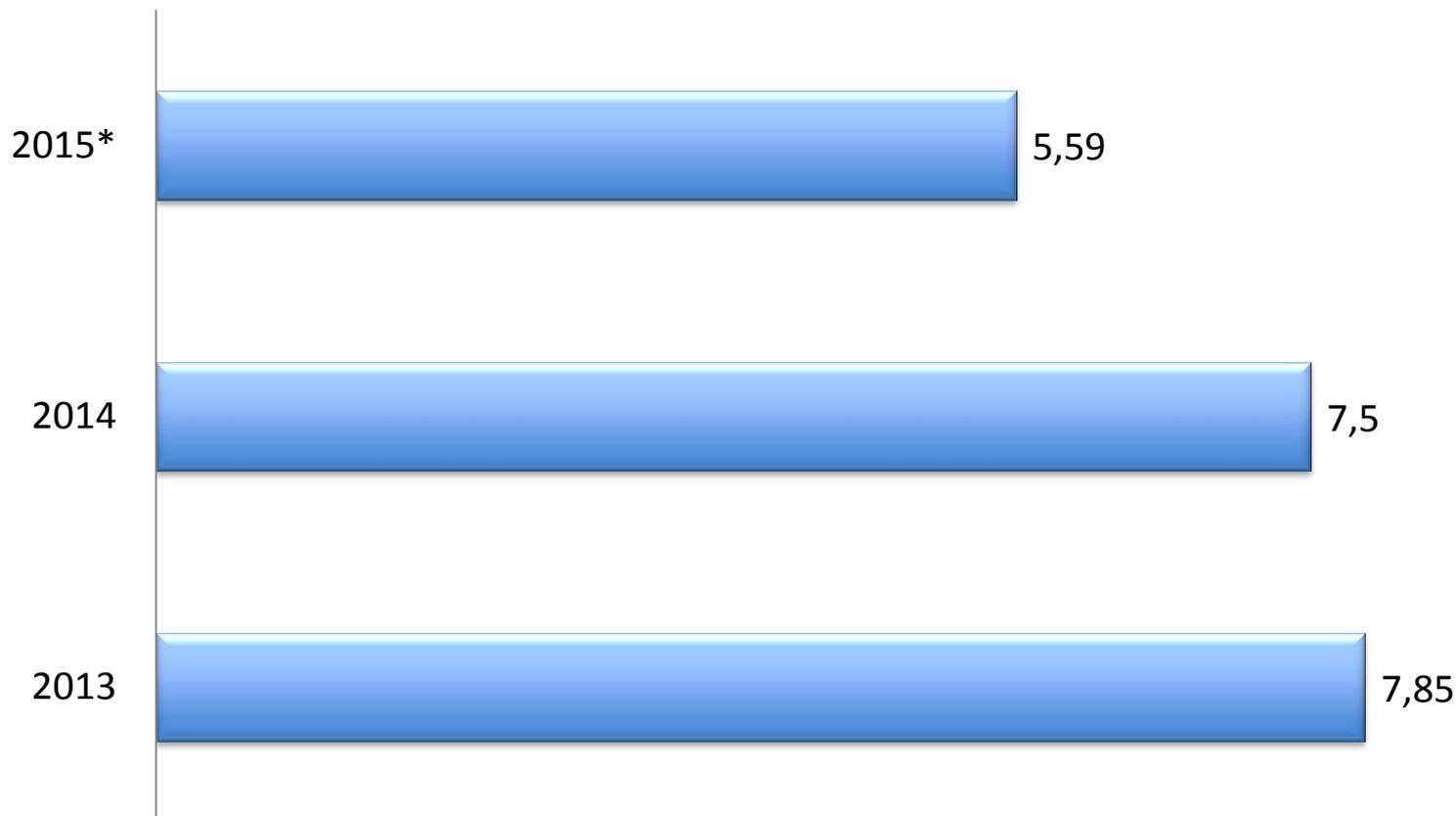
Fte: IBESTAT
*Hasta septiembre 2015

En 2015 (hasta septiembre) presenta otro aumento (10,91% | 91,26 €/turista) del **gasto medio diario** del turista inglés.



MERCADO BRITÁNICO EN MENORCA: ESTANCIA

ESTANCIA MEDIA DEL TURISTA BRITÁNICO EN MENORCA



Fte: IBESTAT
*Hasta septiembre 2015

La **estancia media** del turista inglés en Menorca desciende en 2015 hasta los 5,59 días de media (-25,53%).



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

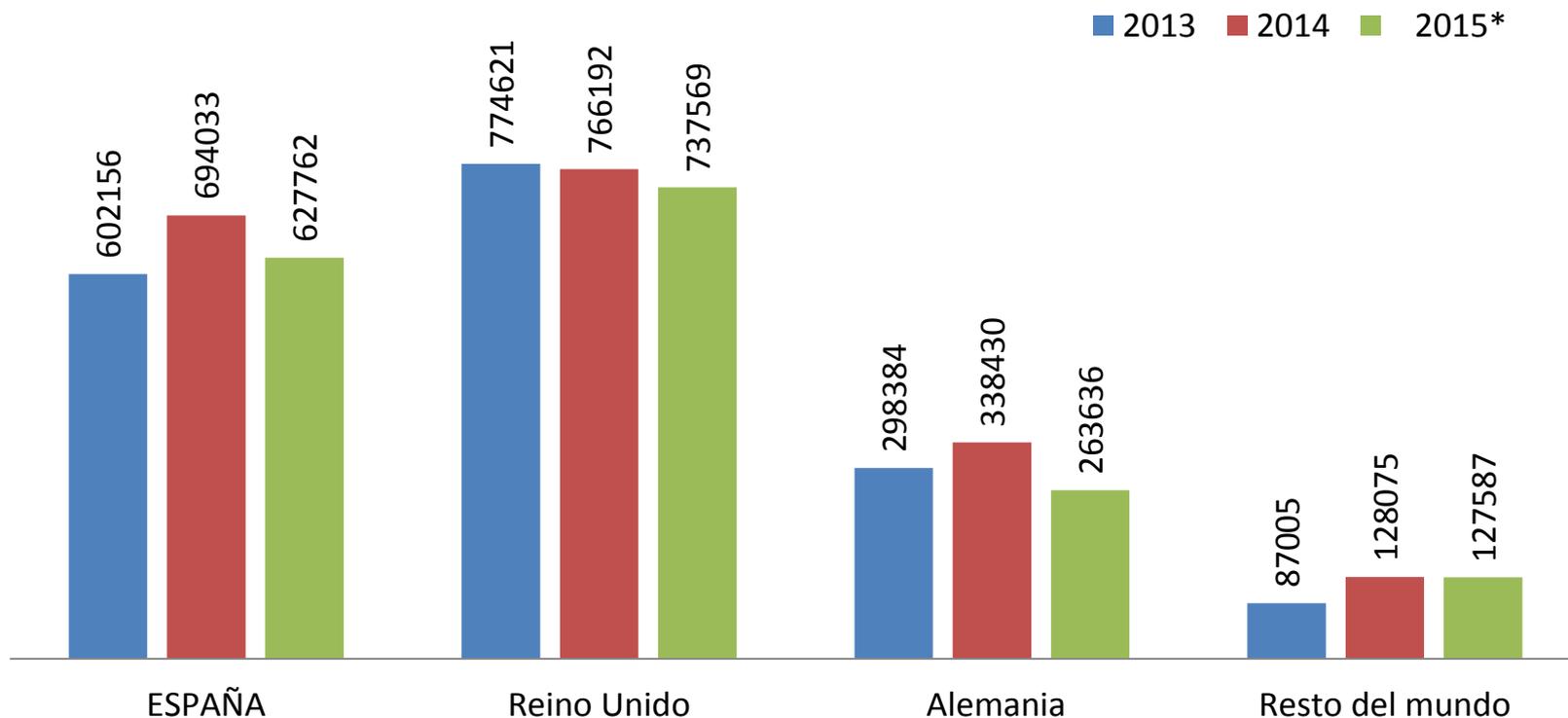
IBIZA Y FORMENTERA





MERCADO BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA: LLEGADA TURISTAS

EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES PAISES EMISORES EN IBIZA Y FORMENTERA



Fte: IBESTAT

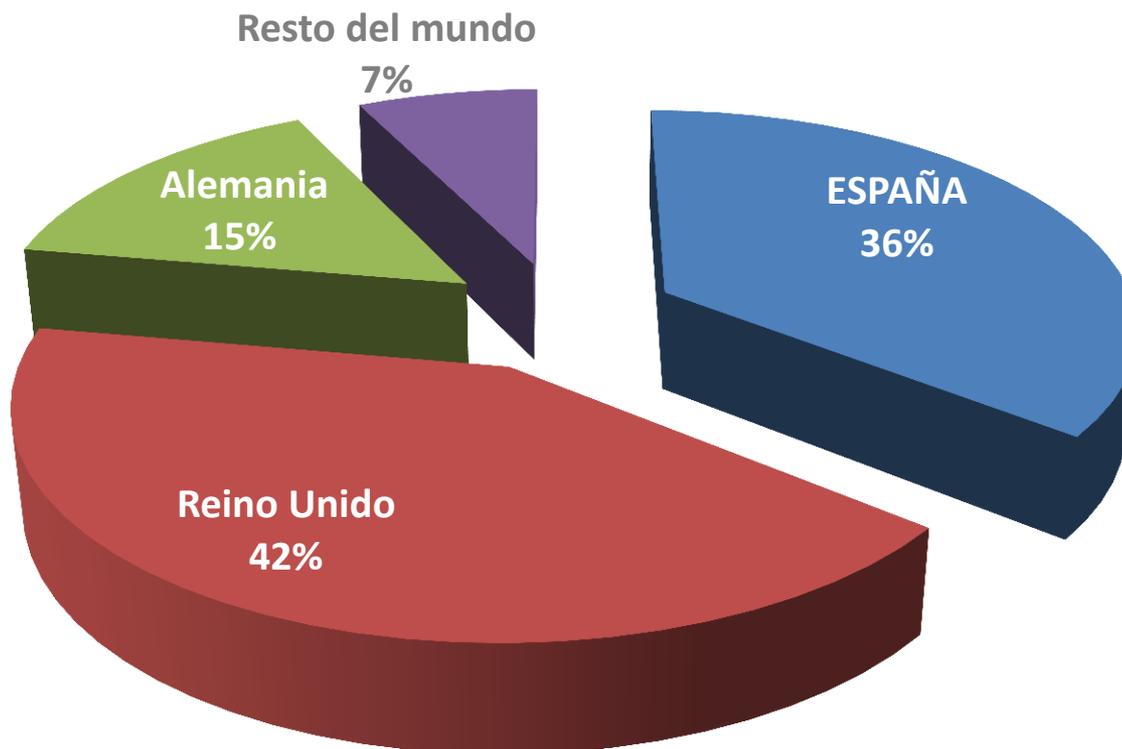
*Hasta septiembre 2015

En 2014 hay una variación interanual de turistas británicos en Ibiza y Formentera del (-1,09% | 766192).
En 2015 aumenta la variación interanual acumulada (de enero a septiembre) de número de turistas británicos en Ibiza y Formentera (10,63% | 737569).



MERCADO BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA: LLEGADA TURISTAS

PESO DEL TURISMO BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA 2015*



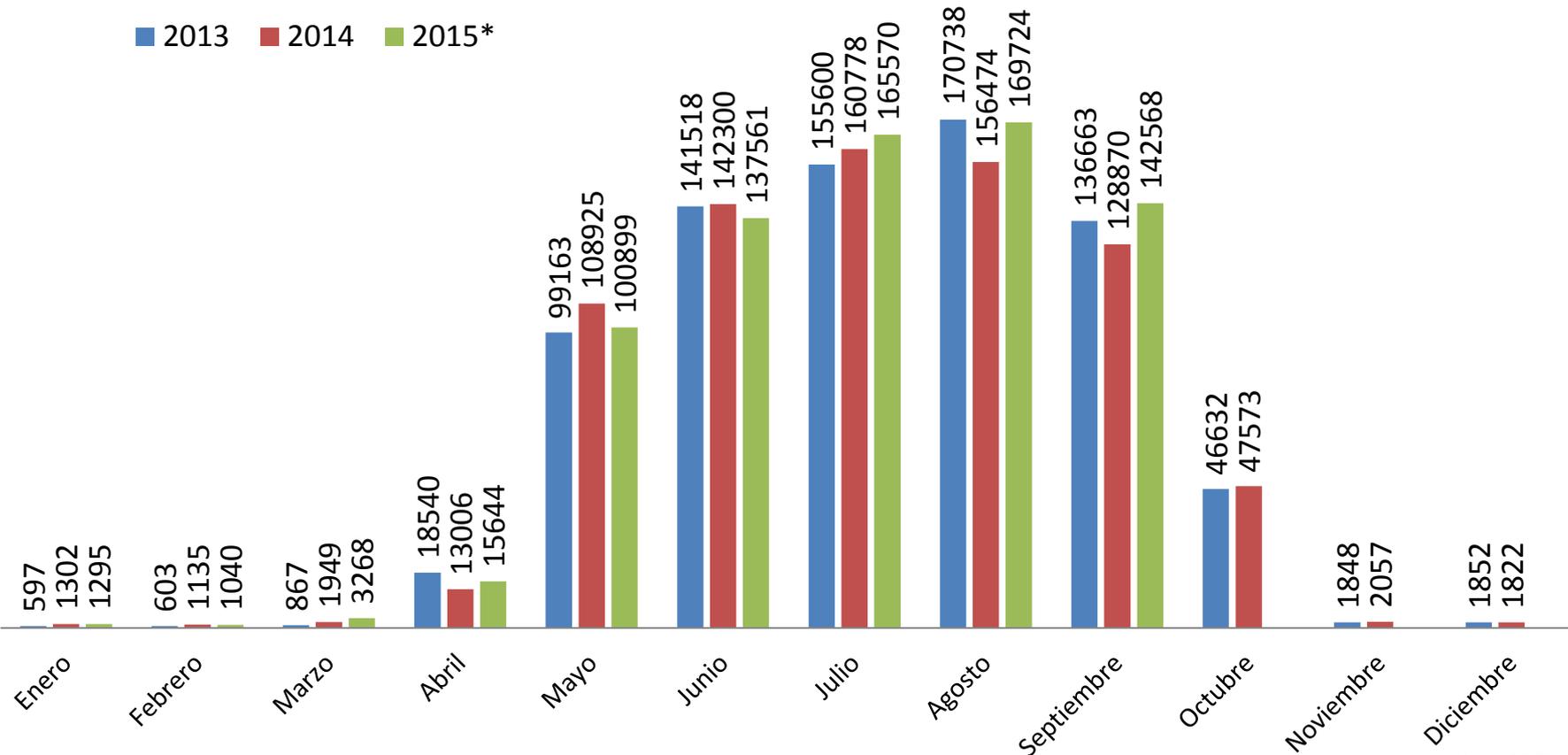
Fte: IBESTAT

*Hasta septiembre 2015



MERCADO BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA: LLEGADA TURISTAS

ESTACIONALIDAD TURISTAS BRITÁNICOS A IBIZA Y FORMENTERA

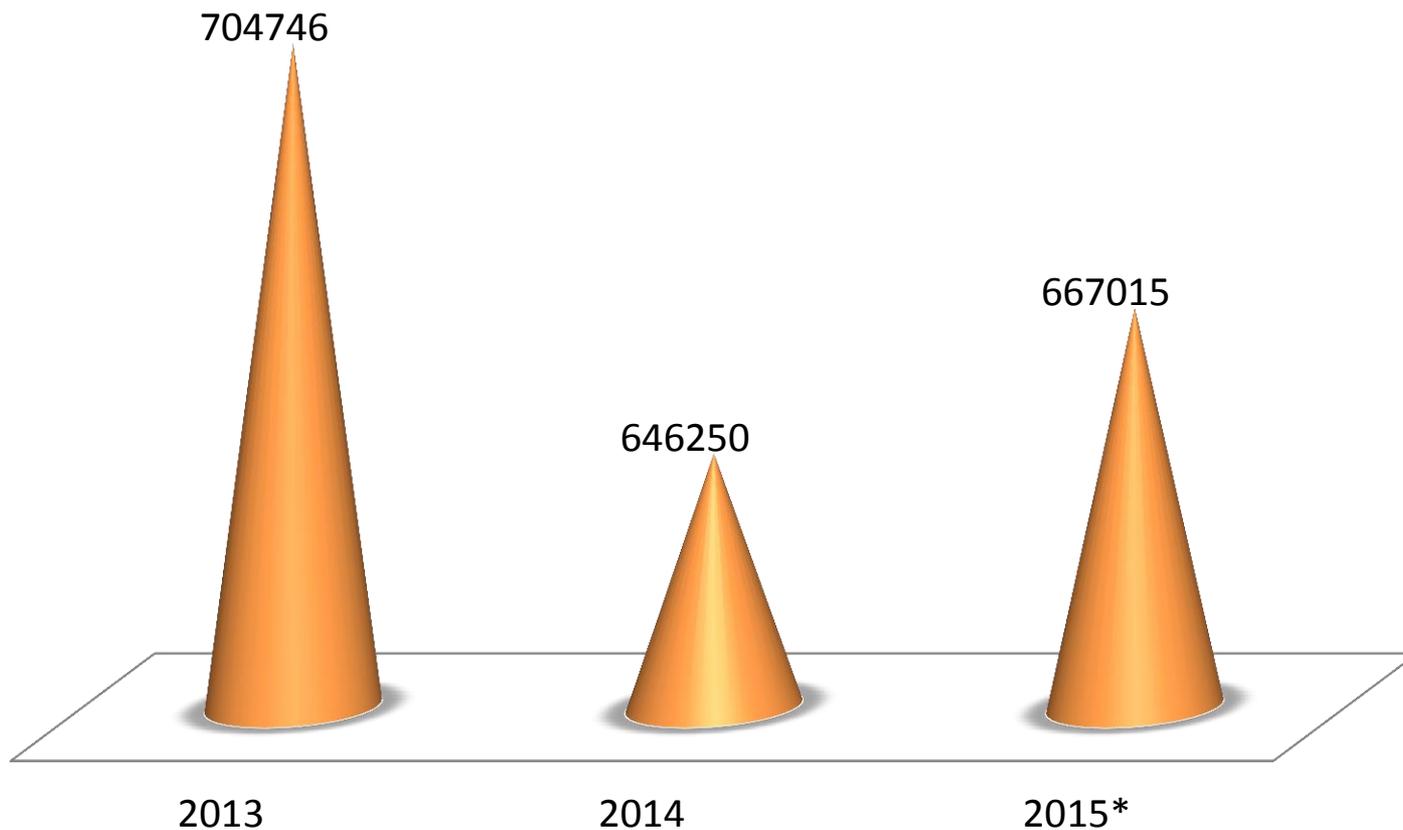


Fte: IBESTAT

La estacionalidad del mercado británico sigue concentrándose en los meses de junio a septiembre debido principalmente al tipo de turismo de sol y playa y turismo familiar.



MERCADO BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA: GASTO



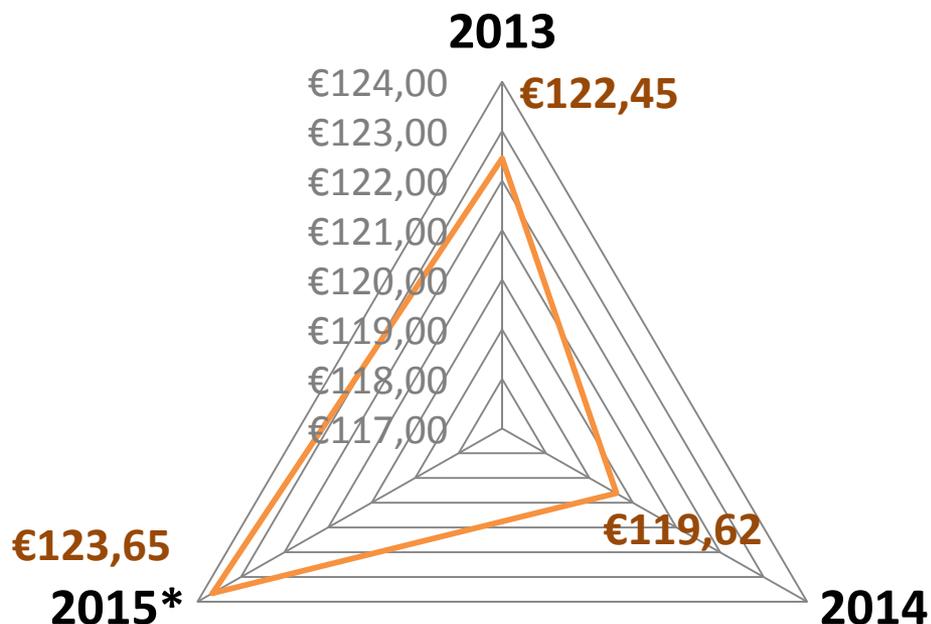
Fte: IBESTAT
*Hasta septiembre 2015

El **gasto total** realizado por los turistas británicos en Ibiza y Formentera en el último año (enero y septiembre del 2015) ha subido un 9,59%



MERCADO BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA: GASTO

GASTO MEDIO DEL TURISTA BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA



Fte: IBESTAT

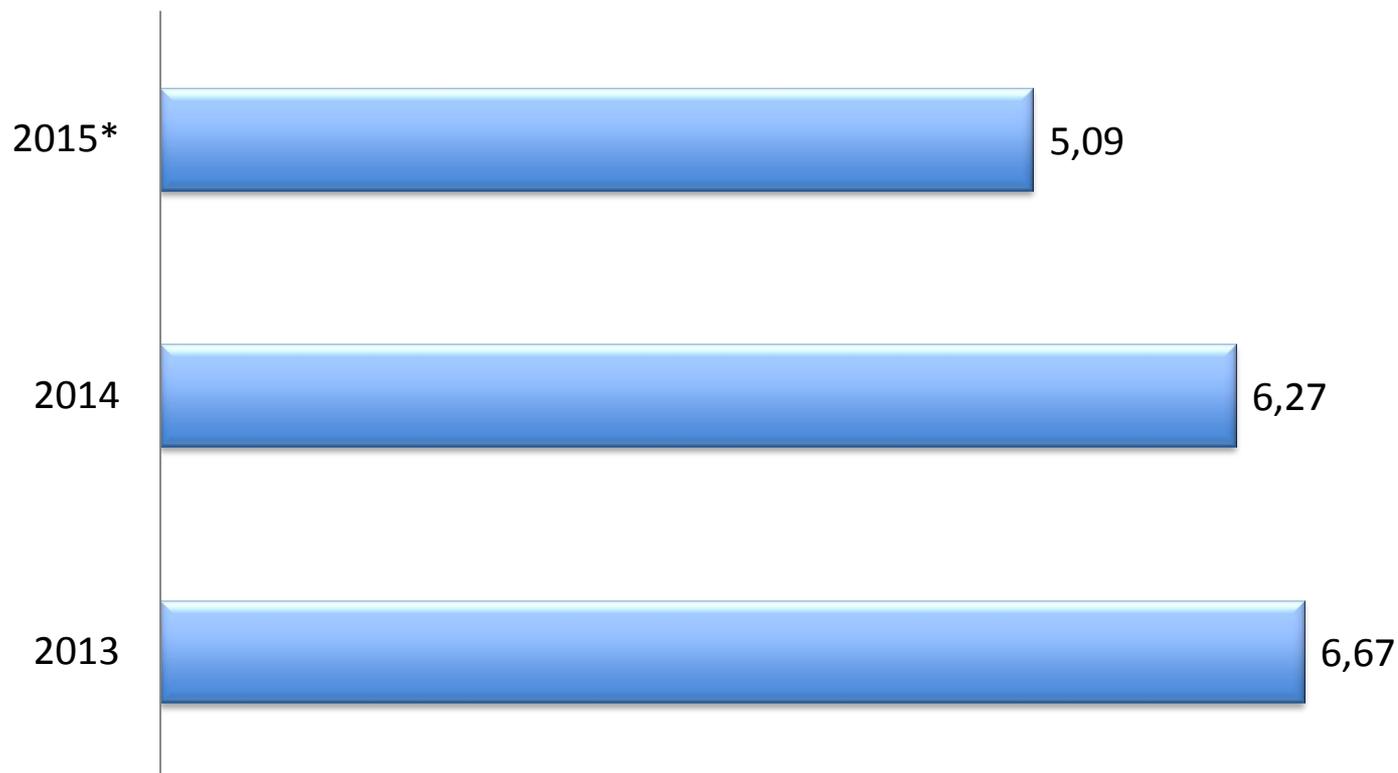
*Hasta septiembre 2015

En 2015 (hasta septiembre) presenta un aumento (3,37% | 123,6€/turista) del **gasto medio diario** del turista británico.



MERCADO BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA: ESTANCIA

ESTANCIA MEDIA DEL TURISTA BRITÁNICO EN IBIZA Y FORMENTERA



Fte: IBESTAT

*Hasta septiembre 2015

La **estancia media** del turista inglés en Ibiza y Formentera es de 6,67 días y desciende en 2015 (-18,84%).



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA

CONCLUSIONES





CONCLUSIONES

ENTORNO MACROECONÓMICO

Durante los últimos meses, los factores domésticos que subyacen a la evolución de la economía se han comportado en línea con lo esperado (mayor **empleo**, mejora de la **confianza** y de las condiciones de **financiación**, compromiso con una **política monetaria** acomodaticia) y se han visto reforzados por algunos factores externos, principalmente la fuerte **caída del precio del petróleo**, mientras que el mayor dinamismo de las economías europeas debería resultar en un mayor apoyo de las exportaciones netas.

En este contexto, la fortaleza del **crecimiento**, el **aumento de los salarios** y el desvanecimiento del efecto base de la caída del precio del petróleo sobre la inflación en 2015, han dado pie a una normalización muy gradual de la política monetaria a partir del último trimestre del año, aunque la alta incertidumbre, sobre todo política, puede terminar lastrando la demanda doméstica y condicionar las decisiones del Banco Central.



ESPAÑA

Según los datos de llegadas en 2014, hay **dos compañías** relevantes y **dos ciudades** que condicionarán el volumen y el tipo de turistas que llegarán a España.

El mercado emisor inglés es uno de los **principales mercados emisores** de España con un peso del 23% sobre el total de turistas llegados a España, con un incremento interanual de enero a septiembre 2015 del 3,1% (3,1% | 12.740.336).

Calculando el gasto total de los turistas británicos en España hasta septiembre, se produce un aumento interanual del 10,5% (11.535 millones, hasta septiembre)

El **gasto medio diario** por turista británico también aumenta en 2015 (de enero a septiembre 105€ | 9,8%), aunque la estancia media del turista británico disminuye hasta los 8,6 días en los turistas británicos llegados hasta septiembre de 2015.

El 38% de las ventas de España en el reino unido son mediante paquete turístico aunque en los últimos años se va consolidando el turismo independiente.



CONCLUSIONES

BALEARES

- Concentración de salidas desde 2 ciudades (Londres y Manchester) y a través de 3 compañías (TUI, Easyjet y Ryanair).
- La **llegada de turistas** británicos a Baleares incrementa 1,3% en 2014 (3.384.902), mientras este **incremento es de 2,5%** en 2015 si analizamos el periodo de enero-septiembre (3.174.057). La **estacionalidad** del mercado británico sigue concentrándose en los meses de junio a septiembre debido principalmente al tipo de turismo balear de sol y playa y turismo familiar.
- El **gasto medio diario** por turista inglés aumenta en 2015 (de enero a septiembre) hasta los 114,97€ (9,5%), mientras disminuye la **estancia media** con 8,11 días (2015 de enero a septiembre | -2,1%)
- El grupo de edad mayoritario son los de 25 a 44 años, seguido del grupo de entre 45 y 64. La mayoría de ellos son mujeres. Los ingleses suelen viajar con paquete turístico con unos porcentajes de 53% en Baleares. El motivo principal del viaje de los ingleses en Baleares, es por ocio y vacaciones, que en 2015 supuso un 98,7% en Baleares. El turista inglés ha preferido, reservar mediante **agencia de viaje o paquete** turístico por la seguridad jurídica que le aporta. (68%). Además el 77,62% entre enero y septiembre de 2015 ha utilizado internet en la planificación del viaje.



CONCLUSIONES

MALLORCA

En 2014 hay una variación interanual de llegada de turistas británicos en Mallorca del (2,83% | 2.165.660). En 2015 (hasta septiembre) aumenta el número de turistas británicos en Mallorca (1,25% | 1.985.210).

El descenso interanual del **gasto medio diario** del turista inglés se produce en 2014 (-1,61% | 105,93€). En 2015 (hasta septiembre) presenta un aumento (11,54%) del gasto medio del turista inglés (118,15€/turista).

La **estancia media** del turista británico en Mallorca desciende en 2015 (hasta septiembre) 5,52 días (-12,29%).



CONCLUSIONES

MENORCA

En 2014 hay una variación interanual de turistas británicos en Menorca del (-1,62% | 453049).

En 2015 aumenta (de enero a septiembre) el número de turistas británicos en Menorca (7,03% | 451.278).

En 2015 (hasta septiembre) presenta otro aumento (10,91% | 91,26 €/turista) del gasto medio diario del turista inglés.

La estancia media del turista inglés en Menorca desciende en 2015 hasta los 5,59 días de media .

IBIZA Y FORMENTERA

En 2014 hay una variación interanual de turistas británicos en Ibiza y Formentera del (-1,09% | 766192).

En 2015 aumenta la variación interanual acumulada (de enero a septiembre) de número de turistas británicos en Ibiza y Formentera (10,63% | 737569).

En 2015 (hasta septiembre) presenta un aumento (3,37% | 123,6€/turista) del gasto medio diario del turista británico.

La estancia media del turista inglés en Ibiza y Formentera es de 6,67 días y desciende en 2015 (-18,84%).



FEDERACIÓN EMPRESARIAL
HOTELERA DE MALLORCA



FEDERACIÓN EMPRESARIAL HOTELERA DE MALLORCA

C/ ARAGÓ Nº 215 – 3ª PLANTA 07008 PALMA MALLORCA
Telf: 971-70.60.07 - fax: 971-47.09.71