



ISSN 1988-5261

Vol 8, Nº 19 (diciembre / dezembro 2015)

ANÁLISIS DEL TURISTA BRITÁNICO QUE VISITA LAS ISLAS CANARIAS

Dra. Dña. Raquel Martín Rivero
rmartinr@ull.edu.es

Dña. Alicia Cabrera Rodríguez
ali_cabrod@hotmail.com
Universidad de La Laguna

RESUMEN

La incidencia del turismo británico en el archipiélago canario es de tal magnitud debido a que es uno de los principales mercados emisores de turistas para las islas. El análisis de los elementos que caracterizaron este turismo en el año 2013, constituye la finalidad de este trabajo; para ello se realizará un análisis descriptivo en el que se abordarán aspectos como la demanda del turismo británico en las islas, el perfil del turista británico y la caracterización de sus viajes, así como, la percepción que tienen sobre Canarias. De este modo, se aportará información útil para que, entre otros, los profesionales del sector turístico establezcan líneas estratégicas que ayuden a mejorar el servicio en las islas y atraer a un mayor número de turistas británicos al archipiélago.

Palabras clave: Turismo británico, Islas Canarias, demanda turística, perfil del turista.

ABSTRACT

The incidence of British tourism in the Canary Islands is of such magnitude since it is one of the major source markets of tourists to the Islands. The analysis of the elements that characterized this tourism in 2013, is the purpose of this work. This will be a descriptive analysis which will address aspects such as demand for British tourism in the Islands, the British tourist's profile and the characteristics of their travel, as well as, their perception on Canary Islands. Thus, useful information will be provided to professionals of the tourism sector to establish strategic guidelines that will help to improve the service in the Islands and attract a greater number of British tourists to the archipelago.

Key words: British tourism, Canary Islands, tourism demand, tourist's profile.

1. INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos que mayor crecimiento ha experimentado a nivel internacional. En el año 2013 este sector representó el 9% del PIB global, generando 1 de cada 11 empleos. El crecimiento del sector es tal que en 2013 hubo un total de 1,078 millones de turistas internacionales, cuando en 1950 no superaba los 25 millones (Organización Mundial de Turismo, 2014). Estas cifras no hacen sino

poner de manifiesto la importancia económica del sector turístico en la actualidad a nivel mundial, importancia que se acentúa aún más para el caso de España y de las Islas Canarias.

Según los estudios de Impacto Económico del Turismo (EXCELTUR y Gobierno de Canarias, 2014), en España la contribución al PIB de la actividad turística en 2013 supera el 10,9%. Para el caso de las Islas Canarias, el porcentaje de contribución del turismo al PIB representó el 31,2%, siendo el porcentaje del 20,8% (3,9% para España) si se analizan las actividades relacionadas con el turismo a efectos directos¹ además de generar el 35,2% del empleo de la comunidad, situando el impacto económico del sector en 2013 por encima de los niveles de inicio de la crisis económica internacional.

El archipiélago canario es uno de los principales destinos turísticos de España. Con más de 12 millones de turistas, de los que 10,63 millones son internacionales. Tan solo le superan en número de llegadas de turistas la Comunidad de Cataluña (15,56 millones) y las Islas Baleares (11,11 millones) (Instituto de Estudios Turísticos, 2013). Esto tiene aún más relevancia al tratarse España del “tercer país más visitado del mundo y el segundo en ingresos por turismo extranjero” como se afirma en el informe “Spain – The tourism sector is heading the recovery” (Consultora HVS, 2015).

Desde los años 60, cuando el turismo se transformó en un fenómeno de masas (Figuerola Palomo, 1999), la demanda turística extranjera hacia España ha ido en aumento. Esta tendencia de continuo crecimiento se debe principalmente a la expansión que han experimentado los países europeos, que son los principales emisores de turistas hacia España (Pellejero, 1999). El turismo procedente del Reino Unido, en concreto, es uno de los más significativos para el país y para Canarias. Además, es sumamente importante al tratarse del mercado turístico más desarrollado de Europa y el que marca las tendencias que luego se extenderán al resto del continente (IET, 2014). Es por ello que resulta interesante realizar estudios que ayuden a conocerlo mejor.

Por todo lo mencionado, el presente trabajo tendrá como objetivo analizar las generalidades del mercado emisor británico, su importancia dentro del turismo extranjero para Canarias, su procedencia dentro de Reino Unido y destinos preferenciales en las islas, así como, el perfil del turista y los elementos que caracterizan su viaje. Este análisis se realizará utilizando información suministrada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC), principalmente, a través de la *Encuesta de Gasto Turístico* (EGT) con datos del año 2013.

La estructura de este trabajo es la siguiente. El siguiente apartado ofrecerá una revisión de algunos estudios precedentes sobre el tema de la demanda turística y sus características. En el tercer apartado, se realizará un análisis descriptivo del turista procedente del Reino Unido en sus viajes a las Islas Canarias. Por último, se incluirán las principales conclusiones extraídas del análisis.

2. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Dada la importancia del sector turístico para las Islas Canarias se hace relevante el conocimiento de las características, hábitos y comportamientos de la demanda turística, así como, de su evolución en el tiempo, sobre todo ante un escenario de continuo cambio como el actual en el que la supervivencia dependerá de la capacidad del destino de ofrecer al turista productos y servicios acordes con sus expectativas en el momento justo. Este tipo de información se hace esencial, por tanto, para conseguir que los consumidores tengan una buena experiencia en sus visitas al destino.

En este contexto, son numerosos los trabajos que tratan de analizar la demanda de los turistas que visitan un determinado destino utilizando distintas técnicas de investigación, tanto predictivas como descriptivas. En cuanto a los que utilizan técnicas predictivas, son muy comunes los estudios que estudian la demanda del turista en un destino determinado con la elaboración de operaciones como la reducción de datos o la elaboración de modelos explicativos (Navinés & Ronquillo, 2001), (Quintana, Gil, Feijoó, & Caro, 2003), (Nadal, Font, & Pérez, 2005). Además de éstos, destacan los estudios que combinan las técnicas de análisis descriptivo con la elaboración de modelos econométricos que expliquen los comportamientos (Esteban Talaya, 2001), (Pinilla Domínguez & Boza Chirino, 2001), (Muñoz, 2011).

También son muchos los estudios relativos al tema que optan por utilizar técnicas descriptivas, siendo los más comunes los estudios segmentados cuyo fin es realizar un análisis explicativo, esto es, que tienden a buscar las variables que mejor discriminen entre las personas que

presentan comportamientos turísticos diferenciados (Bethencourt, González, Díaz, & Álvarez, 2002), (González Fernández, 2005) o los que elaboran análisis segmentados con fines descriptivos. En la revisión de la literatura se han encontrado estudios que utilizan técnicas descriptivas centrados en segmentos específicos tanto de turistas que llegan al país (Espejo Marín & Mansilla Pérez, 1998), (González, Sánchez, & Sanz, 2006), (Molina Collado et. al, 2011) como de turistas que viajan a determinadas regiones. Entre ellos destacan los estudios que analizan los turistas que llegan a los destinos del litoral del Mediterráneo (Garau Vadell & Tur Tur, 2000), (Sastre & Payeras, 2004) y los que se centran en las Islas Canarias (Martin Rivero & González Mora, 2013), dada la importancia de estos destinos turísticos dentro de España.

En el presente trabajo se realizará un análisis descriptivo del conjunto de turistas cuyo lugar de residencia es el Reino Unido en sus visitas a las Islas Canarias. A pesar de la gran cantidad de trabajos encontrados en la bibliografía, ninguno se centra en el turismo británico, lo que convierte este trabajo en pionero en este contexto.

3. EL TURISMO BRITÁNICO EN CANARIAS

Los datos expuestos en el análisis proceden principalmente de la Encuesta de Gasto Turístico que realiza el ISTAC², cuyo objetivo básico es conocer el volumen y la estructura del gasto realizado por los turistas que pernoctan al menos una noche en cualquier tipo de alojamiento de la Comunidad Autónoma de Canarias. También es objeto de estudio de esta encuesta conocer el perfil sociodemográfico del turista y las características del viaje. Se trata de una encuesta que el turista mayor de 16 años autocumplimentada. Los datos son referentes al año 2013, cuando el tamaño de la muestra de la encuesta fue de 32.911 cuestionarios válidos, obtenida mediante muestreo trietápico y no probabilístico³.

Otras fuentes que se han utilizado para la elaboración del trabajo, son La Encuesta de Alojamiento Turístico (EAT)⁴ tanto la de alojamiento hotelero como la de extrahotelero que también realiza el ISTAC y la Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) del año 2013. También se han consultado datos publicados por Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA).

En este apartado se presenta una descripción del turismo británico en Canarias. Se analizarán diferentes aspectos del turismo procedente del Reino Unido: la evolución de las llegadas, la procedencia de los turistas dentro de su país, así como, sus destinos preferenciales en las islas, su perfil sociodemográfico y los diferentes rasgos que caracterizan sus viajes.

3.1. Evolución de las llegadas

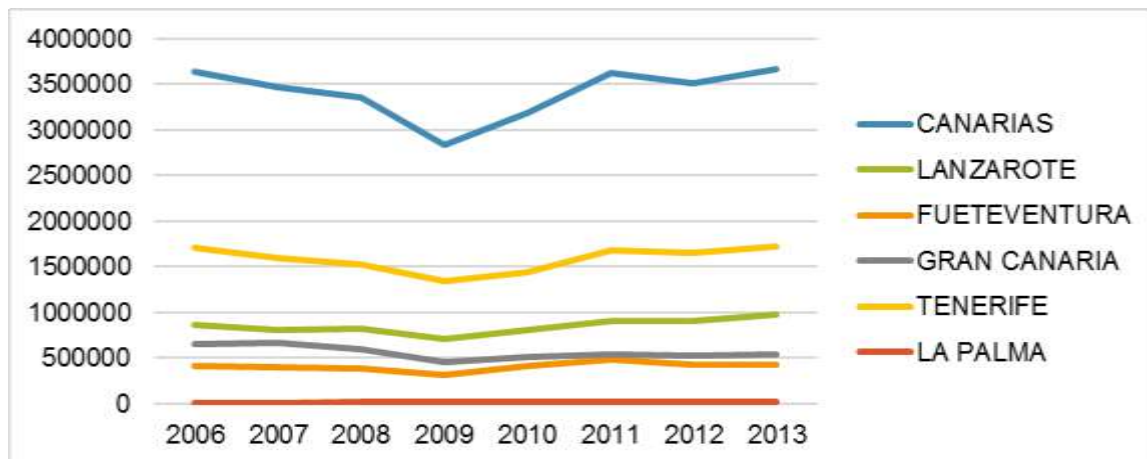
La evolución del número de llegadas es una variable que nos puede mostrar la importancia que viene adquiriendo la actividad turística en un destino (Flores Ruiz & Barroso González, 2010), es por ello que se analiza la evolución de las llegadas por vía aérea procedentes del mercado británico en los últimos años hacia las islas. Esto se realizará a través de datos proporcionados por AENA, y además, se diferenciará el número de llegadas por isla de destino. En el *Gráfico 1*, se puede observar como desde el año 2007, con el comienzo de la crisis económica que afectó a España y a la mayoría de países europeos, las llegadas decrecieron hasta llegar al menor dato de los últimos diez años en 2009, con dos millones ochocientos mil llegadas.

Después de esa gran caída, en los años más recientes, las llegadas han ido recuperando las cifras anteriores a la crisis, hasta lograr en 2013 superar los tres millones y medio de pasajeros. Esta recuperación de la demanda puede deberse a factores como la recuperación económica de los turistas británicos tras la salida del proceso de recesión económica.

La evolución en cada una de las islas ha sido similar al total del archipiélago. Primero hubo una fase en la que el número de llegadas de turistas británicos superaba las cifras habituales. Años después, con la llegada de la crisis económica, las cifras comenzaron a decaer y no fue hasta 2010 que empezaron a recuperar llegadas de pasajeros. Tenerife nunca ha dejado de ser la isla que atrae mayor número de estos turistas, seguida por Lanzarote. Gran Canaria es la isla que más turistas ha ido perdiendo en los últimos años. Se puede observar que, mientras el resto de las islas analizadas (excluyendo La Palma) se han mantenido más o menos en las cifras existentes antes de la crisis, con Gran Canaria no ha sucedido lo mismo y, aunque es la tercera isla más visitada por los británicos, desde 2011 está muy próxima a Fuerteventura.

Las cifras de la isla de La Palma también presentan modificaciones en esos años, pero debido a que son muy inferiores a las de las otras islas no pueden apreciarse en el gráfico. Su comportamiento difiere al del resto de las islas, pues en el año 2008 aumentaron las llegadas a la isla en más de quince mil, lo cual supone una cifra importante ya que en 2007 no llegaron a cuatro mil.

Gráfico 1. Evolución del número de llegadas por vía aérea del Reino Unido por isla (2006-2013).



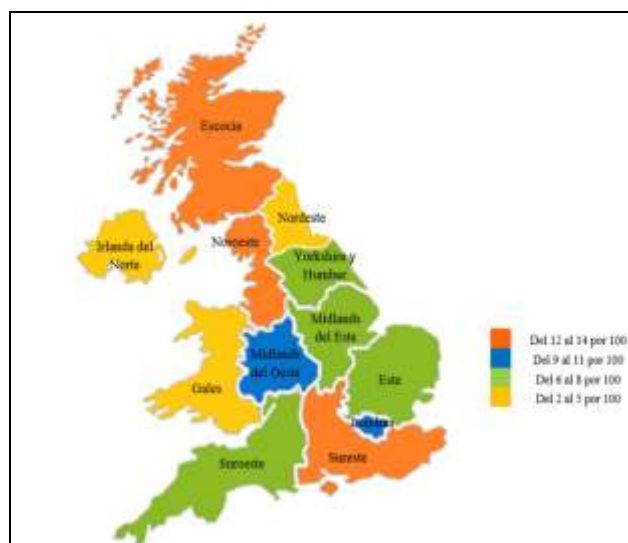
Fuente: Elaboración propia a partir de AENA (2013).

3.2. Procedencia y destino

Una vez comprobado que el turismo británico es uno de los principales mercados emisores que vienen a las islas y que dicha importancia se mantiene a lo largo de los años, parece conveniente seguir profundizando en las características de los mismos. Es por ello que en el siguiente apartado se estudiará, en primer lugar, las regiones, dentro del Reino Unido, de la que procede el turista británico y seguidamente se analizarán sus destinos preferenciales dentro del archipiélago.

Se ha considerado conveniente analizar si existe relación en la decisión “elegir Canarias como destino turístico” de los turistas del Reino Unido en función la “región de origen” dentro de su país. Es por ello que a continuación se van a analizar las llegadas de turistas británicos atendiendo a su procedencia.

Figura 1: Procedencia del turista británico que visita Canarias (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

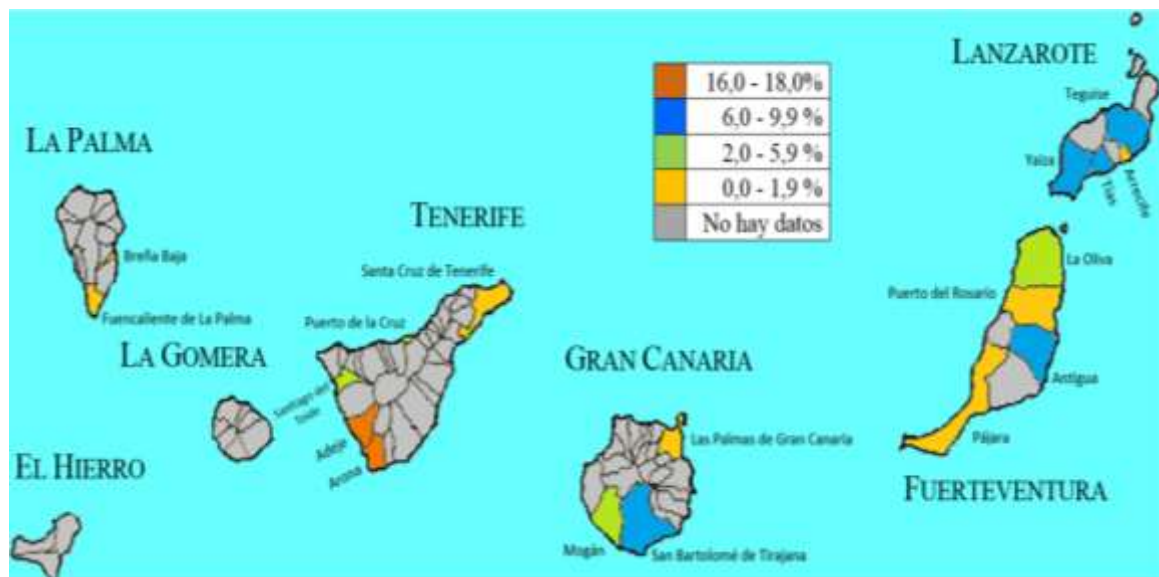
La composición del turismo británico en Canarias presenta una variedad muy importante en cuanto a su origen en este país. Dentro de este marco destacan tres regiones: Escocia y Noroeste de Inglaterra, en cada una reside un 14% del total de turistas que visita la Comunidad y Sudeste de Inglaterra, de donde procede un 13% de los turistas británicos. A estas tres, le siguen Londres y Midlands del Oeste. La región donde se encuentra la capital del Reino Unido emite un 11% de los turistas, mientras que el 10% procede de Midlands del Oeste. Solo estas cinco regiones emiten tres de cada cinco británicos que vienen a Canarias. Las regiones restantes tienen un papel menos importante en cuanto a envío de turistas, siendo la aportación del Este de Inglaterra y de Yorkshire y Humber del 8% cada una, Midlands del Este 7% y del Suroeste de Inglaterra del 6%. Por último, las aportaciones de Gales, del Nordeste de Inglaterra y de Irlanda del Norte no llegan al 5% de turistas cada una (*Figura 1*).

El volumen poblacional de las regiones del Reino Unido podría ser uno de los hechos que explica la diferencia en cuanto a emisión de turistas a las Islas Canarias, pues regiones como el Sudeste de Inglaterra, Londres o el Noroeste de Inglaterra son las más pobladas (Office National of Statistics, 2012), y además, son de las que más envían turistas hacia las islas junto con Escocia. Otros aspectos como el nivel de renta podrían explicar también esta diferencia.

Es importante conocer los destinos preferenciales de los mismos una vez llegados al destino. Si lo que se pretende conocer es a qué isla prefieren viajar los británicos, casi la mitad (46%) elige Tenerife para realizar su viaje. El 27% se decide por la isla de Lanzarote y las islas de Gran Canaria y Fuerteventura reciben un 15% y un 12% respectivamente. El resto de los turistas británicos se deciden por las islas de La Palma, La Gomera o El Hierro, siendo este dato prácticamente insignificante.

Desde el año 2009 como consecuencia de la importancia del sector del turismo en las islas se comenzó a publicar información turística por municipios, para los datos de la Encuesta de Gasto Turístico y la Encuesta de Alojamientos Turísticos. Los datos obtenidos para el año 2013 son los siguientes:

Figura 2: Turistas británicos por isla y municipio de destino.



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

Los municipios de Arona y Adeje de la isla de Tenerife, concretamente, son los principales receptores de británicos, pues entre los dos abarcan el 68% de los turistas británicos que visitan Tenerife, esto es, el 31% del total de visitantes de las islas. Frente a esta situación se encuentra el municipio de Puerto de la Cruz, destino turístico en fase de declive (Rodríguez, 2004), (Dorta Rodríguez & García Cruz, 2010) que en 2013 contó con el 2% de los turistas británicos que llegaron a Canarias. En otras islas destacan por su número de turistas los municipios de Yaiza y Tías en Lanzarote, con un 9% y un 8% de británicos; en la isla de

Fuerteventura los municipios Antigua (6%) y La Oliva (4%) y en Gran Canaria destacan San Bartolomé de Tirajana (7%) y Mogán (5%) (Hernández Martín et al., 2014) (*Figura 2*).

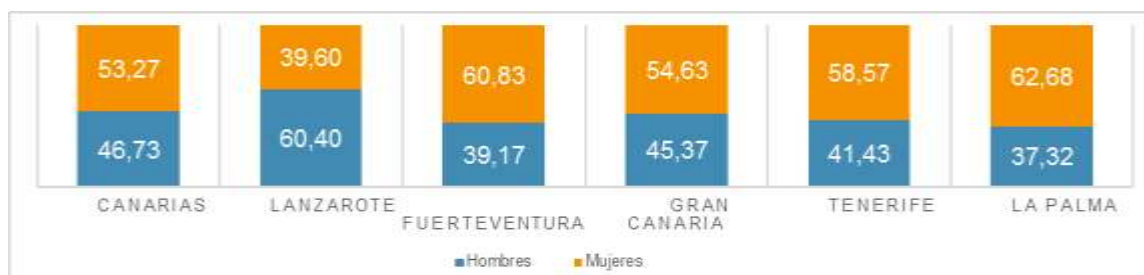
3.3. Perfil del turista

Los turistas son cada vez más exigentes, están más experimentados y disponen de más información. Es por ello que para poder atender su demanda se hace necesario conocer sus gustos y necesidades. Teniendo un buen estudio del perfil del turista, el destino podrá acercarse más a lo que el turista pide y convertirse un referente del sector. Para definir el perfil de los turistas que llegan a un destino, los atributos que se han de tener en cuenta son variados. Consiste en dar respuesta a diversas cuestiones en torno a la figura de la persona, las características que le definen y le hacen interesante para cualquier agente que trabaje en empresas, asociaciones o instituciones que tienen el objetivo de ofrecer al turista lo que el demande y en el momento justo, así como para elaborar las promociones y las propias políticas turísticas.

En este apartado se analizarán las características sociodemográficas del turista británico que visita Canarias, o lo que es lo mismo, los rasgos sociales y personales del individuo en el periodo determinado. Estos atributos son la edad, el sexo y la situación laboral de la persona que viaja, lo cual conviene conocer para deducir su capacidad de gasto en el destino turístico.

3.3.1. *Edad y sexo*: la mayor afluencia de turistas británicos pertenece al género femenino, tanto en el conjunto de las islas (un 53% frente al 47% de género masculino), como en cada una de ellas, excepto en Lanzarote, única isla donde el porcentaje de turistas hombres supera al de mujeres (*Gráfico 2*).

Gráfico.2: Turistas británicos por sexo e isla (%).

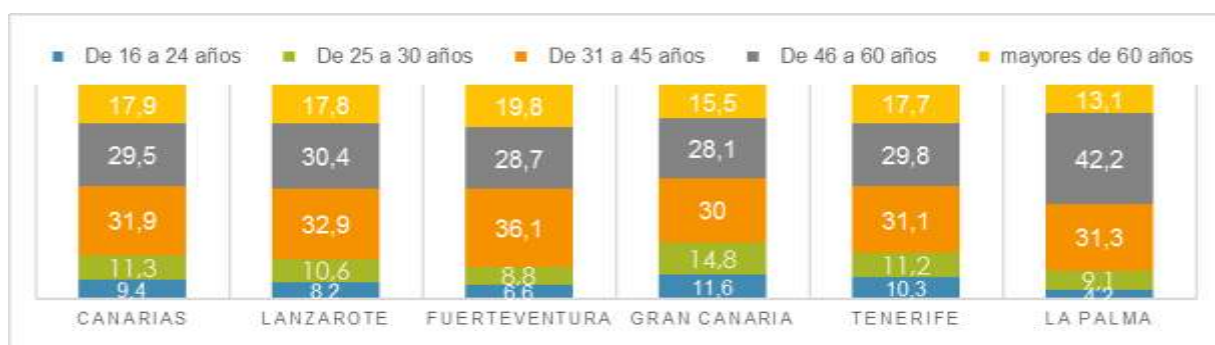


Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

En cuanto a la edad de los visitantes, la mayoría de ellos tienen entre 31 y 60 años, siendo la edad media de este tipo de visitante de 44,9 años. El grupo que comprende las edades entre los 16 y los 24 años cuenta con un 9,4% de representación entre todas las islas, siendo el grupo de edades que menos visitan Canarias. De los 25 años y hasta los 30 vienen más turistas de esta nacionalidad, pero tampoco alcanza al resto de grupos de edades. A partir de los 31 años el turista británico viaja más a las islas, alcanzando el grupo entre los 31 y los 45 años casi un 32% y los de 46 hasta los 60 un 29,5% del total de turistas, lo que explica que la edad media esté situada en esa edad. (*Gráfico 3*). Cabe mencionar que, según datos del ISTAC, con el paso de los años la edad media del turista británico que visita las islas es cada vez inferior, lo que podría deberse a que el porcentaje de mayores de 60 años es, también, cada vez menos representativo.

Los datos mencionados anteriormente son similares en cada una de las islas de manera individual, excepto en la isla de La Palma, donde el porcentaje de británicos entre 46 y 60 años se acentúa, siendo más de un 10% superior al del total de las islas, lo que se ve compensado con un menor porcentaje de jóvenes entre 16 y 24 años.

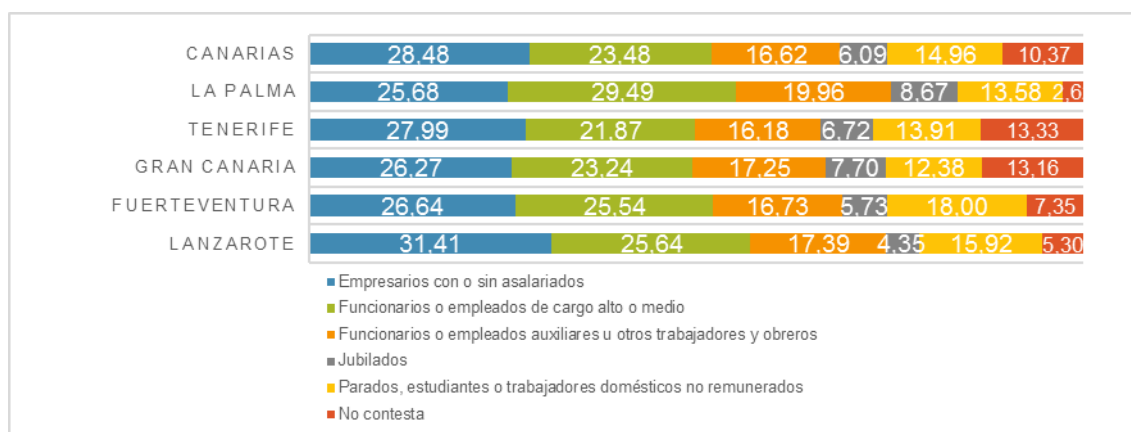
Gráfico 3: Turistas británicos por edad e isla (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

3.3.2. Profesión del turista: el Gráfico 4 representa la actividad económica a la que se dedica el turista procedente del mercado británico que visita las islas. En él resaltan principalmente tres categorías profesionales. En primer lugar se encuentran los empresarios (con o sin asalariados), conforman el grupo que más visita las islas (29%), seguido de funcionarios o empleados con un cargo medio o alto (23%) y empleados a nivel auxiliar u otros trabajadores y obreros, en tercer lugar, con un 17%. Estas tres categorías por sí solas abarcan más de la mitad de turistas británicos durante el año 2013. En el otro extremo se encuentran los parados, estudiantes, trabajadores domésticos y jubilados, que representan en conjunto una quinta parte de los turistas.

Gráfico 4: Turistas británicos según su actividad económica por isla (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

En cuanto a la profesión del turista que llega a cada isla, destacan los siguientes datos. En la isla de Fuerteventura, el porcentaje de turistas del Reino Unido parados, que son estudiantes o trabajadores domésticos es superior a la media canaria, en la isla este grupo abarca un 18%. Por otra parte, Lanzarote es la isla visitada por un mayor porcentaje de empresarios, un 31%. También destaca que el porcentaje de turistas jubilados (9%) y de funcionarios o empleados de cargo alto o medio (29%) es mayor en La Palma que en las otras islas.

3.4. Características del viaje

Después de conocer de dónde vienen y hacia dónde van, su edad, su género y su perfil profesional del turista, se analizarán las características de su estancia, empezando por los meses en que vienen y la duración de la estancia según la estación del año en cada isla, el tipo de establecimiento que eligen, la estancia media, las personas con las que decide realizar el viaje, la forma en que organizó el viaje y en que conoció el destino Canarias, así como, sus motivaciones para venir y el gasto que realizó.

3.4.1. Perfil estacional: el mercado turístico canario posee unas condiciones climáticas únicas y distintas a cualquier otra zona receptora de turismo en España, e incluso, en Europa. De ahí que las islas con “el mejor clima del mundo”⁵ puedan considerar su temporada alta en los meses de invierno pues es en esos meses donde encuentran realmente su especialización,

mientras que en los meses de verano simplemente se sigue la inercia del mercado (Ramón & Abellán, 1995).

Para el turismo procedente del extranjero y concretamente del Reino Unido, a diferencia del turismo nacional⁶, la tendencia de no estacionalización en las islas se acentúa aún más, esto es, que no se centran las llegadas de turistas británicos en unos meses concretos. Así se puede observar en el *Gráfico 5*, basado en el estudio de Muñoz (2011), referente al porcentaje de turistas británicos por estación del año en 2013 para el conjunto de las islas, la diferencia entre el número de turistas en los meses de otoño e invierno y los meses de verano y primavera. Los primeros, rondan el 48% del total de turistas llegados en el año, mientras que los meses de primavera y verano cuentan, por tanto, con el 52% restante.

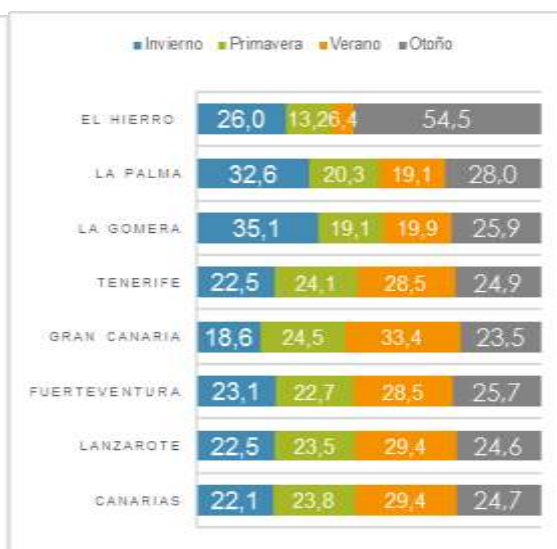
Destacan los datos de la isla de La Palma, pues a diferencia del resto de islas, registra mayor número de turistas británicos en los meses de invierno y otoño, que abarcan entre los dos más del 60% de los turistas en el año y, sin embargo, en Gran Canaria sucede lo contrario y es en los meses de verano y primavera donde presenta un mayor porcentaje de turistas británicos. En las otras islas los porcentajes de turistas están más igualados durante todo el año, aunque son ligeramente superiores en los meses que abarcan el verano y el otoño (junio-noviembre).

Por otra parte, si se analiza el número de pernотaciones en establecimientos de alojamiento (*Gráfico 6*), llaman la atención los porcentajes de la isla de El Hierro, pues acumula más del 80% de las pernотaciones de todo el año en los meses de invierno y otoño, quedando los meses de verano con tan solo un 6,4% de las pernотaciones. Esta tendencia de mayor número de pernотaciones en los meses de invierno y otoño también la siguen La Palma y La Gomera, aunque en menor medida. En Gran Canaria, como consecuencia de un mayor número de turistas, las pernотaciones en verano son mayores, alcanzando un 33%. Y en el resto de las islas, los porcentajes de pernотaciones son más constantes todo el año, coincidiendo estos datos con los del *Gráfico 5*.

Gráfico 5: Turistas británicos según estación del año e isla (%).



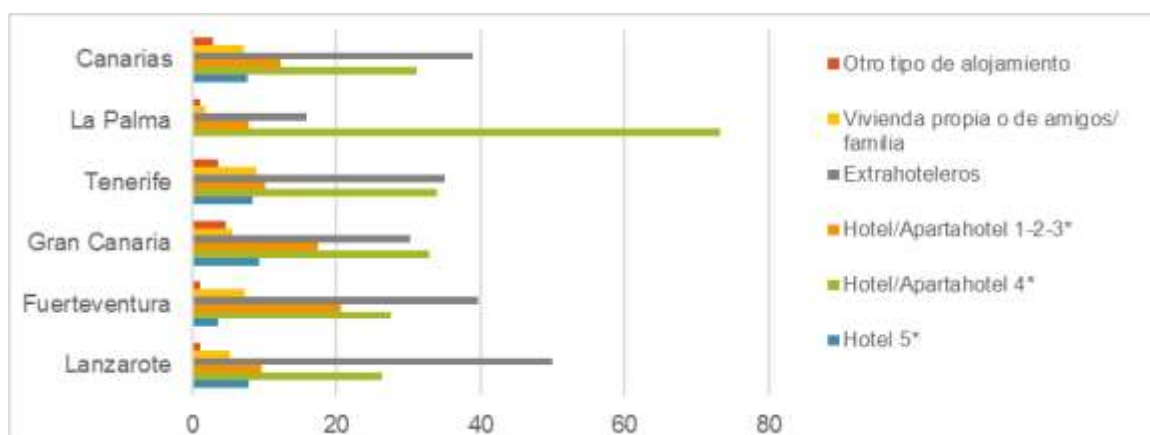
Gráfico.6: Pernотaciones por estación del año e isla (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EAT. ISTAC (2013).

3.4.2. Lugar donde se aloja: la encuesta realizada por el ISTAC para conocer el tipo de establecimiento en el que se quedan los turistas que visitan las islas pide que, entre los distintos tipos de alojamiento que ofrece cada isla, los turistas indiquen el que ellos han utilizado. Distingue entre establecimientos hoteleros y establecimientos extrahoteleros. Los hoteleros estarían compuestos por el conjunto de hoteles o apartahoteles de 5, 4, o 1-2-3 estrellas y el grupo de los extrahoteleros está formado por los apartamentos, casas y hoteles rurales y viviendas de propiedad alquiladas.

Gráfico 7: Turistas británicos por tipo de alojamiento e isla (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de la EAT. ISTAC (2013).

Los resultados difieren bastante entre unas islas y otras, es por ello que en el *Gráfico 7* se detalla el porcentaje de elección de cada tipo de establecimiento de alojamiento en cada una de las islas por parte de los británicos.

Aunque todas las islas coinciden con la media canaria en que los establecimientos más elegidos son los extrahoteleros o los hoteles o apartahoteles de 4 estrellas, en unas islas prefieren unos y en otras islas los otros. Para el caso de la media de Canarias, el tipo de establecimiento con mayor representación es el extrahotelero con un 38,9%, en estos se incluyen los apartamentos o villas privadas alquiladas, y después el hotel o apartahotel de 4 estrellas, con un 31,1%. A estos dos le siguen el resto de hoteles o apartahoteles, después las viviendas cuya propiedad es propia o de familia o amigos y, por último otro tipo de alojamientos, entre los que se encuentran pensiones o campings.

En la isla de La Palma destaca considerablemente el porcentaje de turistas que se hospedaron en hoteles de 4 estrellas (73,3%) y en establecimientos hoteleros un 15,8%, quedando los hoteles de 5 estrellas sin representación en esta isla.

Al otro extremo del archipiélago, en Lanzarote y Fuerteventura sucede lo contrario que en La Palma, pues son los establecimientos extrahoteleros los que más ocupan los turistas británicos durante su estancia. En el caso de Lanzarote un 50% frente a un 26,3% en los hoteles de 4 estrellas y en Fuerteventura un 39,6 % de los extrahoteleros frente a un 27,5% de los hoteles o apartahoteles de 4 estrellas. Otro dato que llama la atención es que es en las islas más orientales donde los turistas más se alojan en hoteles o apartahoteles de 1-2-3 estrellas, llegando en Fuerteventura al 20,7%.

3.4.3. Estancia media: en este apartado se pretende comprobar si existen diferencias en el número medio de días que el británico se queda en las islas en función del tipo de establecimiento en el que se alojan durante su estancia.

Tabla 1: Estancia media del turista británico según tipo de alojamiento e isla.

Tipo de establecimiento	Días
Total	9,17
Hoteles o apartahoteles de 4 y 5 estrellas	8,42
Hoteles o apartahoteles de 1, 2 y 3 estrellas	8,77
Extrahoteleros	9,47
Otros tipos de alojamientos	11,43

Fuente: Elaboración propia a partir de EAT. ISTAC (2013).

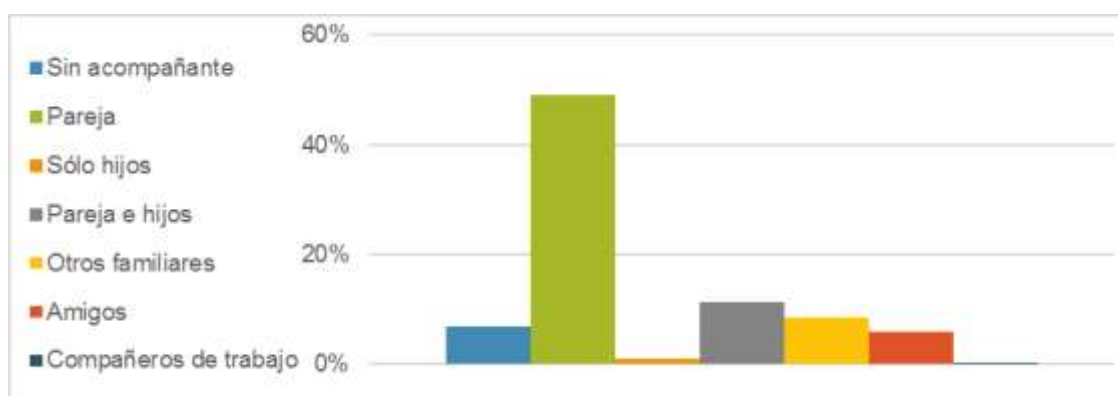
El número medio de días que el turista británico se queda en las islas independientemente del lugar donde se aloje es de 9,17. Si el turista se aloja en hoteles esta cifra disminuye, sin embargo, si el turista se aloja en un apartamento o en casas de propiedad alquiladas la estimación de días es superior, 9,47 días. Por último, cuando el turista decide pernoctar en

otro tipo de alojamiento, como casas en propiedad, pensiones o campings, el número medio de días es aún mayor, asciende a 11,43 días

3.4.4. Personas con las que viaja: si se observa el *Gráfico 8*, no cabe duda de que el turista británico prefiere realizar su viaje a las islas con compañía, pues, durante el 2013, nueve de cada diez turistas viajaron con alguien más. Concretamente, la mitad de los turistas eligió viajar con su pareja, la otra mitad lo hizo con su pareja e hijos (11,4%), acompañado de otros familiares (8,6%), con un grupo de amigos (5,9%) o sin acompañante (6,8%). Por otra parte, el porcentaje de turistas que viajaron sólo con sus hijos o que decidieron hacerlo con sus compañeros de trabajo es prácticamente insignificante.

Cabe destacar que la isla a la que viajan más británicos sin acompañante es Gran Canaria y a la que menos es a La Palma, siendo esta última junto a Lanzarote a la que más viajan en pareja. Fuerteventura y La Palma son las islas a las que mayor porcentaje viaja en familia, entendiendo como tal la pareja y los hijos, a su vez, estas dos islas son las que menor porcentaje de turistas británicos eligen para pasar las vacaciones con amigos.

Gráfico 8: Turistas británicos según personas que le acompañan en el viaje (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

3.4.5. Organización del viaje: para el año 2013 el 46,4% de los británicos que vinieron a las islas reservaron el alojamiento contactando con tour operadores, casi un 15,7% lo reservó contactando directamente con el establecimiento de alojamiento (a través de la página web del establecimiento la mayoría) y un 11,3% lo hizo mediante portales de Internet diferentes al del establecimiento. El porcentaje de turistas que reservó el alojamiento acudiendo a agencias de viaje no llega al 10%. Casi un 17% de los turistas no necesitó realizar reserva del alojamiento, lo que puede significar que disponen de vivienda propia o que tienen familiares o amigos que la disponen. En cuanto a la reserva del vuelo, el 53,1% lo hace a través de tour operadores, un 30,2% lo reserva directamente con la compañía aérea, igual que en el caso de la reserva del alojamiento, la mayoría de los turistas que reservan directamente con la compañía aérea lo hace mediante su página web. A través de agencias de viaje la realizan el 9,4% de los británicos y, por último, un 7,3% lo hace utilizando portales de internet diferentes al de la compañía.

Tabla 2: Turistas británicos por canales de reserva utilizados (%).

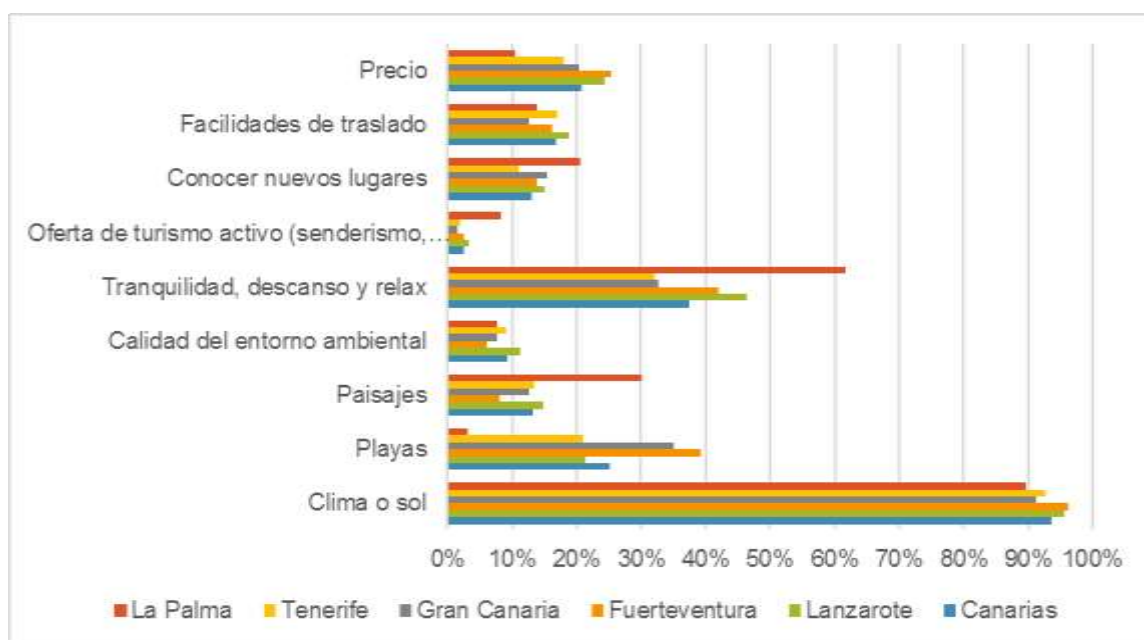
	<i>Reserva alojamiento</i>	<i>Reserva vuelo</i>
Tour operadores	46,4	53,1
Alojamientos directamente / Compañía aérea	15,7	30,2
Agencias de viajes	9,7	9,4
Portales de Internet	11,3	7,3
No lo sabe/no le hacía falta/no contesta	16,8	-

Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

3.4.6. Motivaciones del viaje: antes de analizar los motivos que llevan al turista británico a elegir Canarias como destino, mencionar que, según datos de la EGT, el 97,2% de los viajes

realizados por el británico a Canarias en 2013 son viajes de vacaciones. En cuanto a los motivos que por los que elige el destino Canarias (*Gráfico 9*), se observa claramente que el factor predominante es el clima, casi el total de los turistas británicos se encuentra motivado por ese factor para viajar a las islas en 2013. La tranquilidad de las islas y las playas son los otros aspectos que más contribuyen a la elección de los turistas. En este caso se encuentran diferencias en los motivos de elección dependiendo de la isla que se visite. Aunque en todas ellas predomine el clima y la tranquilidad ya mencionadas, existen otros factores que llevan al turista a viajar a determinadas islas. Es el caso de La Palma, en la que destacan aspectos como los paisajes, conocer nuevos lugares o la oferta de turismo activo en comparación con las otras islas. En Fuerteventura y Gran Canaria destaca la elección por las playas, mientras que los porcentajes de visita por los paisajes o el turismo activo son mínimo, lo contrario a la isla de La Palma. Cabe destacar que el motivo “precio” como factor de elección de destino turístico destaca sobre todo en Fuerteventura y Lanzarote. Las diferencias en los porcentajes de los motivos de elección de cada isla no hacen sino resaltar la diversidad de las islas entre ellas, pues cada una ofrece diferentes aspectos que el turista tiene en cuenta a la hora de decidir a qué isla visitar.

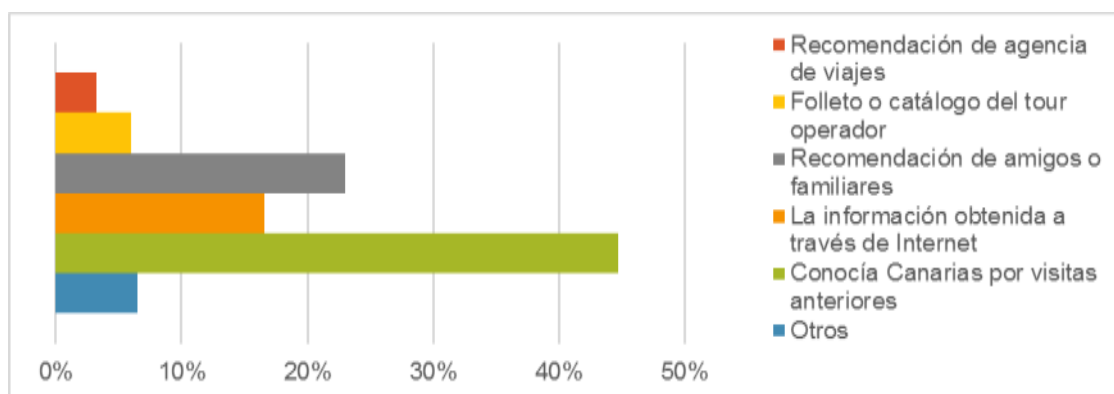
Gráfico 9: Turistas británicos por motivación en la elección de Canarias como destino por isla (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

3.4.7. Formas de conocer el destino: otro aspecto a tener en cuenta para conocer el turismo que viene a Canarias procedente del Reino Unido, es saber cómo han conocido las islas, de modo que aclare las formas que resultan más efectivas a la hora de hacerse conocer para este mercado emisor. Los resultados son los que refleja el *Gráfico 10* y demuestran que la mayoría de los británicos ya conocía las islas porque ya las había visitado anteriormente (44,7%), el siguiente grupo más representativo es el que forman los turistas que conocieron el destino por recomendaciones de conocidos (23,0%) y el grupo de los que conocen Canarias a través de Internet (16,6%). Los porcentajes de turistas que conocen las islas por recomendaciones de agencias de viajes o por folletos del tour operador son muy bajos.

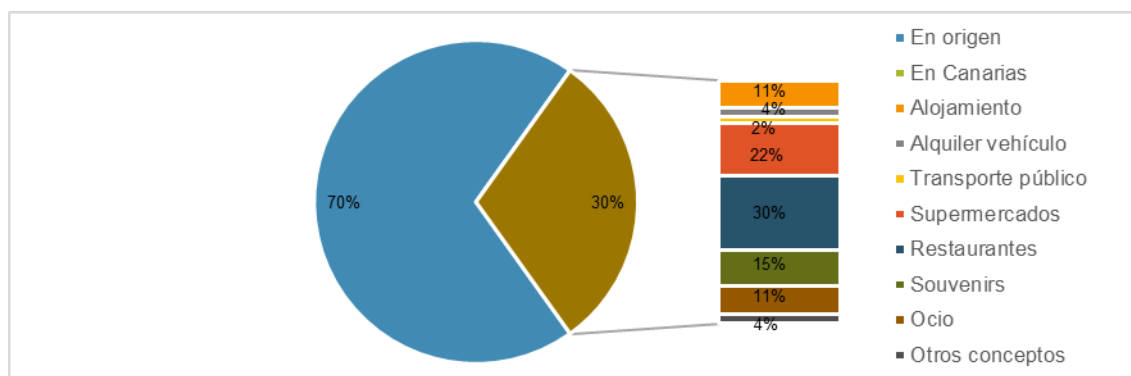
Gráfico 10: Turistas británicos según forma de conocer el destino (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

3.4.8. Gasto realizado: el gasto que los turistas realizan en un destino hace referencia a la suma pagada por la adquisición de productos y servicios para uso propio o para regalar, durante el viaje, como indica la OMT. Se trata de una variable que tiene mucho interés por la información que aporta sobre la calidad y la rentabilidad del turismo en un destino. Se analizará el gasto realizado por el turista, en función de si el gasto ha sido realizado en el origen o en destino. Además, el gasto realizado en Canarias se distinguirá por conceptos para tener una idea de en qué gasta el turista británico en las islas. Se ha elegido el gasto medio por turista y día. A la vista del *Gráfico 11*, se puede afirmar que la mayor parte de la inversión del turista en el viaje corresponde a gasto realizado en origen antes de hacer el viaje. Dado que el gasto medio diario del turista británico que viaja a canarias es de 114, 73 euros, 80,04 euros corresponden a gasto en origen (70%) y los 34,04 euros restantes a gasto en Canarias (30%). El mayor gasto realizado por los turistas en Canarias queda reflejado en los restaurantes, lo que equivale a un 30% del gasto diario total en el destino. El siguiente gasto más significativo corresponde a la compra en supermercados (7,62 euros) y la compra de souvenirs (5,18 euros).

Gráfico 11: Distribución del gasto diario del turista británico en Canarias (%).

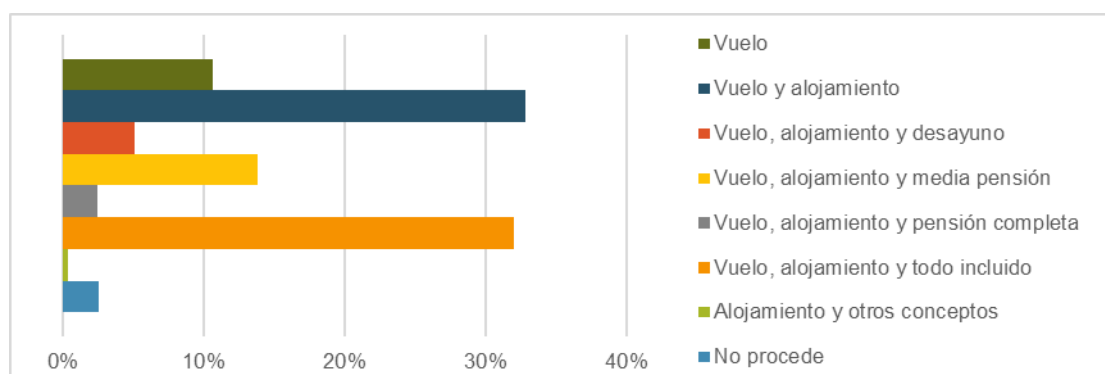


Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

El hecho de que los conceptos de alojamiento y transporte representen tan poco en el gasto diario del turista británico en Canarias se debe a que en muchas ocasiones son contratadas desde el origen con paquetes de viaje. Como muestra el *Gráfico 12*, el 33% de los turistas británicos viajan con el vuelo y el alojamiento pagados en origen y otro 32% viaja con vuelo, alojamiento y régimen 'todo incluido' pagados en origen, lo que se traduce en un menor gasto en Canarias, al tener más controlado el gasto que va a realizar en las vacaciones. La tendencia de viajar con 'todo incluido' se encuentra emergente en las islas, lo cual genera bastante incertidumbre al tratarse de una modalidad relativamente nueva para el archipiélago (Flores Ruiz & Barroso González, 2010). Un 14% decide viajar con vuelo, alojamiento y régimen de 'media pensión' pagados en origen y un 11% viaja sólo con el vuelo ya pagado.

Además del vuelo, el alojamiento o los regímenes de los establecimientos de alojamiento de 'desayuno incluido', 'media pensión', 'pensión completa' o 'todo incluidos', algunos turistas deciden pagar en origen otros conceptos como el alquiler de vehículo o las excursiones, aunque los porcentajes de estos en 2013 no son muy representativos.

Gráfico 12: Conceptos pagados en origen por los turistas británicos (%).



Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

3.4.9. Tipo de aerolínea utilizada: Por otra parte, es importante mencionar que más de la mitad de los turistas británicos se desplazaron a las islas en compañía aérea de bajo coste (CBC) o 'low-cost'. Un 57,7% las elige frente a las compañías tradicionales. Esto se debe a que cada vez es más común que el turista busque vuelos lo más barato posible para poder permitirse ampliar unos días sus vacaciones o disfrutar más tranquilamente su estancia (*Tabla 3*).

Tabla 3: Turistas británicos que utilizaron CBC para viajar a Canarias.

	Turistas	%
TOTAL	3.322.780	100
Sí voló en bajo coste	1.915.898	57,7
No voló en bajo coste	1.330.033	40,0
No contesta	76.849	2,3

Fuente: Elaboración propia a partir de EGT. ISTAC (2013).

4. CONCLUSIONES

Con la realización de este estudio se ha pretendido analizar las principales características del mercado emisor británico que visita las Islas Canarias, abordando aspectos como su procedencia dentro del Reino Unido y destinos preferenciales, así como los elementos que caracterizan al turista y a sus viajes.

Una vez analizados los datos mencionados, las principales conclusiones que se extraen del estudio son las que se exponen en los siguientes párrafos.

- La isla de Tenerife se consolida en 2013 como el principal destino turístico para los turistas británicos, que se encuentran concentrados, principalmente, en los municipios de Arona y Adeje.
- Gran Canaria pierde peso en llegadas de turistas británicos en relación con la evolución de las llegadas a Tenerife, Lanzarote o Fuerteventura a lo largo de los años.
- Fuerteventura es la isla con mayor porcentaje de turistas británicos que se encuentran parados laboralmente o son estudiantes y, a su vez, es en la que el turista tiene un gasto medio diario menor.

- Para el mercado británico no existe estacionalización en Canarias, pues los porcentajes de turistas no varían mucho según la estación del año, incluso, en El Hierro, La Gomera y La Palma los porcentajes son mayores en temporadas de invierno.
- Los británicos viajan mayoritariamente solos con la pareja en la mayoría de los casos y prefieren establecimientos extrahoteleros para hospedarse, excepto en La Palma, que eligen hoteles o apartahoteles de 4 estrellas.
- En lo referente a las motivaciones, destacan el clima y el sol como causa principal, seguidos por la tranquilidad y el descanso. Para algunas islas como Fuerteventura y Gran Canaria destacan las playas y para La Palma los paisajes, el deseo de conocer nuevos lugares y la oferta de turismo activo son también motivo principal de visita.
- La isla de La Palma es la que más difiere del resto de las islas, tanto en el perfil del turista británico que la visita, como en las características de sus viajes y en las motivaciones por las que la eligen como destino.
- La mayor parte de los turistas británicos que viene a Canarias, conoce el destino porque ya lo había visitado con anterioridad o porque le ha sido recomendado por familiares o amigos.
- El 70% del gasto del turista en el viaje, lo realiza en origen. Tan solo el 30% restante lo invierte en las islas, repartido, sobre todo, en alimentación, ocio y la compra de souvenirs.
- Cerca del 33% de los turistas británicos contrata paquetes turísticos que incluyen vuelo y alojamiento y otro 32% incluye, además del vuelo y el alojamiento, el régimen "todo incluido".

Vista la relevancia de la actividad turística y, concretamente, del turismo procedente del Reino Unido para el sector en las Islas Canarias, la capacidad de conocer al turista para ofrecerle productos y servicios acorde con su demanda y que cumplan sus expectativas, resulta fundamental para que, tanto el sector público como las empresas privadas dedicadas al turismo, obtengan beneficios de estos turistas y, a su vez, para que sigan líneas estratégicas con el objetivo de seguir mejorando y obtener mayor cuota de mercado. Es por este motivo que resulta necesaria la realización de estudios que analicen las características más relevantes del mercado emisor britano en sus viajes a Canarias, como el presente trabajo.

5. BIBLIOGRAFÍA

Bethencourt, M. Y., González, O. M., Díaz, F. M., & Álvarez, J. A. (2002). La Segmentación del Mercado Turístico Canario con Relación al Gasto: El Caso de la Isla de La Palma. *IV Congreso Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*.

Canarias: el mejor clima del mundo. (20 de julio de 2013). *El Diario.es*. Recuperado de <http://www.eldiario.es/> http://www.eldiario.es/canariasahora/canariasopina/Canarias-mejor-clima-mundo_6_155794462.html

Consultora HVS. (2015). *Spain - The tourism sector is heading the recovery*. http://dtxqt4w60xqpww.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *El turismo: Teoría y práctica*. Síntesis. Madrid.

Dorta Rodríguez, A., & García Cruz, J. I. (2010). Turismo en tiempos de crisis. La renovación urbana como estrategia en destinos turísticos maduros. El caso de Puerto de la Cruz (Tenerife). *Coloquios de Historia Canario Americana*.

España apuesta por consolidarse como destino "beach plus" para los turistas británicos. (4 noviembre 2014) *EIEconomista.es*. Recuperado de:

<http://www.eleconomista.es/interstitial/volver/240878542/turismo-viajes/noticias/6214331/11/14/Espana-apuesta-por-consolidarse-como-destino-beach-plus-para-los-turistas-britanicos.html>

Espejo Marín, C., & Mansilla Pérez, A. (1998). El turismo alemán en España. *Cuadernos de Turismo*, Nº 2, 41–54.

Esteban Talaya, Á. (2001). Modelos de la demanda turística en España: segmentación por países de procedencia. *Las Nuevas Formas Del Turismo*. Caja Rural Mediterránea, 81-101.

EXCELTUR y Gobierno de Canarias. (2014). *Estudio de Impacto Económico del Turismo: IMPACTUR Canarias 2013*. <http://www.exceltur.org/impactur/>

Figuerola Palomo, M. (1999). La transformación del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974). *Historia de La Economía Del Turismo de España*. Madrid: Cívitas.

Flores Ruiz, D., & Barroso González, M. de la O. (2010). Comportamiento del turismo internacional en tiempos de crisis económicas. *XII Reunión de Economía Mundial*, 26-28 mayo. Santiago de Compostela.

Garau Vadell, J. B., & Tur Tur, V. (2000). El turismo senior en Balears. In *Confederació d'Associacions Empresarials de Balears*. Islas Baleares.

Gómez Martín, B., & López Palomeque, F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Edicions Universitat Barcelona.

González, A., Sánchez, I., & Sanz, S. (2006). Caracterización del turista de sol y playa: una comparativa con el turista rural y cultural. *Actas del IX Congreso de Turismo, Sol, Playa y Turismo Residencia*. Alicante.

González Fernández, A. M. (2005). La segmentación del mercado turístico por estilos de vida: Una estrategia empresarial en auge. *Investigación Y Marketing*, (87), 18.

Hernández Martín, R. et al. (2014). Identifying micro-destinations and providing statistical information: a pilot study in the Canary Islands. *Current Issues in Tourism*, 1–20.

Instituto Canario de Estadística. (2013a). *Encuesta de Alojamiento Turístico en Establecimientos Extrahoteleros (Metodología 2012)*.

Instituto Canario de Estadística. (2013b). *Encuesta de Alojamiento Turístico en Establecimientos Hoteleros (Metodología 2010)*.

Instituto Canario de Estadística. (2013c). *Encuesta sobre Gasto Turístico (EGT)*.

Instituto de Estudios Turísticos. (2013). *Encuesta de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)*.

Martín Azami, D. (2009). Caracterización De Las Formas De Fidelidad Del Turista A Un Destino. *Turismo Y Desarrollo Local*, (5).

Martin Rivero, R., & González Mora, Y. M. (2014). La segmentación del gasto de los turistas que llegan a Canarias. *IX Seminario Canario de Economía, Empresa y Turismo*, 19-20 junio, Santa Cruz de Tenerife.

Mathieson, A., Wall, G., & others. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.

Molina Collado, A. et al. (2007). Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural. *Revista de Análisis Turístico*, (4).

Muñoz, T. G. (2011). La demanda de turismo británico en España. *Boletín Económico de ICE, Información Comercial Española*, (3010), 49–62.

Nadal, J. R., Font, A. R., & Pérez, E. A. (2005). Un modelo dinámico de demanda turística para Las Baleares. *Revista de Economía Aplicada*, 13(39), 5–20.

Navinés, F., & Ronquillo, A. (2001). Modelos de previsión de la demanda turística alemana y británica en Baleares y por islas. *Estudios Turísticos*, (147), 95–102.

Oficina de Estadísticas Nacionales (ONS) de Reino Unido. (2013). *International Passenger*

Survey (IPS).

OMT (1998). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo Madrid.

Organización Mundial de Turismo. (2014). Panorama OMT del turismo internacional, edición 2013.

Pearce, D. G., & others. (1995). *Tourism today: a geographical analysis*. Longman scientific & technical.

Pellejero, C. (1999). Historia de la economía del turismo en España. *Editorial Cívitas. Madrid*.

Pinilla Domínguez, J. P., & Boza Chirino, J. (2001). Perfiles diferenciales respecto a la demanda de la calidad en la oferta turística de Canarias. *Estudios Turísticos*, (147), 85–94.

Quintana, C. D. D., Gil, M. T., Feijóo, S. R., & Caro, A. R. (2003). Determinantes de la demanda de turismo vacacional en las Islas Canarias. *Investigaciones Regionales*, (3), 81–98.

Ramón, A. B., & Abellán, M. J. (1995). Estacionalidad de la demanda turística en España. *Papers de Turisme*, (17), 45–73.

Rodríguez, P. (2004). Puerto de la Cruz, desarrollo y evolución de un destino turístico maduro. *VIII Congreso Español de Sociología. Transformaciones Globales: Confianza y Riesgo*, 299–319.

Sastre, A., & Payeras, M. (2004). Diferencias en el perfil del turista de la temporada alta y baja en Baleares. *Universitat de Les Illes Balears*.

Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism demand modelling and forecasting: Modern econometric approaches*. Routledge.

Uysal, M. (1998). The determinants of tourism demand. *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*, 79.

Vega, R. A., & Vivas, X. M. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico Y Económico Escorialense*, (40), 677–710.

¹ Dentro de los efectos directos se contabilizan aquéllos generados en los subsectores y ramas de actividad que están en contacto directo con los turistas: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, empresas de alquiler de coches, etc. (IMPACTUR, 2013).

² El análisis de los datos se ha llevado a cabo a través del programa SPSS (21.0).

³ Se puede ver la metodología de la EGT en www.istac.org

⁴ La metodología de la encuesta de Alojamiento Turístico puede encontrarse en www.istac.org

⁵ (20 de julio de 2013) Canarias: el mejor clima del mundo. *El Diario*. Recuperado de http://www.eldiario.es/http://www.eldiario.es/canariasahora/canariasopina/Canarias-mejor-clima-mundo_6_155794462.html

⁶ Según datos de la Encuesta de Alojamiento Turístico (ISTAC, 2013).