



XXXVII edición de la WTM de Londres, del 7 al 9 de noviembre

España superará por primera vez en 2016 la cifra récord de 17 millones de turistas británicos, un 11% más

- En los nueve primeros meses de 2016, el Reino Unido mantiene su condición de primer emisor de turistas hacia España, con 14,44 millones de turistas británicos, un incremento del 13%, y un peso sobre el total de llegadas a España del 23,9%.
- Para la temporada de invierno 2016/2017, España consolida su posición de liderazgo: uno de cada tres viajes de los turistas británicos tendrá como destino España.
- La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha mantenido diferentes reuniones con los principales agentes turísticos británicos a los que ha trasladado las excelentes perspectivas de España para este año 2016.

07.11.16. La secretaria de Estado de Turismo, Isabel Borrego, ha participado hoy en la XXXVII edición de la World Travel Market (WTM), una de las principales ferias turísticas del mundo, que se celebra en Londres hasta el 9 de noviembre. En esta edición, la WTM cuenta con la participación de más de 186 países expositores y en ella se dan cita más de 50.000 profesionales del sector turístico y 3.000 medios de comunicación de todo el mundo.

La secretaria de Estado de Turismo, acompañada por el embajador de España en Reino Unido, Federico Trillo-Figueroa, y la directora general de Turespaña, Marta Blanco, ha visitado la presencia española en la feria. En un contacto con los medios de comunicación, Borrego ha subrayado que el Reino Unido conserva su posición como principal mercado emisor hacia España y que, de mantenerse la tendencia actual,

en 2016 se superará la cifra de 17 millones de turistas británicos al final del año, record histórico absoluto.

Isabel Borrego ha mantenido previamente un encuentro con los principales agentes del sector turístico británico a los que ha expuesto la coyuntura económica de nuestro país y la situación de la industria del turismo en España.

Asimismo, les ha trasladado que las previsiones del Gobierno pasan por cerrar el año 2016 con un récord absoluto de llegadas, superando los 74 millones de turistas internacionales acompañados de cifras también excelentes en gasto. El empleo en el sector, como también les ha explicado la secretaria de Estado de Turismo, está mostrando un gran dinamismo. Borrego ha recordado los datos de la Encuesta de Población Activa del tercer trimestre de 2016, según la cual los ocupados vinculados a las actividades turísticas han experimentado un aumento interanual del 4,8%, que en términos absolutos supone 117.141 empleados más que en el mismo trimestre del año anterior, alcanzando la cifra total de 2.575.938 ocupados. Es el valor el más alto de toda la serie histórica. Los ocupados en el sector turístico supusieron el 13,9% del empleo total en la economía española.

España, un año más, destino vacacional líder en el Reino Unido

En 2015, los turistas británicos llegados a España fueron más de 15,7 millones, el 23,1% del total de llegadas a nuestro país, y gastaron 14.081 millones de euros una variación interanual del 10,46 %.

En los nueve primeros meses de 2016, el Reino Unido mantiene su condición de primer emisor de turistas hacia España, con 14,44 millones de turistas británicos, un incremento del 13%, y un peso sobre el total de llegadas a España del 23,9%. El gasto crece un 12,2%, muy importante teniendo en cuenta la depreciación de la libra respecto del euro en los últimos meses.

La imagen de España como destino seguro para los británicos, su evolución hacia un destino *beach plus* (oferta de sol y playa con actividades complementarias), la recuperación de la demanda a niveles anteriores a la crisis y el indiscutible liderazgo español en verano (con una cuota del mercado organizado del 43,8%) y también en invierno (con un 42,2% de cuota) avalan estas cifras, sobre todo teniendo en cuenta la enorme fidelidad de los británicos hacia España, que en un 82% de los casos repite visita y un 40% ha estado 7 o más veces.

Isabel Borrego ha destacado los avances conseguidos en la estrategia de marketing de Turespaña para el Reino Unido, cuyos objetivos son mejorar la rentabilidad del turismo británico y aumentar la diversificación temporal, motivacional y geográfica.

Perspectivas temporada de invierno 2016-2017

Las perspectivas para la temporada de invierno son magníficas. La capacidad aérea se incrementa un 21,7% y las reservas de paquetes hacia España están un 33% por encima de las del pasado año. Con estos datos, nuestro país consolida su posición de liderazgo: uno de cada tres viajes de los turistas británicos tendrá como destino España.

Canarias es, un año más, el principal destino beneficiado, y su cuota de mercado del total de viaje organizado en invierno crece hasta el 33%. Ello es reflejo de la capacidad adicional aérea que registra el archipiélago, con 573.364 nuevos asientos más que en la temporada de invierno 2015-2016.

Presencia española en la feria

La presencia española en la feria ocupa 2.900 metros cuadrados, incluyendo el pabellón del Instituto de Turismo de España (Turespaña) que en la presente edición tiene una superficie de 602 metros cuadrados en los que se albergan comunidades autónomas, ayuntamientos, entidades oficiales, cadenas hoteleras, agencias de viaje, compañías aéreas y otras.

Promoción de España en Reino Unido

Dentro del plan de marketing para 2016, Turespaña realizará 313 actividades entre las que se encuentran 127 viajes de prensa, 73 viajes de agentes, 21 jornadas de trabajo, 2 acciones de formación al canal, 20 presentaciones a agentes y 55 acciones de marketing y comunicación a consumidor final y medios. Como resultado de las acciones realizadas con medios, ya se han publicado 241 artículos con un valor publicitario equivalente de 7.72 millones de libras.

En las acciones a público final se han alcanzado a más de dos millones de consumidores finales. El foco estratégico sigue estando en el marketing on-line y de contenidos con una creciente presencia en redes sociales (Facebook 172.000 fans, Twitter, 47.100 seguidores en los canales Reino Unido), en las que se ha conseguido un importante crecimiento orgánico y un alto nivel de interacción (engagement).

Nueva dirección en la OET de Londres

En esta edición de la WTM se presentó al sector a Javier Piñanes como el nuevo director de la OET de Londres. Con anterioridad fue director de Turespaña, y director de las OET de Berlín, Los Ángeles y Nueva York.