

## **MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO.**

El turismo británico en las Islas Canarias ante la amenaza del Brexit.  
(Brexit: British tourism on the Canary Islands)

Autora: D<sup>a</sup> Micaela Aldana Llamal.

Tutor: D Isaías Leopoldo Naranjo Acosta.

Grado en TURISMO  
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO  
Curso Académico 2019/2020

LUGAR Y FECHA:  
La Laguna a 15 de septiembre de 2020

## **RESUMEN**

Con tan solo unos pocos meses por delante del periodo transitorio, el Brexit está a punto de darse por concluido. Aun así, el impacto de dicho proceso aún se desconoce en lugares como las Islas Canarias.

El destino depende completamente del turista que proviene de fuera, siendo el mercado emisor del Reino Unido el que encabeza los datos de las llegadas de turistas a las islas. Por ello, es importante analizar el contexto en el que se ha visto envuelto durante los últimos cuatro años, así como analizar las características que lo convierten en el principal turista emisor. De esa forma, se podrá conocer con mayor exactitud la vulnerabilidad a la que se enfrenta en destinos como Canarias.

Palabras claves: Brexit, turista británico, destinos turísticos, Islas Canarias.

## **ABSTRACT.**

Even if there are only a few months left until the Brexit is over, the impact of this process is still unknown for destinations like the Canary Islands.

The Canaries are a completely tourist-dependent destination, with the UK's market leading on tourist arrivals. Therefore, it is important to analyse the context in which the British tourist has been involved for the past four years, as well as his characteristics to understand the way the Brexit could impact on the Canaries' economy.

Keywords: Brexit, British tourists, tourism destinations, Canary Islands.

## **1. OBJETIVOS DEL TRABAJO, METODOLOGÍA Y CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES.**

### **1.1 OBJETIVOS.**

El objetivo principal del proyecto es investigar acerca de cómo el Brexit ha influido hasta ahora en las llegadas de los turistas británicos a las Islas Canarias, así como analizar las características del turismo británico para poder entender cómo su influencia en Canarias puede afectar tanto al destino, como a él mismo. Para ello, se hará un breve repaso de la situación del Brexit hasta el momento, para inmediatamente después analizar el perfil del turista medio británico que llega a las islas. De esta manera, conoceremos algunas características que nos pondrán en contexto en cuanto a los diferentes efectos del Brexit en el archipiélago.

## **1.2 METODOLOGÍA.**

La metodología utilizada para realizar este proyecto ha sido la siguiente:

- Recopilación de información a través de informes de investigación relacionados con este tema.
- Recopilación de información a través de artículos de prensa locales y nacionales.
- Recopilación de datos a través de plataformas centradas en los datos estadísticos.
- Sintetizar la información obtenida y elaboración del informe.

## **2.3 CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES.**

Las conclusiones más importantes que se esperan conseguir una vez realizado el estudio es acercarnos un poco más a cómo Canarias puede enfrentar las consecuencias que el Brexit trae consigo, siendo la más importante, que nuestro principal turista emisor deje de ver el archipiélago como su principal destino vacacional a causa de los posibles impactos que el proceso tenga en él. Especialmente, hablamos del impacto en la economía del destino causado por la recesión económica del archipiélago británico.

## 2. ÍNDICE DE CONTENIDOS TEÓRICOS – PRÁCTICOS.

1. OBJETIVOS DEL TRABAJO, METODOLOGÍA Y CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES. . . . .	1
1.1 OBJETIVOS DEL TRABAJO. . . . .	1
1.2 METODOLOGÍA. . . . .	2
1.3 CONCLUSIONES MÁS IMPORTANTES. . . . .	2
3. INTRODUCCIÓN. . . . .	5
4. INTRODUCCIÓN AL BREXIT: CRONOLOGÍA. . . . .	6
5. INFLUENCIA DEL BREXIT EN LAS ISLAS CANARIAS. . . . .	8
5.1 EL TURISMO BRITÁNICO EN LAS ISLAS CANARIAS. . . . .	10
6. ANÁLISIS DEL MERCADO BRITÁNICO EN CANARIAS. . . . .	12
6.1 EVOLUCIÓN DE LAS LLEGADAS. . . . .	12
6.2 PROCEDENCIA Y DESTINO. . . . .	13
6.2.1 Volumen poblacional y renta per cápita según la región de origen. . . . .	15
6.3 PERFIL DEL TURISTA. . . . .	16
6.3.1 Edad y sexo del turista británico. . . . .	17
6.3.2 Profesión del turista. . . . .	18
6.4 CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE. . . . .	20
6.4.1 Lugares donde se alojan. . . . .	20
6.4.2 Personas con las que viaja. . . . .	21
6.4.3 Gasto turístico. . . . .	22
7. LAS ISLAS CANARIAS ANTE EL BREXIT: PREFERENCIAS FUTURAS DEL TURISMO BRITÁNICO. . . . .	24
7.1 CANARIAS VS. LA COSTA MEDITERRÁNEA. . . . .	27
8. CONCLUSIONES. . . . .	32
9. BIBLIOGRAFÍA. . . . .	33

## 2.2 ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS.

### ÍNDICE DE GRAFICOS.

<b>Gráfico 6.1:</b> Evolución el número de llegadas procedentes del Reino Unido por islas. . . . .	13
<b>Gráfico 6.2:</b> Visitantes del Reino Unido en función de su procedencia. . . . .	14
<b>Gráfico 6.3:</b> Turistas británicos por sexo e isla (en millones). . . . .	17
<b>Gráfico 6.4:</b> Turistas británicos por edad en Canarias. . . . .	18
<b>Gráfico 6.5:</b> Turistas británicos según su actividad económica por islas (en %). . . . .	19
<b>Gráfico 6.6:</b> Turistas británicos según su actividad económica en CANARIAS (en %). . . . .	20
<b>Gráfico 6.7:</b> Preferencias para elegir alojamiento turístico en función de la isla. . . . .	20
<b>Gráfico 6.8:</b> Turistas británicos según personas que los acompañan en el viaje (en %). . . . .	22
<b>Gráfico 6.9:</b> Distribución del gasto diario del turista (en %). . . . .	23

### ÍNDICE DE TABLAS.

<b>TABLA 1.</b> Preferencias del turista británico a la hora de elegir Canarias (%). . . . .	25
<b>TABLA 2.</b> Régimen de alojamiento preferente para el turista británico (en %). . . . .	30

### 3. INTRODUCCIÓN.

Los resultados de un proceso tan prolongado y complejo como el Brexit traen consigo una serie de consecuencias al archipiélago, que, por muchos escenarios que se prevean para que el impacto sea mínimo, seguirán siendo inevitables.

Durante los últimos años, las Islas Canarias ha tomado las riendas del sector turístico del país hasta convertirse en el principal destino para el turista británico, que lleva años coronándose en las estadísticas como el turista que más visita las islas, y el que más gasto per cápita aporta.

A pesar de lo positivo que sean estos datos, no se puede negar que en 2019 hubo una disminución de casi un millón de turistas con respecto al año anterior, que a su vez, a su cierre, también había recibido menos llegadas que el precedente.

Ahora, a tan sólo unos meses del cierre del Brexit, existen algunas incógnitas que el archipiélago aún no ha conseguido resolver, dado que aún existen muchos espacios en blanco entre las páginas de los acuerdos entre ambos archipiélagos, los cuales, aún están por verse.

Además, a esto se suman las tensiones que existen entre España y el Reino Unido por los arreglos comerciales y territoriales, lo que deja a Canarias en una situación desfavorecida con respecto a otros países competidores, de los que hablaremos en el apartado principal del trabajo.

Una vez dicho esto, el trabajo se centrará en hacer un repaso acerca del Brexit, incluyendo su desenlace y cómo se ha desarrollado hasta ahora. A partir de aquí, nos centraremos en estudiar el comportamiento del turista británico, para dar paso al objeto de estudio del trabajo: Es evidente que el impacto va a ser bastante importante sobre la economía canaria, pero ahora queda averiguar en qué medida va a afectarle al turista medio británico que nos elige como destino principal. Es decir, se estudiará la vulnerabilidad a la que se enfrenta el destino ante un contexto en el que los turistas británicos optan por desviar sus rutas hacia otros destinos competidores de las islas, y cómo las autoridades locales están preparadas para evitar esa situación.

#### 4. INTRODUCCIÓN AL BREXIT: CRONOLOGÍA.

Desde su adhesión a la Comunidad Económica Europea, una parte del Reino Unido ha estado persiguiendo una posible salida de la Unión Europea para volver a ser un país que no se vea supeditado a las decisiones del Parlamento Europeo. Este deseo de salida dio nombre al proceso que hoy se conoce comúnmente como Brexit.

El Brexit ha sido desde su nacimiento una cadena de decisiones políticas. Sus inicios se remontan al mes de enero de 2013, a requerimiento del premier David Cameron, quién se comprometió a renegociar la relación del Reino Unido con la Unión Europea, con la promesa de someter dichas negociaciones a voluntad del pueblo.<sup>1</sup>

Dos años después, en las elecciones de mayo 2015, el Primer Ministro Cameron fue reelegido por mayoría absoluta gracias a la campaña realizada a favor del referéndum para que los ciudadanos británicos decidieran si querían continuar siendo parte, o no, de la Unión Europea. El referéndum tuvo lugar un año más tarde, el 23 de junio de 2016, cuando se decidió que el Reino Unido abandonaría finalmente la Unión Europea tras 47 años de pertenencia.

Tras conocerse la decisión del pueblo británico de abandonar la Unión Europea, David Cameron presentó su dimisión como Primer Ministro, pasándole el relevo a Theresa May, quien estuvo al frente del gobierno durante la primera fase de las negociaciones.

Era de esperar el panorama de incertidumbre que se generó alrededor del archipiélago británico sobre cómo gestionar esta salida. La realidad es que la Unión Europea mostró más confianza en sí misma de lo que en un principio se esperaba el Reino Unido, puesto que tras saberse el resultado de las elecciones de 2016, el Consejo Europeo dejó claro que no comenzaría con las negociaciones hasta recibir la notificación oficial por parte de Londres de su deseo de abandonar la Unión, exigiendo a su vez, el respeto hacia las cuatro libertades fundamentales.<sup>2</sup>

Esta notificación oficial que activaba el artículo 50 del Tratado, llegó el 29 de marzo de 2017, iniciándose formalmente el proceso de salida.

El 19 de junio del mismo año, comenzó la primera fase de las negociaciones para fijar los términos de la separación, centrándose principalmente en la cuantía que los británicos tendrían que abonar para liquidar los compromisos financieros que tuvieran con la Unión Europea, los derechos de los

---

<sup>1</sup> Esto ya había ocurrido en junio de 1975. Dos años después de su ingreso en la CEE, se celebró el primer referéndum en el que la población británica decidiría si el Reino Unido seguía formando parte de ella o no.

<sup>2</sup> Libre circulación de mercancías, libre circulación de trabajadores, libre circulación de servicios y libre circulación de capitales.

ciudadanos tanto si pertenecen a la Unión Europea y residen en el Reino Unido, como viceversa, y la situación de la frontera terrestre de Irlanda.

Cabe destacar que en esta fase de las negociaciones existían asuntos a los que no se les dio la relevancia suficiente durante los primeros meses, siendo probablemente el asunto más relevante, la duración de todo el proceso.

Actualmente, el periodo transitorio tiene como fecha límite el 31 de diciembre de este año (2020), pero no fue hasta 2018 que se abrió una segunda fase de negociaciones donde se debían cerrar todas las cuestiones relacionadas con el acuerdo de salida, el marco de la futura relación entre el Reino Unido y la Unión Europea, y todos los detalles sobre el proceso transitorio.

En esta fase, el objetivo principal era evitar el llamado “Cliff Edge”, cuya misión era que no existiese un nuevo marco de relaciones entre la Unión y el Reino Unido al día siguiente de la salida de este último. Para evitarlo, se creó un escenario en el que se le seguirían aplicando todas las previsiones necesarias, incluyendo los pagos correspondientes como miembro de la Unión Europea y la libre circulación de personas hasta el día de la salida oficial. En contrapartida, también se decidió que no permanecería en las estructuras de poder de la Unión Europea, y que tampoco participaría en el proceso de toma de decisiones a partir de marzo de 2019.

En 2018, todo parecía apuntar a un Brexit duro, algo que no parecía sorprender a nadie, dados los altos niveles de incertidumbre que existían todavía. Además, el Reino Unido celebraba sus siguientes elecciones generales a finales de 2019, y se aguardaban unos resultados que podrían cambiar drásticamente el rumbo del Brexit.

Las estimaciones no se cumplieron y finalmente, tras la victoria del Partido Conservador (principales iniciadores del proceso), con la figura de Boris Johnson al frente tras la dimisión de Theresa May, sólo faltaba cruzar los dedos para que el 31 de enero de 2020 se confirmara la salida del Reino Unido con un Acuerdo de Retirada, que evitaría que se convirtiese automáticamente en un país tercero.

Esta fecha también abría un periodo de transición en el que el Reino Unido debía comenzar a desconectarse con todos los lazos que tuviera con la Unión Europea, y que, según el Primer Ministro Boris Johnson, duraría como máximo once meses. Para ello, se aprobó una ley que eliminaba cualquier probabilidad de una “prórroga adicional”. Además, también se hizo patente la necesidad de una reforma parcial de los Tratados con el objetivo de eliminar todas las referencias



al Reino Unido, algo que se aprovechó para llevar a cabo una reforma en la composición del Parlamento Europeo.<sup>3</sup>

Durante este período, Londres seguirá formando parte de las principales estructuras de la Unión Europea y estará obligado a cumplir todavía con algunas relaciones, pero aún existen fechas importantes en el calendario, (como por ejemplo, la llamada Cumbre del Brexit), que pueden marcar la futura relación entre las dos partes involucradas.

Al final, todo recae en la consecución de los objetivos que surjan durante los meses restantes hasta llegar a la fecha límite. Sin embargo, es interesante destacar como varios estudios concuerdan en que cuanto mayor sea el impacto económico de la salida del Reino Unido, también serán mayores las probabilidades de que los británicos opten por regresar al Mercado Interior, aceptando la libre circulación de personas<sup>4</sup>. Incluso hay quien especula con que, en última instancia, el Reino Unido pueda solicitar la readmisión a la Unión Europea para conseguir tener voz sobre sus decisiones una vez más.

## **5. INFLUENCIA DEL BREXIT EN LAS ISLAS CANARIAS.**

Es importante conocer el verdadero impacto que el Brexit puede hacer en una economía tan frágil como la canaria, que fundamentalmente, se va a desglosar en tres aspectos: los residentes en ambos destinos (en el Reino Unido viven unos 6.000 canarios y 40.000 británicos viven en las Islas), las exportaciones hortofrutícolas (exportación de tomates y pepinos, fundamentalmente), y el turismo (cada año llegan más 5 millones de visitantes británicos).

La relación estrecha entre ambos archipiélagos sale a relucir una vez más si se tiene en cuenta que las posibles consecuencias para los residentes británicos han sido tema de debate desde el referéndum, y a pesar de haber pasado cuatro años, no fue hasta enero de este año que se disiparon las dudas con respecto a este tema.

Hasta ahora, la caída de los residentes ingleses venía impulsada desde la crisis económica hace más de diez años, pero se había pronunciado aún más desde la celebración del Brexit. La ampliación de la prórroga para la salida del Reino Unido que se produjo en 2018 incrementó la incertidumbre de cuáles serían las condiciones para que se llevara a cabo dicha salida, y pasaron factura a Canarias que continuó perdiendo habitantes de nacionalidad británica.

---

<sup>3</sup> De los 73 escaños asignados al Reino Unido, 27 se repartieron entre algunos Estados miembros, incluido España, quién consiguió ganar 5 escaños más, pasando a ser el cuarto país con mayor representatividad dentro del Parlamento Europeo.

<sup>4</sup> La reducción de la libre circulación de personas fue el principal motivo para comenzar con el proceso del Brexit, y una de las razones por la que David Cameron ganó las elecciones en 2015.

Según los datos sacados del ISTAC, Fuerteventura ha sido la única isla que ha logrado sumar más residentes británicos desde la crisis económica (+18%), mientras que en Tenerife tiene lugar la caída más fuerte con un 47%, lo que se refleja en una pérdida de 10.740 habitantes de nacionalidad británica.

Ahora bien, a comienzos de este año, se produjo un cambio de escenario cuando el Gobierno español aprobó un plan de contingencia para garantizar los derechos de los residentes británicos, en el que se dictaba que mantendrían sus derechos siempre y cuando hubieran conseguido la residencia antes del 31 de diciembre de 2020, fecha en la que el Reino Unido saldría de la Unión Europea, de manera oficial.

Gracias a esta medida, la última actualización de las cifras oficiales elevaba el número de británicos empadronados a 14.893 ciudadanos únicamente en Tenerife, lo que representa el 37% de la población británica no turística del archipiélago.

Por otra parte, los canarios que se encuentran en el Reino Unido ya sea por razones de trabajo o por estudios, pasarían a ser considerados extranjeros, con consecuencias en sus permisos de trabajo, en la elevación del coste de sus estudios y en la asistencia sanitaria.

La gravedad del impacto para ambos archipiélagos dependerá de las condiciones en la negociación de la relación entre España y el Reino Unido, pues las preocupaciones acordadas entre los ayuntamientos de las provincias insulares se han trasladado al Estado, para que defienda los intereses canarios ante Bruselas.

Por otro lado, la dependencia del sector primario en las Islas Canarias con el Reino Unido ha disparado las alarmas y la preocupación de todo el sector, que todavía, a día de hoy, espera una respuesta clara por parte de ambos gobiernos para que su actividad prospere.

En el caso del sector exportador agrícola, más de la mitad del hortofrutícola en los tomates (49%) y en los pepinos (57%) están comprometidos con el Reino Unido. Además, de allí también se importan más del 80% de las papas de consumo, así como también un porcentaje importante de las de siembra. No fue hasta principios de este año que el archipiélago se permitió respirar con alivio ante la noticia de que el Reino Unido se separaba por medio de un acuerdo, de no haber sido así, al convertirse este último en un país tercero de la Unión Europea sin acuerdo alguno, se hubieran perdido definitivamente las ayudas al transporte y a la comercialización.

A pesar de esto, actualmente sigue siendo una incógnita si las actuales ayudas que recibe el archipiélago para la actividad se mantendrán después de la salida del Reino Unido de la Unión

Europea, o si disminuirán, en el peor de los casos. Además, a esto se suma la intención de la Unión Europea de liberalizar aún más los acuerdos agrícolas con los seis países socios del Mediterráneo (Marruecos, Argelia, Egipto, Jordania, Líbano y Túnez), y el reciente trato preferencial entre Marruecos y el Reino Unido, en cuanto a relaciones comerciales se refiere.

### **5.1 EL TURISMO BRITÁNICO EN LAS ISLAS CANARIAS.**

Numerosos informes, estudios y análisis que se han hecho sobre la influencia del Brexit en el turismo de España se basan en la estrecha relación entre el Reino Unido y España para afirmar que el impacto en dicho sector no será tan grande y relevante como se creía en un principio.

Lo cierto es que el Brexit probablemente no suponga una amenaza en términos generales a la economía española, sino que se trata más bien, de un peligro dirigido a sectores específicos, destacando sobre todo, la conectividad aérea, el transporte de mercancías y el turismo.

Ahora bien, el turismo no sólo es el sector que impulsa la economía española, sino que además, es el segundo sector que más empleo genera dentro del país. Con un total de 176.000 millones de euros, representa el 14.6% del PIB español (2018), lo que refleja la excepcional vulnerabilidad a las consecuencias económicas que puedan producirse a raíz del Brexit.

Además, el turismo británico se ha convertido en el principal mercado emisor de turistas para España y actualmente ya se ha confirmado que uno de los pocos efectos cuantificables tras la victoria del Brexit ha sido la depreciación de la libra. Esta disminución ha afectado, -y continúa afectando-, al poder adquisitivo de los ciudadanos británicos, lo que tanto a corto como a largo plazo no sólo influenciará en la duración de su estancia, sino también en el nivel de gasto en sus viajes.

Es aquí cuando entran en juegos destinos tan vulnerables como las Islas Canarias. Los datos proporcionados por el INE confirman que el archipiélago encabeza la lista de los lugares preferidos por el turismo británico en España, por lo que, por ende, se puede deducir que se trata de la zona más sensible y vulnerable a los cambios que puedan surgir.

Ésta es una de las razones por las que, tras conocerse los resultados del referéndum de 2016, Canarias fue la primera Comunidad Autónoma en poner en marcha una comisión de trabajo para determinar los impactos sobre el archipiélago y estudiar qué medidas se tendrían que aplicar para mitigar esos efectos negativos.

Desafortunadamente, el periodo transitorio no ha hecho más que alargarse durante estos últimos cuatro años, y aun si la Comisión y el Ministerio de Turismo exigían preferencia a la hora de

entablar los acuerdos argumentando la vulnerabilidad de las islas, la escasa aportación de soluciones les ha obligado a evaluar los futuros impactos planteándose las peores situaciones.

Ahora, ya no sólo es vulnerable la relación entre ambos países y las negociaciones a llevar a cabo sin que la Unión Europea participe como intermediaria, sino también, la influencia que todo el proceso pueda tener en la renta de los ciudadanos británicos, algo que ya se ha ido notando durante los pasados años, y que afectan y seguirán afectando tanto a la llegada de turistas del Reino Unido al archipiélago, como a su gasto turístico.

Dicho esto, y debido a que el turismo británico se trata de uno de los principales mercados emisores de turistas para las islas, su incidencia en el archipiélago canario es de gran magnitud. Tal es así que el turismo procedente del Reino Unido supone el 33% de visitantes totales, siendo Lanzarote (44,7%) y Tenerife (35%), las islas preferenciales para recibir las llegadas de este mercado en específico.

Por ello, cuando el retroceso de la economía británica comenzó a hacerse un hueco entre las principales preocupaciones del archipiélago, se comenzaron a hacer las primeras estimaciones acerca de los diferentes efectos que podría conllevar, como la obvia reducción en su capacidad de compra mencionada anteriormente, la retracción del PIB e incluso, la iniciativa del Gobierno canario de un acuerdo bilateral de eliminación del IGIC a la actividad turística, en el caso particular de los visitantes británicos.

En cualquiera de los casos, la devaluación de la libra iba abrir una cadena de consecuencias que iban a hacer mella en el archipiélago. Entre ellos, la caída de las ventas en los operadores británicos, caída que según los últimos datos de 2019 ya se elevaba a un 10%. A esto, se suman los clientes que, frente a la pérdida del valor de la libra, aprovechan las ofertas para comprar paquetes turísticos, lo que les garantiza una conectividad segura y tener un precio cerrado, sobre todo en establecimientos de todo incluido.

Teniendo esto en cuenta, el Ministerio de Turismo se ha marcado el objetivo de desarrollar una campaña de promoción de sensibilización hacia el turismo británico en la que se reconozca su fidelidad, especialmente para evitar consecuencias adicionales a Tenerife y Lanzarote, que son las islas más vinculadas al turismo y a los touroperadores británicos, y las que más afluencia tienen en este mercado.

Aun así, debido a la incertidumbre aún presente y que no se va a resolver hasta que no se dé por concluido el Brexit, las estimaciones siguen siendo muy diversas. Si bien los datos reflejan una

serie de consecuencias negativas, algunos entes ponen de manifiesto la importancia de las relaciones ya consolidadas entre los turistas británicos y las Islas Canarias, por lo que en teoría, la demanda de viajes no tendría por qué verse afectada.

Lo que sí está claro es que la caída de la economía británica durante los últimos años ha ido arrastrando al conjunto de Europa, y pone en evidencia las debilidades económicas de Canarias y su dependencia con el exterior, por lo que esta crisis originada por el Brexit puede hacer mucho daño en un modelo económico tan frágil y escasamente diversificado como el nuestro.

## **6. ANÁLISIS DEL MERCADO BRITÁNICO EN CANARIAS.**

El hecho de que el turismo procedente del Reino Unido sea uno de los más significativos para las islas, se debe a que se trata del mercado turístico más desarrollado de Europa. Es el que suele marcar las tendencias que más tarde terminan extendiéndose al resto del Continente. Por ello, resulta relevante realizar estudios que ayuden a conocerlo mejor.

En este apartado se realizará un análisis descriptivo en el que se abordarán aspectos como la evolución de las llegadas, la procedencia de los mismos dentro del propio Reino Unido, el perfil del turista, o los diferentes rasgos que caracterizan sus viajes, entre otros aspectos.

Los datos expuestos en el análisis proceden principalmente de encuestas realizadas por el ISTAC, cuyos objetivos básicos han sido conocer el volumen y la estructura de gasto realizado por los turistas que pernoctan al menos una noche en las islas. Igualmente, el objeto de estudio es conocer su perfil sociodemográfico y las características de sus viajes, por lo que se ha recurrido a encuestas realizadas al turista mayor de 15 años.

### **6.1 EVOLUCIÓN DE LAS LLEGADAS.**

La evolución del número de llegadas es una variable que puede mostrar la importancia que viene adquiriendo la actividad turística en un destino. Es por ello que se analizará la evolución de las llegadas por vía aérea procedentes del mercado británico en los últimos años hacia la isla.

Para entrar en contexto, Canarias cerró el año 2019 con 15.1 millones de visitantes, anotando el tercer mejor registro de su historia, pero, si se comparan estos datos con los obtenidos en 2018, se puede ver como el archipiélago perdió más de medio millón de turistas.

Tenerife sigue siendo la isla que atrae el mayor número de visitantes, ya que casi la mitad de ellos elige esta isla para realizar su viaje (46%). Además, la provincia sigue sumando ventajas al confirmarse que es la primera de las cuatro islas que los británicos eligen para alojarse y residir.

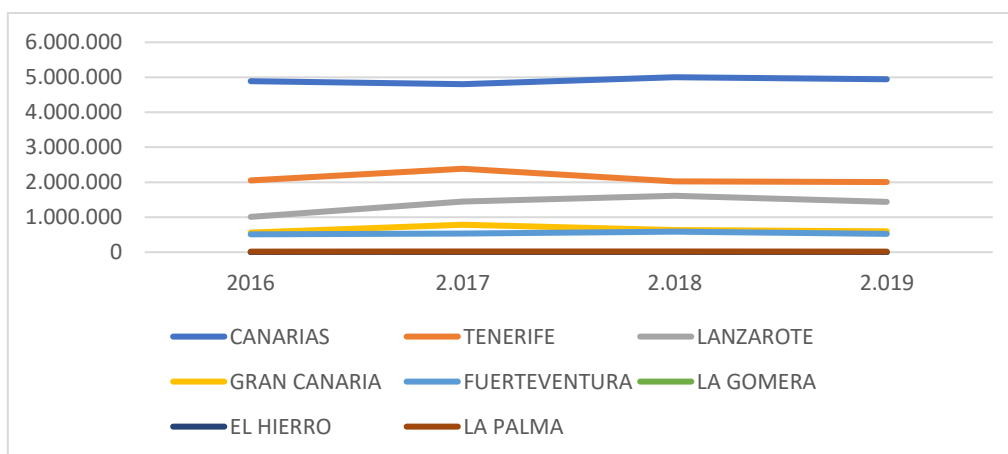
Tiene los mayores registros de compras de viviendas que realizan los británicos, y además, las estancias y los periodos que pasa el turista aquí son los más largos del archipiélago. Por otro lado, el 27% de los turistas británicos se decide por Lanzarote, en tanto que los peores porcentajes se los llevan Gran Canaria y Fuerteventura.

La evolución de las llegadas en cada una de las islas nunca ha sufrido cambios significativos, por lo que Gran Canaria siempre se ha mantenido en el tercer puesto en cuanto al destino elegido por los visitantes. Sin embargo, durante el último año, Gran Canaria, junto con Fuerteventura, no sólo han perdido visitantes en todos los mercados, sino que acaparan algo más del 80% de visitantes de otros países que pierde el Archipiélago. Es decir, ambas islas han asumido la pérdida de un total de 543.391 turistas foráneos (294.449 y 248.942, respectivamente).<sup>5</sup>

A esto se le suma la variación de un año a otro en cuanto a turistas que visitan Gran Canaria (15%), por lo que aunque hasta ahora tuviera el tercer puesto asegurado, Fuerteventura comienza a escalar en el ranking (12%) y está muy próximo a ella.

Las cifras de las islas de La Gomera, La Palma y el Hierro también presentan modificaciones en los años del Brexit, pero los datos son bastante insignificantes y no se ven reflejados en las estadísticas.

**GRÁFICO 6.1.** Evolución del número de llegadas procedentes del Reino Unido por isla.



(Elaboración propia. Fuente: ISTAC, 2016-2019)

## 6.2 PROCEDENCIA Y DESTINO.

Una vez comprobado que el turismo británico es uno de los principales emisores que vienen a las islas y que dicha importancia se mantiene a lo largo de los años, parece conveniente seguir

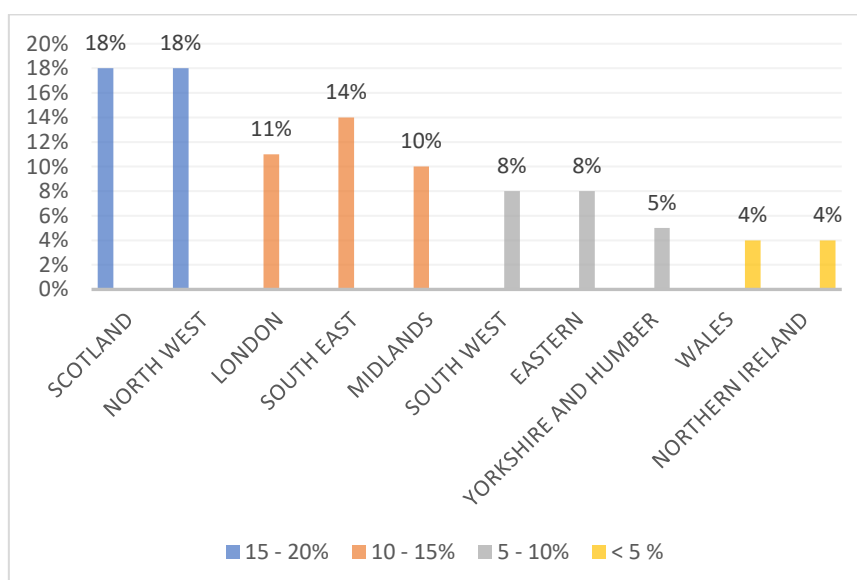
<sup>5</sup>Véase :<https://www.eldia.es/economia/2020/02/04/gran-canaria-fuerteventura-suman-80/1047432.html#:~:text=Las%20peor%20paradas%20son%20Gran,%3A%20294.449%20y%20248.942%2C%20respectivament>e.

profundizando en las características de los mismos. Por ello, se ha considerado analizar si existe relación en la decisión de elegir Canarias como destino turístico en función de la región de origen dentro del archipiélago británico.

El análisis del origen de los visitantes del Reino Unido en Canarias desvela una variedad muy importante. Dentro de este marco, destacamos la región de Escocia y el Noroeste de Inglaterra, situándose ambas en lo más alto con un 18% del total de turistas que visita la Comunidad. Londres, por el contrario, se encuentra en el cuarto puesto con un 11%, justo detrás del sudeste de Inglaterra de donde procede un 14% de los turistas británicos. A la capital del Reino Unido le siguen las Midlands con un 10% del total de las visitas.

Estas regiones por sí solas emiten tres de cada cinco británicos que visitan Canarias, mientras que las zonas restantes tienen un papel menos importante en el análisis. Tanto el Sudoeste de Inglaterra como el Este, emiten un 8% de las llegadas de turistas británicos, seguidos de un 5% procedente de Yorkshire and Humber, al norte de Inglaterra. Por último, nos encontramos con las aportaciones de Gales e Irlanda del norte, que rondan alrededor de un 4% de turistas cada una.

**Gráfico 6.2.** Visitantes del Reino Unido en función de su procedencia.



(Elaboración propia. Fuente: ISTAC.)

A partir de estos datos, podríamos apoyarnos en el volumen poblacional de las distintas regiones del Reino Unido como una de las razones que explicara la gran diferencia entre las regiones en cuanto a emisión de turistas a las Islas Canarias se refiere, puesto que, tal y como podemos ver, Escocia, el Noroeste y el Sudeste del país se sitúan entre las primeras filas del análisis. Sin embargo, si seguimos por la misma línea, el volumen poblacional de una ciudad como Londres

(casi nueve millones), no explicaría por qué la capital del país se encuentra en el cuarto lugar, y mucho menos, que Irlanda del Norte se quede con el último puesto. Por ello, es importante indagar en otros aspectos como el nivel de renta o las preferencias de ciertas zonas en viajar a otros destinos diferentes a Canarias.

### **6.2.1 Volumen poblacional y renta per cápita según la región de origen.**

Puesto que no es objeto de estudio y es simplemente para dar contexto al apartado anterior, el análisis destacará las tres regiones implicadas en el proceso del Brexit: Escocia, Irlanda del Norte e Inglaterra, siendo Londres el foco de atención para el análisis de esta última.

Como se mencionó anteriormente, los 5.4 millones de habitantes que posee Escocia pueden dar pie a la razón por la que esta región emita el mayor número de visitantes emisores al archipiélago. Sin embargo, si indagamos en los niveles de renta como una posible razón, hay que hacer hincapié en que la economía escocesa tiene un peso cercano al 9.2% en el Producto Interior Bruto del país.<sup>6</sup>

Se le suma una tasa de desempleo del 0,9% por debajo del Reino Unido en su conjunto, y una esperanza de vida algo por debajo de la del resto del país. Dicho esto, según una estimación del Gobierno escocés en el año 2017, la renta per cápita de los escoceses es mayor que la del Reino Unido (45.905 libras escocesas frente a 42.943 libras británicas), lo que podría explicarse como una razón más, junto al volumen poblacional, a que se constituya la región con mayor cantidad de turistas emisores del Reino Unido a Canarias.

Nos saltamos a Irlanda del Norte, que ocupa el último lugar como región de origen para los visitantes británicos del archipiélago. Según los datos recogidos en una encuesta llamada “Family Resources Survey”, esa zona posee la renta per cápita más baja del Reino Unido (26.900£). No es una cifra despreciable si se tiene en cuenta que los norirlandeses no llegan a ser 2 millones de personas en un país de unos 65 millones. Sin embargo, aquí es donde entra en juego como en 2019 su deuda pública fue de 204.044 millones, que a su vez, se traduce en 41.106 € de deuda por habitante. En otras palabras, Irlanda del Norte cuenta con los habitantes más endeudados del mundo, lo que puede explicar su baja posición en cuanto a visitas a las Islas Canarias se refiere.

El caso de la ciudad de Londres es que el más incógnitas abre para poder entender por qué la capital ocupa el cuarto lugar si hablamos de los turistas británicos emisores que vienen a Canarias. Su volumen poblacional asciende a casi nueve millones de habitantes, lo que supera con creces

---

<sup>6</sup> Véase: <https://www.larazon.es/internacional/escocia-en-reino-unido-el-8-3-de-la-poblacion-y-el-9-2-de-su-pib-IY7405280/>



el de Escocia y el de Noroeste de Inglaterra (7 millones). Además, los datos recogidos en la misma encuesta mencionada anteriormente “Family Resources Survey”, actualizados por última vez en noviembre de 2019, reflejan como la ciudad tiene el mayor nivel de renta del país.

Para respaldar este dato, Eurostat, en su archivo “PIB a nivel regional”, relata cómo Londres (Centro-Oeste) registró en 2017 el nivel más alto de renta per cápita de la Unión Europea probablemente debido al importante flujo de trabajadores que se desplazan hacia el centro de la capital para trabajar.

Dado que no hemos profundizado demasiado en el análisis, sólo nos queda apoyarnos en las preferencias de las demandas turísticas o en el auge de los países mediterráneos, como Turquía o Egipto, competidores tradicionales españoles que se habían visto afectados seriamente por el terrorismo islamista en años precedentes y que ahora pueden haberse convertido en los destinos preferentes para este mercado en concreto, para plantear hipótesis acerca de por qué los londinenses no vienen a Canarias tanto como las personas procedentes de Escocia o de Mánchester, por ejemplo.

### **6.3 PERFIL DEL TURISTA.**

Con el auge de las tecnologías de la información y la comunicación en el sector turístico, con la constante competencia dentro del sector, y con los turistas cada vez más informados acerca del impacto ambiental en el mundo, se ha hecho patente la necesidad de un cambio en el sector para atender a las demandas y a las exigencias de los clientes.

Para ello, es necesario conocer los gustos, necesidades y preferencias a la hora de viajar. Teniendo un buen estudio del perfil del turista, las empresas y autoridades dentro del sector podrán acercarse más a lo que pide, y así, convertirse en un referente para otros destinos.

Para definir el perfil del turista, los factores que se han de tener cuenta son variados. Deben dar respuesta a diversas cuestiones como las características que definen a la persona o qué la hace interesante para cualquier empresa que busque ofrecer al turista lo que demande en un momento concreto. Esto, también aportará ideas a la hora de elaborar las promociones del destino, de la empresa o del sector, e incluso, a las propias políticas turísticas.

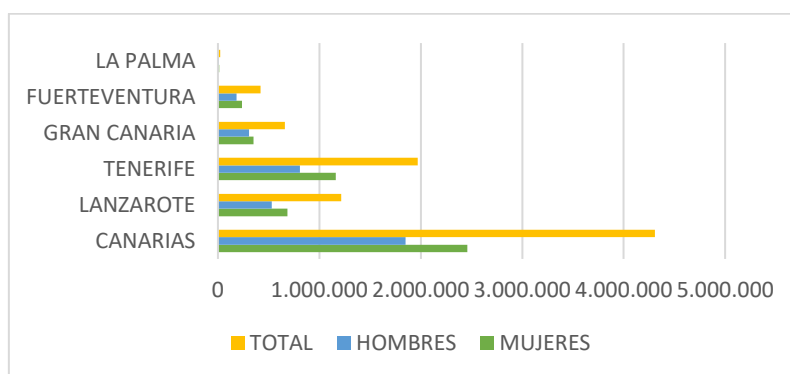
En este apartado se analizarán las características sociodemográficas del turista británico medio que visita Canarias, sus rasgos sociales y personales como la edad, el sexo o su situación laboral.

### 6.3.1 Edad y sexo del turista británico.

Los datos han sido filtrados para dividirlos en función de si pertenecen a hombres o a mujeres, y los intervalos de edad utilizados van de 16 a 24 años, de 25 a 30 años, de 31 a 45 años, de 46 a 60 años y mayores de 60 años.

Estas características han sido analizadas conforme a los datos provistos por el ISTAC desde el año 2016 hasta diciembre de 2019. En el caso del sexo, revelan que la mayor afluencia de turistas británicos pertenece al sexo femenino (57.1%) frente al masculino (42.9%)

*Gráfica 6.3 Turistas británicos por sexo e isla (en millones)*



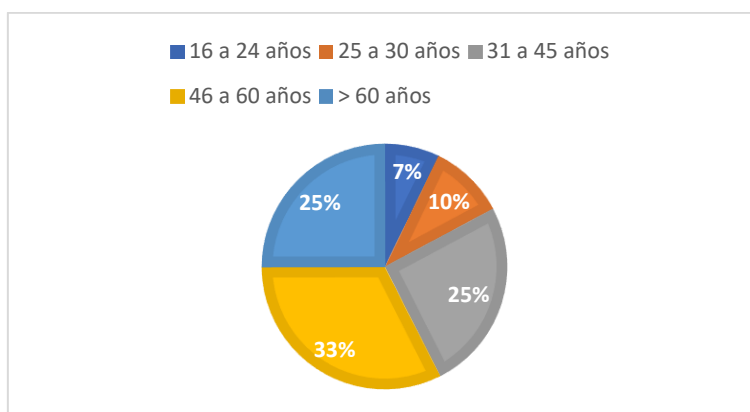
*(Elaboración propia. Fuente: ISTAC, 2019).*

En cuanto a la edad de los visitantes británicos, el mayor porcentaje se lo lleva el intervalo de entre 46 a 60 años, con un 32.4%. El grupo que comprende las edades entre 31 a 45 años, se lleva el segundo puesto con un 25,3% de representatividad en todas las islas, lo que explicaría que la media esté situada en 48,2 años.

A este último le sigue muy de cerca los mayores de 60 años con un 25%. Cabe destacar que, si comparamos estos datos del ISTAC con la misma encuesta en 2017, estos dos últimos grupos varían en cuanto a representatividad se refiere. Hace tres años, el intervalo entre 31 a 45 años alcanzaba casi el 28%, mientras que por el contrario, los mayores de 60 años apenas llegaban al 22%. Sin un estudio previo, sólo se pueden hacer hipótesis acerca del porqué de estas cifras, pero en contexto del Brexit, el Acuerdo de Retirada que firmaron ambas partes, preservaba y protegía el derecho a las pensiones, así como el acceso a la sanidad pública, por lo que el colectivo de los jubilados es uno de los pocos que, tras años de incertidumbre, dejaba de ser víctima de las consecuencias económicas que conllevaba este proceso. Esto puede incitar a que el porcentaje de mayores de 60 años sea cada vez más representativo.

Por último, cabe mencionar que los grupos más jóvenes, tanto el intervalo de 25 a 30 años como el de 16 a 24 años, corresponden a los porcentajes más bajos del total de los visitantes del Reino Unido en Canarias, con un 10% y un 7,2% respectivamente. Si lo comparamos con los datos de los años anteriores, la diferencia no es muy significativa, pues ambos intervalos ocupaban también los dos puestos más bajos, aún si sus porcentajes varían ligeramente (10,2% y 8,4%).

*Gráfico 6.4 Turistas británicos por edad en Canarias.*



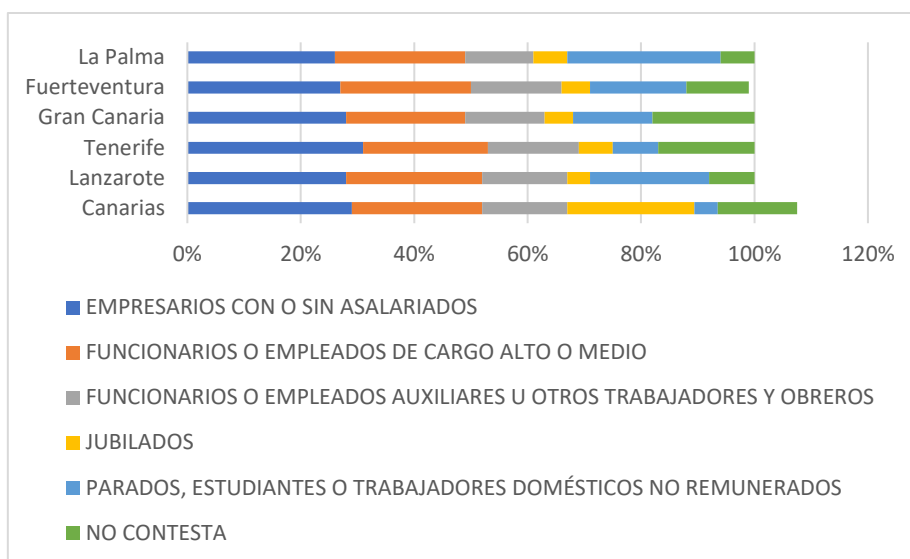
*(Elaboración propia. Fuente: PROMOTUR, 2019)*

### **6.3.2 Profesión del turista.**

Este apartado representa la actividad económica a la que se dedica el turista procedente del Reino Unido que visita las islas. La última actualización de los datos del ISTAC corresponde al año 2015, un año antes de que el referéndum diera comienzo al proceso del Brexit. No obstante, aún si no nos sirven como la base del estudio, son un buen referente para comparar el cambio que se ha producido entre los turistas en estos últimos años.

Dicho esto, en 2015 los empresarios (con o sin asalariados) representaban el mayor porcentaje con un 29%, seguido muy de cerca de los empleados con un cargo alto o medio a quienes correspondía un 23% del total de visitantes. Por sí solos, estos dos grupos abarcaban más de la mitad de los turistas británicos que visitaban el archipiélago.

**Gráfico 6.5** Turistas británicos según su actividad económica por islas (en %)

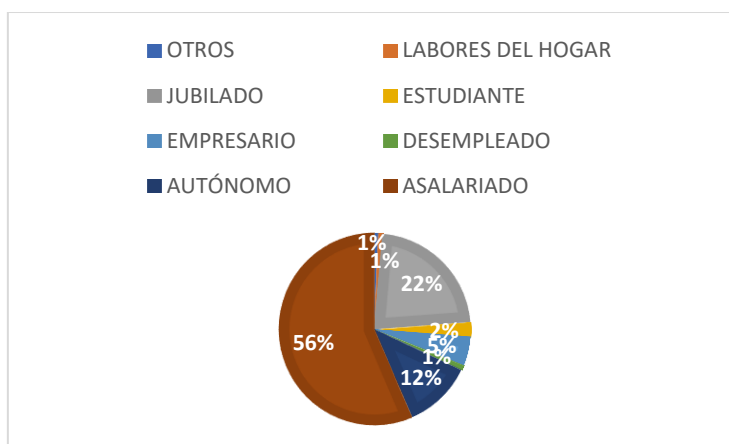


(Elaboración propia. Fuente: ISTAC, 2015).

Ahora bien, en el *Gráfico 6.5*, el porcentaje correspondiente al colectivo de los jubilados apenas alcanza el 5% del total de las islas, posicionándose en el puesto más bajo si lo comparamos con el resto de las categorías. Asimismo, a los parados, estudiantes y trabajadores domésticos, les corresponde el 14% del total, equivalente también al porcentaje de la muestra que decidió no responder a esta pregunta.

Una vez dicho esto, podemos ver como estos datos de 2015 se contrastan con el resultado adquirido en el subapartado anterior, donde el colectivo de jubilados se coronaba en el tercer puesto con un 25%. Si nos fijamos en el *Gráfico 6.6*, podemos ver como la encuesta más reciente refleja una variedad en cuánto a los datos obtenidos cinco años atrás.

**Gráfico 6.6.** Turistas según su actividad económica en CANARIAS.



(Elaboración propia. Fuente: PROMOTUR, 2019)

Si bien los empresarios asalariados siguen encabezando la lista, con un porcentaje superior a la mitad del total, el colectivo de los jubilados ha adquirido protagonismo en estos últimos años hasta el punto en el que ahora se ha convertido en el segundo grupo que más visita el archipiélago. En contrapartida, hay que mencionar también la disminución de las visitas correspondientes al grupo de desempleados (1%), estudiantes (2,40%) y trabajadores domésticos (1%), pero, una vez más, sin un estudio a fondo de los distintos factores, sólo se pueden plantear hipótesis acerca de las razones.<sup>7</sup>

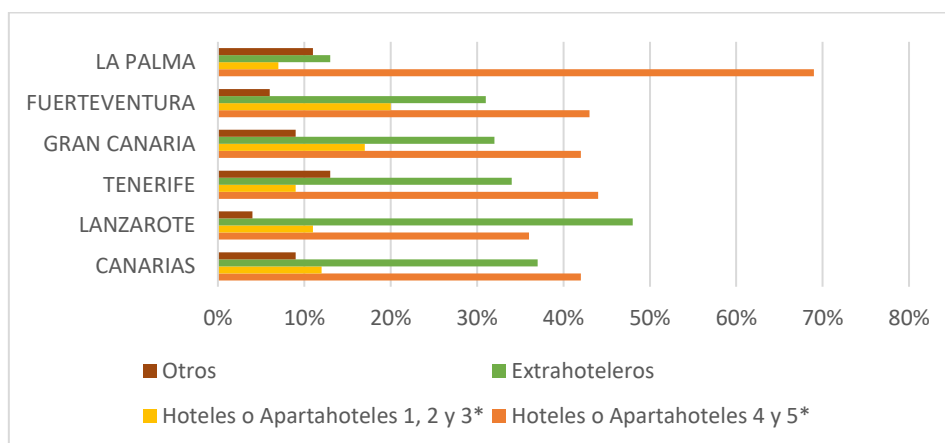
#### 6.4. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE.

Después de conocer de dónde vienen y hacia dónde van, la edad, el sexo y su perfil profesional, se analizan las características de la estancia del turista británico, como el tipo de establecimientos que eligen, la estancia media, las personas con las que realiza el viaje y el gasto que realizó.

##### 6.4.1 Lugar donde se alojan.

Esta encuesta realizada por el ISTAC daba a elegir a los turistas británicos entre los distintos tipos de alojamiento que ofrece cada isla: establecimientos hoteleros y extrahoteleros. El grupo de hoteleros están formados por el conjunto de hoteles y apartahoteles que van desde una hasta cinco estrellas, mientras que los extrahoteleros están compuestos por apartamentos, villas y hoteles y casas rurales. Por último, la encuesta también cuenta con la categoría “otros”, donde se incluyen las pensiones, los campings o residir en la vivienda de algún familiar o amigo.

*Gráfico 6.7 Preferencias para elegir alojamiento turístico en función de la isla*



*(Elaboración propia. Fuente: ISTAC, 2019)*

<sup>7</sup> Véase: [https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur\\_reino\\_unido\\_2019.pdf](https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_reino_unido_2019.pdf)

Según la media canaria, los hoteles y apartahoteles de 4\* o 5\* constituyen el porcentaje más elevado con un 42%, siendo la primera opción para los visitantes del Reino Unido para hospedarse, a excepción de Lanzarote, la única isla en la que el porcentaje de este establecimiento no supera el 40 por cien (36%). En segundo lugar, el tipo de alojamiento con mayor representación son los establecimientos extrahoteleros con un 32%, que van desde los apartamentos hasta las villas privadas, pasando también por los hoteles y las casas rurales. Analizando la media de Canarias, a éste le siguen los hoteles y apartahoteles de hasta tres estrellas con una representación del 12%. Estos establecimientos se encuentran entre las opciones que más varían en función de la isla, pues si bien en Fuerteventura alcanzan un 20% siendo el porcentaje más alto del archipiélago, en Tenerife el hospedaje en este alojamiento es tan solo de un 9%.

Por último, la opción de otro tipo de alojamientos, que puede incluir desde casas de conocidos hasta campings y pensiones, tiene un porcentaje de un 9% en la media canaria, siendo su representación más alta un 13% correspondiente a Tenerife, lo que la sitúa como la tercera opción de alojamiento en esta isla.

Destaca, por otra parte, la isla de La Palma, con una diferencia de casi un veinte por cien con respecto las otras islas para los hoteles y apartahoteles de cuatro y cinco estrellas (69%). En esta isla, el porcentaje de establecimientos más bajo se lo lleva también la categoría de una a tres estrellas, con un 7%, mientras que los alojamientos extrahoteleros y la categoría de otros, tan sólo acaparan un 13 y un 11%, respectivamente.

Estas diferencias entre unas islas y otras probablemente se deban a la oferta de alojamiento que ofrece cada una de ellas. Aun así, que en la mayor parte destaquen especialmente los establecimientos de 4 y 5\*<sup>8</sup> dice mucho del nivel adquisitivo del turista británico que viaja a las islas, lo que evidencia, una vez más, los datos reflejados en los subapartados anteriores.

#### **6.4.2 Personas con las que viaja.**

Los datos recogidos en una encuesta de PROMOTUR realizada en 2019 desvelaron que nueve de cada diez turistas prefieren viajar acompañados a hacerlo sin compañía.

Durante el último año, la mitad de los turistas británicos prefirió viajar con su pareja (50,30%), mientras que la otra mitad lo hizo sólo con sus hijos (4,70%), en familia (6,60%) y con otros

---

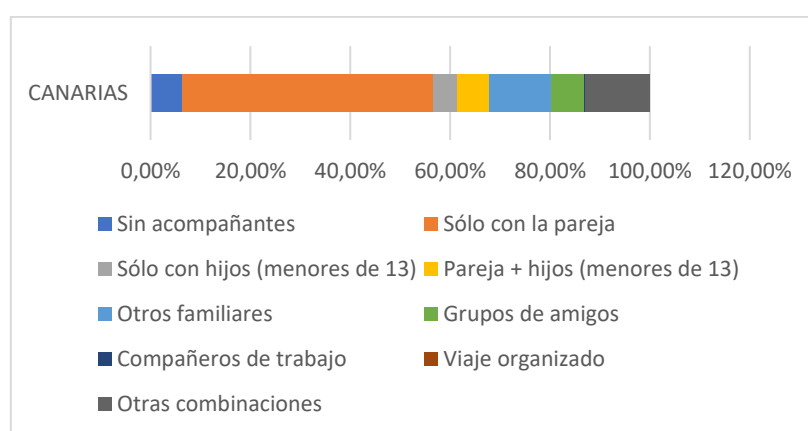
<sup>8</sup> Un estudio de PROMOTUR realizado en 2019 que separa los hoteles de 4 y 5-5\*GL detalla como los primeros son los establecimientos más demandados entre los turistas británicos, mientras que los segundos se encuentran en el tercer puesto tras los apartamentos y las villas privadas, lo que resalta una vez más el nivel adquisitivo de los turistas británicos, así como también podría reflejar la carencia de turistas londinenses con el poder adquisitivo más alto del país.

familiares (12,50%). Este último se posiciona en la tercera opción, junto con la categoría de otras combinaciones (12,90%) como las preferencias para viajar de este mercado en concreto.

En menor medida, los turistas británicos viajaron con amigos (6,40%), y con menos de un 2% de representación lo hicieron con compañeros de trabajos o a través de un viaje previamente organizado.

Cabe destacar que Gran Canaria fue elegida por los turistas británicos como la isla ideal para viajar sin acompañante durante 2019, en contrapartida con Fuerteventura y La Palma, las cuales fueron las preferidas para viajar en pareja.

*Gráfico 6.8 Turistas británicos según personas que los acompañan en el viaje (en %)*



*(Elaboración propia. Fuente: ISTAC, 2019).*

### 6.4.3 Gasto turístico.

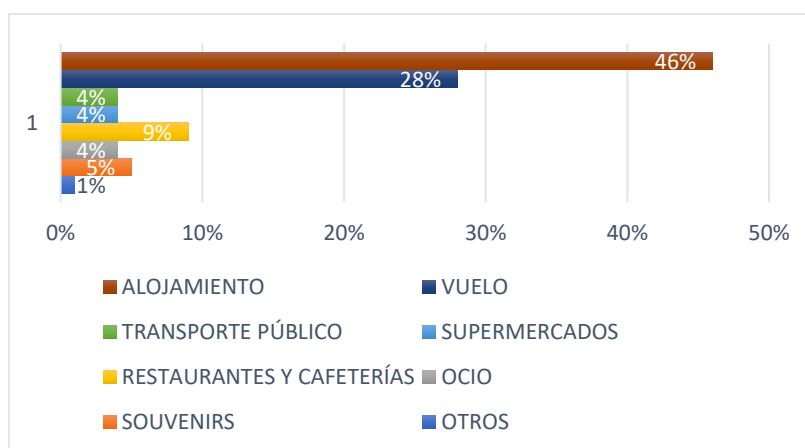
Según la OMT, el gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de productos y servicios para uso propio o para regalar durante el viaje. Además, con el Brexit haciendo cada vez más daño en los bolsillos de los habitantes del Reino Unido, un estudio del gasto turístico nos puede aproximar a entender cómo ha afectado el proceso en la economía individual del turista medio británico que llega a las islas y qué sectores pueden verse más perjudicados.

La mayor parte de la inversión del turista británico corresponde al gasto realizado en origen con un 71% frente al 29% realizado una vez ya en el destino. Esto puede explicar el hecho de que los conceptos de alojamiento y vuelo, con un 46% y un 26% respectivamente, abarquen los mayores porcentajes, ya que, en muchas ocasiones, son servicios contratados en el lugar de origen. En el caso del primero, el gasto realizado por el turista británico asciende a los 64,99€, mientras que en el segundo caso, el gasto es de 39,53€.

Por otra parte, el mayor gasto realizado por los turistas en Canarias queda reflejado por los restaurantes y cafeterías, que equivalen a un 9% del gasto total en el destino. Si se hubiese hecho una comparación entre los gastos diarios del turista británico realizados en el origen y en el destino, las categorías de vuelo y alojamiento hubieran tenido un porcentaje mucho menor en el destino, y los restaurantes abarcarían casi un 30% del total diario.

El siguiente gasto más significativo recae en los souvenirs (6,82€), mientras que el gasto realizado en los supermercados y en el transporte público, es de unos 5,93€ en ambos casos. Esto puede deberse a que el turista en origen opte más por un paquete turístico con una estancia de todo incluido, pues un estudio de PROMOTUR afirma que el 41,2% de los turistas viaja con vuelo, alojamiento y régimen de “todo incluido.”<sup>9</sup> En el caso del transporte público, no se puede negar las diferentes opciones de viajes asequibles para los turistas en cada una de las islas, pero tampoco se puede obviar como algunos de ellos deciden invertir en otros conceptos como el alquiler de vehículo o las excursiones, pues, según los datos del mismo estudio de PROMOTUR mencionado anteriormente, los porcentajes de estas categorías alcanzan ambas el 15%.

*Gráfico 6.9 Distribución del gasto diario del turista (en %)*



*(Elaboración propia. Fuente: ISTAC, 2019)*

Lo cierto es, que a pesar de la disminución de turistas británicos durante los últimos años, los datos confirman que su gasto no se ha visto tan afectado a pesar de toda la incertidumbre del Brexit. En 2016, los ciudadanos británicos sufrieron la mayor depreciación de la libra de la historia, pero la disminución del gasto turístico del año siguiente, lo compensó el incremento de llegadas. En los años 2018 y 2019 sucedió todo lo contrario, disminuyendo más de un 5% en llegadas, pero aumentando el gasto turístico en un 2,3% más durante su estancia.

<sup>9</sup> Véase: [https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur\\_reino\\_unido\\_2019.pdf](https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_reino_unido_2019.pdf)



Hasta ahora, el Brexit no parece haber hecho mella en los ingresos de la isla en cuanto al gasto durante su estancia se refiere, pero aún están por verse las consecuencias que traerá tras los once meses del periodo transitorio puesto en marcha y lo que éstos conllevarán.

## **7. LAS ISLAS CANARIAS ANTE EL BREXIT: PREFERENCIAS FUTURAS DEL TURISMO BRITÁNICO.**

La base del estudio es averiguar en qué medida el Brexit puede afectar al mercado británico que llega a las Islas Canarias. Para ello, se debe analizar la vulnerabilidad (o no) a la que se enfrenta este turismo al elegir Canarias como principal destino emisor, en vez de optar por otros destinos turísticos competidores de las islas que tengan un menor rango de impacto al Brexit.

Para entrar en contexto, hay que tener en cuenta que, dado el reducido tamaño de la economía británica en comparación a la de los Estados restantes de la Unión Europea, el daño de la salida será mayor para los bolsillos de los habitantes del país.

Además, si tenemos en cuenta el análisis anterior, hay que recordar que el turista medio que llega a las islas no es aquel que proviene de las zonas con un mayor capital, por lo que un golpe tan grande en la economía británica puede llevarle a optar por otros destinos turísticos de sol y playa, con un precio más asequible al del archipiélago.

Ahora bien, para realizar un análisis en profundidad, hay que tener en cuenta las razones por las que el turista británico elige Canarias, así como, llevar a cabo un estudio sobre los destinos competidores de las islas, a su favor de quienes puede inclinarse la balanza y convertirse en destinos preferentes para este mercado en concreto.

Para ello, se han determinado, por medio de un estudio de European Travel Commission realizado en 2018, todos aquellos países que actualmente forman parte del grupo de competidores de las islas, y que cuentan con el turismo británico como uno de sus principales mercados emisores.

Una vez caracterizados el total de llegadas del mercado británico en cada uno de estos países, nos hemos fijado también en la tasa de incremento que han sufrido en las llegadas (internacionales) durante los últimos 5 años, destacando especialmente, los destinos del ámbito mediterráneo.

Es aquí donde entra en juego el enfoque principal del estudio. Canarias no sólo debe compaginar la amenaza del Brexit y la posible pérdida de turistas que pueda conllevar, sino que, además, debe evitar que los destinos de sol y playa en el ámbito mediterráneo se conviertan en su principal preocupación a la hora de atraer turistas del archipiélago británico.

En primer lugar, hay que especificar los aspectos más relevantes en la elección de Canarias por parte de los turistas británicos. Para ello, se ha recurrido a una encuesta realizada por PROMOTUR en el año 2019. Los datos reflejados hacen referencia al % de turistas que señala que el factor correspondiente es “muy importante” en su elección.

*Tabla 1. Preferencias del turista británico a la hora de elegir Canarias (%)*

	<b>REINO UNIDO</b>	<b>TOTAL MERCADOS</b>
CLIMA	82,1%	78,4%
SEGURIDAD	62,2%	51,9%
OFERTA ALOJATIVA	55,7%	42,9%
PRECIO	50,7%	37,4%
TRANQUILIDAD	46,9%	47,6%
VIAJE SENCILLO	43,0%	35,2%
ENTORNO AMBIENTAL	35,1%	33,2%
PERTENENCIA A EUROPA	33,6%	36,1%
MAR	33,3%	44,4%
PLAYAS	30,9%	37,7%
DIVERSIÓN	24,6%	21,1%
GASTRONOMÍA	24,0%	23,2%
PAISAJES	22,1%	33,1%
AUTENTICIDAD	18,8%	20,3%
OCIO NOCTURNO	11,2%	8,0%
OFERTA COMERCIAL	10,8%	9,4%
EXOTISMO	8,7%	11,4%
OFERTA CULTURAL	8,1%	8,0%
PATRIMONIO HISTÓRICO	6,8%	8,2%
RED DE SENDEROS	3,9%	9,6%

Los resultados de la tabla nos muestran que el turista británico viene a las islas principalmente por el clima, la seguridad, el alojamiento y el precio, estando los porcentajes de estos correspondientes factores por encima de la mitad. Estos aspectos permiten que Canarias juegue con la ventaja de ser siempre un destino posicionado en la mente del británico, pues si bien el Brexit trae sus

consecuencias, y los destinos mediterráneos atraen cada vez más turistas internacionales, las relaciones entre el archipiélago canario y el turista medio británico, ya están más que fidelizadas.<sup>10</sup>

Es aquí donde hay que tener en cuenta los meses restantes hasta la salida oficial del Reino Unido. Si bien aspectos como el clima o la seguridad son indiscutibles, factores como la oferta alojativa (55,7%) y el precio (50,7%) suponen una gran preocupación, dado que uno de los pocos efectos cuantificables y confirmados es la depreciación de la libra.

La incertidumbre sólo se agrava si se tienen en cuenta los datos de las estadísticas nacionales. Por un lado, el turista medio británico reserva su viaje a Canarias con una antelación de entre tres y seis meses. A esto, se le suma que 8 de cada 10 afirman repetir (71,7%), lo que únicamente realza la fidelidad hacia el destino. Por otro lado, nos encontramos con la depreciación de la libra y la falta de acuerdos para una situación post-Brexit.

En este último aspecto, cabe destacar que gracias a los viajes de ocio, Canarias se ha convertido en un refugio y residencia para los británicos que llegan a las islas a disfrutar de las ventajas de trabajar o vivir la jubilación. Es cierto que el Acuerdo de Retirada establece que el ciudadano británico residente mantendrá sus derechos, incluso una vez se dé por finalizado el Brexit, pero a su vez, esto también significa que cualquier ciudadano británico que busque la residencia en un futuro próximo, tendrá que acatarse al Acuerdo que regule la relación futura entre ambas partes, y hasta ahora, Canarias no se ha visto en una posición privilegiada con respecto a este tema. Por ende, está previsto que los datos tan positivos realizados en los párrafos anteriores sufran un cambio perjudicial para el destino y el turista británico durante los próximos años.

Por otro lado, la tendencia creciente de los turistas británicos a optar por otros destinos durante los últimos años<sup>11</sup> ha conseguido que al archipiélago le toque compaginar la amenaza que supone el Brexit en el ámbito social, económico y político, con los destinos competidores, recientemente emergentes, que buscan atraer el mismo tipo de turismo del que Canarias presumía hasta ahora.

Por eso mismo, los principales agentes turísticos canarios al frente de la toma de decisiones, se muestran plenamente conscientes de la relevancia de asumir los efectos que derivan de la creciente participación de países mediterráneos en la industria turística, así como la definición de un nuevo marco de desarrollo, sostenibilidad y competitividad del sector, que puedan hacer frente a los futuros efectos del Brexit.

---

<sup>10</sup> Fuentes de PROMOTUR indican que un 78,9% de los turistas del Reino Unido afirman que son fieles al destino.

<sup>11</sup> En 2017, el archipiélago canario registró un número histórico de las llegadas (casi 18 millones), y tanto durante el año 2018, como 2019, las cifras bajaron con respecto a su predecesor.

Todo esto, con el objetivo de prever que ese turista británico que elige las Islas Canarias como principal destino para sus vacaciones, no se vea amenazado por las ya de por sí claras consecuencias tanto económicas, como sociales, y opte por elegir nuevos destinos no tan conocidos.

Dicho esto, y teniendo en cuenta la información aportada en el apartado anterior, se han definido e identificado los países del mediterráneo competidores de las islas Canarias, tomando como referente el mercado emisor del Reino Unido y su representación sobre el total de las llegadas internacionales de dichos destinos.

### **7.1 CANARIAS VS. LA COSTA MEDITERRÁNEA.**

El ámbito mediterráneo está conformado por una variedad de países pertenecientes a diversos espacios geográficos de Europa, Norte de África y Oriente Próximo, que, debido al escaso impacto que el proceso del Brexit tendrá sobre su economía, se convierten en la principal amenaza para Canarias, y en el principal foco de atención para algunos segmentos del mercado británico.

Entre ellos, destacan especialmente Turquía, hasta ahora, el destino que más rápido ha crecido durante los últimos años, Grecia, un destino consolidado por el que los turistas británicos han optado durante el último ciclo, Egipto, cuyo segmento principal se basa en el turismo cultural, Croacia, país que se encuentra en la misma situación que Grecia, pero con un número menor de visitas británicas, y por último, Marruecos, competidor tradicional de Canarias enfocado en el turismo cultural, pero que, debido a sus relaciones cercanas con el Reino Unido, se convierte en la principal amenaza para el archipiélago canario.

A esto, hay que añadir que, según los datos de la *Tabla 1*, el 33% de los turistas británicos eligen el archipiélago canario por su pertenencia a Europa, lo que deja ver un porcentaje del 67% que no tienen en cuenta esta característica, tratándose, una vez más, de un dato perjudicial para el destino.

Si bien el Reino Unido se ha constituido como el principal mercado emisor de las islas impulsados por la motivación para viajar a los destinos de sol y playa, los destinos recién mencionados presentan una distribución geográfica orientadas en su totalidad al segmento de sol y playa, a excepción de Egipto, donde la actividad turística se vincula más al segmento cultural. Dicha circunstancia, pone al archipiélago en un aprieto, aunque habría que destacar que el turista británico actualmente sólo abarca entre el 5% y el 15% de las llegadas a países como Turquía,

Croacia o Grecia, posicionándose siempre entre el tercer puesto y descendiendo, nunca como el principal mercado emisor.

Esta situación puede convertirse en un arma de doble filo para Canarias, pues queda reflejado la confianza que el turista emisor del Reino Unido tiene en las islas gracias a la experiencia vivida durante estos años. Sin embargo, si el Brexit perjudica de más a aquel turista medio británico que busca un paquete turístico específico para no gastar aún más en el producto, esto puede llevarle a optar por destinos no tan consolidados que pueden ofrecer lo mismo a un precio más razonable.

Canarias podría aprovecharse de la menor experiencia de estos destinos turísticos que recientemente han emergido en la industria turística, así como del poco grado de desarrollo de las infraestructuras en lugares como Marruecos. Aun así, no se puede dejar de lado que se trata de territorios que albergan una gran diversidad y una riqueza patrimonial, que, si bien no constituyen el principal atractivo para el mercado emisor británico, se trata de un valor añadido muy llamativo para el mismo.

Centrándonos en el segundo aspecto de por qué eligen Canarias como destino turístico, las cuestiones relacionadas con la inseguridad e inestabilidad política constituyen la principal debilidad de los destinos del ámbito mediterráneo, condicionando su imagen externa y sus estrategias de promoción y comercialización.

En este contexto, son diversas las iniciativas estratégicas de planificación. El énfasis que las diferentes autoridades, manifiestan por la eliminación de los desequilibrios territoriales especialmente en Egipto, Turquía y Marruecos, buscan que se conciba la actividad turística como un instrumento óptimo para el desarrollo del destino.<sup>12</sup> Además, en líneas generales, la sostenibilidad y el uso responsable y conservación de los recursos son principios destacados en las diferentes estrategias de estos países.

Es evidente que los distintos países competidores de Canarias se están adaptando cada vez más rápido a los cambios del sector, destacando especialmente Turquía, cuyos datos registrados presentan un aumento de las llegadas con respecto a 2017 de 14 millones de turistas, alcanzado un récord histórico para el país con 40 millones. La información aportada según el Instituto Nacional de Estadística turco (TÜİK) confirma que el turista británico se posicionó en el tercer lugar

---

<sup>12</sup> Véase: <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/export/sites/ctc/delegaciones-provinciales/cordoba/galleries/descargas-cordoba/xguiadeturismoconsejeria.pdf>

con respecto a las llegadas internacionales, por no olvidar que, al cierre de 2018, las Islas Canarias sufrieron una pérdida de casi 1 millón de turistas británicos.

Con esto, se dio por cerrada la crisis en Turquía causada por el enfrentamiento con Rusia en 2015, el fallido golpe de Estado en 2016 y la amenaza de los atentados yihadistas, factores que habían hecho caer la cifra de visitantes extranjeros hasta casi 20 millones. Esto, sumado a las diferentes iniciativas de las autoridades regionales por acaparar el turismo que más aporta a la economía del país, sitúan a Canarias en la cuerda floja a la hora de llamar la atención de los turistas británicos.<sup>13</sup>

Siguiendo la misma línea, Marruecos merece una mención especial. Debido a su importante posicionamiento como país de religión islámica estable y seguro, ha desarrollado un fuerte e ininterrumpido crecimiento turístico durante los últimos años. Si bien, hasta la fecha, se trata de un competidor tradicional más de Canarias que no ha supuesto ninguna amenaza en cuanto a pérdida de turistas se refiere (su principal segmento turístico es el turismo cultural), es el único país en 2020 que se ha adelantado a la situación post-Brexit y ha firmado Acuerdos para mantener su relación con Reino Unido, tanto en el ámbito económico, como en el comercial. A esto se le añade que ha comenzado a potenciar aún más diversos productos vinculados al sol y playa, basándose en el enorme potencial que poseen sus 3.500 kilómetros de costa.

Por el momento, la pelota sigue en el lado del campo de Canarias. El turismo británico se consolida como el cuarto en el número de llegadas internacionales en el ámbito mediterráneo, detrás de Francia, España y Alemania, siendo su porcentaje de visitas poco significativo. Sin embargo, su relación con el Reino Unido y los Acuerdos pactados para la conectividad aérea, la localización del territorio, su poca influencia económica en el Brexit y su creciente campaña turística dirigida a Londres<sup>14</sup>, realzan el hecho de que el Norte de África cuente con más ventajas en comparación con el archipiélago canario.

En el caso de la oferta alojativa (55,7% para el turismo británico), estos países disponen de una oferta hotelera, en mayor o menor medida según cada caso, que favorece las necesidades y expectativas de la demanda, así como los patrones de planificación sostenible que rigen en el mercado. Turquía, por ejemplo, acapara el desarrollo de la oferta con un grado de especialización en establecimientos hoteleros, y, si nos fijamos en el estudio de PROMOTUR mencionado

---

<sup>13</sup> Según los datos de TÜİK, durante el año 2018 los británicos se volcaron con Turquía, paralizando sus reservas en Baleares y Canarias.

<sup>14</sup> Moroccan Tourism Summit busca atraer el turismo británico partiendo de la idea de "encontrarás dos fantásticas costas mediterráneas y atlánticas". Véase: <https://www.bladi.es/brexit-oportunidad-marruecos,1247.html>

anteriormente, podemos ver cómo el régimen de alojamiento de todo incluido en las Islas Canarias es contratado por un 41,2% de los británicos.

*Tabla 2. Régimen de alojamiento preferente para el turista británico (%)*

	<b>REINO UNIDO</b>
Sólo alojamiento	27,2%
Alojamiento y desayuno	10,9%
Media pensión	18,0%
Pensión completa	2,1%
Todo incluido	41,2%

En términos generales, estos planes estratégicos, contemplan medidas orientadas a la creación, el desarrollo y la mejora de las infraestructuras, a la ampliación de la oferta hotelera, y a las conexiones aéreas, considerándose un proceso fundamental para la mejora de la conectividad y accesibilidad al destino en general, y en particular, a los recursos.

A pesar de esta iniciativa por parte de los competidores mediterráneos, la incertidumbre con respecto al verdadero impacto económico para el turista británico es aún desconocida. Por eso, las autoridades locales canarias recomiendan a los diferentes regímenes alojativos no tomar decisiones precipitadas, pues bajar los precios no sería una de las soluciones. En cambio, se insta a crear campañas a través de los motores de reserva o de los intermediarios online, todas ellas ajustadas a las necesidades del mercado británico, que prefiere viajar en líneas low cost y reservar a través de touroperadores.<sup>15</sup>

Otros de los factores que están influyendo en la atracción de la demanda por parte de estos destinos es la comercialización de los productos turísticos a precios competitivos, en muchos casos, inferiores a los del archipiélago. El precio se posiciona como el cuarto factor entre los criterios determinantes en la elección del destino vacacional, y Canarias cuenta con unos privilegios en este aspecto, de los que pocos países europeos pueden alardear.

Recalcando la palabra europeos y que aún esté por verse la gravedad del impacto económico del proceso del Brexit, más allá de lo que pueda llegar a perjudicar al turista británico de manera individual, el destino puede verse ante la disyuntiva de un cambio de precio en los diferentes segmentos del sector, en función de cómo avance la demanda en las reservas de vuelos, de alojamientos, e incluso, en el gasto turístico. Es un escenario drástico y poco probable, aun así,

---

<sup>15</sup> Véase: [https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur\\_reino\\_unido\\_2019.pdf](https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_reino_unido_2019.pdf)

actualmente, las entes insulares tantean las posibilidades que tienen para llevar a cabo iniciativas de esta índole, si se diese el caso.

Según lo expuesto, es evidente que las empresas del archipiélago canario habrán de estar preparadas y plenamente activas ante los cambios y amenazas actualmente patentes, del nuevo panorama turístico mediterráneo, a fin de mantener la fidelidad del turista británico y su posicionamiento competitivo. Por el momento, el órgano de Turismo, Comercio e Industria del Gobierno de Canarias prevé una serie de efectos del desarrollo turístico de los destinos emergentes que se materializan en varios aspectos.

En primer lugar, la disminución de la cuota de participación de Canarias en los desplazamientos del mercado turístico británico entre otros, pues los datos actuales ya anuncian el incremento de llegadas de este segmento en concreto a destinos como Turquía, Marruecos o Croacia. En este sentido, dada la alta dependencia de Canarias con el turismo emisor de Reino Unido, no se puede prescindir de él, y si bien, optar por una política de promoción que actúe sobre los mercados y capte nuevos segmentos es una opción viable, el destino debe optar por buscar la manera de asegurarse a sus clientes más fieles que el daño del impacto del Brexit no va a ser tan grande como se esperaba.

Para ello, la solución planteada desde la Comisión recién mencionada es respaldarse tras la condición del archipiélago como región ultraperiférica, apoyándose en las relaciones entre ambos archipiélagos para confiar la prioridad de Canarias en los Acuerdos.

Frente al modelo de desarrollo aplicado en las Islas Canarias, el inicio de la actividad turística en espacios considerados “vírgenes” en estos destinos, les ofrece la posibilidad de llevar a cabo una planificación y ordenación según criterios de sostenibilidad. Sin mencionar que constituye una clara ventaja competitiva para ellos, es necesario que la oferta de Canarias generalice la implantación y aplicación de los procedimientos I+D+i, de gestión ambiental y de calidad, como medio de diferenciación y competitividad.

Por otra parte, la clara orientación al modelo de sol y playa y su consolidado desarrollo en las estrategias destinadas al impulso del sector llevan a una amplificación en la intervención de nuevos operadores, con un mayor grado de especialización en segmentos tales como deportivo, rural, de naturaleza y cultural.



Lo expuesto en estos párrafos son las primeras iniciativas que se han hecho públicas por parte de la comisión, pues, desde el primer momento se asumió que por muchos escenarios que se prevean para que el impacto sea mínimo, dichos cambios seguirán siendo inevitables.

En definitiva, Canarias sigue contando con una serie de ventajas que hasta el momento, han posicionado al archipiélago como destino principal para los turistas emisores de Reino Unido. Es innegable que algunos de los aspectos analizados en los párrafos anteriores pueden suponer una ventaja competitiva con respecto a los destinos emisores. Sin embargo, la separación del principal país socio comercial y el que más turistas aporta a la isla del ámbito europeo, así como la irrupción de nuevos destinos emergentes con un plan turístico semejante al del archipiélago, plantean una nueva realidad en el mercado.

Hay que tener en cuenta que el turista británico puede mostrarse susceptible si los cambios provocados por el Brexit resultan ser más drásticos de lo que se esperaba en un principio. Por ello, se convierten en la primera prioridad a la hora de hacer cambios, si hubiera que hacerlos, en el modelo de negocio del destino, tales como los patrones de gestión turística, que se habrán de dirigir hacia la diferenciación, la innovación y la singularización de la oferta. Si no fuera así, el millón de británicos perdidos durante los años 2018/2019 sólo se agravaría, y debido a la rapidez con la que se siguen desarrollando los principales competidores de Canarias, el archipiélago no tendría tiempo para estar de luto.

## **8. CONCLUSIONES.**

Con los ojos de todo el continente puestos en el Parlamento Europeo, el 31 de enero de 2020 una buena parte de la incertidumbre que había sido arrastrada durante estos últimos cuatro años fue dejada de lado para dar paso al periodo transitorio de once meses de duración.

Ahora, a tan solo unos meses de darse por concluido el Brexit, las Islas Canarias aún se encuentran en una posición un tanto confusa en varios de los aspectos más influenciados por el Reino Unido. Por si fuera poco, la exposición de las islas a un proceso como éste, sólo se ha visto agravado tras la caída del mercado emisor del Reino Unido, atraídos, entre otros motivos, por el creciente desarrollo de los destinos turísticos en el ámbito mediterráneo, tal y como reflejan las fuentes estadísticas insulares y regionales.

El mercado británico se constituye como la principal fuente de ingresos dentro del archipiélago en el sector turístico. Por ello, que aún existan espacios en blanco entre las páginas de los Acuerdos

entre ambos archipiélagos, sólo hace a las autoridades de las Islas a exasperarse aún más, por las cuestiones aún sin resolver que sufre Canarias.

Por ello, a pesar de que se trate del destino principal para nuestro turismo emisor más importante, están por verse las certezas de lo que traerá una situación post-Brexit. Por el momento, Canarias cuenta con una serie de ventajas: la experiencia que tiene ya en el destino, la seguridad que le aporta, las oportunidades de inversión, trabajo, residencia y jubilación, y por supuesto, la calidad en la oferta al ser un destino tan consolidado.

Aun así, estas ventajas pueden pasar a un segundo plano si el turista medio británico decide optar por destinos no tan conocidos, que trabajan actualmente en conseguir las iniciativas recién mencionadas, y que además, al no pertenecer a la Unión Europea, o en su defecto, al no estar profundamente implicados en el Brexit, supongan un beneficio económico para el mismo. Después de todo, no hay que olvidar que los cambios en las necesidades de la demanda son los que impulsan los cambios en el sector turístico en general y no al revés.

## 9. BIBLIOGRAFÍA.

- ABC. (2019). ¿Cuánto se queda en Canarias por cada turista inglés que llega? *ABC Canarias*.
- Agencias. (2020). El Reino Unido comienza una nueva era con su salida de la Unión. *Eitb.eus*.
- Ahora, T. (2019). El impacto del Brexit en Tenerife, objeto de seguimiento y análisis de un nuevo Observatorio. *El Diario*.
- Alcega, S. S. (2017). *EL BREXIT Antecedentes, procedimiento y consecuencias. Un acontecimiento, ¿inesperado?* Universidad de Zaragoza.
- Boffey, D. (2019) Cliff-edge Brexit will hurt UK more than EU, says Von der Leyen. *The Guardian*.
- Cámara Oficial de Comercio, I. y. (2019). *EFFECTOS DEL BREXIT SOBRE EL TURISMO ESPAÑOL*. Jornada “La empresa española ante el Brexit.”
- Canarias, G. d. (2019). *El turismo genera 16.099 millones y 343.899 puestos de trabajo*. Turismo, Industria y Comercio.
- Canarias, G. d. (2018). *SIETE COSAS QUE LAS EMPRESAS EN LA EU-27 NECESITAN SABER Con el fin de prepararse para el Brexit*. Comisión Europea.
- Casado, R. (2018). El mercado británico no es apto para invertir. *Expansion.com*.
- Efe/Madrid. (2019). El temor al 'brexit' ha privado ya a Canarias del 7% del negocio británico. *Canarias7*.
- (May 2016). *EU Referendum, Impacts on the UK Tourism Industry*. Tourism Alliance, the voice of tourism.
- Europapress. (2019). El turismo generó 16.099 millones en Canarias durante 2018 y representa el 40,4% de los empleos de las islas. *Europapress, Las Palmas de Gran Canaria*.
- Europea, D. (2020). Europa después del 'brexit': ¿Y ahora qué? *eitb.eus*.

- Europeo, P. (2020). *Acuerdo sobre la retirada del Reino Unido de la Unión Europea*.
- Europeos, D. d. (2019). *BREXIT: NUEVA PROPUESTA DE ACUERDO DE RETIRADA DEL REINO UNIDO DE LA UE*. CEOE.
- Extranjería, A. (2019). *El impacto del Brexit en las relaciones España - Reino Unido*. gdasesoría.
- Fernández, E. (2020). Los datos de 2019: El turismo cae en las islas Canarias y Baleares sufren el Brexit y la quiebra de Thomas Cook. *El Mundo*.
- Fernández, P. G.-C. (2017). *EL BREXIT: CAUSAS, CONSECUENCIAS Y ALTERNATIVAS FUTURAS*. Universidad de Sevilla: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
- Futurismo. (s.f.). *Turismo activo en Canarias, amenazas y oportunidades*. Futurismo Canarias.
- Gutiérrez, L. (2019). Canarias, inquieta ante el 'brexit'. *Canarias7*.
- Hosteltur. (2018). *Turquía registra un incremento del 23% en la llegada de turistas*. Edición España.
- Hosteltur. (2019). El turismo aporta ya el 12,3% de la economía española. *Hosteltur*.
- Hosteltur. (2019). WTM 2019: el mercado británico tras el cierre de Thomas Cook. *Hosteltur*.
- Hosteltur. (Enero 2020). *Los hoteles ante el Brexit: estimular la demanda y adaptar las promociones*. Edición España.
- Información, L. (2019). Marruecos se anticipa al post-Brexit y firma un pacto clave con el Reino Unido. *La información*.
- López, C. (2019). El sector turístico se muestra preocupado ante un Brexit duro pero confía en que se alcance una solución. *El País*.
- MBE, R. S. (2018). *Brexit: El borrador del Acuerdo de Retirada de 14 de noviembre de 2018*. Gómez-Acebo & Pombo.
- ONU, N. (2020). En un Brexit sin acuerdo, el Reino Unido puede perder hasta 32.000 millones de dólares. *News UN*.
- P., R. (2019). Turquía pulveriza su récord de turista: 14 millones más que hace dos años. *Preferente.com*.
- Pérez, J. M. (2020). Canarias mantuvo el listón de los 15 millones de turistas en 2019. *Canarias7*.
- Promotur. (2017). *Perfil del turista británico según región de residencia London*. Islas Canarias: Promotur.
- PROMOTUR. (2019). *Perfil del turista que visita las Islas Canarias. REINO UNIDO*.
- PROMOTUR. (2019). *Perfil del turista que visita las Islas Canarias. REINO UNIDO*.
- R., A. (2020). Gran Canaria y Fuerteventura suman el 80% de los turistas extranjeros perdidos. *El día*.
- Rodríguez, R. (2019). El 'brexit', consecuencias para Canarias. *El Diario*.
- Rodríguez, R. M. (2015). Análisis del turista británico que visita las Islas Canarias. *Revist Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 19.
- Rup, E. (2020). El 'brexit' desde la ultraperiferia: previsión de daños. *El Día*.
- Savdor Lladues, I. M. (2018). *España ante el Brexit*. Real Instituto Elcano.
- Turismo, P. d. (2019). *Reino Unido - Web Oficial del Turismo*. Gran Canaria: Área profesional.