

**PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA**

**FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA Y  
TURISMO DE LAS PALMAS**

**SOCIEDAD DE PROMOCIÓN ECONÓMICA DE  
GRAN CANARIA**

**TURESPAÑA**

**INFORME DE COYUNTURA DEL  
MERCADO TURÍSTICO**

# **PAÍSES NÓRDICOS**

**VERANO 2010**

**PREVISIONES INVIERNO 2010 - 2011**  
**PROYECTO "INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA  
TURÍSTICA DE GRAN CANARIA"**

**PREPARADO POR:**

**Juan Fernando Suárez Díaz**

Promotor de Negocio Turístico de Gran Canaria para los Países Nórdicos  
Oficina Española de Turismo en Estocolmo  
Diciembre 2010 - Enero 2011



# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| <b>1. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....  | 41 |
| <b>2. COYUNTURA ECONÓMICA</b> .....  | 41 |
| <b>3. MERCADO TURÍSTICO: GENERAL Y GRAN CANARIA</b> .....                  | 43 |
| <b>4. COMPETIDORES:<br/>CIFRAS, MOVIMIENTOS, CLAVES ESTRATÉGICAS</b> ..... | 48 |
| <b>5. TENDENCIAS E INNOVACIONES</b> .....                                  | 49 |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....  | 50 |



# 1. RESUMEN EJECUTIVO

Las principales tendencias y en cierta medida, el pulso del mercado turístico nórdico reflejado en el siguiente informe, tienen algunas particularidades propias que los definen como mercados emisores.

Económicamente, aunque hay sensibles diferencias entre cada uno de los cuatro países que componen el área nórdica, desde el modélico ejemplo de Noruega, país exportador de petróleo, con una economía saneada y un nivel de vida a la cabeza mundial, a Finlandia, excesivamente dependiente de la industria papelera y sobre todo, del gigante de las comunicaciones Nokia, que factura cerca de un 30% del PIB, el conjunto de los países nórdicos puede considerarse claramente por encima de la media europea en cuanto a capacidad económica y desarrollo.

En cuanto al mercado turístico, hay que señalar en primer lugar la existencia de una homogénea estructura de la turoperación que crea en la práctica una situación de oligopolio, que deja muy poco margen de actuación a nuevos operadores, los operadores de nicho que van alcanzando un cierto volumen tienden a ser absorbidos por los grandes operadores cuando no son éstos los que entran en competencia directa y con una situación claramente dominante en segmentos de mercado con interés comercial, con la única excepción del turoperador finés Aurinkomatkat, las divisiones de mercado nórdico de Thomas Cook, TUI y KUONI copan los puestos de vanguardia en los cuatro países nórdicos, a cierta distancia le sigue Primera Travel Group y en un plano que habría que considerar local existen turoperadores con volúmenes realmente alejados de los dominadores.

Gran Canaria como destino en el mercado nórdico ha pasado la fase de madurez y decaimiento. Actualmente es un destino en franca recuperación hasta el punto de volver a ser en el invierno 2010-2011 el favorito de los nórdicos. Sin embargo, adolece de algunos de los inconvenientes de los destinos maduros y su oferta hotelera y extrahotelera presenta diferencias demasiado marcadas según la zona y el tipo de establecimiento, lo que puede ser un problema a corto plazo a la hora de absorber un aumento de la demanda proveniente de los países nórdicos ya que un considerable número de establecimientos van cayendo en la obsolescencia.

## 2. COYUNTURA ECONÓMICA

### Datos macroeconómicos de Noruega:

- Desempleo: 3,6%. Dato interanual noviembre 2010
- Variación del IPC: 2,8%. Dato interanual diciembre 2010
- Variación del PIB: 0.9%. Dato interanual tercer trimestre 2010

Tendencias económicas de Noruega:

La economía noruega se encuentra, según los analistas, en el inicio de un ciclo de crecimiento tras haber dejado atrás la depresión económica, donde el aumento de la demanda doméstica se espera que aumente fuertemente, alcanzando su cénit en 2013.

La tendencia creciente se ha manifestado de manera más clara a partir del pasado verano. El PIB de Noruega marca registros por encima de lo habitual y parece constatar esta tendencia positiva. Las economías domésticas juegan un importante rol en este cambio de ciclo gracias un importante aumento de la demanda. En el plano internacional se espera un moderado crecimiento de la economía y se espera un cambio de ciclo económico para la totalidad de la Zona Euro en 2013; sin embargo, los riesgos e incertidumbres son tan elevados que pueden dar al traste con esta previsión y consecuentemente afectar a la economía noruega.

Las exportaciones crecerán de manera moderada ya que, a la propensión de los exportadores por actuar en mercados con fuerte crecimiento, hay que contraponerle los elevados costes relacionados con la producción que se dan en el país. El aumento de las exportaciones se situó en un 6% en 2010 si bien es cierto que gran parte de este porcentaje ha sido más de recuperación del terreno perdido durante la crisis que de crecimiento neto.

Un considerable aumento en la población, aumento en los salarios y bajos tipos de interés crean un escenario donde se estima que el precio medio de la vivienda aumentará anualmente alrededor de un 5% en los dos próximos años y que este porcentaje repunte en 2013.

Las inversiones empresariales se espera que aumenten. Después de dos años de caídas en las inversiones del sector profesional, se observó un claro incremento en las inversiones industriales a partir del segundo trimestre de 2010, y se espera que este aumento en las inversiones se mantenga constante. Las inversiones en el sector del petróleo se mantuvieron ligeramente a la baja en 2010 pero la tendencia es que vuelvan a aumentar y se mantengan de esta manera en los próximos años.

El desempleo crecerá ligeramente. Después de un año de estancamiento, se observó un ligero aumento en el empleo entre el segundo y tercer trimestre, según las cuentas nacionales trimestrales. La recuperación cíclica de la economía se espera que conduzca a un mayor crecimiento en el empleo. Sin embargo, también parece probable que la fuerza de trabajo irá en aumento. Así, después de haber permanecido muy estable en lo que va de 2010, el desempleo puede aumentar ligeramente hasta llegar al 3,7 por ciento de la población activa en 2011. Aplicando el mismo criterio se espera que posteriormente, el desempleo caerá, y la tasa de desempleo se reducirá según estimaciones al 3,2 por ciento en 2013.

En cuanto a salarios e inflación, el crecimiento medio de los primeros fue del 3,5% en 2010 y se espera que este porcentaje continúe constante en los próximos años. Por su parte, el IPC esperado para 2010 es del 2,4% del 1,4 en 2011 lo que daría un crecimiento del poder adquisitivo de un 1% en 2010 y un 2% en 2011.

Las buenas perspectivas económicas y la baja inflación hacen suponer que el tipo de interés irá creciendo un 0,25% en 2011 y siga aumentando gradualmente hasta acercarse al tipo del 5% previsto para finales de 2013.

### **Datos macroeconómicos de Suecia:**

- Desempleo: 7,4%. Dato interanual diciembre 2010
- Variación del IPC: 2,3%. Dato interanual diciembre 2010
- Variación del PIB: 6,9%. Dato interanual tercer trimestre 2010

Tendencias y previsiones económicas de Suecia:

La economía sueca se recupera tras la recesión. Tras un periodo de mínimo crecimiento y la posterior recesión de 2008-09, la recuperación de la economía sueca se ha acelerado durante 2010, con las economías domésticas y la inversión como los principales motores en el crecimiento del PIB. La producción industrial y los pedidos se han visto asimismo fortalecidos y las encuestas tanto al sector profesional como a las economías domésticas arrojaban un alto grado de optimismo, particularmente en el sector servicios. Algunas variables del consumo han marcado durante 2010 valores similares a los del periodo previo a la depresión económica.

Las previsiones indican que la recuperación continuará durante el periodo 2011-12 pero a un ritmo más bajo que lo registrado en 2010. Las mejoras en las expectativas en el mercado de trabajo se prevé que estimulen el consumo doméstico y la capacidad de ahorro. En el sector profesional, la inversión se mantiene fuerte y como consecuencia los mercados financieros disfrutan de estabilidad. En el lado negativo, hay que hacer constar la fortaleza inusual de la corona sueca, que perjudica a las exportaciones, y la normalización de la política monetaria, que acarrea como consecuencia la desaparición de incentivos fiscales.

### **Datos macroeconómicos de Dinamarca:**

- Desempleo: 6,1 %. Dato interanual diciembre 2010
- Variación del IPC: 2,8 %. Dato interanual diciembre 2010
- Variación del PIB: 2,3 % Dato interanual tercer trimestre 2010

Tendencias y previsiones económicas de Dinamarca:

La recuperación sigue su camino. Después de sufrir una caída del 5,2% en 2009, la economía danesa se ha recuperado de manera notable. La recuperación ha venido al igual que en el caso sueco, liderada por la demanda doméstica, que se ha visto beneficiada por una reducción en los impuestos y con ello un aumento previsto de un dos por ciento anual del consumo; sin embargo, este aumento va a repercutir negativamente en la tasa de ahorro de los hogares daneses. Por otro lado, las políticas gubernamentales para minimizar los efectos de la crisis se mostraron como acertadas y han ayudado a revertir la tendencia negativa. A corto plazo se espera que el ritmo de crecimiento se modere y el aumento del PIB de 2011 y 2012 esté ligeramente por debajo del 2%.

Las previsiones en cuanto al desempleo para 2011 son optimistas, ya que el comportamiento del mercado laboral danés durante la crisis ha sido mejor de lo esperado; la causa principal es la flexibilidad del mercado de trabajo y la eficiencia de las políticas activas de empleo. Estas dos variables, de índole estructural, minimizan el riesgo de crecimiento del desempleo de larga duración, y a esto hay que añadirle el envejecimiento de la población, lo que supone menos personas en edad de trabajar.

### Datos macroeconómicos de Finlandia:

- Desempleo: 7,9 %. Dato interanual diciembre 2010
- Variación del IPC: 2,9 %. Dato interanual diciembre 2010
- Variación del PIB: 5,5 % Dato interanual octubre 2010

Tendencias y previsiones económicas de Finlandia:

Una de las principales amenazas que planea sobre el mercado laboral finlandés es el envejecimiento de su población activa, aunque este factor está siendo bien asimilado. La crisis ha tenido un impacto más limitado en el mercado de trabajo que lo inicialmente previsto y tomando como referencia experiencias pasadas, una de las causas para conseguir este logro fue la implantación de jornadas reducidas, este tipo de jornadas ha ido desapareciendo gradualmente en 2010 con el repunte de la actividad económica.

El índice de precios al consumo tiene una previsión de ligero aumento para 2011 estimada en un 1,5% y se espera que el precio de la energía tenga un significativo peso específico en este aumento; los alimentos subirán también pero de manera muy contenida.

El PIB ha invertido su tendencia negativa de 2009, que vino motivado por el colapso en la demanda externa. Este cambio de tendencia ha estado ayudado desde el sector público con la aplicación de políticas de estímulo fiscal.

## 3. MERCADO TURÍSTICO: GENERAL Y GRAN CANARIA

### General

El mercado turístico nórdico está fuertemente concentrado a unos pocos operadores y líneas aéreas, se relacionan a continuación:

| Operadores                | SUECIA       | NORUEGA   | DINAMARCA   | FINLANDIA              |
|---------------------------|--------------|-----------|-------------|------------------------|
| Thomas Cook Nordic Europe | Ving         | Ving      | Spies       | Tjäreborg              |
| TUI Nordic                | Fritidsresor | Star Tour | Star Tour   | Finnmatkat             |
| Kuoni                     | Apollo       | Apollo    | Apollo      | Apollo                 |
| Primera Travel Group      | Solresor     | Solia     | Bravo Tours | Matka Vekka Lomamatkat |

En cuanto al panorama de las aerolíneas, salvo la excepción de Finnair en Finlandia, que se posiciona como claro dominador, SAS, Norwegian Air Shuttle y Cimber Sterling son las que acaparan la práctica totalidad del mercado, los operadores minoritarios de vuelos regulares tales como Air Finland tienen unas cuotas de mercado marginales y poco relevantes en términos globales, aunque siempre interesantes cuando operan con Gran Canaria y con Air Finland se da el caso.

Centrándonos en la actividad reciente y tendencias a corto plazo de los principales grupos operadores cabe destacar las siguientes:

TUI Nordic:

Los precedentes más inmediatos, a mitad de 2010 hablaban de TUI Nordic en unos términos bastante positivos, un beneficio antes de impuestos superior en un 11% al de mitad de 2009, un incremento de 13 puntos porcentuales en las ventas y un 4% más de clientes, que permiten al turoperador afrontar una importante reestructuración del grupo en una posición cómoda y con apenas incidencias como la huelga de pilotos que tuvo lugar en junio y que tuvo una rápida solución.

Al final del ejercicio 2010, TUI Nordic había incrementado un 9,6% sus beneficios antes de impuestos, las reservas para el invierno 2010-2011 se situaban un 31% a finales de noviembre en comparación con el año anterior. Para el verano 2011, las reservas en el mercado nórdico están un 10% por encima de los volúmenes de años anteriores.

El turoperador ha sufrido una importante reestructuración en su sede en el plano general y su nueva estructura operativa queda definida de la siguiente manera:

- *Mainstream Sector*: Comprende al turoperador principal, aviación chárter y distribución minorista.
- *Specialist & Activity Sector*: Abarca a los turoperadores de nicho de la marca.
- *Accommodation & Destinations Sector*: Actúa como receptor y su campo y comercializa hoteles, transfers, excursiones y eventos.
- *Emerging Markets Sector*: Se encarga de la implantación del turoperador en áreas emergentes como emisor. Ya ha comenzado a operar en Rusia, le seguirán Brasil, India y China.

Entrando en un plano más cercano a las operaciones y actividades de TUI Nordic en los últimos meses, caben destacar algunas como la firma de un acuerdo con la aerolínea Norwegian Air Shuttle para transportar a clientes con paquete a Gran Canaria y Egipto, este acuerdo inicial se ha renovado para el verano 2011 en incluso ampliado en cuanto a destinos, es también destacable el interés del turoperador en implantar un sistema de zonas libres de niños en sus vuelos en sincronización con su pasaje destinado a hoteles destinados a solo adultos. También ha sido destacable para TUI Nordic el excelente resultado de sus salidas desde el aeropuerto regional de Norrköping, a unos 150 kilómetros al sur de Estocolmo, su crecimiento ha sido del 123% para Gran Canaria, Tenerife y Egipto, movidos por esta tendencia a incrementar el uso de aeropuertos regionales para viajes chárter, TUI Nordic quiere instalar bases en los aeropuertos suecos de Vaxjö y Örebro. TUI Nordic ha confirmado que comenzará a vender paquetes a Cuba el próximo invierno, concretamente a Varadero y La Habana.

Thomas Cook Nordic:

Thomas Cook Nordic es junto con TUI Nordic el turoperador de referencia en la región nórdica; durante 2010 su beneficio antes de impuestos se vio reducido en un 4,3% en gran medida por las pérdidas causadas por la nube de cenizas volcánicas del pasado abril. Sin embargo, la política del grupo se muestra consistente, mediante la reducción de volúmenes están consiguiendo una buena respuesta en el mercado, en 2010 redujeron su capacidad de plazas en un 3,8% y su volumen de pasajeros un 4,1%, esta política les llevó a aumentar sus márgenes de operaciones hasta el 9% cuando en 2009 lo habían hecho en un 8,2%. El precio medio de los paquetes aumentó un 2,9% y el factor de cabina se redujo en un 0,3%.

Con vistas a la próxima temporada invernal, Ving piensa acometer una estrategia de potenciación de los aeropuertos regionales.

En cuanto a la actividad reciente registrada por el turoperador cabe destacar la construcción de un nuevo hotel de concepto familiar en Egipto, el Sunwing Waterworld Makadi Beach, al que hay que sumarle la puesta en funcionamiento de dos nuevos hoteles familiares en Tailandia y un hotel de concepto solo adultos en Mallorca, la reapertura después de muchos años de Sri Lanka como destino (aunque con pequeños volúmenes), o la inclusión en el catálogo de verano 2011 a Djerba en Túnez y Bodrum en Turquía. Al igual que su competidor TUI Nordic ha hecho con el actor Mads Mikkelsen, Ving ha elegido a un personaje famoso para apoyar sus anuncios, se trata de Maria Montazami.

En una encuesta realizada por Ving, marca sueca de Thomas Cook Nordic acerca de los destinos favoritos de sus clientes para las vacaciones de invierno, las Islas Canarias resultaron las favoritas seguidas muy de cerca por Tailandia y a cierta distancia por Egipto.

Apollo:

Apollo cerró el 2010 con unas fuertes pérdidas ya que sus ganancias pasaron de 103 en 2009 a 60,2 millones de coronas suecas en 2010, las causas que se apuntan desde el turoperador son sobre todo relacionadas con el repunte de viajes de última hora, como por otra parte parecen indicar sus cifras de ventas, que marcaron registros récord en 2010.

Otra de las causas es climatológica. Apollo basa su estrategia en la temporada de verano de una manera más decidida que el resto de operadores y el benigno clima del último verano debilitó las reservas, lo que derivó en que hubiera que lanzar muchas ofertas de última hora.

Apollo tiene unas previsiones optimistas para la temporada de invierno; con una corona sueca fortalecida, las reservas se sitúan en un 20% por encima del ejercicio anterior y las capacidades tanto de verano como de invierno aumentarán un 5%. Apollo basa su estrategia estival en Turquía y la invernal en Egipto.

De entre las novedades operativas de Apollo destaca su reciente implantación en el mercado finlandés. Por otra parte, Apollo va a aumentar sus volúmenes a Cuba aunque serán con vuelo regular y escala en Amsterdam, y el turoperador también va a aumentar sus volúmenes a Krabi, en Tailandia para el presente invierno y va a abrir como destino el enclave tailandés de Koh Yao Yai.



Un novedoso concepto introducido por Apollo cara al verano de 2011 es un viaje chárter combinado donde el cliente comienza sus vacaciones en un alojamiento de gama media y las concluye en uno de gama alta, con ello satisface las exigencias de calidad y lujo de un segmento de clientes que no desean o no pueden permitirse unas vacaciones de lujo completas.

Las dos principales aerolíneas que operan en el ámbito nórdico son SAS, su filial Blue1 y Norwegian, la primera ha venido operando tradicionalmente como compañía de bandera en Suecia, Noruega y Dinamarca, en Finlandia hacía lo propio Finnair.

Por su parte, Norwegian Air Shuttle es una compañía relativamente nueva que desde sus inicios se ha mostrado bastante competitiva y con un comportamiento dinámico año tras año.

SAS:

SAS cerró el año con unas cifras claramente mejores que las del año anterior, su número de operaciones se vio incrementado un 1,9%, el número de pasajeros aumentó un 9,3% y el factor de cabina registró un resultado récord del 74,2%.

SAS obtuvo sus mejores registros en las rutas intercontinentales y en algunos mercados domésticos como el sueco. Las rutas europeas marcaron registros estables con un aumento del factor de cabina del 1,8% y un aumento en el número de pasajeros del 0,7%.

Norwegian Air Shuttle:

Norwegian basa su estrategia en una creciente actividad con frecuentes aperturas de rutas y aumentos de capacidades a destinos ya operativos; de esta manera, las cifras facilitadas en los últimos meses hablan de aumentos en 2010 de 150.000 pasajeros como promedio y factores de cabina en torno al 80%.

En el plano operativo la actividad más destacada de la aerolínea ha sido su confirmación en el mercado finlandés operando 100 vuelos semanales y con una base en el aeropuerto de Helsinki. Norwegian operará dos rutas domésticas, desde Helsinki a Oulu y Rovaniemi así como once rutas internacionales que se operarán en la primavera de 2011 y se sumarán a las dos existentes desde abril de 2010 a Estocolmo y Oslo. Estas nuevas once rutas conectarán a Helsinki con Copenhage, Málaga, Niza, Creta, Roma, Barcelona, Londres (Gatwick), Split y Alicante.

Norwegian ha anunciado también el orden de sus pedidos de los nuevos aviones Boeing con la configuración de interior conocida como "Sky", en total serán 59 aparatos y sus plazos de entrega se reparten entre 2011 y 2016; para este año recibirán los 15 primeros.

Deteniéndonos a continuación en el devenir del sector turístico en los distintos países del área nórdica cabría señalar los siguientes comentarios como destacados:

#### Noruega

El número de viajeros ha sido excepcional: en distintos meses del año se establecieron registros récord, y a mitad de año eran 19 millones la cifra de viajeros registrada en los aeropuertos noruegos. El incremento vino dado por el tráfico internacional, que creció un 4,7% ya que el doméstico decreció en un 2%. Al finalizar el año, los aeropuertos noruegos elevaban la cifra de viajeros hasta los 40 millones, el tráfico doméstico se vio incrementado un 2% en este periodo y el internacional en un 8,2%. Se estima en 700.000 el número de viajeros afectados por la nube de ceniza volcánica.

Un dato cualitativo referido a las infraestructuras del sector aéreo es que, a pesar de la crudeza de los últimos inviernos, el aeropuerto de Oslo Gardermoen ha cerrado por última vez en 2009 y lo hizo únicamente por el espacio de 6 horas. Gardermoen puede considerarse durante la temporada invernal casi un puente aéreo a Gran Canaria debido al gran número de vuelos que opera cada semana hacia nuestro destino.

#### Suecia

En Suecia el año en cuanto a tráfico aéreo transcurrió de menos a más, durante el primer semestre de 2010 el crecimiento era todavía débil, se estaba saliendo de la recesión, además, el cierre del espacio aéreo europeo redujo en aproximadamente en 600.000 el número de pasajeros. En términos globales, el 2010 probablemente será un año recordado en la historia de la aviación. Dejando de lado el impacto sufrido en abril, cada mes transcurrido registraba un registro sensiblemente mejor que el del año anterior. Por aeropuertos, Estocolmo Arlanda ha sido el que ha mostrado un crecimiento más dinámico, seguido de los de Gotemburgo y Malmö. Una tendencia identificada en el mercado sueco es el uso de aeronaves cada vez más grandes, el tamaño promedio de cabina que se utiliza para calcular el "load factor" se ha establecido en 135 asientos. Durante los últimos cuatro meses del año, el tráfico doméstico superó al tráfico internacional.

Otras tendencias interesantes dentro del mercado sueco pueden ser la importante recuperación que está experimentando el viaje de negocios y especialmente interesante la promoción que está haciendo Marruecos para captar a este tipo de cliente ofreciendo exotismo.

El movimiento en los aeropuertos suecos en cuanto a apertura y consolidación de nuevas rutas se resume como sigue a continuación:

## **Aeropuerto de Estocolmo Arlanda.**

### *Norwegian*

Norwegian continua su expansión y planea aumentar el número de aviones en su base de Estocolmo, en este invierno suma diez nuevas salidas por día en comparación con el invierno anterior, este aumento viene dado principalmente por la apertura de dos destinos marroquíes, Agadir y Marrakesh, una nueva ruta doméstica a Malmö y mayores frecuencias al norte de Suecia, Umeå y Luleå.

### *Qatar Airways*

Aumentará sus frecuencias a Doha (Qatar) y operará con aviones más grandes, lo que triplicará la capacidad.

### *Turkish*

Turkish operará durante el periodo invernal, comenzando el 1 de noviembre, dos salidas semanales a Ankara.

### *Solresor*

El turoperador solresor introducirá una salida semanal a Sharjah, en los Emiratos Árabes Unidos

### *Fritidsresor*

Fritidsresor está cambiando sus aviones a Bangkok por 747-700, lo que conlleva incremento de capacidad.

## **Aeropuerto de Göteborg**

### *EasyJet*

Lanza para el invierno una ruta con salidas diarias a London Gatwick, le seguirá una ruta a Berlín con tres salidas semanales y otra a Manchester con cuatro salidas por semana.

### *City Airlines*

Continuará operando sus nuevas rutas a Malaga, Barcelona, Bergen, Stavanger (Noruega) y Umeå (doméstica)

## **Aeropuerto de Malmö**

### *Wizz Air*

Lanzará una nueva ruta a Belgrado con dos salidas semanales

### *Norwegian*

Abrirá una ruta doméstica a Stockholm Arlanda

### Dinamarca

Dinamarca ha registrado algunos acontecimientos significativos en lo relativo a su sector turístico, entre ellos destacan principalmente la retirada del mercado danés por parte de Transavia: la filial de KLM anunciaba a finales de septiembre que dejará de operar en Dinamarca a partir de abril de 2011, una posible saturación del mercado es la principal causa que hace abandonar a Transavia tras dos años de operaciones en Dinamarca y donde Gran Canaria era uno de sus destinos.

En lo relativo a conectividades, Ryanair ha anunciado la apertura de una ruta operativa durante la temporada de verano entre Billund y Mallorca, a esta ruta hay que sumar las novedades de aperturas de rutas desde Billund a Tenerife y desde Aarhus a Gerona y Málaga.

En cuanto a comportamiento viajero, la excepcional crudeza del invierno en Dinamarca ha estimulado la demanda de viajes a destinos de sol y playa, casi 60 vuelos chárter partieron desde los principales aeropuertos daneses a principios de enero, la mitad de ellos hacia Gran Canaria. Canarias en su conjunto acapara casi el 70% de la oferta chárter de Dinamarca y se mantiene como destino favorito de Dinamarca tanto en 2010 como en 2011.

La filial danesa de Thomas Cook, Spies, llevaba un ritmo medio de ventas para la temporada de invierno un 10% superior al de 2009 y entre los principales productos comercializados destaca el crecimiento dinámico que experimenta la opción de "todo incluido" entre las familias danesas, que en 5 años ha subido 20 puntos porcentuales y se sitúa actualmente en el 25%; este producto se comercializa principalmente en los meses de verano.

A comienzos de 2011, Spies anunciaba una fuerte demanda de viajes para la temporada de verano, lo que se traduciría en una facturación excepcionalmente buena. Star Tour, su competidor más cercano, también reconocía un inicio de año positivo en lo relativo a ventas.

Las tendencias más reseñables en cuanto al conjunto de los destinos es el estancamiento de Tailandia y el ascenso de México y Cuba.

Las expectativas a corto plazo parecen ir en la dirección señalada por los antecedentes descritos; así, la web "Hotels.com" publicaba una encuesta realizada a 1.162 clientes donde un 42% esperaba gastar más en vacaciones que durante el año anterior, un 41% esperaba gastar lo mismo y solo un 19% pensaba gastar menos.

Es entre los jóvenes donde la tendencia del aumento en el gasto está más marcada; por el contrario, el grupo de familias con niños se muestra como el más reticente a aumentar su gasto vacacional.

### Finlandia

Finlandia registró un aumento del tráfico aéreo internacional del 4,8% en 2010. El tráfico doméstico descendió un 6,1% y el número total de pasajeros se vio incrementado en un 1,6%.

Un total de casi 16,5 millones de pasajeros utilizaron los aeropuertos finlandeses en 2010, el 27% de esta cifra correspondió a pasajeros de vuelos domésticos, cuya tendencia decreciente se manifestó con especial intensidad principalmente en los aeropuertos de Laponia, donde el descenso llegó al 8,2%.

Los destinos internacionales más importantes fueron por este orden Alemania, que creció un 1,3%, Suecia, con un crecimiento del 7,8%, Reino Unido, con un 3,9% de crecimiento, España, que experimentó un descenso del 5,4% y Dinamarca, que aumentó en un 4,8% su número de pasajeros.

El aeropuerto de Helsinki, el más importante de Finlandia, fue utilizado por casi 13 millones de viajeros y experimentó un aumento del 2,2% en su tráfico internacional y un descenso del 6,9% en el tráfico doméstico. Una característica significativa del aeropuerto es el gran número de transitos que registra, en su gran mayoría con destino al continente asiático, donde Japón, Tailandia y China son los tres principales destinos, siendo también significativo el creciente tráfico hacia Seúl cuyo aumento porcentual en 2010 fue del 44,7%.

### **Gran Canaria**

El comportamiento del mercado nórdico durante 2010 en nuestra isla se saldó de manera positiva ya que la práctica totalidad de los mercados emisores registraron aumento en la cifra de pasajeros, con la excepción de Finlandia.

|                                    | 2010    | 2009    |
|------------------------------------|---------|---------|
| <b>PASAJEROS LLEGADOS. VERANO.</b> |         |         |
| Gran Canaria                       |         |         |
| Dinamarca                          | 130.536 | 115.029 |
| Finlandia                          | 112.282 | 115.249 |
| Noruega                            | 254.264 | 240.695 |
| Suecia                             | 206.797 | 198.800 |

La distribución del mercado nórdico por grupos de edad revela al segmento de entre 25 y 44 años como el más numeroso, este grupo va asociado al de menores de 15 años y su conjunto lo forman las familias con niños pequeños, siendo el siguiente grupo de demanda es el de las edades comprendidas entre 45 y 64 años. A una considerable distancia se sitúa el de los comprendidos entre 15 y 24 años, cuyo volumen es prácticamente similar al de los mayores de 65 años.

En cuanto a duración de la estancia, los nórdicos se decantan por los paquetes que no superan la semana de manera mayoritaria durante el invierno y no tan claramente durante los meses principales del verano (julio y agosto), donde los paquetes de entre 8 y 15 noches compiten con los de 1 a 7 noches.

Gran Canaria ocupa durante 2010 una posición de liderazgo en el mercado nórdico desplazando a Phuket (Tailandia) de esta posición, y entre ambos destinos acaparan aproximadamente el 50% de la oferta total de la temporada invernal.

El ranking de destinos favoritos de los clientes nórdicos actualizado hasta las reservas hechas durante el mes de enero queda como sigue (entre paréntesis figura la posición que ocupaba el destino en el mismo periodo del año pasado):

1. Gran Canaria (2)
2. Phuket (1) .Tailandia
3. Tenerife (4)
4. Hurghada (5). Tailandia
5. Bangkok (3). Tailandia
6. Krabi (6) . Tailandia
7. Sharm el Sheikh (7). Egipto
8. Fuerteventura (8)
9. Londres (10)
10. Lanzarote (9)

## **4. COMPETIDORES: CIFRAS, MOVIMIENTOS, CLAVES ESTRATÉGICAS**

Durante la finalización del presente documento se sucedían fenómenos de revuelta social en Túnez y Egipto; las consecuencias directas que pudieran tener de cara al comportamiento de ambos países, sobre todo Egipto, como destino competidor, quedarán reflejadas en un próximo informe.

Tailandia y Egipto son, aparte de las islas de Tenerife, Lanzarote y Fuerteventura, los principales destinos competidores en cuanto a turismo invernal para Gran Canaria; centrándonos en los competidores internacionales, Tailandia y Egipto, el devenir de su actividad en los mercados emisores nórdicos tuvo los siguientes hechos destacados:

### Tailandia:

2010 fue el año en el que el ente promocional de Tailandia cumplió 50 años, en los comunicados a la prensa que se hacían eco de esta efeméride se cifraba en un 70% el índice de fidelización turística, además de indicar las líneas de trabajo en las que piensan basar su promoción: el marketing digital y la promoción de alojamientos ecológicos. La Oficina Tailandesa de Turismo también anunciaba la apertura de un "call center" abierto las 24 horas del día, este servicio está basado en Tailandia pero las llamadas desde cualquier país tienen coste de llamada local.

La Oficina Tailandesa de Turismo organizó durante el mes de agosto un festival etnográfico y gastronómico multitudinario en una localización central de Estocolmo.

Norwegian anunció el retraso de la apertura de su ruta directa desde Noruega a Tailandia, este proyecto lleva varios años madurándose pero no termina de concretarse.

TUI Nordic anunciaba que para el presente invierno iba a comenzar a operar vuelos chárter a Tailandia desde el aeropuerto de Skavsta, situado a 100 kilómetros al sur de Estocolmo. Desde este aeropuerto el turoperador también vuela a Gran Canaria. El turoperador rodó en Tailandia su exitoso anuncio promocional para la temporada de invierno 2010-2011 y contó con la participación del actor danés Mads Mikkelsen. TUI Nordic también comentaba que el aumento de capacidad para Tailandia sería del 35% y las novedades se completaban con el anuncio de la apertura de un nuevo establecimiento adscrito a su categoría "Blue Village".

Es de señalar la fortaleza del destino asiático, que no vio mermado de manera significativa sus reservas durante el periodo de conflictividad social acaecido a finales de abril.

El otro gran grupo turoperador, Thomas Cook Nordic Europe, anunciaba la apertura de dos hoteles de concepto familiar. Thomas Cook publicaba un estudio realizado entre las familias con niños que visitaban Tailandia sobre qué aspectos eran los más valorados en el destino y resultaron ser por este orden; clima, precios, playas, comida y hospitalidad.

### Egipto:

Como es de figurar, la revuelta social producida en Egipto deja en segundo plano la actividad planeada por los turoperadores cara a un futuro cercano, ya que, tras alcanzar los disturbios a las áreas turísticas de Hurghada y Sharm el Sheikh, éstos han decidido evacuar a sus clientes del país.

Apollo evacuó de manera inmediata a los 2.076 clientes que tenía en Egipto en el momento de las revueltas. TUI Nordic también retornó a Suecia a la totalidad de sus clientes principalmente con sus vuelos de regreso programados y operó vuelos adicionales para los clientes con estancias más largas. Thomas Cook Nordic Europe ha suspendido sus operaciones a Egipto hasta el 23 de febrero aunque esta fecha se puede posponer según se desarrollen los acontecimientos.

## **5. TENDENCIAS E INNOVACIONES**

La innovación tecnológica es uno de los campos donde el mercado nórdico se muestra especialmente activo y receptivo al cambio si bien es cierto que los grandes grupos turoperadores siguen muy de cerca estas herramientas y rápidamente las acogen adaptándolas a su imagen y filosofía de grupo.

Dentro de los apartados de innovación destacan los metabuscadores: Destination.com en Suecia o Finn.no en Noruega son los más populares entre los turoperadores. Como web 2.0 las suecas reseguiden.se y resdagboken.se son los referentes.

El 2010 ha presentado como novedad las aplicaciones I-pad y en este sentido Thomas Cook ha sido la pionera. Una tendencia generalizada entre turoperadores y agencias es la de los chats con los clientes, estas charlas se anuncian con anticipación y a veces son dirigidas a una temática o destino concreto.

Entre los viajeros individuales, Facebook es la herramienta favorita si bien suele tener su protagonismo una vez disfrutado del viaje a la hora de compartirlo con los amigos. Facebook es también una herramienta muy usada por Norwegian Air Shuttle, por ejemplo, durante el cierre del espacio aéreo europeo fue el canal por el cual iban actualizando información y resolviendo dudas de sus clientes.

Tanto Norwegian como SAS tienen herramientas bastante desarrolladas de comunicación SMS que pueden llegar a valer como tarjetas de embarque.

Twitter, gracias a su inmediatez y a que se basa en telefonía en lugar de ordenadores se viene mostrando como una eficaz herramienta a la hora de comunicar "alertas" a los clientes. Los grandes turoperadores alimentan sus cuentas de twitter con las últimas novedades comerciales y además en situaciones como la crisis social de Egipto, mantienen a sus clientes informados de las últimas actualizaciones en cuanto a reubicación de pasajeros en destinos alternativos.

Finalmente, Norwegian Air shuttle está ultimando su largamente desarrollado proyecto de contar con internet WIFI a bordo de sus aviones y el sistema se está probando actualmente en algunos vuelos de rango europeo.

# BIBLIOGRAFÍA

- Turespaña, servicio de noticias de las Oficinas en el Exterior
- Travel News, prensa profesional
- Stand By, prensa profesional
- Thomas Cook
- Kuoni
- Frontur Canarias
- Finnair
- Finavia
- Avinor
- Swedavia
- SAS
- Norwegian Air Shuttle
- Oficina Estadística de Dinamarca
- Oficina Estadística de Suecia
- Instituto sueco de Coyuntura Económica
- Oficina Estadística de Finlandia
- Oficina Estadística de Noruega
- Oficina de asuntos económicos y financieros de la Unión Europea