

ESTUDIOS DE MERCADOS
Invierno 2009 - 2010

PAÍSES NÓRDICOS



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**

PAISES NÓRDICOS

INVIERNO 2009-2010

PREVISIONES VERANO 2010

**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
Junio 2010

ÍNDICE

1. Datos macroeconómicos y tendencias económicas.....	45
2. Situación y tendencia del mercado turístico.....	47
3. Situación y comportamiento del mercado turístico hacia España.....	50
4. Análisis de los flujos turísticos hacia Gran Canaria.....	52
5. Destinos competidores.....	55
6. Recomendaciones.....	56
Bibliografía.....	57

1. DATOS MACROECONÓMICOS Y TENDENCIAS ECONÓMICAS

Datos macroeconómicos de Noruega:

- Desempleo: 3,7%, dato interanual abril 2010
- Variación del IPC: +2,5% dato interanual mayo 2010
- Variación PIB: 1,6% previsión anual 2010

Tendencias económicas de Noruega:

El banco nacional noruego prevé que, a pesar del crecimiento gradual de la economía noruega, es probable que el desempleo aumente en los próximos años por causa de un insuficiente desarrollo de la economía de la Zona Euro.

La crisis financiera y las medidas para contrarrestarla han dado lugar a una gran tensión sobre las finanzas públicas en varios países. El temor de los mercados financieros al impago de la deuda pública se ha traducido en un marcado incremento en las tasas de interés de los bonos gubernamentales de varios países. Esto ha hecho necesario que se aplique una política fiscal más restrictiva.

Los signos de recuperación de las economías europeas tras los primeros efectos de la crisis dieron lugar a un marcado aumento en la exportación desde Noruega en el segundo semestre de 2009, lo que ha significado un importante aporte al PIB de 2009; sin embargo, el débil crecimiento económico internacional actual, combinado con una competitividad frenada por los altos costes de producción en Noruega darán como resultado un aumento modesto de las exportaciones. No se espera que el crecimiento en las exportaciones alcance hasta 2013 la media de los últimos 30 años.

El aumento en la adquisición de bienes y servicios en los próximos años será algo inferior a la evolución de la economía noruega y los impuestos y tasas serán ajustadas en función de la inflación. Los altos precios del petróleo se espera que ayuden a un crecimiento claro en el Gobierno de Fondos de Pensiones Global, popularmente conocido como "Fondo del Petróleo". El déficit presupuestario en el 2012 se espera que esté en torno a un 4 por ciento.

En cuanto al precio del dinero, la mejora de las perspectivas con respecto a los peores tiempos de la crisis hace año y medio han llevado al Banco Nacional Noruego a aumentar la tasa básica en 0,75 puntos porcentuales desde el nivel más bajo registrado el pasado verano.

En el capítulo de las inversiones empresariales, las inversiones en las industrias noruegas continentales cayeron en poco más de 2 años en un equivalente al 3 por ciento del PIB de Noruega. El descenso ha sido constante hasta el primer trimestre de 2010, pero en los últimos meses la tendencia se está invirtiendo y se van confirmando nuevas inversiones, las cuales se espera que aumenten durante todo el año que viene. Las inversiones en el sector del petróleo también se espera que aumenten ligeramente en los tiempos venideros y, por lo tanto, ayuden al aumento de la actividad productiva.

La desaceleración de la economía ha contribuido a una reducción importante en el crecimiento de los salarios. En 2009 el aumento medio fue de 4,5 por ciento, por debajo del 6,3 por ciento registrado en 2008. El crecimiento de los salarios tanto en 2010 y 2011 se espera que sea un 3,4 por ciento, antes del repuntar ligeramente en 2012 y 2013.

Datos macroeconómicos de Suecia:

- Desempleo: 8,8% Mayo 2010
- Variación del IPC: 1,2% variación interanual mayo 2010 con mayo 2009
- Variación PIB: 3% Primer trimestre de 2010 comparado con primer trimestre 2009

Tendencias económicas de Suecia:

El índice de tendencia económica sueco, publicado por el instituto de coyuntura económica, informaba en su actualización de junio 2010 que el valor de esta variable había subido dos puntos entre mayo y junio y un total de cuarenta puntos desde su nivel más bajo marcado en abril de 2009. Actualmente el índice se encuentra marcando un sentimiento de confianza por encima de la media tanto en el sector profesional como en el privado.

En cuanto a las economías domésticas, el índice de confianza de los consumidores se encuentra considerablemente por encima de lo normal y, aunque con algunos vaivenes, su tendencia es positiva.

El propio instituto de coyuntura económica plantea, en relación a la tendencia general de la economía a mediados de 2010, que Suecia se encuentra en el camino de la recuperación, lo peor de la depresión ha quedado atrás con ayuda de una correcta política económica y un rápido crecimiento de la demanda en las exportaciones. El aumento en el consumo privado y las inversiones marcan una tendencia positiva que se espera continúe a medio plazo. Sin embargo, la difícil recuperación económica en países del entorno pueden frenar algo esta tendencia.

La previsión de crecimiento este año para el PIB es del 3,7 por ciento. Los próximos años el crecimiento caerá un poco y se situará en torno al 3 por ciento en 2011 y 2012. Las exportaciones serán la principal fuerza motriz del crecimiento.

La demanda interna, sin embargo, será mucho más importante en esta recuperación que en anteriores períodos de ralentización económica.

La política de expansión económica, en combinación con el aumento del empleo jugarán un importante rol y contribuirán a impulsar el aumento total de la renta disponible de los hogares en 2010-2012 cerca de un 6 por ciento.

Por otra parte, la situación del mercado laboral está mejorando. El empleo creció en los últimos meses de 2009 y principios de 2010, y la previsión es que esta tendencia va a continuar.

La economía de Suecia se verá afectada por un más que previsible crecimiento del PIB muy modesto en la Zona Euro en los próximos años. Por otra parte, hay una considerable incertidumbre sobre la capacidad política de algunos países a la hora de tomar las medidas restrictivas necesarias. Así pues, el crecimiento puede ser inferior al previsto de no salvarse esta contingencia.

Datos macroeconómicos de Dinamarca:

- Desempleo: 4,1% en abril 2010
- Variación IPC interanual, dato mayo 2010: 2,2%
- Variación PIB: 1,3%, dato previsto para el año 2010

Tendencias económicas de Dinamarca:

Dinamarca se recupera gradualmente de la crisis. Según informa el Banco Nacional de Dinamarca, los problemas de deuda en el sur de Europa pueden alterar la recuperación económica, pero la economía danesa en sí misma cuenta con la suficiente fortaleza como para continuar con la tendencia de moderado crecimiento que experimenta ahora mismo.

Durante 2009, El Banco Nacional de Dinamarca ha constituido una reserva de divisas mucho mayor de lo acostumbrado a fin de poder hacer frente a posibles desajustes con respecto al euro, principalmente debido a

alguna fluctuación en el cambio de la corona danesa con el euro; esta reserva está ahora mismo por encima de los 400 billones de coronas danesas.

Datos macroeconómicos de Finlandia:

- Inflación: 1,0% (mayo de 2010)
- Paro: 10,5% (mayo de 2010)
- Variación del PIB: -0,3% (primer trimestre de 2010)

Tendencias económicas de Finlandia:

Según previsiones del Banco de Finlandia para el periodo actual, la economía finlandesa corre el peligro de resentirse si no se consolidan las bases de su crecimiento.

El PIB de Finlandia tiende a retomar una tendencia positiva, sin embargo, los futuros crecimientos esperados se producirán de manera mucho más lenta que con anterioridad a la crisis, y probablemente el nivel de 2008 no será alcanzado hasta 2012.

El comportamiento de las principales variables que afectan a la coyuntura económica se resume a grandes rasgos de la manera que sigue:

- El índice de confianza del consumidor viene ganando fuerza en los últimos meses; en junio, marcó un valor del 18,7, en mayo fue del 15,8 y en abril de 17,9. En junio, la confianza en la economía estaba claramente por encima de los últimos valores de la media histórica y marcando el valor más alto desde el verano del 2007.
- El desempleo se mantiene, con datos de mayo en la mano, en valores similares a los de hace un año, la diferencia entre 2009 y 2010 era de un 0,3%, lo que expresado en valores absolutos indica 13.000 desempleados más que hace doce meses.
- El PIB se contrajo un 0,4% en el primer trimestre de 2010 en relación al último trimestre de 2009. El dato del PIB relativo a este primer trimestre de 2010 resultó un 0,8% menor que el del primer trimestre de 2009.

2. SITUACIÓN Y TENDENCIAS DEL MERCADO TURÍSTICO

Situación del mercado turístico: Noruega.

Los noruegos de entre 16 y 79 años realizaron un total de 21,2 millones de viajes con pernoctación en el exterior en 2009; de ese total, 16,8 millones fueron viajes de vacaciones.

El 31% de los viajes vacacionales se realizaron al exterior, y los destinos más populares fueron, por este orden, Suecia, Dinamarca y España. Las mujeres realizaron más viajes que los hombres en 2009.

En los viajes al extranjero se prefiere la combinación Avión y Hotel, bien sea mediante turoperador o viaje individual; en los viajes dentro del país se prefiere el coche propio y alojamiento privado.

En Noruega el peso del paquete turístico es algo menor que el del viaje individual, su reparto es en una proporción aproximada del 55%-45%.

En cuanto a la turoperación, las previsiones a un año vista desde junio de 2010 indican un claro predominio

de España frente a sus seguidores, Grecia, Turquía y Egipto, mientras que un total de 12 grupos turoperadores acaparan la práctica totalidad de la oferta de paquetes.

Trece aeropuertos noruegos son los principales puntos de partida de vuelos chárter y los más importantes son Oslo Gardemoen, Bergen y Trondheim.

En cuanto a la duración del viaje, el paquete más popular es el de una semana de duración, curiosamente los precios más demandados son los de los paquetes económicos (por debajo de 5.000 coronas noruegas) o los más exclusivos (por encima de 9.000 coronas noruegas).

Por capacidad de la oferta, los principales grupos turoperadores noruegos ofrecen las siguientes opciones:

- Startour: Salidas desde 13 aeropuertos, 14 destinos ofertados encabezados por España, Turquía y Grecia. 739 hoteles contratados en total.
- Ving: Salidas desde 13 aeropuertos, 10 destinos ofertados donde destacan por este orden España, Turquía y Grecia. 684 hoteles contratados en total.
- Apollo: Salidas desde 13 aeropuertos, 19 destinos ofertados con España, Grecia y Egipto a la cabeza. 1068 hoteles contratados en total.
- Solia: Salidas desde un aeropuerto (Oslo), 5 destinos ofertados con Portugal, Egipto y España liderando. 106 hoteles contratados en total.

Tendencias mercado turístico: Suecia.

En cuanto a los datos concretos de la pasada temporada invernal, la turoperación sueca, ante los momentos que se viven debido a la incertidumbre económica, está sabiendo manejar la situación e incluso registrar ganancias récord gracias a una reducción en la oferta, con aumentos puntuales para responder a demandas concretas.

Ving anunció una disminución en su oferta de cerca de un 4% en su oferta global con respecto al invierno anterior.

Fritidsresor también ha reducido su oferta en casi un 10% y Apollo en una proporción similar. La asociación sueca de agentes de viajes, que reúne a muchas de las pequeñas cadenas independientes, anunció una caída en las ventas de un 15% de media, principalmente en la venta de paquetes.

Con respecto al alcance de la nube de cenizas volcánicas del pasado mes de abril, afectó a medio millón de suecos, 14 aeropuertos y 3.500 aviones. Unos 250.000 pasajeros se vieron privados de poder partir hacia sus destinos e igual número se vio en la necesidad de buscar vías o fechas alternativas para retornar a Suecia.

Tendencias mercado turístico: Dinamarca.

La práctica totalidad de los daneses consideran alguno de los destinos extranjeros a la hora de decidir su lugar de vacaciones. Los daneses no suelen cancelar sus vacaciones ante contingencias como atentados o enfermedades contagiosas; sin embargo, razones económicas, edad avanzada, trabajo/estudio o salud son las principales causas para no tomar vacaciones fuera del país.

En cuanto a destinos, España, Francia e Italia son los favoritos de los daneses.

El viaje de entre 4 y 7 noches es el más popular en Dinamarca, le siguen el viaje corto de entre una y tres noches y a poca distancia el que dura entre 8 y 14 noches.

En cuanto a las actividades en el destino, son los más mayores los que emplean su tiempo en actividades contra los más jóvenes, que prefieren descansar.

Como resultado de los perjuicios ocasionados por la nube de cenizas volcánicas de abril, el gobierno danés presentó una ley que permite a las compañías aéreas obtener una garantía estatal para ayudar a mitigar los problemas de liquidez ocasionados por el cierre del espacio aéreo. En base a la solvencia de las empresas que soliciten estos créditos, el Estado puede emitir una garantía que puede llegar hasta el 80%.

Tendencias mercado turístico: Finlandia.

En lo relativo a las tendencias de paquetes organizados, con los datos acumulados hasta mayo de 2010 los principales destinos vacacionales marcaban los siguientes valores:

En los destinos europeos, España, aunque de largo es el destino con más volumen de paquetes (180.000), pierde un 20%; Grecia, con 45.000 paquetes sube un 5%, Chipre sube casi un 40% para llegar a 14.000 turistas, mientras que Portugal baja un 2% y se queda en 26.000 paquetes. El valor medio para el conjunto de los destinos europeos marca una caída del 13,5% y el total de los paquetes vendidos de enero a mayo con destino en la UE ha sido de unos 340.000.

En lo relativo a los destinos fuera de la Unión Europea, Turquía sube casi un 40% y se queda a las puertas de los 40.000 paquetes, Egipto bajaba ligeramente un 2% y vendía unos 58.000 paquetes; finalmente, Tailandia sube un 3,5% y se acerca a los 79.000 paquetes.

Cuando nos referimos al comportamiento del sector aéreo en la primera mitad de 2010 no podemos dejar de pasar por alto la incidencia de la nube de ceniza volcánica causada por el volcán islandés Eyjafjallajökull, la autoridad finlandesa en materia de aviación civil ha informado que 177.000 finlandeses se vieron afectados en lo relativo a la fecha para iniciar sus viajes de vacaciones, 53.000 tuvieron que retornar a Finlandia usando fechas alternativas a las iniciales y 124.000 tuvieron que cancelar o posponer sus viajes, sin embargo, pese a la desfavorable situación, el cómputo para abril fue un 9% superior al de abril de 2009.

A lo largo de los últimos meses varios han sido los hechos remarcables en el sector:

- Norwegian Air Shuttle anunciaba que iniciaría operaciones en el aeropuerto de Helsinki. La fecha de inicio de los vuelos fue el 29 de abril e inicialmente con dos rutas, a Oslo y a Estocolmo, de lunes a viernes dos vuelos diarios y también manteniendo la conectividad los fines de semana.
- La creación de un nuevo turoperador en Finlandia, "Air Finland Holidays". Este operador actuará como filial de la compañía de bajo coste "Air Finland", que opera exclusivamente a destinos vacacionales. España, Turquía y Grecia son sus países de destino. Para el caso de España, Alicante, Málaga, Tenerife y Gran Canaria serán sus destinos, y los destinos canarios estarán operativos cara a la temporada de invierno 2010 – 2011.
- También merece ser comentada una apertura de Ryanair entre Tampere y Málaga, esta ruta es la primera operada por Ryanair entre Finlandia y España.

En abril se anunciaba la apertura de la filial finlandesa del turoperador Kuoni Scandinavia, que opera con las marcas Apollo y Falk Lauritsen en el territorio nórdico. Comenzará a operar en septiembre 2010 con la venta de sus productos para el verano 2011 y con unas metas ambiciosas, ya que esperan consolidarse entre los turoperadores más importantes de Finlandia en un periodo no superior a 3 años.

Finnair, el gigante finlandés, líder destacado en el mercado regular y charter anunciaba en abril que estaba trabajando en la mejora de sus ventas de viajes de vacaciones y para ello ha iniciado el desarrollo de una unidad de negocio dirigida a los viajeros independientes. La unidad tendrá como propósito ofrecer soluciones a las necesidades de sus clientes tanto a través de Internet como por vía telefónica o a través de agencias colaboradoras. Se espera que esta nueva unidad esté operativa después del verano.

Continuando con Finnair, la compañía ha anunciado un pedido de cinco Airbus A321 para emplear en sus rutas europeas. Este tipo de aeronave cuenta con un radio de acción de 5.000 kilómetros lo que le permite volar sin escalas desde Finlandia a las Islas Canarias. Finnair ha sido la primera aerolínea en encargar esta moderna versión

del Airbus y una vez recibidos reemplazarán a cuatro Boeing 757 usados actualmente en líneas chárter. Las nuevas aeronaves, aparte de ser más eficientes que las anteriores en cuanto a consumo de carburante y emisiones de CO2, también harán posible una estandarización en la flota de Finnair y con ello será posible que las tripulaciones de los vuelos de larga distancia, europeos o vacacionales puedan intercambiarse. Los nuevos aviones entrarán en servicio en 2012 – 2013 y contarán con unos 200 asientos.

3. SITUACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA.

Situación y comportamiento hacia España: Noruega.

Aproximadamente un millón de noruegos viajan cada año a España, y esto supone que cerca de un 20% de la población elige nuestro país como destino vacacional. La mayoría de los turistas lo hacen mediante viaje individual pero los paquetes turísticos son también enormemente populares y siguen a corta distancia a los citados viajes individuales.

La estancia media del noruego se establece en torno a los 10 días, bastante por encima de la media. Prácticamente el 70% eligen hotel y el 30% alojamiento no hotelero.

Dentro del contexto español, los destinos favoritos son Canarias, la Comunidad Valenciana y Andalucía. La popularidad de la Comunidad Valenciana se apoya en el gran número de segundas residencias que existen en el área de Alicante.

Los grandes grupos de turoperadores ofrecen paquetes a España desde 13 aeropuertos noruegos y los principales destinos chárter españoles son, por este orden, Gran Canaria, Tenerife, Mallorca y Lanzarote. El primer destino peninsular lo hace a continuación en el quinto lugar y es la Costa Blanca. A fecha de junio 2010 se aprecia que el mes de máxima de concentración de noruegos en España va a ser enero de 2011.

En cuanto a los viajes individuales, Noruega opera 40 vuelos hacia España ofertados por tres distintas aerolíneas, Ryanair oferta 12, SAS 8 y Norwegian Air Shuttle 20. Muchos de estos vuelos son estacionales y los destinos más repetidos son Alicante, Málaga y Barcelona.

Situación y comportamiento hacia España: Suecia.

A pesar de que se prevee un descenso medio del 10% en cuanto a paquetes ofertados a Canarias para el invierno 2010-2011, las Islas Canarias prácticamente monopolizarán la oferta de Suecia hacia España.

Por turoperadores, Ving ofertará a España aproximadamente un 5% menos que el invierno 2009. Tenerife es el destino más afectado, Mallorca (destino veraniego) mantiene sus capacidades y Gran Canaria y Fuerteventura aumentan sus volúmenes.

Fritidsresor reduce su capacidad a España aproximadamente un 10%, al igual que sucede con su más inmediato competidor; Tenerife es la isla más perjudicada, Gran Canaria también ve mermado su volumen. Sin embargo, Lanzarote se mantiene estable.

En cuanto a ciudades, Barcelona ocupa una posición de liderazgo absoluto en las preferencias de los suecos y Málaga también se encuentra entre los diez destinos más populares.

Los grandes turoperadores (Ving, Apollo y Fritidsresor) han anunciado buenos resultados económicos a pesar de la adversa coyuntura económica vivida en 2009. Esta situación se da principalmente porque han cambiado su política de expansionista a conservadora, cerrando los destinos menos rentables.

Los grandes grupos turoperadores suecos mediante sus marcas suecas: Fritidsresor, Ving, Apollo y Solresor más el turoperador Airtours son los máximos acaparadores de oferta de paquetes hacia España. A finales de junio de 2010 estas empresas tenían una cantidad de cerca de 290.000 paquetes disponibles a España para el periodo Julio 2010 – Abril 2011.

Gran Canaria, Tenerife, Mallorca, Fuerteventura, Lanzarote, La Gomera, Barcelona y Menorca son, ordenados por volúmenes de paquetes disponibles, los principales destinos ofertados. Los destinos españoles están disponibles desde 19 aeropuertos suecos.

El periodo de máxima concentración de volúmenes puestos a la venta será enero 2011. El precio más popular en los paquetes turísticos es el que oscila entre 7.000 y 9.000 coronas suecas. El total de hoteles contratados en España por estos grandes turoperadores suecos asciende a 741.

La conectividad regular a España está repartida entre cuatro aerolíneas; Ryanair, Norwegian Air Shuttle, Spanair (operando código compartido con SAS) y la compañía de nueva implantación y basada en Gotemburgo, City Airline. De esta manera, Ryanair opera 11 rutas, Norwegian Air Shuttle 6, Spanair 1 y City Airline 4.

Situación y comportamiento hacia España. Dinamarca.

España mantiene de manera histórica la condición de destino favorito en el mercado danés, esta fortaleza se apoya en pilares como la cercanía y la seguridad, y prácticamente el 90% de los viajes a España se realizan por vía aérea aunque los accesos por carretera muestran una tendencia dinámica, sobre todo los que parten de la Península de Jutlandia (los viajeros por carretera suelen ser aficionados al camping y normalmente viajan en autocaravanas). Finalmente, una minoría de daneses llega por vía marítima y lo suelen hacer a bordo de cruceros que tocan diversos puertos peninsulares en verano y canarios en invierno.

Por comunidades autónomas, los daneses eligen predominantemente Canarias, el destino líder pese a mostrar una clara estacionalización invernal; dentro de los destinos estivales, Baleares es el claro favorito. Barcelona es otro de los destinos españoles que viene mostrando un crecimiento muy dinámico en los últimos años, así como Andalucía, pese a que hay algunos núcleos de turoperación en la Costa del Sol, los daneses que eligen Andalucía lo hacen predominantemente bajo la modalidad de viaje individual motivados por la buena conectividad y precios que oferta el aeropuerto de Málaga.

Como se desprende de lo anterior, los daneses se decantan por el producto "sol y playa" en invierno y sus visitas a Canarias se concentran en Gran Canaria y Tenerife, a cierta distancia aparecen Fuerteventura y Lanzarote. Fuerteventura ha ganado cuota de mercado a Lanzarote y la ha superado en gran parte debido al lanzamiento de "Playitas Resort", un complejo dedicado a familias y deporte que está en abierta competencia con "Club La Santa", que tiene el mismo público objetivo y está ubicado en Lanzarote.

En el otro archipiélago, el balear, Mallorca es la isla favorita y es dentro del total de los destinos estivales, uno de los más importantes; a mucha distancia se encuentran Menorca e Ibiza.

En la España peninsular, la Costa del Sol y la Costa Brava son las favoritas y su perfil de cliente se reparte entre el cliente individual y el propietario de una segunda residencia.

En cuanto a ciudades, Barcelona es de largo el destino más apetecido con aproximadamente el 50% del volumen de los city breaks a España, le siguen a mucha distancia Málaga con aproximadamente un 25% y Madrid con un 15%.

Atendiendo al rango de edades por destino, el segmento "Senior" prefiere Mallorca mientras que Gran Canaria y Lanzarote son los favoritos de los jóvenes.

En cuanto a la duración de las vacaciones, el paquete más popular es el de entre 4 y 7 noches, seguido por el de entre 7 y 14 noches. Los viajes de 14 noches o más tienen una cuota marginal pero van ganando popularidad entre los jubilados.

Los daneses que visitan España prefieren alojarse en hoteles, con un 75% frente al 25 % que prefiere alojamiento extrahotelero, aunque este segundo tipo de alojamiento viene mostrando un comportamiento al alza.

Situación y comportamiento hacia España. Finlandia.

Del total de viajeros finlandeses que vienen a nuestro país, casi el 90% lo hacen por motivos vacacionales, este porcentaje se ha mantenido prácticamente constante en los últimos años.

España es, por volumen de viajeros, el destino favorito de los finlandeses y este primer lugar viene repitiéndose en los últimos años.

Actualmente, los viajeros que vienen a España con paquete turístico y los que lo hacen de manera individual están prácticamente repartidos de manera equitativa, aunque bien es cierto que la modalidad individual está ganando terreno al paquete.

Refiriéndonos a la motivación del viaje, el conjunto que forman el clima, los paisajes, las playas, la gastronomía y la hospitalidad son los mejor valorados y algo más atrás en el orden de preferencias aparecen la seguridad, la duración del viaje y actividades al aire libre.

En cuanto al tipo de alojamiento que prefieren los finlandeses, se decantan por establecimientos hoteleros en una proporción del 80% frente a los no hoteleros, que son los preferidos por un 20%. Esta tendencia ha permanecido estable en los últimos años.

La duración del viaje de los finlandeses viene determinada por el destino español que elijan, si lo hacen en la Península su estancia suele ser inferior a una semana, si lo hacen a las Islas su estancia se reparte en viajes de una semana o de dos semanas.

Por número de finlandeses llegados a España, Canarias ocupa un lugar destacado en cabeza a muchísima distancia de sus seguidores y acaparando casi el 50% del volumen total de los viajes de finlandeses a España; Andalucía y Cataluña tienen una cuota de algo más del 15% y Madrid se mueve en torno al 10%.

4. ANÁLISIS DE LOS FLUJOS TURÍSTICOS A GRAN CANARIA

Análisis de los flujos turísticos a Gran Canaria. Noruega.

Noruega	Nov 09	Dic 09	Ene 10	Feb 10	Mar 10	Abr 10	Total
Lanzarote	1.657	6.235	5.373	6.128	4.415	4.883	28.652
Fuerteventura	250	1.710	1.450	1.594	1.358	106	6.468
Gran Canaria	10.176	36.300	35.258	40.697	31.457	35.594	189.482
Tenerife	2.175	10.366	7.944	9.255	9.084	10.214	49.038
La Palma	102	0	14	87	0	232	435

Las tendencias en el mercado de la turoperación noruega hacia Gran Canaria a mes de junio de 2010 marcan un panorama marcado por el oligopolio de cuatro grandes grupos bajo sus marcas Star Tour, Ving, Apollo y Solia.

Por volumen de la oferta contratada en Gran Canaria, Star Tour tiene 86 hoteles contratados y unos 63.000 paquetes a la venta para el periodo julio2010-abril2011. Ving cuenta también con 86 hoteles contratados y con casi 68.000 paquetes disponibles para el mismo periodo. A cierta distancia se encuentra Apollo, con 41 hoteles contratados y 23.500 paquetes disponibles.

Gran Canaria está conectada mediante vuelo chárter con 13 ciudades noruegas y la oferta de paquetes disponible para un año vista es la siguiente (hay que entenderla como una variable dinámica, pues queda expuesta a aumentos de capacidad y de igual manera se ve reducida a medida que los paquetes se van vendiendo):

Julio 2010	(1.125)
Agosto 2010	(2.081)
Septiembre 2010	(2.366)
Octubre 2010	(13.664)
Noviembre 2010	(25.373)
Diciembre 2010	(35.866)
Enero 2011	(35.772)
Febrero 2011	(26.138)
Marzo 2011	(31.680)
Abril 2011	(7.997)

En cuanto a los viajes individuales la oferta la cubre Norwegian Air Shuttle con cuatro rutas (Oslo, Bergen, Stavanger y Trondheim) y SAS con una (Oslo).

Las rutas desde Bergen, Stavanger y Trondheim son estacionales y se mantienen operativas solamente durante el invierno.

Análisis de los flujos turísticos a Gran Canaria. Suecia.

Suecia	Nov 09	Dic 09	Ene 10	Feb 10	Mar 10	Abr 10	Total
Lanzarote	2.133	5.875	4.484	5.818	4.946	478	23.734
Fuerteventura	2.104	6.321	5.147	5.780	5.091	6.509	30.952
Gran Canaria	9.649	28.926	28.020	31.830	28.373	32.969	159.767
Tenerife	2.888	11.526	9.979	14.652	11.385	12.983	63.413
La Palma	12	15	13	464	340	52	896

Los turistas suecos, al igual que el resto de nórdicos, eligen Gran Canaria por encima del resto de islas del Archipiélago. Es de reseñar que una vez consolidado el concepto de Gran Canaria como destino de calidad en el que los turoperadores han invertido mucho dinero en campañas de imagen, ahora comienza a ser popular una nueva tendencia de tematizar establecimientos hoteleros.

En este sentido Suecia ha sido pionera y se ha apoyado en dos segmentos masivos de la demanda, los adultos y las familias con niños para explotar establecimientos plenamente adaptados a estos grupos de demanda. En este sentido hay que señalar que Gran Canaria ha sido el laboratorio donde estos conceptos se han exportado luego a otros destinos.

En cuanto a la oferta disponible a junio 2010, las marcas turoperadoras que acaparan el grueso de la oferta sueca hacia Gran Canaria son Ving, Fritidsresor y Apollo.

Atendiendo a la oferta disponible que cada turoperador tiene contratada en la isla:

- Ving cuenta con 108 hoteles en su catálogo y casi 100.000 paquetes disponibles en el mercado sueco con la particularidad que su oferta está claramente orientada hacia una gama alta. Playa del Inglés, Puerto Rico y Las Palmas de Gran Canaria son sus áreas de mayor concentración de oferta.

- Fritidsresor tiene contratados 82 hoteles y puestos a la venta casi 77.000 paquetes, siendo Playa del Inglés, Puerto Rico y Maspalomas las áreas con mayor número de paquetes.
- Apollo concentra entre Playa del Inglés, Puerto Rico y Meloneras la oferta de 48 hoteles y 26.000 paquetes puestos a la venta para el periodo julio2010–abril 2011.

Desde 17 aeropuertos suecos se puede volar a Gran Canaria en vuelo chárter con una oferta disponible dividida en meses tal y como se detalla a continuación. Al igual que en el caso noruego hay que hacer notar que estas cifras son dinámicas y están sujetas tanto a aumentos de capacidad como a una natural reducción de los paquetes disponibles a medida que se vayan vendiendo. El número de establecimientos contratados por los grandes turoperadores suecos asciende a 256:

Julio 2010	(441)
Agosto 2010	(1.065)
Septiembre 2010	(1.259)
Octubre 2010	(14.220)
Noviembre 2010	(26.249)
Diciembre 2010	(38.481)
Enero 2011	(40.653)
Febrero 2011	(31.781)
Marzo 2011	(40.102)
Abril 2011	(7.414)

Análisis de los flujos turísticos a Gran Canaria. Dinamarca.

Dinamarca	Nov 09	Dic 09	Ene 10	Feb 10	Mar 10	Abr 10	Total
Lanzarote	1.762	1.762	2.444	2.592	1.838	350	11.324
Fuerteventura	1.669	1.669	4.247	4.090	3.358	4.283	22.112
Gran Canaria	6.761	6.761	18.895	22.657	15.923	17.446	102.770
Tenerife	4.790	4.790	13.094	15.683	12.351	13.255	70.654
La Palma	82	82	43	76	260	153	659

Gran Canaria tiene una excelente conectividad en vuelo regular con Dinamarca, ya que tres compañías operan con la isla, Cimber Sterling, Norwegian Air Shuttle y Transavia. El detalle de la conectividad de Gran Canaria con Dinamarca sería como sigue:

Copenhage: Cimber, Transavia y Norwegian Air Shuttle.

Billund: Transavia

Si bien no se llega a la conectividad de años anteriores, donde las ciudades de Aalborg y Århus también estaban conectadas, tener 3 aerolíneas distintas operando en Gran Canaria es un síntoma de fortaleza del destino.

En cuanto a las cifras de pasajeros para Gran Canaria, observamos cómo en el pasado invierno Gran Canaria ocupaba un rol predominante en el contexto del Archipiélago.

Análisis de los flujos turísticos a Gran Canaria. Finlandia.

Finlandia	Nov 09	Dic 09	Ene 10	Feb 10	Mar 10	Abr 10	Total
Lanzarote	443	2.040	1.859	2.169	3.021	3.044	23.734
Fuerteventura	197	950	923	1.462	1.880	172	30.952
Gran Canaria	5.976	16.531	15.137	17.508	16.016	18.013	159.767
Tenerife	4.650	10.014	11.856	11.943	11.946	9.674	63.413
La Palma	27	112	63	51	67	..	896

Gran Canaria mantiene dentro del contexto del archipiélago canario un liderazgo compartido con Tenerife, aunque bien es cierto que en todos los meses de la última temporada invernal se mantuvo por delante de la isla hermana. Lanzarote ocupó el tercer lugar en las preferencias de los finlandeses y Fuerteventura le siguió a bastante distancia y con volúmenes mucho más modestos; finalmente y de manera testimonial aparece la isla de La Palma.

5. DESTINOS COMPETIDORES

Destinos competidores. Suecia.

Dentro de los destinos competidores, Tailandia se perfila como el más potente ya que Phuket, su destino más popular, rivaliza con Gran Canaria en cuanto a número de paquetes disponibles. Ambos destinos, Gran Canaria y Phuket, consumen por sí solos cerca de la mitad de la oferta disponible para la temporada de invierno en Suecia. Si bien Tailandia empezó sus ventas de manera titubeante, estas se recuperaron ya entrado el año 2010 y ni siquiera los disturbios sociales que tuvieron lugar en Bangkok frenaron el ritmo de las ventas.

Otro de los destinos más dinámicos sobre todo cara al invierno y, por tanto, competidor de Gran Canaria es Egipto. Los resorts de Hurgada y Sharm el Sheik ven aumentadas sus capacidades en el grueso de los turoperadores, en cantidades que oscilan entre el 20% de Ving y el 47% de Fritidsresor.

Turquía y Grecia, los otros destinos más importantes por volúmenes, tienen un comportamiento predominantemente estival.

Destinos competidores. Dinamarca.

Como novedades interesantes desde el punto de vista de Gran Canaria en lo relativo a destinos competidores hay que mencionar el desembarco de una nueva compañía aérea en el aeropuerto de Copenhage, la egipcia Egypt Air, que comenzará a operar con una ruta que une Copenhage con El Cairo en octubre de 2010.

Por otra parte, Norwegian Air Shuttle ha anunciado una nueva ruta a Marrakesh, que tendrá dos frecuencias semanales, los miércoles y los sábados, que comenzará a operar en noviembre de 2010. Aparte del benigno clima invernal, otra de las fortalezas que suponen un atractivo para la ruta se basa en lo exótico que resulta viajar al continente africano.

Destinos competidores. Finlandia.

El mercado finlandés difiere en cierta medida del resto de nórdicos pues está dominado por compañías basadas en el propio país y no por grandes grupos internacionales, tanto en turoperación como en vuelos regulares.

En cuanto al comportamiento de los principales destinos competidores dentro del segmento de viajes organizados (chárter) y con datos de abril de 2010 podemos constatar que, dentro de la Zona Euro, Grecia tiene una tendencia

interanual ascendente y marca un 5,2% de aumento, Chipre experimenta una mejoría notable y sube un 39,5% mientras que Portugal baja levemente un 1,8%. En la Europa fuera de la Zona Euro, Turquía sube espectacularmente cerca de un 40%.

Los destinos chárter internacionales, los principales competidores de Gran Canaria ya que basan sus volúmenes en la temporada invernal, muestran las siguientes tendencias: Tailandia sube un 3,5% en el acumulado de 2010, Egipto baja un 2,6% e irrumpe con mucha fuerza Cabo Verde, con un alza del 123% y un volumen acumulado en 2010 de 6.600 pasajeros, cifra que le permite sobrepasar a otros destinos, como los más consolidados México o Brasil.

6. RECOMENDACIONES

Recomendaciones para el mercado Noruego.

Noruega es un mercado con un comportamiento modélico y pocas propuestas se pueden hacer para mejorarlo ya que el ratio de visitantes a Gran Canaria es muy elevado. Sin embargo, cara a evitar adquirir una imagen de destino erosionado y poco atractivo debido a la concentración en ciertas áreas (Arguineguín) de turistas y residentes noruegos, sería recomendable realizar acciones en el destino cuya finalidad sea motivar a estos residentes o turistas a conocer mejor los rincones de Gran Canaria, con la esperanza de que a su vez estos residentes actúen como "cicerones" ante sus visitas de familiares y amigos.

Con respecto a las acciones dirigidas al sector profesional, es altamente recomendable seguir manteniendo el canal de comunicación directo que el Patronato viene utilizando, por ejemplo, con la aerolínea Norwegian Air Shuttle.

Recomendaciones para el mercado Sueco.

Suecia es la sede matriz de todos los grandes turoperadores nórdicos y es más que recomendable seguir manteniendo el estrecho contacto que el Patronato de Turismo tiene con estas empresas. Sin embargo, cara al futuro inmediato sería recomendable trabajar en dos direcciones, una geográfica, tratando de llegar en la medida de lo posible a ciudades de tamaño mediano que cuenten con conexión charter a la isla. Por otro lado, dado el amplio conocimiento que se tiene en el mercado sueco, habría que tratar de ir segmentando productos turísticos en estrecha colaboración con las asociaciones de producto turístico colaboradoras del Patronato de Turismo (golf, spa y wellness, natural, etc...).

Recomendaciones para el mercado Danés.

El danés es posiblemente el mercado más cosmopolita entre los nórdicos, son los más proclives a actuar al dictado de las modas y por otro lado son los menos sujetos a la influencia de oligopolios tanto en la turoperación como en la conectividad aérea regular, como demuestra el alto número de turoperadores medianos o pequeños en relación con el resto de países nórdicos.

Como recomendación se podría plantear tratar de realizar acciones más específicas dirigidas al área de la Península de Jutlandia, un territorio que por estructura de población y por composición social tiene un perfil mucho más conservador que el de los habitantes del área de Copenhage.

Recomendaciones para el mercado Finlandés.

Como ya hemos apuntado anteriormente, Finlandia se caracteriza por tener una estructura algo diferente al resto de los nórdicos en lo que se refiere a su sector turoperador y líneas aéreas, ambos sectores están liderados

por compañías nacionales que cuentan con gran tradición. La poca permeabilidad de este mercado parece irse desvaneciendo en los dos últimos años y finalmente se empiezan a vislumbrar aventuras de compañías low cost extranjeras con una cierta continuidad; Ryanair y Norwegian Air Shuttle llevan la batuta en este sentido.

En cuanto a la turoperación, sería recomendable acometer alguna acción dirigida a potenciar la nueva imagen de Gran Canaria que tan buenos frutos ha dado en el resto de mercados nórdicos.

Bibliografía

Economía

- Oficina comercial de España en Finlandia
- Banco nacional de Finlandia
- Oficina comercial de España en Noruega
- Banco nacional de Noruega
- Oficina comercial de España en Dinamarca
- Banco nacional de Suecia
- Instituto sueco de Coyuntura económica
- Oficina comercial de España en Suecia

Transporte aéreo

- LFV (Suecia)
- Aena
- Finavia (Finlandia)
- Avinor (Noruega)
- Aeropuertos de Copenhage , Billund , Aalborg y Århus (Dinamarca)
- Norwegian, Cimber Sterling, SAS , Finnair

Mercado turístico España, Canarias y Gran Canaria

- Turespaña
- Frontur Canarias

Destinos competidores

- Thomas Cook corporate, TUI Nordic, Primera Travel Group, Kuoni Scandinavia.
- Travelnews , Standby, Turespaña



GranCanaria

Patronato de Turismo de Gran Canaria
León y Castillo, 17
35003 Las Palmas de Gran Canaria
Tel:+34 928 219 600
Fax:+34 928 219 601
email: dpromoc@grancanaria.com

Más Información en el Portal del Turista

www.GranCanaria.com

Visita nuestra web

www.grancanaria.com/estudioseinformes

Un área para profesionales del sector turístico con información para descargar:

- Noticias
- Estudios
- Estadísticas
- Informes
- Etc.