

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

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

**SOCIEDAD DE PROMOCIÓN ECONOMICA DE
GRAN CANARIA**

TURESPAÑA

INFORME DE COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO
MERCADOS NÓRDICOS
INVIERNO 2006/2007

PROYECTO "INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA DE GRAN CANARIA"

PREPARADO POR:
JUAN FERNANDO SUAREZ DIAZ

Representante de Gran Canaria en la Oficina Española de Turismo en Estocolmo

Índice

NORUEGA	1
• DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS	1
• COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO	1
• DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA	2
• DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA	2
• MERCADOS COMPETIDORES	3
• TUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	3
SUECIA	5
• DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS	5
• COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO	5
• DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA	6
• DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA	6
• MERCADOS COMPETIDORES	7
• TUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	8
DINAMARCA	9
• DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS	9
• COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO	9
• DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA	10
• DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA	10
• MERCADOS COMPETIDORES	11
• TUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	12
FINLANDIA	13
• DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS	13
• COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO	13
• DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA	14
• DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA	14
• MERCADOS COMPETIDORES	15
• TUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	15
• PREVISIONES DEL MERCADO ESCANDINAVO PARA GRAN CANARIA	16
• RECOMENDACIONES DEL MERCADO PARA GRAN CANARIA	16
• Precios turoperador Apollo en Noruega de paquetes turísticos a Gran Canaria	18

NORUEGA

DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS:

(fuente: Central I.A. World Factbook)

- Población: 4.627.926
- Estructura por edades:
 - 0-14años: 19%
 - 15-64 años: 66,1%
 - 65 y + años: 14,8%
- Edad Media:
 - Total: 38,7 años
 - Hombres: 37,9 años
 - Mujeres: 39,6 años
- Idiomas hablados en el país:
 - Noruego (oficial)
 - Sami (minoritario, oficial en 6 distritos)
 - Finlandés (minoritario)
- Variación PIB (2006): 4,6%
- Renta per cápita (2006): 46.300 \$
- Composición por sectores del PIB
 - Agricultura: 2,3%
 - Industria: 41,4%
 - Servicios: 56,3%
- Tasa de desempleo(2006): 3,5%
- Tasa de inflación(2006): 2,3%

COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO:

La tendencia general durante el invierno pasado ha sido la de apertura de nuevos destinos, sobre todo exóticos, o bien destinos atractivos para productos consolidados como esquí, golf, senderismo, ciclismo o SPA.

La fuerte competencia entre líneas aéreas regulares ha producido en un incremento de oferta, tanto de vuelos nacionales como internacionales, sobre todo de compañías de bajo coste.

Este panorama se sustenta en la favorable coyuntura económica noruega, para la que no se esperan cambios a corto plazo.

DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA:

Durante la temporada de invierno la base de los viajes vacacionales se sustenta en los destinos de sol y playa, donde los destinos de las Islas Canarias tienen un papel destacado.

El grueso de este volumen hacia Canarias se basa casi en su totalidad en la oferta chárter, mientras que los vuelos regulares operan principalmente en destinos peninsulares. Alicante, Málaga, Barcelona y Palma de Mallorca son, por este orden, los destinos con mayor volumen de tráfico regular, todo ellos dentro de un contexto de constante apertura de rutas hacia nuestro país.

En cuanto al segmento chárter, durante esta temporada invernal, España ha seguido manteniendo su primera posición como destino invernal, acaparando casi un 40% de la oferta total de los catálogos.

DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA:

La tabla comparativa con la temporada anterior de llegadas procedentes de Noruega hacia nuestra isla quedó como se muestra a continuación. Vemos como el saldo ha sido positivo en 309 turistas, una cifra bastante mas modesta que en años anteriores y que arrancó en la temporada invernal con cifras bastante desalentadoras, pero la tendencia a la baja se ha corregido con la entrada del año 2007.

	06/07	05/06	Variac.
Noviembre	28.356	31.965	-3.609
Diciembre	30.963	34.469	-3.506
Enero	30.325	29.921	404
Febrero	29.613	28.921	692
Marzo	32.264	31.372	892
Abril	15.144	9.708	5.436
TOTAL	166.665	166.356	309

(Fuente: AENA)

Entre los factores que hayan podido influir en el transcurso de la temporada invernal, con un crecimiento mínimo que rompe con la tendencia de años anteriores de fuerte crecimiento, cabe destacar la competencia de las nuevas rutas hacia España, Ryanair comenzó a operar una ruta a Madrid y otra a Barcelona desde el aeropuerto de Torp – Sanderfjord. Sas también abrió otra nueva ruta a Madrid.

Por el contrario, Lanzarote desapareció del catálogo de los turoperadores Saga y Ving (Grupo My Travel) y Gran Canaria siguió siendo el destino

Charter favorito de los Noruegos, aunque los principales aumentos de volúmenes se han dirigido hacia los destinos exóticos.

MERCADOS COMPETIDORES. *(Fuente: Prensa profesional, Euromonitor International)*

El destino más popular para los noruegos ha sido Suecia, seguido de Dinamarca. Una de las principales razones de este liderazgo es que, al ser países vecinos, la flexibilidad del viaje es mucho mayor, pues existe la posibilidad incluso de realizarlo en el vehículo particular. En cuanto a las motivaciones, las compras ocupan un lugar destacado, seguidas del ocio. Es frecuente que ambas modalidades se reúnan en un mismo viaje.

En el tercer lugar de popularidad se ha situado Reino Unido, un destino con el que los noruegos comparten bastantes afinidades culturales, además de encontrarse cómodos; los noruegos encuentran en Reino Unido el ambiente cosmopolita, internacional y moderno que no es frecuente ver en el país nórdico. La conectividad aérea es excelente, con vuelos diarios desde Oslo, Bergen y Stavanger, además existen buenas conexiones marítimas.

España ocupa el cuarto lugar en cuanto a las preferencias noruegas, si bien los precios en nuestro país han aumentado, sobre todo tras la llegada del euro, aunque siguen siendo atractivos para los noruegos.

El turismo residencial en la costa mediterránea ha alcanzado gran popularidad; desde 2006 hay que tener en cuenta un factor que a largo plazo puede influir a la hora de elegir España como destino, desde 2006 el sistema educativo noruego ha aprobado la inclusión del español como lengua opcional que todas las escuelas estarán obligadas a ofertar.

Dentro de los destinos cercanos hay que señalar también a Alemania y Austria. La afición de los noruegos por el esquí, deporte con el que se familiarizan desde niños, es realmente notable y los destinos alpinos ocupan un lugar reseñable en sus apetencias viajeras.

En cuanto a los destinos exóticos tanto europeos como intercontinentales, la popularidad de enclaves como Turquía o Croacia dentro de Europa o Malasia, Bangkok y Brasil dentro de la categoría de larga distancia, ha crecido considerablemente en los últimos tiempos, pero si hay que señalar a un destino como especialmente destacado en este segmento, éste es Tailandia; por el contrario, los destinos musulmanes pierden, ya que, con la citada excepción de Turquía, pierden cuota de mercado.

TUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

El ranking de turoperadores noruego está liderado por Star Tour, del grupo TUI, seguido por Apollo, Ving y Solia, que, por ese orden, copan los primeros puestos en cuanto a volumen de ventas.

Los productos más demandados son el sol y playa, casi un 50 % del volumen de las ventas, seguidos por los viajes culturales, normalmente city breaks y luego por los viajes de esquí, con un 25% y un 17% de cuota de mercado, respectivamente. Es de señalar que el turoperador cuenta con un arraigo muy importante en los países nórdicos en general y en Noruega en particular.

En cuanto a líneas aéreas, vemos un progresivo aumento en los asientos disponibles en compañías de bajo coste, estas plazas son frecuentemente a costa de las compañías regulares, aunque bien es cierto que cada vez es más frecuente que los turoperadores contraten cupos con compañías de bajo coste, de ahí que el volumen de asientos disponibles en charter también disminuya sensiblemente.

Asientos disponibles

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Regular	36,299.3	34,989.5	31,060.2	27,318.0	27,505.1	28,160.0
Charter	7,858.6	7,707.6	7,596.6	7,297.3	7,110.2	6,735.9
Low cost	4,864.8	6,174.6	7,297.3	8,232.8	8,981.3	9,916.8
Total	49,022.7	48,871.7	45,954.1	42,848.1	43,596.5	44,812.7

Fuente: Euromonitor International

La cuota de mercado de las principales aerolíneas noruegas sigue dominada por SAS, aunque el crecimiento más dinámico lo muestran las compañías de bajo coste, sobre todo Norwegian.

Para el próximo invierno se confirma la apertura de una ruta directa entre Oslo y Gran Canaria por parte de la Compañía de bajo coste Norwegian Air Shuttle. Esta ruta tendrá una frecuencia de dos vuelos semanales y un 75% de los pasajeros lo harán en la modalidad de solo asiento, por lo que es de prever que para el próximo invierno nuestra isla acapare más volumen de viajeros noruegos debido al incremento de la conectividad en lo referido a vuelos regulares.

Cuota de mercado líneas aéreas

	2001	2002	2003	2004	2005
SAS Group	38.6	38.0	56.2	51.1	46.0
Norwegian Air Shuttle AS	-	2.5	8.6	12.2	16.9
Widerøe's Flyveselskap	9.3	9.0	8.7	9.0	9.5
Sterling European KS	-	-	-	3.5	6.7
SAS Braathens AS	22.5	22.2	-	-	-
Others	29.6	28.3	26.5	24.2	20.9
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor International

SUECIA

DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS:

(fuente: Central I.A. World Factbook)

- Población: 9.031.088
- Estructura por edades:
 - 0-14años: 16,4%
 - 15-64 años: 65,7%
 - 65 y + años: 17,9%
- Edad Media:
 - Total: 41,1 años
 - Hombres: 40 años
 - Mujeres: 42,2 años
- Idiomas hablados en el país:
 - Sueco (oficial)
 - Sami (minoritario)
 - Finlandés (minoritario)
- Variación PIB (2006): 4,7%
- Renta per cápita (2006): 32.200 \$
- Composición por sectores del PIB
 - Agricultura: 1,1%
 - Industria: 28,1%
 - Servicios: 70,9%
- Tasa de desempleo(2006): 5,6%
- Tasa de inflación(2006): 1,4%

COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO:

Los principales operadores del mercado de viajes sueco, Fridtisesor y My Travel, han registrado beneficios record durante el último ejercicio.

Estos beneficios provienen de su mayor oferta de paquetes turísticos puestos a la venta y de la cada vez mayor propensión del público sueco a

vijar en invierno. Tailandia continúa con su escalada de volúmenes, pero todavía sin desbancar a Canarias como primer destino vacacional.

DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA:

Dentro del relativo dinamismo del mercado turístico sueco, se observa que una de las tendencias más marcadas es el aumento de viajes individuales; la razón de este crecimiento viene asociado al incremento de rutas principalmente por las compañías aéreas de bajo coste.

Sterling mantuvo una programación desde Estocolmo con seis vuelos semanales a Málaga, cinco a Alicante, tres a Barcelona, dos a Gran Canaria y uno a Mallorca.

Ryanair operó diariamente hacia Gerona desde Estocolmo y este invierno comenzará a operar tres veces por semana Gotemburgo - Madrid y Malmoe – Madrid así como un vuelo semanal entre Estocolmo y Alicante.

DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA:

El total de paquetes plazas hacia nuestra isla fue un 0,5% más que el invierno anterior. Según datos de AENA, los suecos llegados a Gran Canaria durante la temporada invernal tuvieron la siguiente abajo reflejada por meses, la variación acumulada de dichas cifras arroja un saldo negativo de 870 viajeros, dato que aunque modesto tiene su valor, ya que supone un freno en la tendencia a la pérdida ininterrumpida de cuota en el mercado sueco obtenidas durante los últimos años.

	06/07	05/06	Var.
Noviembre	27.890	31.050	-3.160
Diciembre	30.461	30.672	-211
Enero	28.400	25.534	2.866
Febrero	27.405	25.149	2.256
Marzo	31.367	29.705	1.662
Abril	12.007	16.290	-4283
TOTAL	157.530	158.400	-870

(Fuentes: Turespaña, AENA)

Durante la temporada invernal se produjeron acontecimientos que pueden ayudar a explicar estos resultados.

Por una parte, Ving comenzó a comercializar paquetes de 4 días, de sábado a miércoles o viceversa, este producto tuvo un éxito notable en la versión miércoles – sábado.

También ayudó a frenar la tradicional caída de turistas de los últimos años la apertura de una ruta charter a Gran Canaria por parte de My Travel desde el aeropuerto de Nyköping, en el área metropolitana de Estocolmo, esta ruta operó una vez por semana, concretamente los viernes.

La conectividad chárter de Gran Canaria es la mas extensa de toda Suecia durante el invierno, lo que nos situó como primer destino de esta modalidad en 2006

En el lado negativo de los acontecimientos, hay que señalar el incesante crecimiento de volúmenes de los países del sudeste asiático y la pobre conectividad con líneas aéreas regulares, no obstante, Sterling ya ha anunciado para el próximo invierno la apertura de una nueva ruta desde Gotemburgo con una frecuencia de un vuelo semanal y el mantenimiento de los dos vuelos por semana que viene operando todos los inviernos desde Estocolmo.

MERCADOS COMPETIDORES

Durante el invierno pasado no se registraron cambios de tendencia significativos. Egipto siguió siendo atractivo para el mercado chárter y el resto de destinos musulmanes se recuperan muy lentamente de la caída sufrida en el invierno anterior. En cuanto a la larga distancia, Tailandia ha registrado un nivel de ocupación total, sus plazas se vendieron con bastante anticipación y es de suponer que un volumen mayor de oferta también se hubiera podido vender.

Los destinos de nieve se vieron afectados por la tardía entrada del invierno, obligando a muchos de ellos a sacar ofertas o a comercializarlos como vacaciones en la naturaleza.

Viajes desde Suecia (en miles de pasajeros)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Belgica	82.0	68.0	105.0	78.0	77.6	75.0
Dinamarca	1,358.0	1,537.0	1,873.2	1,729.9	1,938.2	1,945.0
Finlandia	951.0	1,492.0	1,793.6	1,682.7	1,975.9	1,925.0
Francia	444.0	415.0	560.0	565.3	725.3	745.0
Alemania	801.0	780.0	964.0	1,018.2	1,192.4	1,195.0
Grecia	647.0	545.0	610.0	575.0	457.0	455.0
Italia	510.0	435.0	534.0	436.7	478.7	495.0
Holanda	85.0	75.0	116.0	82.0	72.4	70.0
Noruega	716.0	946.0	1,181.2	1,287.5	1,279.3	1,255.0
España	1,335.0	1,025.0	1,215.0	1,223.5	1,036.7	1,195.0
Turquía	205.0	230.0	245.0	254.0	282.5	290.0
Reino Unido	543.0	485.0	608.0	923.3	891.1	885.0
USA	420.0	300.0	383.0	302.8	388.2	395.0
Otros	2,303.0	2,167.0	2,612.0	2,241.1	3,104.7	3,250.0
Total	10,400.0	10,500.0	12,800.0	12,400.0	13,900.0	14,175.0

(Fuente: Euromonitor International)

TUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

Por volumen de negocio, My travel es el turoperador más importante de Suecia, seguido a no mucha distancia por Fritidsresor, Apollo se encuentra un tanto más distanciado y en cuarta posición encontramos al turoperador Solresor.

My Travel, a través de su marca estrella Ving, a través de la que comercializa el grueso de su oferta, llega a todos los públicos con unos productos adaptados a cada presupuesto, mientras que Fritidsresor es más popular entre los segmentos de entre 25 y 40 años de edad. Dentro del mercado de la turoperación Gran Canaria se encuentra fuertemente posicionada, pues está presente en la mayoría de productos comercializados por los citados turoperadores.

Alrededor del 60% de los viajes han sido vendidos a través de Internet y aunque los paquetes vacacionales han sido el producto más vendido, los city breaks prácticamente les igualan en volumen, acaparando ambos productos un 40% aproximado del volumen de negocio y siendo la diferencia entre ambos de decimales.

En lo referido a compañías aéreas, es de señalar que dentro de las aerolíneas de bandera sueca, el grupo SAS domina con bastante margen sobre el resto de compañías del país, pero esto no se traduce en un dominio tan claro en el tráfico, pues compañías no suecas como Sterling, Ryanair o Norwegian acaparan cada vez más cuota de mercado.

Cuota de mercado aerolíneas suecas

	2001	2002	2003	2004	2005
SAS	67.3	48.8	49.8	39.8	40.0
Skyways AB	2.6	3.3	5.5	6.9	7.1
Malmö Aviation AB	3.8	4.4	6.5	6.4	6.4
Otras	26.3	43.4	38.2	46.9	46.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor International

DINAMARCA

DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS:

(fuente: Central I.A. World Factbook)

- Población: 5.468.120
- Estructura por edades:
 - 0-14años: 18,6%
 - 15-64 años: 66%
 - 65 y + años: 15,4%
- Edad Media:
 - Total: 40,1 años
 - Hombres: 39,2 años
 - Mujeres: 40,9 años
- Idiomas hablados en el país:
 - Danés (oficial)
 - Feroés(minoritario)
 - Alemán (minoritario)
 - Inuit (minoritario)
- Variación PIB (2006): 3,2%
- Renta per cápita (2006): 37.000 \$
- Composición por sectores del PIB:
 - Agricultura: 1,4%
 - Industria: 24,6%
 - Servicios: 74%
- Tasa de desempleo(2006): 3,8%
- Tasa de inflación(2006): 1,8%

COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO:

Dentro de lo que podríamos considerar como tendencias propias del invierno hay que destacar el dinámico y constante crecimiento de los viajes de larga distancia, accesibles a las familias gracias a la buena coyuntura económica.

Dinamarca tampoco ha sido ajena al fenómeno de las low cost y así el invierno pasado aumentó el principal segmento dependiente de este tipo de compañías, los city breaks. Las grandes capitales europeas han sido los destinos favoritos.

El mercado chárter siguió sustentándose en los destinos tradicionales de este producto, es decir, Canarias, Madeira, Azores y el nuevo destino emergente que ya alcanza cifras de destino plenamente consolidado, Tailandia.

La cruz de la temporada invernal la han padecido los destinos musulmanes; la crisis de las caricaturas de Mahoma publicadas en el diario danés Jyllands Posten y sus sabidas repercusiones están todavía presentes en la memoria de muchos viajeros.

Otros segmentos que también ven crecer su popularidad han sido los viajes conmemorativos y los cruceros.

DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA:

Las cifras de viajes vacacionales puestos a la venta hacia España el invierno pasado fue ligeramente inferior al invierno anterior. La costa del sol, las grandes ciudades españolas, pero sobre todo las Islas Canarias, han sido las acaparadoras de la oferta, concretamente un 66% de la cuota en los catálogos invernales de los principales operadores. Dentro del ámbito de las Islas Canarias, la inclusión de Fuerteventura supuso la principal novedad.

Dentro del tráfico regular hay que señalar que Ryanair ha abierto rutas a Madrid desde Billund con una frecuencia de cuatro vuelos semanales.

DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA:

El saldo de llegadas el invierno 06-07 fue negativo en 2.513 viajeros, una cifra que hay que considerar de estancamiento más que de retroceso.

Esta cifra se corresponde en cierta medida con el ligero ajuste a la baja de los paquetes turísticos puestos a la venta.

	06/07	05/06	Var.
Noviembre	17.418	16.535	883
Diciembre	20.075	18.886	-231
Enero	19.340	18.499	841
Febrero	18.626	21.378	-2.752
Marzo	22.073	21.775	298
Abril	7.983	10.956	-2.973
TOTAL	105.515	108.029	-2.513

(Fuentes: Turespaña, AENA)

La pérdida de turistas daneses en el pasado invierno vino provocada principalmente por la ligera reducción del número de paquetes turísticos puestos a la venta.

En menor medida, otros factores también influyeron de manera negativa durante la citada temporada invernal, entre estos factores podemos mencionar la apertura de nuevas rutas regulares como la de Sterling desde Aalborg a Málaga y también las dos nuevas rutas que comenzó a operar Ryanair, Billund – Madrid y Aarhus – Gerona.

Air Berlín también comenzó a operar una ruta a finales de marzo conectando Copenhague con Palma de Mallorca con un vuelo diario.

MERCADOS COMPETIDORES

La anteriormente mencionada crisis de las caricaturas ha hecho variar en cierta medida las costumbres viajeras de los daneses para con sus vacaciones invernales, aparte de Canarias, Tailandia (que alcanzó un volumen record) Azores y Madeira han sido los beneficiados de estos cambios.

En cuanto a los destinos de larga distancia, el sudeste asiático y el caribe fueron las áreas más demandadas.

En la siguiente tabla podemos observar la evolución de los distintos destinos.

Visitantes daneses por destino 2000-2005, en miles.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Austria	57.7	56.2	66.3	72.7	73.8	75.0
Belgica	95.2	93.5	109.3	121.0	120.6	122.2
Finlandia	169.8	169.5	197.5	212.5	214.6	221.3
Francia	272.3	268.1	314.3	346.9	348.0	358.4
Alemania	953.4	938.8	1,100.5	1,214.7	1,220.9	1,314.3
Groenlandia	113.7	111.0	128.5	142.4	142.0	144.3
Islandia	63.1	63.0	75.4	81.5	82.1	84.2
Irlanda	33.4	34.4	39.9	44.5	45.1	46.0
Italia	136.4	133.3	155.9	171.3	173.1	178.6
Holanda	144.6	142.4	146.8	184.0	186.2	192.0
Noruega	422.0	415.5	484.2	536.2	540.2	556.9
Polonia	64.3	63.0	74.1	81.5	82.5	85.0
España	290.2	286.2	330.6	370.2	374.4	385.8
Suecia	952.4	1,124.5	1,318.1	1,455.2	1,704.9	1,927.8
Suiza	86.5	86.0	101.0	111.3	114.3	119.2
Tailandia	59.8	58.8	68.2	76.1	77.2	78.8
Turquía	61.4	61.4	71.3	79.5	80.6	83.0
Reino Unido	398.5	392.4	447.1	507.7	511.5	524.7
USA	127.8	133.9	142.8	170.0	170.1	173.3
Otros	374.2	366.4	428.9	474.2	475.0	485.4
TOTAL	4,876.5	4,998.2	5,800.6	6,453.3	6,737.1	7,156.3

Fuente: Danmarks Statistik”, Statens Luftfartvæsen, Euromonitor International

TUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

El mercado de la turoperación en Dinamarca no es ajeno a la tendencia del resto de países nórdicos, la fuerte competencia entre los grupos TUI y My Travel, pero es quizá en Dinamarca donde turoperadores como Apollo están más cerca de los dos gigantes.

Gran Canaria tiene también una presencia destacada en turoperadores de menor entidad, como Bravo Tours o Familie Dansk Fri Ferie. La fusión de los dos grandes turoperadores que tuvo lugar este invierno, My travel y Thomas Cook, apenas se ha dejado sentir, ya que estructuras tan pesadas necesitan un tiempo de adaptación para poder poner a funcionar sus recursos de manera conjunta, es de prever que sea en la próxima temporada invernal, cuando se aprecien cambios en la comercialización estos dos turoperadores fusionados así como de su competencia, donde también se ha producido una fusión importante entre TUI y First Choice.

CUOTA DE MERCADO DE LÍNEAS AÉREAS DANESAS 2001-2005

	2001	2002	2003	2004	2005
SAS Group	60.0	58.0	56.0	56.2	55.0
Sterling Airlines ApS	3.0	4.0	5.0	7.5	10.0
Cimber Air-Holding A/S	2.9	3.0	3.2	3.4	3.8
British Airways Plc	2.8	2.6	2.5	2.7	2.9
KLM Royal Dutch Airlines	-	-	-	1.7	2.1
Deutsche Lufthansa AG	1.8	1.7	1.7	1.6	2.0
Skyways AB	0.5	0.8	1.3	1.7	2.0
Air France Group SA	1.7	1.6	1.6	1.6	1.6
easyJet Airline Co Ltd	0.7	1.0	1.2	1.4	1.5
Otras	26.6	27.3	27.5	22.2	19.1
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Euromonitor International

El tráfico aéreo en Dinamarca está dominado por el grupo SAS, no obstante tenemos que contar también con las aerolíneas de bajo coste que tratan de consolidarse con cierta dificultad, el resto de compañías convencionales mantienen su cuota sin grandes variaciones.

Sterling ha pasado un conflictivo invierno por problemas laborales de su plantilla. SAS tampoco ha quedado al margen de conflictos laborales, pero quizá la amenaza de un canon ambiental a las compañías aéreas, impuesto que finalmente no fue llegado a aprobar, hubiera sido un grave lastre para el sector (no olvidemos que la proximidad de Alemania permite a los daneses aprovecharse de precios ventajosos de paquetes o billetes en aeropuertos como Hamburgo).

Este invierno ha dejado los últimos coletazos de la crisis de las caricaturas, los signos mas evidentes han sido los distintos mensajes de tranquilidad que han intentado transmitir los destinos musulmanes en el sentido de que sus territorios son seguros para los turistas, incluso hubo una rueda de prensa de autoridades turísticas Egipcias en Dinamarca para transmitir esta impresión, estas medidas han ido acompañadas de un fuerte incremento en las partidas presupuestarias destinadas a publicidad en Escandinavia.

FINLANDIA

DATOS SOCIALES Y ECONÓMICOS:

(fuente: Central I.A. World Factbook)

- Población: 5.238.460
- Estructura por edades:
 - 0-14años: 16,9%
 - 15-64 años: 66,7%
 - 65 y + años: 16,4%
- Edad Media:
 - Total: 41,6 años
 - Hombres: 40 años
 - Mujeres: 43,1 años
- Idiomas hablados en el país:
 - Finlandés (oficial, 92% de la población)
 - Sueco(oficial 5,6% de la población)
 - Sami y Ruso (minoritarios, 2,4% de la población)
- Variación PIB (2006): 5,5%
- Renta per cápita (2006): 33.700 \$
- Composición por sectores del PIB:
 - Agricultura: 2,7%
 - Industria: 30,3%
 - Servicios: 67%%
- Tasa de desempleo(2006): 7%
- Tasa de inflación(2006): 1,7%

COYUNTURA DEL MERCADO TURÍSTICO:

La pasada temporada invernal no trajo consigo cambios significativos en el mercado de viajes finlandés; Canarias fue de largo el destino más ofertado, con un 61% de cuota de catálogo.

El sudeste asiático y Tailandia siguieron en el escalafón al archipiélago canario, la cuota de estos destinos fue un 18%, Egipto, tercero, obtuvo un 11% de cuota.

Esta oferta se desplazó casi totalmente en vuelo chárter. En lo relativo a vuelos regulares, la cancelación de los vuelos de Sterling fue la principal noticia, si bien no afectaron a Gran Canaria, pues las rutas canceladas.

DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA:

Canarias marca la pauta de los viajes invernales hacia España, acaparando la casi totalidad de los paquetes turísticos puestos a la venta hacia nuestro país. A un nivel bastante más modesto se recogió la aparición de la Costa de la Luz en el catálogo de Finnmatkat. El anteriormente mencionado cese de actividades de Sterling no afectó a la temporada invernal, ya que sus conexiones con Barcelona, Alicante y Málaga operaban de abril a octubre.

DEMANDA DE VIAJES HACIA GRAN CANARIA:

Con una pérdida de 3.543 viajeros durante el último invierno, Finlandia marca un registro claramente negativo, en comparación con el resto de países nórdicos. La total dependencia del chárter frente al auge de destinos como Tailandia han influido notablemente en esta pérdida de viajeros.

	06/07	05/06	Var.
Noviembre	17.920	19.609	-1689
Diciembre	19.567	19.798	-213
Enero	18.668	18.033	635
Febrero	18.075	18.054	21
Marzo	19.726	20.790	-1.064
Abril	5.726	6.457	-731
TOTAL	99.682	102.741	-3.059

(Fuentes: Turespaña, AENA)

La caída de en torno al 3% de los pasajeros finlandeses a Gran Canaria obedece principalmente a las plazas chárter, que tras varios años de ir en aumento, ha sufrido un pequeño ajuste a la baja que se ha hecho notar. Si bien el número de plazas puestas a la venta fue algo mayor que en el invierno anterior y las expectativas de venta eran bastante buenas al principio del invierno, una vez concluida la temporada observamos que el mercado finlandés comienza a dar síntomas de fatiga.

A diferencia de otros mercados nórdicos, la apertura de nuevas rutas a España por parte de las low cost apenas ha influido, pues estas nuevas aperturas han sido muy tímidas, concretamente una sola a Madrid por parte de Clickair y que no afectó a la temporada invernal, ya que comenzó a operar en Mayo.

MERCADOS COMPETIDORES

Si bien en volumen total las Islas Canarias lideran la oferta turística finlandesa durante el invierno, Aurinkomatkat, el principal turoperador Finlandés, ofertó a Tailandia en esta pasada temporada 12.000 plazas más, un aumento bastante considerable para el tamaño de este mercado.

En términos absolutos, Estonia y Suecia fueron los destinos más visitados, las excelentes conexiones con Ferry que tienen estos países les hacen ideales para city breaks de uno o dos días de duración.

España peninsular, que ocupa el tercer lugar, se beneficia de una gran cuota de turistas residenciales Fineses, sobre todo en el área de la Costa Blanca.

Rusia, un destino que cada vez es considerado más seguro y con buenas comunicaciones a Finlandia, ocupa el cuarto lugar.

Existe un grupo de países con un crecimiento dinámico, como Grecia, Chequia, Rumanía o Bulgaria, pero desde hace varios años, Finnair viene realizando un importante esfuerzo promocional a favor de sus rutas hacia China, que ha ganado bastante popularidad.

TUROPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

Aurinkomatkat, turoperador propiedad de Finnair, es el operador con mayor cuota de mercado alrededor del 10% del sector de venta de viajes, Finnmatkat, del grupo TUI ocupa la segunda posición, con una cuota del 7%. Ambas compañías mantienen una tendencia creciente, beneficiándose del aumento global de la venta de paquetes turísticos. El tercer actor del mercado de la turoperación es My Travel, con un 4% de cuota de mercado. Matka Vekka, el cuarto turoperador finlandés, no ha experimentado un crecimiento paralelo al de sus predecesores, la causa es posiblemente la poca cuota de mercado online que ha conseguido captar.

El hecho de que Aurinkomatkat esté ligada estrechamente a Finnmatkat hace posible que el mercado finlandés muestre un porcentaje de viajes regulares bastante mayor a lo que sería normal comparándolo con los viajes chárter; de hecho, Finnair mantiene una posición prácticamente de monopolio en el espacio aéreo Finlandés y las compañías low cost no terminan de hacerse un hueco en el mercado.

Aerolíneas por cuota de mercado

	2001	2002	2003	2004	2005
Finnair Oyj	98.8	97.1	94.1	93.0	92.0
Blue1	1.2	2.9	4.9	6.1	6.6
Air Finland Ltd Oy	-	-	0.5	0.9	1.4
Flying Finn Airways Oy	-	-	0.5	-	-
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

PREVISIONES DEL MERCADO ESCANDINAVO PARA GRAN CANARIA

Es de prever que la paulatina llegada de compañías low cost incremente los volúmenes hacia Gran Canaria, para el próximo invierno; Suecia y Noruega incrementarán su conectividad y volumen (ver páginas 7 y 4, respectivamente), mientras que Dinamarca lo mantendrá y sigue siendo Finlandia el único territorio que no cuenta aún con conexión de línea aérea de bajo coste.

En cuanto al mercado de la turoperación, es de esperar que los destinos musulmanes vayan recuperando poco a poco la cuota perdida tras la crisis de las caricaturas, además, Tailandia sigue absorbiendo la totalidad de volúmenes contratados con bastante anticipación, por lo que no sería de extrañar que volvieran a aumentarse los volúmenes hacia el país asiático. Es de esperar que debido a la favorable coyuntura económica, los nórdicos sigan viajando másivamente, por lo que posiblemente se mantendrán los volúmenes contratados hacia nuestra isla o bien se reducirán de forma mínima.

En cuanto a conectividad con compañías tradicionales, si bien no se prevé la apertura de nuevas rutas hacia Gran Canaria, la apertura de otras rutas hacia territorio peninsular sí hará posible establecer algunas conexiones relativamente cómodas que hasta ahora no se daban.

RECOMENDACIONES DEL MERCADO ESCANDINAVO PARA GRAN CANARIA

Las principales recomendaciones se basan en aprovechar tendencias de mercado a nuestro favor. La moda "retro" que parece comenzar a popularizarse podría ser una de ellas, Gran Canaria tiene un pasado como destino turístico que cubrió esa década de principio a fin y puede encajar perfectamente dentro de la citada tendencia.

Por otra parte, los principales turoperadores, especialmente My Travel, están trabajando duramente en crear una imagen de Gran Canaria alejada de los tópicos de los viajes chárter, si esta tendencia la unimos a la comentada anteriormente, se puede tratar de lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores nórdicos donde nuestra isla sea un lugar de vacaciones para contar a los conocidos, cosa que hasta el momento no viene sucediendo, pues por norma general, nuestro destino no alcanza el tirón de imagen que por ejemplo poseen otros destinos como Mallorca.

El ejemplo de Mallorca no es casual, pues se trata de un destino que años atrás estaba muy erosionado y que tras llevar a cabo un profundo plan de renovación de los entornos turísticos y urbanos, así como una campaña de imagen apoyada en celebridades que veranean en la isla, ha conseguido posicionarse como un destino a la altura de las expectativas de los nórdicos, un público muy experimentado en viajes.

Gran Canaria ha comenzado a caminar en ese sentido y ya comienzan a leerse artículos en la prensa que dan cuenta del Standard de calidad

alcanzado en la zona de Meloneras y Amadores; por otra parte, la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria es vista por muchos como una ciudad con sabor caribeño y a la vez europeo (el acertado concepto "Be a tropical European")

Se trata pues, de potenciar dentro de la medida de lo posible esos valores para su uso promocional, aunque para ello es necesario contar con un volumen de camas mayor y estable en la capital de la Isla.

Precios turopoerador Apollo en Noruega
de paquetes turísticos a Gran Canaria. Precios por persona para una semana de estancia en
octubre o en el primer mes disponible del invierno 06/07NOK –Coronas noruegas-. 1NOK= 0,125 €

Zona	Establecimiento	Precio Apollo	
Puerto Rico	Puerto Azul	5048	
	Maracaibo	4698	
	Porlamar	5048	
	Sunsuites Lufesa	5348	
	Dunas La Canaria	9498	
	Rocamar	4948	
	Babalu	4898	
	Puertomar	5048	
	Riosol	5098	
	Monteparaiso	4898	
	Carolina	4448	
	Amadores	Gran Amadores	5198
		Dunas Amadores	7998
Riu Vistamar		6648	
Puerto Mogán	Cordial Mogan Playa	7148	
San Agustín	Sunsuites Carolina	6498	
	Buganvilla	5098	
	Flamboyán	4948	
	San Agustín	4798	
Playa del Inglés	Don Pedro	5298	
	Arco Iris	5298	
	Parque Cristobal	5148	
	Sunsuites Amazonas	5548	
	Riu Palmitos	5448	
	Corona Blanca	4298	
	Los Mariachis	4248	
	Riu Palace Máspalomás	7548	
	Dorotea	4298	
	Olympia	4298	
	Koka	4448	
	Teneguía	4748	
	Eugenia Victoria	6248	
Meloneras	Cordial Green Golf	4698	
	Riu Gran Canaria	7298	
	Dunas Villas & Suites	5248	
	Green Oasis	5598	
	Lopesan Costa Meloneras	8098	
	Lopesan Villa del Conde	8098	
	H 10 Playa Meloneras	7048	
Riu Palace Meloneras	6848		
Las Palmas	Don Carlos	4848	
	Juan Pérez	4998	
	Melia Las Palmás	6348	
	Reina Isabel	6448	
	Astoria	4598	
	Atlanta	4398	