

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 DE LOS MERCADOS
TURÍSTICOS NÓRDICOS. INVIERNO 2002/2003.**

**PROYECTO “INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA
TURÍSTICA DE GRAN CANARIA”**

Preparado por:

María Eugenia Vallejo López

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

INDICE

Pag.

1. INDICADORES SOCIOECONÓMICOS Y POLÍTICOS	1
1.1 Indicadores económicos	1
2. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURISTICO NORDICO	3
2.1 Principales Turoperadores	3
2.2 Principales Agencias de Viajes	5
2.3 Compañías Aéreas	6
3. INFORMACION SOBRE LOS MERCADOS NORDICOS	9
3.1 Suecia.	9
3.2. Dinamarca.	15
3.3 Noruega	19
3.4 Finlandia	23
4. ANALISIS SITUACION GLOBAL DE LOS PAÍSES NÓRDICOS	27
5. PRIMEROS APUNTES SOBRE LA SITUACIÓN DE LA PROXIMA TEMPORADA INVIERNO 2003/2004	29
5.1- Análisis de Catálogos de Turoperadores Nórdicos	29
6. CONCLUSION	31
7. FUENTES CONSULTADAS	32

1. INDICADORES SOCIOECONÓMICOS Y POLÍTICOS

1.1- Indicadores Económicos

SUECIA

INDICADORES ECONÓMICOS	2005*	2004*	2003*	2002	2001
PIB (tasa de variación real %)	2,5	2,5	1,3	1,9	1,1
INFLACIÓN (a fin de período %)	2,4	1,5	0,8	2,3	2,9
TASA DE PARO (s/población activa %)	4,3	4,6	4,7	4,0	4,0

Fuente: Swedish National Institute of Economic Research. 2003*, 2004*, 2005*: Estimaciones

La economía sueca se está recuperando muy lentamente. Un «Sí» al euro conllevaría una recuperación más rápida a través de una bajada de los tipos de interés.

Desde el tercer cuatrimestre del último año se ha demostrado muy poco crecimiento. La incertidumbre causada por la guerra de Irak probablemente produjo un impacto negativo tanto en el consumo como en el ahorro familiar. Se prevé que consumidores finales y empresas comiencen a mostrarse más confiados respecto a la tendencia al alza, pero para ello, se necesitaría bajar aún más el tipo de interés que estimule el consumo interno.

Un «No» al euro en el referéndum que se celebrara este otoño significaría la ralentización de la recuperación de la economía sueca.

DINAMARCA

INDICADORES ECONÓMICOS	2003*	2002	2001	2000
PIB (tasa de variación real %)	1,6	1,5	1,0	3,0
INFLACIÓN (a fin de período %)	2,5	2,3	2,6	2,9
TASA DE PARO (s/población activa %)	4,9	4,2	4,3	4,4

Fuente: Informe economía del Ministerio de Finanzas de Dinamarca. 2003*: Estimaciones

La previsión de crecimiento real del PIB para el 2003 es del 1,6% que supone un pequeño aumento comparado con el 2002, aunque se mantiene, en la práctica, el enfriamiento económico buscado por el gobierno en los últimos años.

Durante los últimos tres años, la inflación se ha movido entorno al 2,5%, por encima de los criterios de Maastricht y la media europea, pero de manera relativamente estable. La presión inflacionista de estos años se ha debido principalmente a la inflación importada.

El desempleo está en auge y es inevitable que la frenada de la economía danesa ejerza presión, disminuyendo los ingresos estatales e incrementando el gasto público.

NORUEGA

INDICADORES ECONÓMICOS	2004*	2003*	2002	2001	2000
PIB (tasa de variación real %)	2,0	1,1	1,0	1,9	2,8
INFLACIÓN (a fin de período %)	1,5	2,7	1,3	3,0	3,1
TASA DE PARO (s/población activa %)	4,6	4,4	3,9	3,6	3,4

Fuente: Informe Ministerio de Finanzas de Noruega. 2003*, 2004*: Estimaciones

Después de algunos años de fuerte expansión económica, el crecimiento se ha mostrado mucho más moderado en los últimos dos años. Se espera que el PIB crezca por encima del año 2002, siendo el aumento del consumo y de las inversiones en petróleo las principales causas. Aún así, la economía noruega se ve afectada por el débil crecimiento de la economía internacional, principalmente a través de la disminución de la demanda en exportación.

Desde 1997 la inflación ha sido considerablemente alta, a ello se le une el aumento de la fuerza de la corona noruega con lo que se calcula que llegue al 2.7% en el 2003.

El mercado laboral se está debilitando y el desempleo ha aumentado ligeramente en los dos últimos años, a pesar de ello, aún hay segmentos del mercado con falta de mano de obra, como construcción y sanidad.

FINLANDIA

INDICADORES ECONÓMICOS	2004*	2003*	2002	2001	2000
PIB (tasa de variación real %)	2,9	1,8	1,6	0,6	
INFLACIÓN (a fin de período %)	1,0	1,6	1,6	2,6	3,4
TASA DE PARO (s/población activa %)	9,1	9,4	9,1	9,1	9,8

Fuente: Informe Ministerio de Finanzas de Finlandia. 2003*, 2004*: Estimaciones

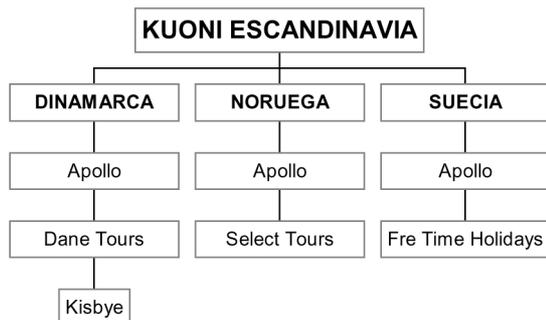
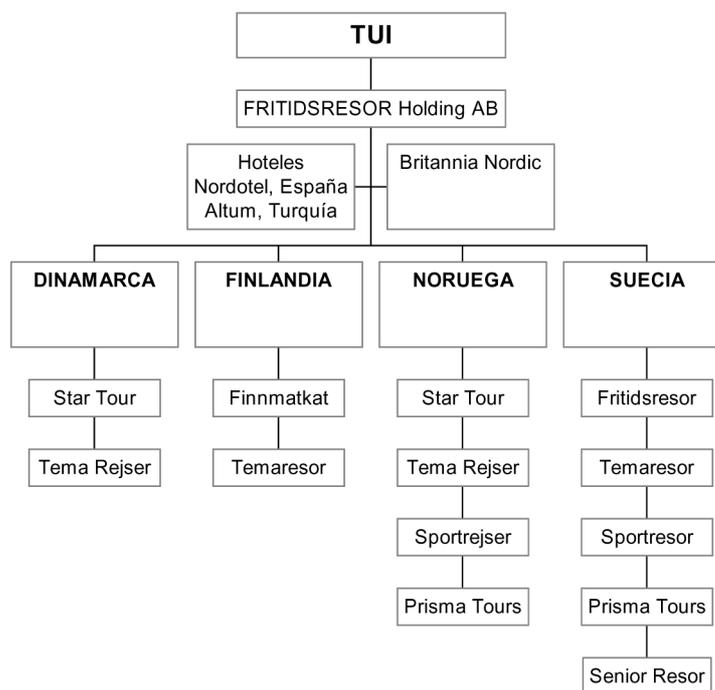
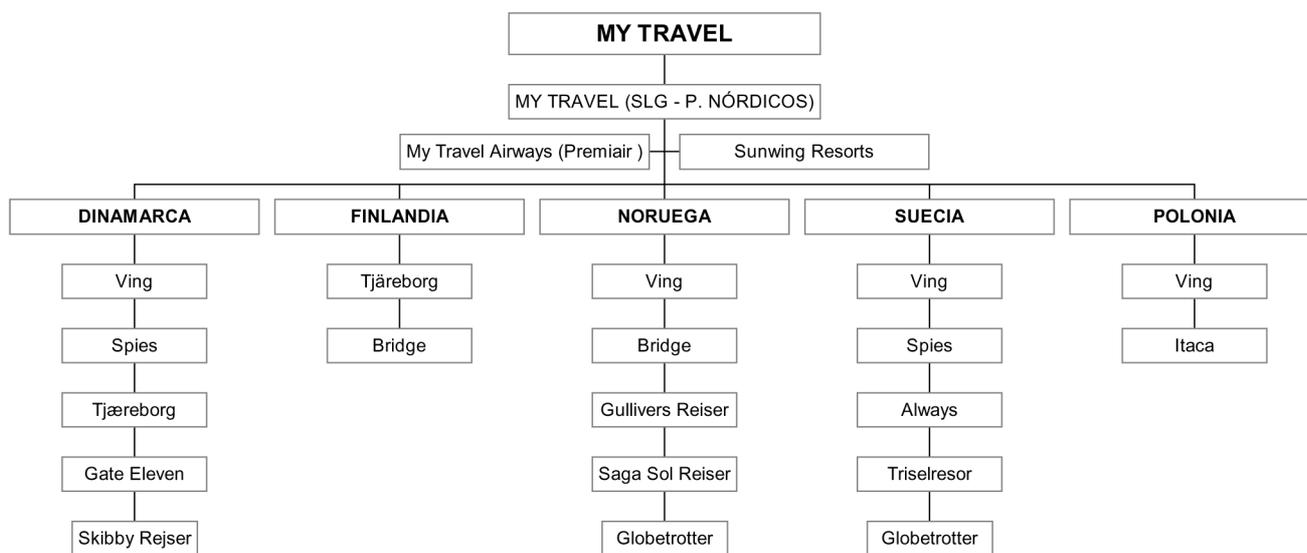
El desarrollo de la economía finlandesa en los primeros meses del año ha sido lento por el impacto de la guerra de Irak y la situación de la economía internacional, que afecta en este caso, reduciendo la demanda de las exportaciones. Se prevé que la economía siga en esta misma línea para lo que queda de año.

El desempleo se calcula en un 9.4% por un descenso de la demanda de mano de obra con respecto al año anterior, especialmente en la industria electrónica que se ve afectada por los problemas financieros de los operadores de telecomunicaciones y los impredecibles intereses de los consumidores en los productos de nueva generación. Para el próximo año el número de empleos puede aumentar siempre que el crecimiento de la economía se acelere pudiendo situarse por debajo del 9% a finales del 2004.

En general, no se esperan grandes cambios económicos para el 2003 ni el 2004, el consumo privado puede aumentar ligeramente mientras que las inversiones disminuirán.

2. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO NÓRDICO

2.1- Principales Turoperadores



El sector de los mayoristas charters esta seriamente afectado por los últimos sucesos internacionales: atentados en EE.UU., bombas en Bali y otros destinos turísticos, la guerra de Irak y la neumonía atípica han influido en la reducción de los viajes al extranjero. Además de ello, la mala situación económica que en menor o mayor medida afecta a cada uno de los Países Nórdicos, así como el buen verano que están disfrutando en los últimos años, son algunos de los principales motivos de la pérdida masiva de clientes, y por lo tanto de ingresos, que les está obligando a una reestructuración interna que se refleja en despidos masivos y recortes de la oferta.

GRUPO MY TRAVEL

Uno de los principales turoperadores nórdicos (43.4% del mercado), que está sufriendo uno de sus momentos más críticos al atravesar una difícil situación económica y financiera.

Por cuarto año consecutivo, My Travel (MT) ha perdido cuota de mercado y por tercer año consecutivo el grupo llega a los resultados anuales con un déficit millonario.

Entre sus medidas de ahorro para paliar esta crisis se encuentran los despidos masivos de personal, la centralización de sus centros administrativos y la creación de un portal de internet común para todas las agencias del grupo. Estas medidas se han tomado por las siguientes causas:

1. Bajada de la demanda de viajes chárter
2. Aumento de las ventas a través de internet
3. Disminución del 40% de sus ventas a través de vendedores

También MT está perdiendo su posición dominante en el mercado nórdico. Por ejemplo la división danesa en el 2002 vendió el 32% de los viajes ofrecidos en el mercado, mientras que hace pocos años su cuota de mercado era del 43%.

GRUPO TUI

El grupo TUI (27.6%) sigue ganando cuota de mercado a sus competidores y ha reforzado su posición dentro del mercado nórdico, en parte debido a que su principal competidor, MT, ha perdido clientela. Por otro lado, TUI muestra fórmulas mucho más agresivas a la hora de vender sus productos como el «Discount Travel» que ofrece viajes desde un 5 a un 40% por debajo del precio de catálogo.

Aún así, los resultados para el 2003 no se pronostican de manera muy positiva, teniendo en cuenta la recesión económica y el incremento de los costes de producción, a lo que se suma las grandes pérdidas que la guerra en Irak y la neumonía atípica, provocaron en el sector a principios de 2003.

GRUPO KUONI

En los últimos años, el grupo Kuoni ha realizado distintas fusiones y cambios de estrategia en los Países Nórdicos y sus empresas. Aún sin salir del déficit, su balance de situación se va viendo recompensado con una disminución de éste. Uno de sus principales problemas es la falta de rentabilidad de su compañía aérea Novair. Los últimos rumores apuntan a contactos con el mayorista Thomas Cook con el que podría llegar a algún acuerdo de fusión.

Kuoni dentro del sector chárter ha apostado por el turista joven para el que ha creado una nueva marca, «Apollo Young», con descuentos sobre los viajes para los estudiantes y los más jóvenes.

También, y al igual que las compañías aéreas de bajo precio, Apollo ofrece ahora a través de internet viajes chárter muy económicos.

«MAYORISTAS MENORES»

En cambio, los mayoristas de menor tamaño no sufren tanto la coyuntura económica actual. Los nórdicos son clientes muy sensibles al ratio calidad/precio y debido a ello, los pequeños turoperadores acaparan clientes al ofrecer un trato más individualizado y personal. En contraste con los grandes, las pequeñas agencias como las danesas, Falk Lauritsen Rejser y Aarhus Chárter, pueden presentar buenos resultados y no tienen grandes problemas con las ventas de viajes.

2.2.- Principales Agencias de Viajes

PRINCIPALES AGENCIAS DE VIAJES NÓRDICAS
Svenska Resegruppen
Ticket Travel Group
Travelnet Nordic
Flex Resor
Resevaruhuset
STG
American Express
TQ3 Danmark
Resia Travel Group
MZ Travel Group
Bennett BTI
Carlson Wagonlit
ARK Travel
Via Gruppen

Fuente: OET Estocolmo

Los turistas nórdicos ya no viajan tanto con paquetes chárter como antes. Las últimas cifras dadas por la RID, Organización de Agentes de Viaje de Dinamarca, que representa al 85% del sector en este país, muestran que en los seis primeros meses del 2002 se han vendido 16.5% viajes menos que en el mismo tiempo del 2001.

Sí en cambio, dos nuevas fórmulas, las compañías aéreas de bajo precio y las agencias de viaje por internet, están consolidándose dentro de los hábitos de los nórdicos a la hora de reservar y realizar sus viajes.

Dentro de las compañías por internet, la germano/americana Rejsefeber ha experimentado un rápido desarrollo en el norte. De este modo, 85.000 escandinavos utilizaron RF en el 2002 en comparación con los 32.000 del 2001, lo que supone un aumento del 160%.

No obstante, las agencias de viaje por internet no pueden mostrar aún grandes beneficios. La culpa es esencialmente de la gran dependencia del comportamiento del mercado y del alto coste de expansión.

La otra cara de la moneda la muestran las agencias de viajes que ya arrastraban importantes déficits económicos y financieros y que no han podido superar la crisis del sector actual. Sólo en Dinamarca han cerrado tres agencias en mayo del 2003.

2.3- Compañías Aéreas

Se evidencia cada vez más la tendencia a la cooperación más estrecha entre empresas de la misma alianza, y también entre distintos turoperadores que comparten vuelos chárter entre sí.

Cada vez con más frecuencia, los mayoristas acuerdan transportar a sus clientes conjuntamente compartiendo sus aviones y vuelos debido a los recortes de capacidad que están realizando en destinos como Canarias, Turquía y Grecia que les supone un exceso de asientos en sus vuelos.

Se acentúa la tendencia al crecimiento paulatino del vuelo regular (un crecimiento de un 18% de viajeros desde aeropuertos daneses hacia aeropuertos españoles), en detrimento del chárter. Precisamente para tratar de aprovechar este nicho emergente, distintas compañías han incorporado vuelos semanales regulares a España y otros destinos competidores desde los aeropuertos de Dinamarca, Suecia, Noruega y Finlandia a precios muy competitivos, son las llamadas «**Compañías de bajo precio**».

Esto ha supuesto una guerra de precios que ya a corto plazo, está causando reajustes con cancelaciones de vuelos y rutas, incremento de los precios y despidos de personal.

SAS (Scandinavian Airlines Systems)

Compañía de bandera de los países Dinamarca, Noruega y Suecia. SAS viene sufriendo un continuo descenso de pasajeros que en abril 2003 fue de un -11.8% por causa de la invasión de Irak, la neumonía atípica y la debilidad de la economía escandinava e internacional. Esto ha supuesto un recorte de 400 puestos de trabajo en Dinamarca y centralizar su call-center para toda Escandinavia en Estocolmo.

Por otra parte SAS ha entrado en el mercado de vuelos a bajo precio con las marcas «Snow Flake» y «Scandinavian Light» compitiendo con Sterling con vuelos a las principales ciudades europeas.

Iberia

Nuestra compañía aérea se ha visto afectada por la crisis del sector y desde el pasado 1 de junio cerró su call-center de Copenhague (que funcionaba para toda Escandinavia) para centralizarlo en Madrid. La mayoría de su plantilla local ha sido despedida.

Para competir con las líneas de bajo precio, Iberia a lanzado de mayo-diciembre 2003 una superoferta a sus destinos de España, Portugal y Marruecos con precios como Copenhague - Gran Canaria 200 euros, Copenhague-Costa del Sol por 155 euros.

Maersk Air

Compañía independiente danesa (pertenece al gran grupo A.P. Moeller). Antes, exclusivamente compañía chárter, ahora operando también en línea regular de bajo precio. Esta compañía se utiliza por casi todos los turoperadores del mercado danés en mayor o menor medida.

Maersk tampoco escapa a la crisis y para el próximo invierno eliminará 4 de sus vuelos, aunque aún no ha informado en qué rutas. Como consecuencia, 40 pilotos y 120 miembros de la tripulación serán despedidos.

Sterling

Compañía independiente, anteriormente danesa ahora bajo intereses noruegos. Cuenta con rutas entre los principales aeropuertos de Suecia, Noruega y Dinamarca a Barcelona, Palma, Málaga, Alicante, Tenerife y Gran Canaria en España, y Roma, Niza, Milán y Creta como resto de destinos.

El resultado económico de Sterling en el año 2000 no fue bueno (-54,8 mill. dkk), debido entre otras causas, al alto coste de pasar de compañía chárter a regular. No obstante, en el último cuatrimestre del 2002, obtuvo un beneficio de 13 millones de coronas, y esperan tener los primeros beneficios anuales en el año 2004.

El comienzo de venta de billetes para el verano 2003 fue todo un éxito. En la primera hora hubo 300 llamadas por minuto y unas 30.000 visitas a su web. El primer día se vendió un total de 22.000 billetes.

Mytravel Airways

Antes Premiair, pertenece a My Travel (Reino Unido) y es la compañía aérea casi exclusiva de los operadores nórdicos de SCANDINAVIAN LEISURE GROUP.

El pasado otoño comenzó su nueva compañía de bajo precio con base en Manchester. Al principio se concentrarán en el mercado británico, pero si el concepto funciona, considerarán la posibilidad de trasladarlo a otros mercados. De todas formas, en la actualidad ya ofrecen en catálogo con gran éxito la venta de «sólo billete» y esperan que en un par de años esta fórmula esté establecida.

Novair

La Compañía sueca Novair fue comprada por Kuoni y utilizada al máximo por su operador Apollo. Kuoni era anteriormente el mayor cliente de Sterling y la decisión de Sterling de hacerse compañía regular esta muy influenciada por este cambio.

Britannia Nordic

Star Tour (TUI) a partir del verano 2003 transporta alrededor de la mitad de sus pasajeros en la compañía Britannia Nordic del grupo Fritidsresor, con base en el aeropuerto de Copenhague.

Esto supondrá que el 50% de los clientes, volarán en la compañía del mismo grupo en el intento de integrar verticalmente las compañías nórdicas.

El grupo TUI también considera que en el norte hay mercado para compañías de bajo precio, pero se muestran cautelosos ante el riesgo de exceder la oferta.

Braathens

Compañía de bajo precio del grupo SAS que ya realizaba anteriormente vuelos regulares domésticos. Esta compañía de bandera Noruega ha apostado fuertemente por Gran Canaria y desde marzo 2003 realiza 3 vuelos directos por semana a la isla.

Air Finland

Nordic Air Group relanza en Finlandia esta compañía que vuela directamente a distintos destinos vacacionales incluyendo Gran Canaria y Tenerife, así como Málaga, Mallorca, Niza y distintos desti-

nos en Turquía, Italia y Grecia. Con ello se flexibiliza el mercado finés que siempre ha estado más sujeto a vuelos regulares de largas horas con múltiples escalas.

Otra posibilidad de viajar a Gran Canaria desde los Países Nórdicos es haciendo conexión en Londres. Cada vez más compañías de bajo precio realizan vuelos entre Londres y los principales aeropuertos nórdicos, a precios muy económicos.

Con estas nuevas rutas regulares, en vuelo directo, se abren nuevas oportunidades para destinos tradicionalmente chárter como es el caso de Gran Canaria, que puede empezar a competir en viajes individuales beneficiándose con los nuevos cambios de la demanda.

3. INFORMACION SOBRE LOS MERCADOS NORDICOS

3.1- SUECIA

Pasajeros Suecos por Países. Comparativa 2001/2002

PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS SUECOS POR PAISES			
DESTINO	AÑO 2001	AÑO 2002	DIF.% 02/01
Alemania	508.048	512.813	0,9
Bélgica	239.339	175.174	-26,8
Brasil	7.719	2.576	-66,6
Bulgaria	42.871	47.981	11,9
Croacia	1.885	3.065	62,6
Cuba	1.145	1	-99,9
Chequia	42.112	39.075	-7,2
China	14.227	17.719	24,5
Chipre	138.424	91.342	-34,0
Dinamarca	961.529	917.299	-4,6
Estados Unidos	181.274	123.921	-31,6
Egipto	49.700	24.563	-50,6
Finlandia	657.624	599.556	-8,8
Francia	370.454	429.950	16,1
Emiratos Arabes U	38.059	71.462	87,8
Eslovaquia	191	1.167	511,0
España	945.957	900.441	-4,8
Gran Bretaña	804.208	731.051	-9,1
Grecia	480.686	428.381	-10,9
Holanda	418.298	390.886	-6,6
Italia	162.281	151.582	-6,6
Malta	13.647	7.629	-44,1
Marruecos	18.539	7.630	-58,8
Méjico	8.256	2.487	-69,9
Noruega	514.738	471.596	-8,4
Portugal	74.516	66.646	-10,6
Rep. Dominicana	19.800	2.607	-86,8
Rumania	2.607	1.014	-61,1
Tailandia	111.624	80.329	-28,0
Túnez	24.501	16.222	-33,8
Turquía	155.932	158.450	1,6
Resto Países	734.248	635.826	-13,4
TOTAL	7.745.744	7.110.441	-8,2

Fuente: Luftfartsverket .Elaboración: OET Estocolmo.

Nota aclaratoria: los datos de Luftfartsverket (Administración de la Aviación Civil Sueca), www.luftfartverket.se, se refieren a pasajeros que viajan en aviones que parten de aeropuertos suecos hacia el primer destino. Ello quiere decir que los datos que se dan, no corresponden al número total de turistas, sino de pasajeros en las condiciones descritas. Por otro lado, estas estadísticas cubren el 93% del número total de los pasajeros internacionales que parten de aeropuertos suecos. Existen otros aeropuertos gestionados por autoridades locales, las estadísticas de los cuales no están incluidas.

Según datos de 2001 de European Travel Monitor, el porcentaje de turistas suecos que viajan a España en avión es del 86%, mientras que el total que viaja al extranjero es del 60%.

Según los datos de Frontur, durante el año 2002 han visitado España 1.127.024 turistas suecos, un 5,5% menos que en el año 2001 (1.192.305 turistas). Hay que destacar que el verano del año 2002 fue el más soleado de Suecia en 150 años.

En el cuadro «Pasajeros desde Aeropuertos Suecos por Países» observamos como, en comparación con el año 2001, -8.2% de suecos realizaron viajes fuera de su país según cifras de la Administración de la Aviación Civil Sueca.

Por cifras absolutas **España** se encuentra en segunda posición detrás de Dinamarca, lo que refleja el liderazgo absoluto de nuestro país como destino vacacional. Con un -4.8% de diferencia frente al año 2001 está muy por debajo de la media (-8.2%).

Por destinos competidores próximos resalta **Bulgaria** con un incremento del 11.9% con lo que demuestra su cada vez mayor consolidación entre uno de los destinos favoritos por los nórdicos durante sus vacaciones estivales debido principalmente, a sus precios muy inferiores a la media. **Croacia** es uno de los nuevos mercados, que aún dentro de unas cifras pequeñas, 3.065 pasajeros en el 2002, aumenta un 62.6%. **Turquía**, aumenta sólo el 1.6%.

La cara negativa la muestran los países del área mediterránea, **Marruecos, Egipto, Malta, Chipre y Túnez** que sufren importantes pérdidas, por encima del 33%, debido sobre todo a la crisis terrorista internacional, que ha perjudicado al grupo de países árabes y del área mediterránea.

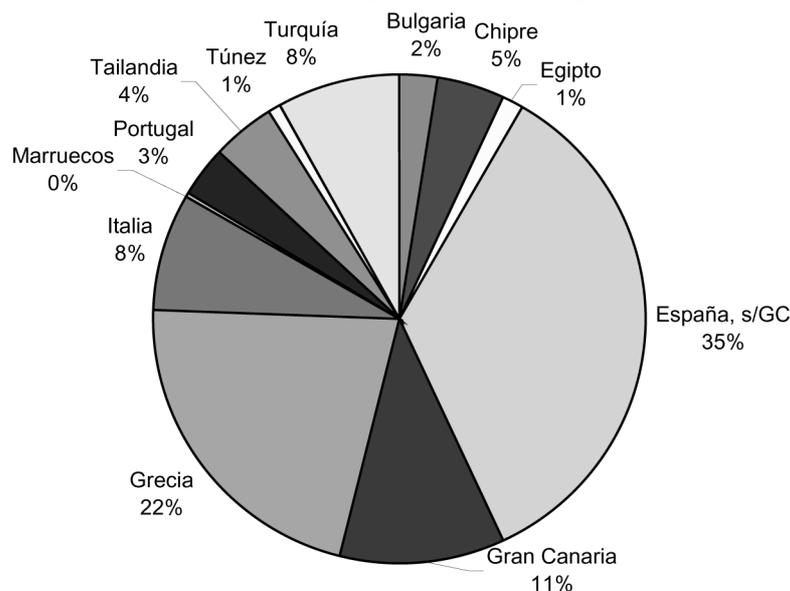
Pasajeros Suecos por Aeropuertos Internacionales. Comparativa 2001/2002

DESTINOS INTERNACIONALES MÁS IMPORTANTES DESDE AEROPUERTOS SUECOS					
DESTINO	AÑO 2001		AÑO 2002		% DIF.
	POSICIÓN	PASAJEROS	POSICIÓN	PASAJEROS	
Copenhague	1	927.069	1	891.486	-3,8
Londres	2	738.428	2	643.046	-12,9
Oslo	3	491.952	3	455.072	-7,5
Helsinki	4	438.811	4	421.950	-3,8
Amsterdam	5	418.018	5	390.535	-6,6
París	6	303.550	6	328.975	8,4
Francfurt	7	281.985	7	313.306	11,1
Gran Canaria	9	231.509	8	217.256	-6,2
Bruselas	8	238.868	9	175.107	-26,7
Mallorca	10	199.583	10	170.930	-14,4
Tenerife	11	158.724	11	134.711	-15,1

Fuente: Luftfartsverket. Elaboracion: OET Estocolmo

Por aeropuertos internacionales vemos que **Gran Canaria** se sitúa dentro de los ocho primeros. En este puesto podemos comprobar su liderazgo siendo el primer destino de sol y playa en la lista, por delante del resto de aeropuertos españoles e incluso de países competidores. Le siguen **Mallorca**, en el puesto 10º y **Tenerife** en el 11º.

Distribución Mercado Sueco por Países Competidores. Año 2002



En el gráfico anterior se muestra la posición de los países competidores que aparecen en los principales catálogos de los mayoristas suecos. Se ha incluido Gran Canaria individualmente para que se pueda apreciar su importancia dentro de este reparto, con un 11% del mercado, por encima de países como Turquía e Italia. La suma de Gran Canaria con el resto de España supone casi el 50% del mercado sueco.

Pasajeros Suecos por Destinos Españoles. Comparativa 2001/2002

PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS SUECOS POR DESTINOS ESPAÑOLES			
AEROPUERTO	AÑO 2001	AÑO 2002	% Dif.
A Coruña	-	4	100
Alicante	50.102	62.172	24
Almería	119	-	-100
Barcelona	39.359	64.422	64
Fuerteventura	37.291	33.603	-10
Ibiza	3.461	-	-100
Lanzarote	42.020	36.709	-13
Gran Canaria	231.509	217.256	-6
Madrid	73.689	70.774	-4
Málaga	91.544	96.163	5
Menorca	9.249	9.651	4
Murcia	1.079	1.602	48
Mallorca	199.583	170.930	-14
Santiago	1.040	1.159	11
Sevilla	1.009	1.285	27
Tenerife	158.724	134.711	-15
Valencia	6.034	-	-100
Vitoria	145	-	-100
TOTAL	945.957	900.441	-5

Fuente: Luftfartsverket
Elaboración: OET Estocolmo

Por número de entradas, los 3 principales aeropuertos españoles son **Gran Canaria** 217.256, **Mallorca** 170.930 y **Tenerife** con 134.711 pasajeros suecos.

Como ya se refleja en la tabla por aeropuertos internacionales, son los destinos con incremento de vuelos de bajo precio, los que aumentan su número de entradas. Esto favorece a destinos competidores de sol y playa como Costa Brava y Costa Dorada en **Cataluña**, Costa Blanca en la **Comunidad Valenciana** y Costa del Sol y de la Luz en **Andalucía**.

Baleares sufre por la crisis de Mallorca que desciende un 14% (-28.653), mientras que Menorca tiene un ligero aumento de 402 turistas más que en el 2001.

Canarias, sufre descensos en todas las islas, Tenerife -15%, Lanzarote -13%, Fuerteventura -10% y Gran Canaria -6%, causados principalmente por los recortes de capacidad de los mayoristas para no exceder la oferta.

Situación del Mercado Turístico Sueco. Invierno 2002-2003 y previsiones verano 2003

La oferta del total de paquetes turísticos de los chárter en Suecia, al comienzo de la temporada de invierno 2002-03, fue de 743.653, lo que suponía un recorte inicial del 8,2%, en relación con la del año anterior.

La oferta hacia nuestro país supone el 56,6% del total (421.269 paquetes), siendo Gran Canaria el principal destino, con el 46.75% (196.966 paquetes). Estas cifras indican que la cuota del mercado se mantiene en relación con el año anterior.

En el cuadro siguiente se desglosa el número de paquetes ofertados por aeropuerto de referencia, y la situación de ventas en relación con la misma fecha del año anterior.

OFERTA DE VIAJES CHARTER A ESPAÑA INVIERNO 2002/2003		
DESTINO	PLAZAS OFERTADAS	% VAR.
Gran Canaria	196.966	-28%
Tenerife	109.537	-10%
Fuerteventura	32.744	-6%
Lanzarote	31.536	-5%
Málaga	21.573	-2%
Mallorca	18.678	-14%
Alicante	5.441	-12%
Barcelona	4.767	6%

Fuente: My Travel Nordic y Fritidsresegruppen. Elaboración: OET Estocolmo

Es significativa, aunque no se posean datos concretos, la influencia de la oferta aérea desde Copenhague en el número de turistas del sur de Suecia hacia España.

Ya durante la temporada de ventas, las reservas se sucedieron lentamente. Según estadísticas AENA, las cifras de entradas para Canarias no superaron a las del invierno anterior en ningún momento.

PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS SUECOS A CANARIAS TEMPORADA INVIERNO DE OCTUBRE A ABRIL				
	2001/2002	2002/2003	Diferencia	% Dif.
Gran Canaria	207.765	199.768	-7.997	-3,85
Fuerteventura	38.087	29.592	-8.495	-22,30
Lanzarote	33.737	31.458	-2.279	-6,76
Tenerife	148.114	102.030	-46.084	-31,11
La Palma	52	0	-52	-100,00
CANARIAS	427.755	362.848	-64.907	-15,17

Fuente: AENA

Las principales causas de esta mala temporada se pueden atribuir a los siguientes factores:

- La incierta situación política y económica global, la guerra de Iraq, y los distintos atentados terroristas causados en destinos turísticos, entre otros.
- La continuidad en la crisis de algunas empresas bandera de Suecia: Ericson, Saab, SAS, etc. con despidos, durante el año, de miles de trabajadores.
- La no recuperación de la corona sueca con relación al euro, que sigue cotizando por encima de 9 SEK / euro.
- La creciente competencia de los vuelos de bajo coste a ciertos destinos tradicionalmente chárter, como Alicante, Málaga y Palma de Mallorca, en el caso de España.
- El cambio de comportamiento de los clientes, que esperan a las ofertas de último minuto, y no programan sus vacaciones con tanta anticipación.
- La mala situación interna en el sector turístico, con quiebra de empresas como el turoperador Traffic Europa y la transportista GoodJet, la alarmante situación financiera de My Travel, empresa madre de My Travel Nordic, así como los ceses de los puestos directivos de Fritidsresegruppen, decididos por TUI-Thomson, propietaria de la misma, durante el mes de noviembre 2002.

Para intentar paliar esta tendencia negativa de la temporada, se tomaron algunas medidas de emergencia por parte de los TTOO, como son:

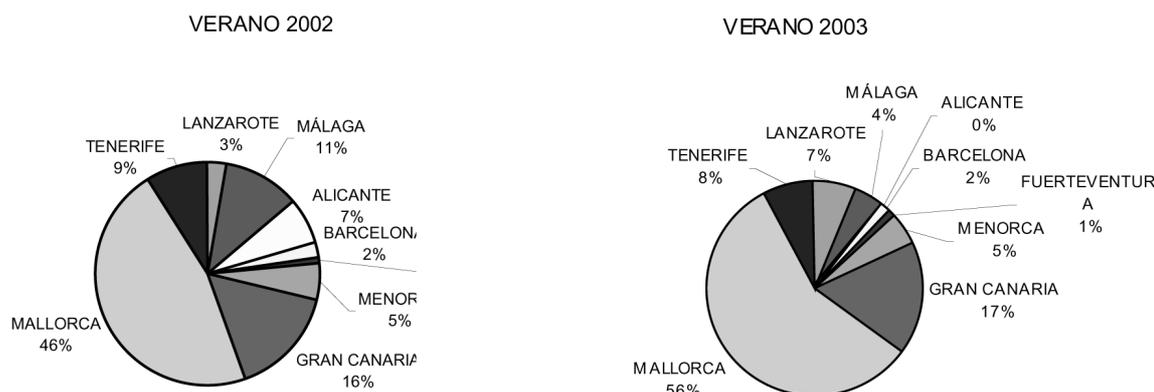
- Bajada de precios y ofertas límite a algunos destinos, por ejemplo una semana a Gran Canaria por 60 •.
- Campañas masivas de publicidad, informando de las ofertas.
- Apoyo a los reportajes de destinos clásicos, que se publican en los medios de comunicación especializados.
- Entrada en la competencia de los vuelos de bajo coste: Britannia Ticket de Fritidsresor, comienza a ofertar sólo asientos y SAS empezó a volar, entre otros destinos, a Alicante y Palma de Mallorca con billetes desde 100 •.

Oferta de Viajes Chárter hacia España. Verano 2003

OFERTA DE VIAJES CHARTER VERANO 2003			
DESTINO	2002	2003	% Var.
LANZAROTE	9.282	15.270	65
MÁLAGA	36.815	9.920	-73
ALICANTE	22.243	-	-100
BARCELONA	7.158	3.703	-48
FUERTEVENTURA	2.657	2.421	-9
MENORCA	18.144	10.971	-40
GRAN CANARIA	51.721	37.989	-27
MALLORCA	155.627	131.188	-16
TENERIFE	29.209	17.514	-40
TOTAL	332.856	228.976	-31

Fuente: My Travel. Elaboración: OET Estocolmo

Distribución Mercado Chárter por Destinos Españoles



Mallorca aumenta su cuota de mercado en un 10% aunque pierde un 16% de sus plazas con respecto al verano 2002. **Menorca** aunque conserva su cuota de mercado, también pierde el 40% de sus plazas.

En **Canarias**, la más perjudicada es **Tenerife** que pierde el 40% de las reservas, mientras que **Lanzarote** aumenta en un 65%, ganando 3 puntos en su cuota de mercado. Este aumento en Lanzarote se debe principalmente a los altos intereses de TUI en la isla. **Fuerteventura** no sufre grandes cambios y permanece en la oferta estival con un recorte de 236 plazas.

Gran Canaria sufre un descenso del 27%, causado por el recorte de plazas debido a la obligación de las garantías que convierten el destino en uno de los más caros en verano. Otro factor a tener en cuenta es el cierre por reformas del hotel de la marca Sunwing del grupo My Travel en Arguineguín durante el verano. Por cuota de mercado aumenta un punto situándose en el 17%.

3.2- DINAMARCA

Pasajeros daneses por países. Comparativa invierno 02/03 – 01/02

PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS DANESES POR PAÍSES			
DESTINO	INVIERNO 01/02	INVIERNO 02/03	% DIF.
Bélgica	138.953	140.323	1,0
Finlandia	152.608	171.672	12,5
Francia	264.634	254.875	-3,7
Grecia	43.867	41.934	-4,4
Holanda	187.942	199.721	6,3
Italia	139.580	147.899	6,0
Noruega	564.796	571.327	1,2
Portugal	43.350	45.802	5,7
España s/ Canarias	170.315	189.811	11,4
Canarias	188.170	189.442	0,7
Suecia	601.453	542.992	-9,7
Alemania	457.619	458.435	0,2
Bulgaria	996	1.684	69,1
Chipre	10.935	6.253	-42,8
República Dominicana	2.158	3.186	47,6
Emiratos Arabes U	5.516	7.170	30,0
China	40.050	42.305	5,6
Croacia	179	181	1,1
Malta	7.232	6.135	-15,2
Marruecos	2.269	2.258	-0,5
Rumania	440	690	56,8
Singapur	21.317	18.935	-11,2
Tailandia	101.314	95.389	-5,8
Túnez	4.493	7.854	74,8
Turquía	31.683	31.027	-2,1
Reino Unido	523.811	563.436	7,6
Egipto	22.984	32.939	43,3
Resto Países	849.472	871.890	2,6
Total	5.495.965	5.248.572	-4,5

Fuente: Statensluftfartsvæsen /ØS

Nota aclaratoria: los datos de Statensluftfartsvæsen ØS (Administración de la Aviación Civil Danesa), se refieren a pasajeros que viajan en aviones que parten de aeropuertos daneses hacia el primer destino más los pasajeros en transfer. Ello quiere decir que los datos que se dan, no corresponden al número total de turistas, sino de pasajeros en las condiciones descritas. Existen otros aeropuertos gestionados por autoridades locales, las estadísticas de los cuales no están incluidas.

En el cuadro «Pasajeros desde Aeropuertos Daneses por Países» observamos como, en comparación con el año 2001, -4.5% de daneses realizaron viajes fuera de su país.

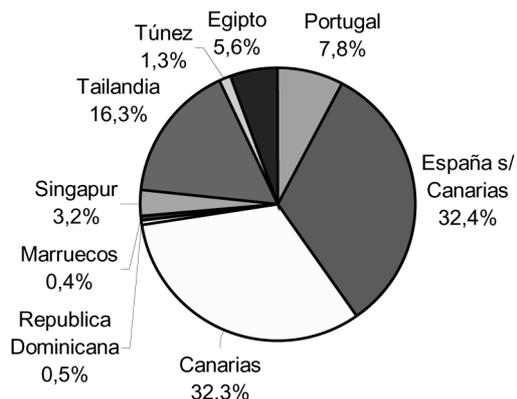
Por cifras absolutas, **España** (379.253) se encuentra en quinta posición por países, siendo el primer destino vacacional en la lista. Además, muestra signos positivos en cuanto al crecimiento del número de turistas daneses en comparación con el año anterior, +11.4% para los destinos españoles a excepción de Canarias, la cual también aumenta un 0.7%.

Por destinos competidores próximos resaltan **Egipto** (+43.3%) y **Túnez** (+74.8%). **Portugal** también tuvo resultados positivos el invierno pasado, +5.7%. **Marruecos**, descendió levemente -0.5%.

En los destinos de larga distancia, **Tailandia**, muy popular entre los nórdicos, pierde un 5.8% de turistas daneses. Otros destinos asiáticos en **Malasia** e **Indonesia** fueron cancelados en el 2002, principalmente por el riesgo de acciones terroristas después del violento atentado de **Bali**.

República Dominicana aumenta 47.6% debido a la inversión que realizaron algunos TTOO daneses aprovechando la infraestructura que ofrecían otros turoperadores alemanes y holandeses, y que les hace posible ofrecer destinos caribeños en sus catálogos.

Distribución Mercado Danés por Países Competidores. Invierno 2002/2003



Los gráficos muestran como la cuota de mercado de Canarias ocupa la tercera parte de los destinos invernales, y casi dos terceras partes si sólo observamos el mercado chárter. Nuestros competidores principales, Egipto y Marruecos, aun con aumentos en sus cifras de entrada, abarcan una pequeña parte del mercado, en total, 6% del mercado global y 10% del mercado chárter.

PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS DANESOS POR DESTINOS ESPAÑOLES							
DESTINOS	INVIERNO 01/02			INVIERNO 02/03			% VAR.
	REGULAR	CHARTER	TOTAL	REGULAR	CHARTER	TOTAL	
MADRID	32.308	187	32.495	31.754	0	31.754	-2,3
CANARIAS							
GRAN CANARIA	3.815	95.463	99.278	3.968	92.403	96.371	-2,9
TENERIFE	0	59.943	59.943	561	64.170	64.731	8,0
FUERTEVENTURA	0	7.830	7.830	0	8.957	8.957	14,4
LANZAROTE	0	19.988	19.988	0	17.792	17.792	-11,0
BALEARES							
MALLORCA	4.096	12.378	16.474	5.235	10.653	15.888	-3,6
MENORCA	0	0	0	0	198	198	100,0
ANDALUCIA							
MALAGA	13.459	24.833	38.292	17.005	30.696	47.701	24,6
JEREZ	0	38	38	0	0	0	-100,0
SEVILLA	0	79	79	0	148	148	87,3
COM. VALENCIANA							
ALICANTE	8.637	0	8.637	10.094	2	10.096	16,9
VALENCIA	0	21	21	0	259	259	1133,3
CATALUÑA							
BARCELONA	13.470	123	13.593	25.989	218	26.207	92,8
BRAVA	0	4	4	0	0	0	-100,0
RESTO DESTINOS	0	4	4	0	112	112	2700,0
TOTAL ESPAÑA	79.600	404.115	483.715	94.606	225.608	320.214	-33,8

Fuente: Statensluftfartsvæsen /ØS

Nota aclaratoria: los datos de Statensluftfartsvæsen ØS (Administración de la Aviación Civil Danesa), mostrados en la tabla anterior, se refieren a pasajeros que viajan en aviones que parten de aeropuertos daneses hacia el primer destino. Ello quiere decir que los datos que se dan, no corresponden al número total de turistas, sino de pasajeros en las condiciones descritas. Existen otros aeropuertos gestionados por autoridades locales, las estadísticas de los cuales no están incluidas. Por ello los datos totales varían de los mostrados en la tabla de salidas de turistas daneses por países.

Esta tabla muestra el cambio de hábito del mercado danés, y también muy pronunciado en el resto de mercados nórdicos, ha de volar cada vez más en vuelo regular en detrimento del paquete chárter. Esto se debe a la consolidación en el mercado de las compañías de bajo precio que en el caso de Dinamarca son, Sterling, Maersk y Snowflake de SAS.

Tenerife recibe pasajeros en vuelo de bajo precio desde que Sterling inauguró esta nueva ruta en octubre 2002 y Gran Canaria sufre la pérdida de pasajeros chárter (-3.060 pax) y sigue aumentando sus cifras por vía regular (+153 pax).

Distribución Mercado Chárter Danés por Destinos Españoles



Distribución Mercado Danés en Canarias. Invierno 2002-03

RESULTADOS DINAMARCA TEMPORADA DE INVIERNO DE OCTUBRE A ABRIL				
	2001/2002	2002/2003	Diferencia	Porcentaje
Gran Canaria	98.495	102.143	3.648	3,70
Fuerteventura	8.094	9.083	989	12,22
Lanzarote	19.884	17.544	-2.340	-11,77
Tenerife	60.455	65.157	4.702	7,78
CANARIAS	186.928	193.927	6.999	3,74

Fuente: AENA

Según datos de AENA, la entrada de turistas en Canarias para la temporada invierno 2002/2003 aumento en un 3.74% en comparación con el invierno anterior. De todas las islas sólo Lanzarote tuvo cifras negativas -11.77% a pesar de que es comercializada por el grupo danés «La Santa» y por Star Tour (TUI), en general el danés prefiere Gran Canaria o Tenerife como destino invernal de sol y playa.

Por cifras vemos que a pesar de algunos meses con cifras negativas, finalmente en el acumulado Gran Canaria vuelve a ser líder con 102.143 turistas y un aumento del 3.7%.

Situación del Mercado Turístico Danés. Verano 2003.

La temporada de verano, en la que estamos de lleno en Dinamarca, parece corroborar la línea de cambios de tipo estructural que ya se venía apreciando con anterioridad. El más notorio es la pérdida paulatina de protagonismo del sistema «chárter» en beneficio de otras fórmulas.

Ello perjudica a los destinos clásicos chárter que como Gran Canaria, dependen casi al 100% de las decisiones de los turoperadores que ya en invierno recortaron su capacidad en la isla sobre un 10% y lo vuelven a hacer este verano 2003 con un recorte aún mucho más considerable debido a la crisis económica del país.

Esto parece volver a marcar la estacionalidad del turismo nórdico en las islas como un clásico destino invernal. Aunque desde Gran Canaria se siguen realizando grandes esfuerzos promocionales por romper esta estacionalidad, vemos como éstos se ven a veces poco recompensados en los Países Nórdicos debido a varios factores:

- 1. Destinos competidores a menor distancia:** Mientras que en invierno deben viajar un mínimo de cinco horas para llegar a Canarias, en verano encuentran destinos de sol y playa a sólo 3 horas de distancia como Mallorca o Grecia.
- 2. Precios competitivos:** Destinos como Turquía y Grecia ofrecen en general precios más bajos que Gran Canaria. A esto se le unen los destinos emergentes como Bulgaria con precios que resultan muy atractivos para el sector familiar.
- 3. Imagen de Gran Canaria como destino invernal:** En parte somos víctimas de nuestra propia ventaja. Disfrutar de temperaturas primaverales durante los meses de invierno, repercute en que se reserve este destino para disfrutar de las vacaciones invernales y se aprovecha el verano para visitar lugares más cercanos y económicos.
- 4. Creencia errónea sobre altas temperaturas en verano:** En general, a los nórdicos les gusta disfrutar del sol pero huyen de las altas temperaturas. Aunque parezca algo de poca importancia, hay una creencia generalizada de que si en invierno disfrutamos de temperaturas alrededor de los 24 grados, en verano debemos «padecer» valores superiores a los 40 grados.

3.3- NORUEGA

Según datos proporcionados por la «Asociación del Sector Turístico Noruego», España es el primer país receptor de turistas noruegos en viajes organizados, le sigue Grecia en segundo lugar. Turquía, Creta, Chipre y Tailandia también se encuentran dentro de los diez primeros. Pero en el listado de los diez primeros cabe destacar la isla de Gran Canaria que por si sola acapara el tercer lugar.

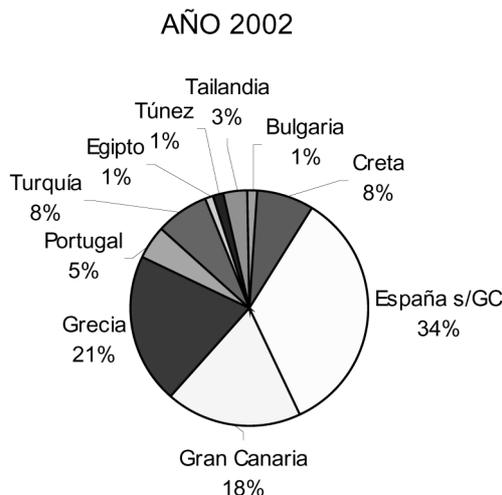
1.	España s/GC	294.586
2.	Grecia	182.611
3.	Gran Canaria	161.233
4.	Creta	70.062
5.	Turquía	66.821
6.	Chipre	51.678
7.	Portugal	41.644
8.	Francia	30.507
9.	Tailandia	29.261
10.	Italia	27.527

Pasajeros desde Aeropuertos Noruegos por Países. Año 2002

VOLUMEN PASAJEROS NORUEGOS 2002 (VIAJES ORGANIZADOS)	
EUROPA	
Alemania	4.046
Austria	5.463
Bulgaria	11.478
Chipre	51.678
Creta	70.062
Dinamarca	4.572
España	455.819
Finlandia	2.332
Francia	30.507
Grecia	182.611
Hungría	4.001
Italia	27.527
Países Bajos	5.007
Polonia	1.004
Portugal	41.644
Reino Unido	23.855
Rep. Checa	10.025
Suecia	2.931
Suiza	3.480
Turquía	66.821
Resto Europa	7.746
AFRICA	
Egipto	8.601
Marruecos	3.521
Sudáfrica	1.196
Túnez	12.572
Resto Africa	3.469
AMERICA	
Cuba	2.286
EE.UU.	10.933
México	1.957
Rep. Dominicana	1.578
Resto América	1.776
ASIA	
China	1.693
Indonesia	1.323
Tailandia	29.261
Resto Asia	4.583
Oceanía	2.037
TOTAL	1.108.065

Fuente: Norsk reiselivsforum

Distribución Mercado Noruego por Países Competidores. Año 2002



En el gráfico anterior se muestra la posición de los países competidores durante el año 2002 en cuanto a viajes organizados. Se ha incluido Gran Canaria individualmente para que se pueda apreciar su importancia dentro de este reparto, con un 18% del mercado, por encima de países como Turquía y Portugal. La suma de Gran Canaria con el resto de España supone el 52% del mercado noruego.

Distribución Mercado Noruego por Destinos Españoles. Año 2002



El gráfico muestra la posición de los destinos españoles en el 2002 en cuanto a viajes organizados. Gran Canaria abarca más de la tercera parte del mercado español (36%), seguida de Mallorca con 19%, principal competidor en la temporada de verano.

Situación del Mercado Turístico Noruego. Invierno 2002-2003

Según estudios de la Oficina Española de Turismo en Oslo, la capacidad ofertada por los operadores chárter de Noruega en invierno 2002-2003 se redujo en un 11% para la oferta total con respecto a la temporada del año anterior. En España la reducción fue del 5%. La reducción para Canarias también fue del 5%, mientras que la oferta chárter 2002-03 para Gran Canaria aumentó en un 10%.

A mediados de noviembre, los principales operadores chárter habían vendido ya más de dos terceras partes de su oferta para Gran Canaria. La situación del porcentaje de ventas sobre la capacidad ofertada fue muy parecida a la de la temporada 2001-02, por lo que la marcha de las ventas en la temporada de invierno se presentó satisfactoriamente.

Noruega destaca como un mercado de crecimiento sostenido en Gran Canaria. El volumen de turistas emitido por este país hacia la isla ha crecido en un 24% entre 1999 y 2002, de forma contraria al movimiento general del mercado turístico, eminentemente contractivo en este último trienio. Observar así mismo que mientras en Gran Canaria aumentó en un 3,38% en el último año, en el conjunto de Canarias registró un -6,23%.

VOLUMEN DE TURISTAS NORUEGOS HACIA GRAN CANARIA				
AÑO	1.999	2.000	2.001	2.002
VOLUMEN	129.504	141.377	155.336	160.580
% Variación		9,17%	9,87%	3,38%

Fuente: AENA

De esta forma, el mercado noruego ha alcanzado los 160.580 visitantes en 2002 según AENA (161.233 según Asoc. Sector Turístico Noruego), lo que supone una cuota de mercado del 5,56% (frente al 4,13% que representaban en 1999).

Pero no ha crecido únicamente en términos cuantitativos, ya que según la Encuesta de Gasto Turístico de 2002, el turista noruego es, de media, el que mayor gasto genera en sus vacaciones en Canarias. En este sentido, esta línea de diversificación, desestacionalización y sostenibilidad es el objetivo a conseguir para consolidarnos definitivamente como destino turístico estable y de calidad.

En los años 1995 a 2000, los operadores chárter en Noruega tenían una demanda para Gran Canaria que superaba su oferta, no pudiendo satisfacer esta demanda ya que no encontraban más camas para contratar en la isla. Eran los años en los que el número de visitantes en la isla crecía constantemente y había una fuerte demanda de alojamiento para Gran Canaria desde los distintos países emisores. La demanda excedentaria de turistas noruegos a Gran Canaria se canalizó a otras islas de Canarias (fuertes incrementos en Tenerife, inclusión de Fuerteventura en los catálogos a partir de 1995).

RESULTADOS NORUEGA TEMPORADA DE INVIERNO DE OCTUBRE A MARZO				
	2001/2002	2002/2003	Diferencia	Porcentaje
Gran Canaria	132.115	143.709	11.594	8,78
Fuerteventura	13.778	10.029	-3.749	-27,21
Lanzarote	38.812	31.265	-7.547	-19,45
Tenerife	64.985	56.153	-8.832	-13,59
CANARIAS	249.690	241.156	-8.534	-3,42

Fuente: AENA

Desde 2001 esta situación ha cambiado. Los operadores chárter han encontrado que el crecimiento del turismo a Gran Canaria desde todos los mercados emisores se ha ralentizado y cuentan entonces con mejores posibilidades de contratar camas en Gran Canaria. Ello ha provocado un aumento de la oferta a Gran Canaria y una reducción de la oferta a las demás islas Canarias. Según los datos de AENA se aprecia que el tráfico de noruegos al total de Canarias descendió en 3.42% entre octubre 2002 y abril 2003. En Gran Canaria para el mismo período aumentó en un 8.78%. En otras islas Canarias hay descensos en torno al 14-20%. Es decir, hay un importante descenso del tráfico a otras islas mientras que Gran Canaria sube.

Algunas de las razones en cuanto a la fuerte demanda noruega a Gran Canaria se encuentran entre los siguientes factores:

- Adecuación del tipo de alojamiento a las preferencias de los noruegos, alta oferta extrahotelera.
- Razón histórica al ser el primer destino chárter del mercado.
- Inicio del turismo residencial. Establecimiento de colonia noruega en el municipio de Mogán.
- Los operadores aprecian además los precios favorables de la isla. Según estudio de precios de la OET Oslo, la media de precios en la temporada 2002-03 de los paquetes a Gran Canaria es la más baja de las Islas Canarias a excepción de Fuerteventura.

No sólo los turoperadores noruegos siguen apostando por la isla, sino que además la compañía de bajo precio Braathens inauguró el 5 abril 2003 una ruta directa Oslo-Gran Canaria con 3 vuelos directos semanales. Se trata de la primera ocasión en que se oferta vuelos regulares directos a destinos insulares españoles desde Noruega. Hasta ahora la oferta de vuelos directos regulares a Canarias y Baleares se limitaba a vuelos chárter. En principio y a diferencia de Sterling que cierra su ruta a Canarias en verano, Braathens programa volar durante todo el verano lo que sin duda ayudará a reducir la estacionalidad en este mercado.

3.4- FINLANDIA

PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS FINLANDESES POR PAÍSES						
	2001		2002		% Var.	
	REGULAR	CHARTER	REGULAR	CHARTER	REGULAR	CHARTER
EU TOTAL	2.437.612	378.774	2.308.956	325.614	-5,3	-14,0
Alemania	407.996	6.411	418.112	3.542	2,5	-44,7
Austria	49.706	4.161	48.783	3.175	-1,9	-23,7
Dinamarca	277.444	844	325.838	994	17,4	17,8
España s/Canarias	112.108	40.308	111.241	32.710	-0,8	-18,9
Canarias	60.270	157.612	81.540	123.437	35,3	-21,7
Francia	148.280	4.287	155.580	6.095	4,9	42,2
Grecia	62.020	94.072	60.576	71.861	-2,3	-23,6
Italia	63.194	15.911	72.462	16.509	14,7	3,8
Países Bajos	146.185	1.071	163.800	1.284	12,0	19,9
Portugal	29.364	10.357	29.780	9.232	1,4	-10,9
Reino Unido	300.163	42.253	245.156	54.707	-18,3	29,5
Suecia	654.384	1.490	596.091	2.071	-8,9	39,0
Resto Países	126.502	7.323	112.950	5.873	-10,7	-19,8
NON-EU Total	301.035	163.272	330.010	156.897	9,6	-3,9
Bulgaria	770	25.952	545	33.149	-29,2	27,7
Rep. Dominicana	0	4.609	0	2.229		-51,6
Egipto	54	26.561	0	11.521	-100,0	-56,6
Kenia	0	607	0	0		-100,0
China	39.974	696	52.524	1.367	31,4	96,5
Chipre	39.064	7.987	31.604	8.857	-19,1	10,9
Malasia	110	1.316	227	901	107,3	-31,5
Malta	78	3.717	0	1.216	-100,0	-67,3
Marruecos	493	4.305	0	3.952	-100,0	-8,2
México	0	1.881	0	861		-54,2
Noruega	87.595	1.431	91.121	967	4,0	-32,5
Singapur	12.164	0	11.597	0	-4,7	
Tailandia	45.169	18.028	65.754	17.151	45,6	-4,9
Túnez	77	11.953	0	10.778	-100,0	-9,8
Turquía	300	51.987	334	60.900	11,2	17,1
Vietnam	107	649	0	1.213	-100,0	87,0
EE.UU.	75.083	1.596	76.306	1.839	1,6	15,2
Resto Países	519.313	39.789	474.218	25.573	-8,7	-35,7
TOTAL	2.738.646	542.045	2.638.966	482.511	-3,6	-11,0

Fuente: Finnish Civil Aviation Administration

Según nos muestra la tabla anterior, en el año 2002 hubo un total de 3.121.477 pasajeros desde aeropuertos finlandeses de los que casi quinientos mil fueron pasajeros en vuelo chárter. Esto supuso una disminución del -4.8% en relación a la cifra total del 2001 y un -11% en la cifra correspondiente al chárter.

En el conjunto del año vemos que el destino más favorecido fue Turquía (competidor estival), el cual incrementó tanto sus entradas por vía regular (11.2%) como por vía chárter (17.1%). El resto de destinos competidores perdió capacidad ya fuera por una u otra modalidad. Esto tiene dos explicaciones:

- Por un lado, el descenso de las ventas debido a los factores ya citados anteriormente: crisis económica, crisis Irak previa a la guerra y miedo a viajar por la amenaza de atentados terroristas en algunos de los destinos turísticos. Los Ministerios de Asuntos Exteriores de los Países Nórdicos

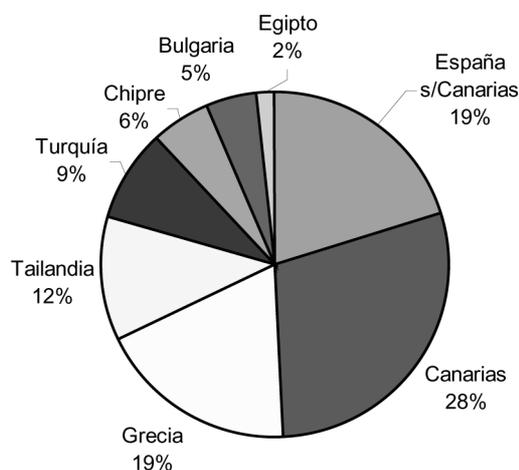
emiten comunicados regularmente desaconsejando el desplazamiento a destinos que estén amenazados.

- Por otro lado, se observa una ligera pero constante variación en las costumbres vacacionales del finlandés, que aumenta sus viajes regulares en detrimento del paquete chárter, atraído por una mayor diversidad de la oferta. Canarias y Tailandia son los destinos donde más se aprecia este cambio de hábitos. En Canarias los viajes en regular aumentan un 35.3% mientras que el chárter desciende -21.7% y en Tailandia ocurre lo mismo, con un aumento del 45.6% en regular y un descenso del -4.9% en chárter.

POSICIÓN DE DESTINOS INTERNACIONALES DESDE AEROPUERTOS FINLANDESES					
	Posición	2.001	Posición	2.002	% VAR.
Suecia	1	655.874	1	598.161	-9
Alemania	2	414.407	2	421.654	2
España, incl. Canarias	3	370.296	3	348.927	-6
Dinamarca	5	278.288	4	326.832	17
Reino Unido	4	342.415	5	299.863	-12
Canarias	6	217.882	6	204.977	-6
Países Bajos	9	147.256	7	165.084	12
Francia	8	152.567	8	161.674	6
Grecia	7	156.091	9	132.437	-15
Italia	15	79.105	12	88.971	12
Tailandia	18	63.197	14	82.905	31
Turquía	20	52.287	18	61.233	17
Chipre	22	47.051	24	40.461	-14
Portugal	25	39.721	25	39.011	-2
Bulgaria	28	26.722	27	33.693	26
Singapur	32	12.164	31	11.597	-5
Egipto	29	26.614	32	11.521	-57
Túnez	33	12.030	33	10.778	-10
Marruecos	37	4.798	36	3.952	-18
Rep. Dominicana	38	4.609	38	2.229	-52
Malta	40	3.794	39	1.216	-68
Vietnam	45	755	40	1.213	61
Malasia	44	1.425	41	1.128	-21
Mexico	42	1.881	43	861	-54

Fuente: Finnish Civil Aviation Administration

Distribución Mercado Finlandés por Países Competidores. Año 2002



En el gráfico anterior se muestra la posición de los países competidores que aparecen en los principales catálogos de los mayoristas finlandeses. Se ha incluido Canarias individualmente para que se pueda apreciar su importancia dentro de este reparto, con un 28% del mercado, por encima de países como Grecia y Turquía. La suma de Canarias con el resto de España supone casi el 50% del mercado fines.

DEMANDA DE VIAJES CHARTER INVIERNO 2002/2003						
	Inv. 02 / 03	% Cuota Mercado	Inv. 01/02	% Cuota Mercado	Diferencia	% Var.
Europa						
Islas Canarias	210.100	50,4%	208.659	55,9%	1.441	0,69%
Resto España	42.676	10,2%	36.397	9,8%	6.279	17,25%
Total España	252.776	60,7%	245.056	65,7%	7.720	3,15%
Portugal/Madeira	27.722	6,7%	24.267	6,5%	3.455	14,24%
Austria	6.746	1,6%	***			
Italia	6.392	1,5%	4.865	1,3%	1.527	31,39%
Chipre	5.100	1,2%	5.959	1,6%	-859	-14,42%
Francia	3.894	0,9%	4.367	1,2%	-473	-10,83%
Hungría	2.830	0,7%	3.331	0,9%	-501	-15,04%
Gran Bretaña	2.340	0,6%	3.400	0,9%	-1.060	-31,18%
Chequia	2.155	0,5%	4.295	1,2%	-2.140	-49,83%
Otros ***	9.220	2,2%	6.634	1,8%	9.332	140,67%
Total Europa	319.175	76,6%	302.174	81,0%	17.001	5,63%
Cercano Oriente & Norte Africa						
Egipto	15.520	3,7%	10.459	2,8%	5.061	48,39%
Emiratos Árabes	7.270	1,7%	***			
Marruecos	5.730	1,4%	4.653	1,2%	1.077	23,15%
Otros	9.482	2,3%	7.547	2,0%	9.205	121,97%
Total Cercano Oriente & Norte A.	38.002	9,1%	22.659	6,1%	15.343	67,71%
Destinos Lejanos						
Lejano Oriente y SE Asiático	45.950	11,0%	33.960	9,1%	11.990	35,31%
India	4.390	1,1%	4.356	1,2%	34	0,78%
Caribe y América Central	3.700	0,9%	8.295	2,2%	-4.595	-55,39%
Otros	5.326	1,3%	1.555	0,4%	3.771	242,51%
Total Destinos Lejanos	59.366	14,3%	48.166	12,9%	11.200	23,25%
TOTAL GLOBAL	416.543	100,0%	372.999	100,0%	43.544	11,67%

Fuente: Estudio basado en la información facilitada por los principales mayoristas finlandeses. Elaboración: OET Helsinki

*** Austria figura en «Otros» de Europa y los Emiratos Arabes en «Otros Cercano Oriente y Norte Africa»

Nota aclaratoria: La tabla muestra la situación a 21.8.02. La comparación con la temporada anterior es con los datos a fecha marzo - abril 2002, cuando la temporada de invierno 2001-2002 ya estaba a punto de finalizar.

Situación del Mercado Turístico Finlandés. Invierno 2002-2003

De acuerdo con la capacidad ofertada por los operadores chárter en el invierno 2002-03, (416.543 plazas), Canarias fue el principal destino, abarcando el 50,5% de la oferta de invierno. El resto de los destinos españoles, Portugal, Egipto y Marruecos también aumentan su oferta aunque dentro de un menor volumen. Por otro lado, Chipre, disminuye un 14,42%. En los destinos de larga distancia vemos como se apuesta fuertemente por los del SE asiático, +35,31% mientras que los del Caribe pierden más del 50% de su capacidad.

A esta creciente demanda por los destinos del Mediterráneo Oriental, Egipto y Marruecos, y por los exóticos lejanos, Tailandia, se debe en parte nuestra pérdida de cuota de mercado. También los des-

tinios peninsulares de España han subido, mientras que la oferta de Canarias ha permanecido casi inalterable (0.69%) si bien los volúmenes de estos competidores son inferiores a los canarios.

RESULTADOS FINLANDIA TEMPORADA DE INVIERNOS DE OCTUBRE A ABRIL				
	2001/2002	2002/2003	Diferencia	Porcentaje
Gran Canaria	92.785	86.859	-5.926	-6,39
Fuerteventura	16.380	16.906	526	3,21
Lanzarote	18.681	23.668	4.987	26,70
Tenerife	78.868	80.421	1.553	1,97
CANARIAS	206.714	207.854	1.140	0,55

Fuente: AENA

Según estadísticas de AENA, todos los meses de invierno a excepción de abril, presentaron descensos en las entradas a Gran Canaria, siendo la única isla con resultados negativos al final de la temporada (-6.39%). Una de las principales causas de este descenso pudo deberse al recorte de los paquetes chárter a Gran Canaria al desaparecer las marcas, Hasse y Fritidsresor, del consorcio de Thomson, cuya producción queda ahora únicamente bajo la marca de Finnmatkat, comercializada con la nueva imagen de TUI.

En la presente temporada de verano hay que destacar el gran interés del público finlandés por los destinos turísticos de países con un nivel de precios bajos. Así Turquía, Bulgaria y Hungría han visto incrementada su oferta mientras que destinos clásicos como Chipre, Italia y Grecia registran importantes bajas. Los mayoristas y agencias de viajes de este mercado, notaron al igual que el resto de mercados nórdicos, una gran ralentización en las reservas de los viajes de temporada de verano 2003 por los efectos de la guerra especialmente en los destinos del Mediterráneo Oriental. El destino que mejor se vende este verano 2003 es Bulgaria.

Si bien los efectos de la guerra son importantes, tratándose de la temporada de verano no todo hay que atribuirse a ella. Los finlandeses se han acostumbrado a no reservar con gran anticipación y esperan hasta el último momento para ver qué tiempo hará y si hay posibilidad de encontrar viajes a precios rebajados. Este estado de cosas ha hecho que las agencias de viajes se encuentren sin efectivo, por lo que los mayoristas han empezado a incentivar las reservas por adelantado con grandes descuentos de hasta 100 euros por pax.

La crisis no escapa al resto de las principales empresas de sector que como Finnair y las principales agencias de viajes del país se han visto obligadas a una reducción de plantilla y despidos temporales, que en algunos casos pueden llegar hasta las seis semanas. Finnair ha anunciado que cerrará el ejercicio económico con importantes pérdidas, debidas a una paralización casi total de las ventas de viajes de negocios, que se inició ya a principios del año 2001 y que ha ido en aumento, y que se ha visto ahora agravada con los casos de epidemia asiática. Las principales empresas finlandesas -Nokia, Enso, UPM, etc.- han prohibido que su personal viaje a los países asiáticos de los que la epidemia pueda proceder. La principal afectada por esta medida ha sido la línea de Finnair al SE Asiático, en la que la compañía tenía puestas grandes esperanzas.

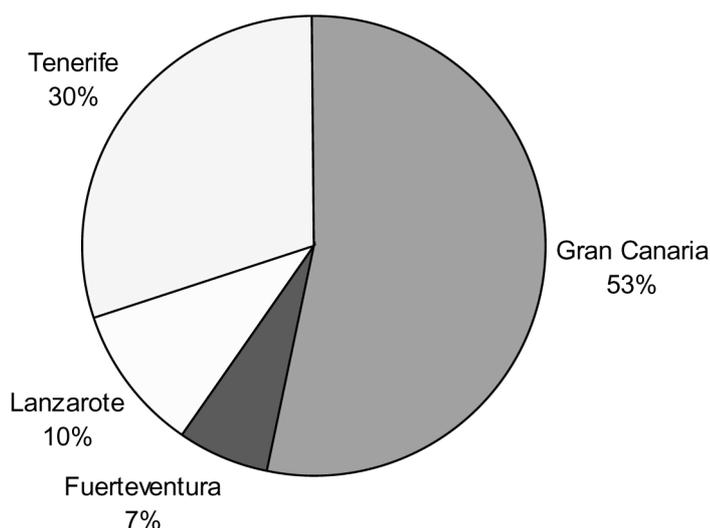
En el sector de las agencias de viajes se observa también gran preocupación ante lo incierto que se presenta su futuro, especialmente después de que FINNAIR anunciara que a partir de septiembre dejará de pagar comisiones por la venta de billetes. Otro tema que añade inseguridad e incertidumbre en todo el sector turístico finlandés es la propuesta del nuevo gobierno para modificar el IVA sobre los transportes, alojamiento y demás servicios de las agencias. En este momento los porcentajes del IVA son del 8 y del 17 %, y la propuesta estudiada es de unificarlos dejándolos en el 14 %.

4. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN GLOBAL DE LOS PAÍSES NÓRDICOS

Analizados los mercados nórdicos individualmente se observa que hay varios factores comunes que se repiten en todos ellos de los cuales cabe citar:

1. **Progresiva tendencia a la individualización de los viajes** y por lo tanto, una mayor demanda del vuelo regular.
2. **Retraso en las reservas de paquetes vacacionales.** La toma de decisiones se realiza cada vez con menos tiempo de antelación a excepción de los noruegos, que realizan sus reservas con un mes o más de antelación, según encuesta Gallup.
3. **Notable incremento de reservas de vuelos y vacaciones por internet.** El alto índice de accesibilidad de los habitantes nórdicos a la red, y su dominio de varios idiomas, les permite un mayor acceso a toda clase de ofertas de vacaciones.
4. **Demanda de vacaciones cortas repartidas durante el año** que requieren una mayor flexibilidad en los vuelos y en el número de días de vacaciones, en contra del paquete chárter standard.
5. **Aumento de las compras «last minute»**, provocada por la disminución de las reservas anticipadas y el estancamiento de la economía nórdica.
6. **Aumento de los vuelos «de bajo precio».** Aunque el paquete chárter sigue siendo con diferencia el producto más utilizado, su importancia relativa está cediendo ante la entrada en escena de estas compañías aéreas.

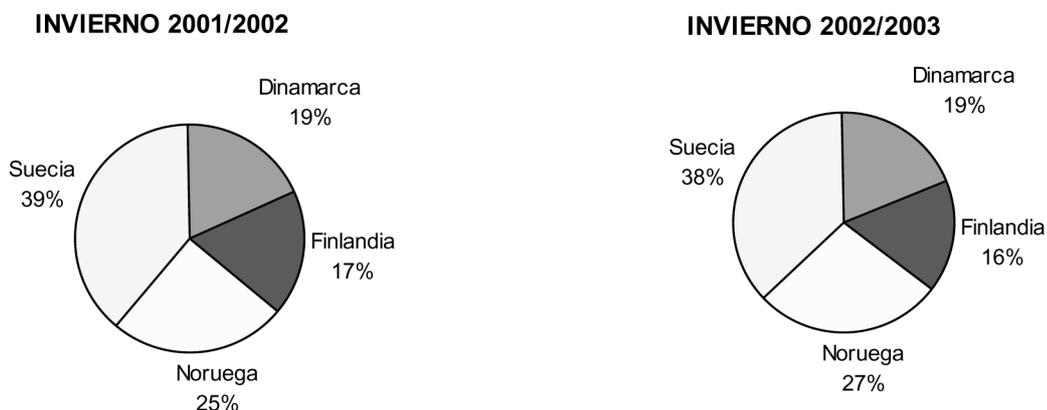
TURISTAS NORDICOS POR ISLAS INVIERNO 2002/2003



El gráfico muestra que del total de 1.005.785 turistas nórdicos que, según fuentes AENA, visitaron Canarias entre octubre y abril más de la mitad eligieron Gran Canaria como destino vacacional, lo cual confirma Gran Canaria como destino líder invernal dentro de estos mercados. Nuestra mayor oferta extrahotelera, el reconocimiento de Gran Canaria como destino seguro y tranquilo, nuestra garantía de

sol y un alto índice de fidelización, son algunos de los motivos para continuar siendo el destino más popular.

ENTRADAS EN GRAN CANARIA POR PAISES



Según la comparación por países vemos que la cuota de mercado no ha variado considerablemente y mantenemos unos porcentajes similares siendo Suecia el principal país emisor, seguido de Noruega, Dinamarca y Finlandia.

Vemos que Suecia pierde un punto debido principalmente a la crisis económica del país, mientras que Noruega, que es el mercado que mejor se ha comportado esta temporada sube un 2%.

5. PRIMEROS APUNTES SOBRE LA SITUACIÓN DE LA PRÓXIMA TEMPORADA DE INVIERNO 2003/2004

5.1- Análisis de Catálogos de Turoperadores Nórdicos

Catálogos analizados

- Dinamarca: Spies, Star Tour, Apollo y Falk Lauritsen
- Suecia: Apollo
- Noruega: Star Tour y Ving

Canarias y en especial, Gran Canaria, vuelve a tomar protagonismo en los catálogos nórdicos para la temporada de invierno. Nuestros competidores cercanos serán principalmente además de las otras Islas Canarias, Egipto, Tailandia y Marruecos. El resto de la oferta destaca por la variedad de destinos exóticos de larga distancia que como se puede ver por el análisis del invierno anterior, solo supone un pequeño volumen de mercado. Los mayoristas, sensibles al cambio de hábitos del turista nórdico, presentan este año catálogos llenos de novedades:

- Muchas más ofertas y descuentos sobre todo de cara al turismo familiar que es el que más se resiente por la crisis económica nórdica.
- Lanzan diversos productos como golf, salud, cruceros, rural, que aportan atractivo a las vacaciones organizadas y que complementan al clásico paquete de sol y playa.
- Ante la fuerte competencia de las compañías aéreas de bajo precio, algunos mayoristas como TUI han optado por flexibilizar las estancias ofreciendo paquetes de 5 y 11 días, frente a las estandarizadas 1 ó 2 semanas.

Ofertas especiales

Los turoperadores nórdicos están muy dirigidos hacia el turismo familiar hacia el que canalizan la mayor parte de su oferta. Para ellos se encuentra en casi todos los catálogos distintos descuentos para niños, familias y mayores de 60 años. También tienen descuentos a determinados destinos para personas que viajan solas. Para este tipo de turismo Kuoni lanza la marca «Apollo Single».

Algunas ofertas a destacar son:

- Paquetes chárter a Canarias por 3000 NOK/semana (TUI Noruega)
- Descuentos de hasta 500 DKK por reservas anticipadas antes del 18/8 (TUI Dinamarca)
- Descuentos para familias: los niños van gratis si viajan 3 generaciones (TUI Dinamarca)
- Descuentos para familias uniparentales (KUONI Suecia)
- Compre 4x3 (Falk Lauritsen Dk)
- Descuentos para +55 años que realicen vacaciones largas en Canarias, 3-4 sem. (SpiesDk)
- Descuentos especiales para sus nuevos complejos en Gran Canaria, Vingresort Terrazamar en Puerto Rico y en Tenerife, Sunwing Fañabe (Ving Noruega)
- Descuentos para los viajes a Canarias y descuentos para viajar en diciembre a Canarias y Tailandia (Ving Noruega)

Destinos Nuevos

En **Gran Canaria** nuevos complejos en Maspalomas, Santa Brígida, San Bartolomé, Meloneras y Amadores. En **Tenerife** los nuevos destinos de Garachico, La Orotava y Valle Guerra. n países competidores hay nuevos destinos en **Madeira** y **Egipto**. Dentro de los **destinos exóticos** de larga distancia hay muchas novedades con nuevos destinos en Sudáfrica, Méjico, Sri Lanka, Tailandia, Cuba, Maldivas, también vuelve Brasil y República Dominicana.

Nuevos Productos

Golf: TUI vuelve a introducir el producto en Canarias, Marruecos, Egipto, Tailandia y Sudáfrica.

Salud: TUI introduce nuevos paquetes «Ego» con distintos tratamientos de salud en diversos centros entre los que se incluye el centro «Corallium» del Gran Hotel Costa Meloneras. Otros destinos con esta oferta son Tenerife, Lanzarote, Portugal, Marruecos, Tailandia, India y Sri Lanka.

Cruceros: TUI introduce un crucero de una semana con salida desde Gran Canaria a los siguientes destinos: Agadir, Madeira, La Palma, Tenerife y Lanzarote. Se puede combinar con una semana más de estancia en Gran Canaria. My Travel realiza el mismo crucero pero zarpando desde Tenerife.

Gran Canaria «Por su cuenta»: Como alternativa al producto sol y playa, TUI introduce en sus catálogos nórdicos la posibilidad de conocer el interior de la isla, viajando en coche de alquiler y alojándose en el Hotel Escuela Santa Brígida y en el Hotel Rural Las Tirajanas, lo que ofrece la posibilidad de jugar al golf, visitar la ciudad de Las Palmas de GC, practicar senderismo, etc.

6. CONCLUSIÓN

La situación de recesión económica en los países emisores con continuos anuncios de despidos masivos, la inestabilidad política y social en varios frentes en el ámbito internacional, la guerra de Irak y el terrorismo, han demostrado la gran fragilidad del sector turístico mundial ante la situación de la economía global. Como consecuencia de todo ello, nos encontramos ante una imprevisible situación de transición, con rápidos y continuos cambios tanto en la oferta como en la demanda turística.

Los Países Nórdicos no escapan a ello, y vemos como el sector de vacaciones también aquí se ha visto sacudido tanto por la coyuntura propia de estos países, como por factores externos de índole internacional.

En general, todos los destinos se han visto perjudicados por esta situación y por supuesto Gran Canaria no ha sido una excepción. En este último año hemos perdido cuota de mercado y las cifras han descendido (incluso notablemente en algunos meses), pero no todo son desventajas para Gran Canaria, y ciertamente podemos mirar el futuro con optimismo.

Por lo tanto, hay que seguir trabajando a corto plazo, de cara a las próximas temporadas intentando recuperar nuestra cuota de mercado, mantenerla e incluso aumentarla.

Para ello, debemos potenciar las cualidades que nos diferencian de nuestros competidores:

- **Destino seguro dentro de la UE:** Disfrutamos de una conocida estabilidad política y social, así como de una completa infraestructura (red de carreteras, transporte público, excelente asistencia sanitaria, etc.) y una gran oferta de ocio (golf, salud, turismo rural, restaurantes, parques temáticos...), que complementa y apoya a la planta alojativa dentro del marco de la normativa europea común para la mayoría de los turistas que nos visitan.
- **Larga y consagrada trayectoria:** Dentro del mercado nórdico Gran Canaria es un destino consolidado y bien conocido.
- **Fidelización:** Alto ratio de repetición dentro del mercado nórdico.
- **Buenos resultados en la segmentación del sector:** Actualmente contamos con una buena infraestructura en productos distintos al de sol y playa, como golf, rural, congresos y salud.

Por otro lado, es muy importante de cara a nuestra promoción y comercialización en los mercados emisores, renovar nuestra imagen como destino líder de «Sol y Playa» mejorando la calidad de la oferta. Para ello es necesario invertir en varios factores claves como son la renovación de la planta alojativa y de las infraestructuras de restauración y ocio, la seguridad ciudadana en los destinos turísticos, la profesionalidad dentro del sector y el mantenimiento sostenible de nuestros recursos naturales.

7. FUENTES CONSULTADAS

- Informe actualizado de economía de «Swedish National Institute of Economic Research»
- Informe actualizado de economía del Ministerio de Finanzas de Dinamarca
- Informe actualizado de economía del Ministerio de Finanzas de Noruega
- Informe actualizado de economía del Ministerio de Finanzas de Finlandia
- Administración de la Aviación Civil Sueca (Luftfartsverket)
- Administración de la Aviación Civil Danesa (Statensluftfartsvæsen ØS)
- Encuesta de viajes de la Oficina Central de Estadística de Noruega (SSB)
- Estadística de viajes chárter de la Aviación Civil Noruega (Avinor)
- Estadísticas de viajes organizados de la Asociación del Sector Turístico Noruego (Den Norske Reiselivsforum)
- Administración de la Aviación Civil Finlandesa (Finnish Civil Aviation Administration)
- Oficinas Españolas de Turismo en Estocolmo, Copenhague, Oslo y Helsinki , informes varios
- European Travel Monitor 2001
- Estadísticas Frontur 2002
- Estadísticas AENA
- Encuesta de Gasto Turístico de 2002
- Catálogos de los principales turoperadores nórdicos, My Travel, TUI, Kuoni y otros
- Información publicada en los medios del sector: Stand By, Take-Off, Travel People y otros