

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

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

**SOCIEDAD DE PROMOCIÓN ECONÓMICA DE
GRAN CANARIA**

TURESPAÑA

**INFORME DE COYUNTURA DEL
MERCADO TURÍSTICO**

PAISES NÓRDICOS

INVIERNO 2008-2009.

PREVISIONES VERANO 2009.

**PROYECTO "INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA
TURÍSTICA DE GRAN CANARIA"**

PREPARADO POR:

Juan Fernando Suárez Díaz

Promotor de Negocio Turístico de Gran Canaria para los Países Nórdicos

Oficina Española de Turismo en Estocolmo

Julio 2009

ÍNDICE

NORUEGA

1. COYUNTURA ECONÓMICA	51
2. MERCADO TURÍSTICO	51
2.1 Situación Global.....	51
2.2 Situación España y Canarias.....	52
2.3 Situación para Gran Canaria.....	52
3. TOUROPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	53

SUECIA

1. COYUNTURA ECONÓMICA	54
2. MERCADO TURÍSTICO	55
2.1 Situación Global.....	55
2.2 Situación España y Canarias.....	56
2.3 Situación para Gran Canaria.....	57
3. TOUROPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	57

DINAMARCA

1. COYUNTURA ECONÓMICA	60
2. MERCADO TURÍSTICO	60
2.1 Situación Global.....	60
2.2 Situación España y Canarias.....	61
2.3 Situación para Gran Canaria.....	61
3. TOUROPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	62

FINLANDIA

1. COYUNTURA ECONÓMICA	63
2. MERCADO TURÍSTICO	64
2.1 Situación Global.....	64
2.2 Situación España y Canarias.....	64
2.3 Situación para Gran Canaria.....	65
3. TOUROPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS	65
4. PREVISIONES Y TENDENCIAS	66
5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	66

Noruega

1. COYUNTURA ECONÓMICA

Variables clave:

- Tasa de desempleo: 3,1% abril 2009
- Variación del IPC: 3,4% variación junio 2009 con junio 2008
- Variación del PIB: -0,4% variación primer trimestre 2009 con primer trimestre 2008

La economía noruega ha experimentado una caída en su actividad a partir de la segunda mitad de 2008. La actividad industrial, principal causante de la desaceleración y entrada en la recesión ha sido manifiestamente acusada sobre todo en la industria metalúrgica y en la maderera. Parte de los motivos de esta baja actividad se debe al descenso de las exportaciones y la ralentización del sector de la construcción. Otros sectores productivos también han visto reducida su actividad.

Dentro del sector servicios, el comercio mayorista y minorista han sido actores principales a la hora de enfriar la actividad económica.

El nivel de desempleo aumentó un porcentaje del 0,5% en el primer trimestre de 2008 y un 0,3% en el último trimestre del mismo año, para los datos que históricamente maneja la economía noruega, una de las más saneadas del mundo, estos aumentos puntuales pueden considerarse como significativos.

2. MERCADO TURÍSTICO

2.1 Situación Global

Los noruegos con edades comprendidas entre los 16 y los 79 años realizaron un total de 22,1 millones de viajes con pernoctación en el pasado 2008, de esta cantidad, 16,8 millones correspondieron a viajes de vacaciones. El 34% del total de viajes tuvieron como destino el extranjero.

En el segundo, tercer y cuarto trimestre de 2008 las mujeres viajaron más frecuentemente que los hombres.

Durante 2008 los noruegos realizaron un total de 7,8 millones de viajes con estancia en el extranjero, un 10% más que el mismo periodo del 2007. Las pernoctaciones para este mismo periodo se incrementaron un 8%, sin embargo, en el periodo comprendido entre octubre, noviembre y diciembre de 2008 se experimentó un descenso del 5% en los viajes al extranjero y de un 9% en las pernoctaciones de dichos viajes.

Para el primer trimestre de 2009 la cifra de viajes al extranjero con al menos una pernoctación experimentó un descenso del 19%. El número de pernoctaciones en el extranjero descendió un 24% en comparación con el primer trimestre de 2008.

Los destinos más populares para estos viajes fueron Suecia, Dinamarca y España.

2.2 Situación para España / Canarias

En la temporada de octubre 2008 a marzo 2009, ambos inclusive, los noruegos realizaron un total de 327.000 viajes a España. 301.000 de estos viajes fueron vacacionales mientras que 26.000 tuvieron como motivación actividades profesionales.

La distribución en el tiempo correspondió a 178.000 viajes en el último trimestre de 2008 de los cuales 162.000 fueron de vacaciones y 16.000 fueron de negocios.

En el primer trimestre de 2009 los noruegos realizaron 149.000 viajes a España, 139.000 de vacaciones y 10.000 de negocios.

En el ámbito de Canarias y con datos del mes de abril de 2009 observamos que el comportamiento de los turistas noruegos puede considerarse ligeramente positivo, la cifra acumulada de llegadas de 2009 se situó en 181.674 turistas mientras que en el mismo periodo del año anterior la cifra de turistas fue de 176.898, un aumento de 4.776 turistas, lo que extrapolado a términos porcentuales significa un aumento del 2,70%.

Para la totalidad de la temporada de invierno 08/09, el número de turistas noruegos venidos a Canarias ascendió a 294.435 mientras que el invierno anterior lo hicieron 282.523. Esta diferencia expresada en términos porcentuales nos indica un aumento del 4,04%.

2.3 Situación para Gran Canaria

	Invierno 07/08	Invierno 08/09
Noviembre	73.606	63.221
Diciembre	66.792	66.436
Enero	38.542	33.424
Febrero	36.342	33.602
Marzo	32.266	33.922
Abril	13.649	9.626
Total	261.197	240.231

Noruega es uno de los mercados que mejor comportamiento mantiene con Gran Canaria en los últimos años. El invierno 2008-2009 no supuso ninguna excepción y la cifra de turistas llegados aumentó un 8,02% o lo que es lo mismo 20.966 turistas más. Gran Canaria mantiene una excelente conectividad aérea, tanto chárter como regular, con Noruega; dos son las compañías regulares que operan rutas a Gran Canaria: Norwegian Air Shuttle y SAS Norge, filial noruega de SAS. En el capítulo siguiente se hace un análisis pormenorizado de la situación actual de ambas.

3. TOUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

Operador	Cuota de Mercado	Marcas Principales
Thomas Cook	37%	Ving
KUONI	26%	Apollo
TUI	25%	Startour Norge
Primera Travel Group	5%	Solia
Otros	7%	

En el mercado noruego no existe ningún gran grupo que opere únicamente en Noruega, es más, muchas de las decisiones estructurales que afectan a los touroperadores noruegos son tomadas en la central nórdica, que como norma general está ubicada en Suecia.

Todos los grandes touroperadores programan Gran Canaria tanto en su temporada de verano como en la de invierno, si bien es cierto que los volúmenes se concentran principalmente en la temporada invernal.

En cuanto a líneas aéreas, dos son las compañías basadas en Noruega, Norwegian Air Shuttle y SAS Norge, ambas programan vuelos directos a Gran Canaria. Norwegian Air Shuttle lo hace desde Oslo, Bergen y Stavanger y SAS Norge desde Oslo.

Norwegian Air Shuttle transportó un total de 9.136.553 pasajeros en 2008, lo que supuso un crecimiento del 32%, este crecimiento llegó a alcanzar el 45% en determinadas rutas. Norwegian Air Shuttle ha aumentado sus destinos y conexiones del área escandinava así como las conexiones hacia otros destinos de medio radio y aparentemente no se ha visto afectada por la mala coyuntura económica internacional. El factor medio de cabina para 2008 fue del 80% y las ventas por Internet han supuesto el 88% del total de sus pasajes.

SAS Norge obtuvo en 2008 un margen de beneficio de un 1% comparado con sus resultados de 2007 y que ascendieron a 142 millones de coronas suecas (es en esta moneda en la que se publican los resultados de la compañía). Este exiguo margen de ganancias es debido a la mala coyuntura económica internacional y a lo elevado de los precios de los carburantes durante dicho ejercicio. Las nuevas rutas a destinos vacacionales dentro de Europa tampoco obtuvieron la acogida esperada y además, SAS ha ido perdiendo terreno en rutas domésticas debido a la dura competencia que le plantea Norwegian Air Shuttle.

Suecia.

1. COYUNTURA ECONÓMICA

Variables clave:

- Tasa de desempleo: 9% (Mayo 2009)
- Variación del IPC: -0,6% (Junio 2009 comparado con junio 2008)
- Variación del PIB: -6,5% (Primer trimestre de 2009 comparado con primer trimestre 2008)

Tasa de Desempleo:

A fin de disminuir la tasa de desempleo, el gobierno sueco ha impulsado una serie de medidas encaminadas a disminuir el nivel de dependencia de muchos servicios públicos, para ello se ha valido de herramientas tales como incentivos a las rentas salariales mediante deducciones fiscales y también deducciones a aquellas empresas que contraten a jóvenes o parados de larga duración.

Situándonos en antecedentes, a finales de mayo de 2007, el gobierno incluyó dentro del concepto de desempleados a aquellos estudiantes que se encontraban buscando trabajo de manera activa. En dicho año la tasa de desempleo fue del 6,1% lo que suponía 4,46 millones de personas empleadas, un 1% menos que el mismo periodo del año anterior.

En Marzo de 2009 había 4.458.800 personas empleadas y 403.600 en situación de desempleo, lo que equivalía al 8,3 de la población activa, las cifras de desempleo masculino marcaban un porcentaje del 8,5% y el femenino el 8,1%, los parados de entre 15 y 24 años eran el 24,3% de ese grupo de edad.

La población empleada atendiendo a su sector productivo se repartió durante el 2008 en las siguientes proporciones: Agricultura, 0,9%; Industria 15,8%; Construcción 6,0% y Servicios 77,3%.

Variación del IPC:

El año 2006 se cerró con un IPC medio del 1,4% y crecieron hasta el 2,2% en 2007, dos décimas por encima de lo previsto por el Banco Central a causa de aumentos en los precios de la energía y de los alimentos. Los salarios aumentaron una media del 3,2% en 2007 y los principales agentes económicos y sociales comenzaban a alertar sobre el peligro de un recalentamiento en la economía pues durante este 2007 la subida de los precios se iba acusando a medida que transcurrían los meses y para diciembre el valor interanual alcanzaba el 3,5%.

Según datos del Ministerio de Economía, la inflación media en 2008 se situó en el 3,4% y se prevé que en 2009 descienda hasta un nivel negativo estimado del -0,2%. Las estimaciones para 2010 calculan que el valor medio para este año volverá a un registro positivo del 0,7%. La inflación interanual ha variado desde el 4,4% de septiembre 2008 hasta el 0,9% de febrero 2009 movida principalmente por los descensos del tipo REPO, el equivalente sueco al EURIBOR y que se manifiesta en los costes derivados de los intereses en préstamos hipotecarios. Otros productos que han empujado el IPC a la baja han sido los precios de la energía y los alimentos.

A fin de mantener la inflación bajo control, El banco Central Sueco fue incrementando los tipos de interés desde abril de 2006 hasta alcanzar su techo el 4 de septiembre de 2008 con un valor del 4,75%.

Sin embargo, una coyuntura económica debilitada en gran parte por la crisis financiera internacional ha ido posibilitando la reducción del citado tipo de interés. El 8 de octubre este tipo se redujo medio punto

porcentual y a partir de ahí continuaron una serie de bajadas sucesivas que han marcado como último dato el 0,50% registrado el 21 de abril de 2009. El Banco Central de Suecia prevee muy bajos tipos de interés para los próximos tres años y estima que en 2012 el incremento acumulado alcanzaría el 3%.

Variación del PIB:

Durante los últimos cinco años, la economía sueca ha experimentado un crecimiento del PIB superior a la media de los países industrializados, este crecimiento alcanzó su techo en 2006 y situó el PIB en el 4,1%.

La previsión inicial del gobierno sueco para 2009 estimaba una tasa de variación del 1,3%, sin embargo, ya en noviembre de 2008 estas expectativas se rebajaban al 0,1% para el año 2009.

El 27 de febrero de 2009 se hacía pública la variación del PIB para el cuarto trimestre del 2008, esta cifra señalaba una caída del 4,9% con respecto al mismo periodo del año anterior y supuso un PIB negativo del -0,2% para la totalidad del año 2008.

El 15 de abril de 2009 se supo a través del Ministerio de Economía y Hacienda que la coyuntura económica sueca era peor de lo previsto, se confirmó el dato de 2008 y se hizo pública una previsión del -4,2% para el 2009, sin embargo, también se anunció que para 2010 se esperaba un tímido crecimiento estimado en el 0,2% para 2010; 2,4% en 2011 y 4% en 2012.

2. MERCADO TURÍSTICO

2.1 Situación Global

Si algo define al sector profesional del mercado sueco es su clara tendencia a la concentración, en prácticamente cualquier ámbito de negocio existen unos pocos actores que acaparan la mayoría de los volúmenes de venta.

En cuanto al cliente final habría que señalarle como un viajero experimentado y con un alto índice de fidelidad. Atendiendo a las motivaciones que reúnen los suecos para realizar sus viajes de placer hay que señalar al propio deseo de estar en otro lugar como motivo para el 40,1 de los turistas suecos.

A esta motivación y ordenadas de mayor a menor se le pueden sumar otras como visitar amigos y familiares (29,4%), buscar relajación (24,7%), sol y playa (21,5%), diversión (21,3%), nuevas experiencias (14,4%), gastronomía y bebida (12,8%) y pasar tiempo con otras personas (9,3%)

Atendiendo al modo de transporte, los viajes vacacionales suecos se efectúan según las siguientes alternativas:

Vuelo regular 37%; Vuelo Chárter 22,3%; Coche 21,4%; Ferry 10,1%; Guagua 5,8%; Tren 1,9% y otros medios de transporte 1,5%

La principal tendencia es la concentración de volúmenes hacia destinos consolidados, es decir, que los operadores del mercado reducen o eliminan oferta en ciertos destinos y aumentan en otros. En este sentido, las islas españolas con Baleares a la cabeza en verano y Canarias como locomotora para la temporada de invierno serán a buen seguro los destinos donde se va a concentrar la mayoría de la oferta de viajes puesta a la venta en Suecia.

2.2 Situación para España / Canarias

España es el primer destino vacacional para los suecos, en 2007 la cifra de viajeros a nuestro país alcanzó 1.159.000 viajeros. El segundo destino vacacional más demandado fue Finlandia, con 1.118.000 viajeros. De entre los países del área mediterránea, Grecia acaparó 531.000 viajeros y para los destinos de larga distancia los destinos del sudeste asiático (Tailandia, Vietnam, Malasia...) alcanzaron en su conjunto la cifra de 452.000 viajeros.

Ya en 2008 y con los últimos datos emitidos por la autoridad sueca en materia de aviación civil correspondientes al primer semestre del referido año obtenemos el siguiente ranking para 3.206.570 viajes efectuados en dicho periodo.

Los destinos internacionales más frecuentes desde aeropuertos suecos, enero/junio 2008

Entre paréntesis figura la posición ocupada en el mismo periodo de 2007

Destino			Número de pasajeros			
			2008	%	2007	%
1	(1)	Copenhage	433 739	10	407 818	10
2	(2)	Londres	304 386	7	310 337	8
3	(3)	Oslo	294 787	7	287 266	7
4	(4)	Helsinki	264 720	6	261 516	6
5	(5)	Amsterdam	227 538	5	234 522	6
6	(6)	Frankfurt	193 926	4	196 043	5
7	(7)	Paris	160 100	4	148 923	4
8	(8)	Munich	118 335	3	113 017	3
9	(10)	Bruselas	99 528	2	91 358	2
10	(9)	Las Palmas	98 777	2	97 786	2
11	(12)	Zürich	74 611	2	68 037	2
12	(14)	Antalya	73 596	2	63 071	1
13	(13)	Bangkok	73 016	2	65 007	2
14	(11)	Palma	68 944	2	71 564	2
15	(16)	New York	67 137	2	58 286	1
16	(15)	Viena	61 703	1	61 819	1
17	(23)	Barcelona	56 457	1	43 131	1
18	(24)	Tenerife	49 418	1	42 977	1
19	(21)	Málaga	46 251	1	43 807	1
20	(34)	Phuket	45 849	1	27 762	1
21	(17)	Madrid	45 693	1	54 926	1
22	(18)	Chania	45 506	1	46 018	1
23	(27)	Berlin	45 284	1	38 133	1
24	(19)	Budapest	44 996	1	44 862	1
25	(20)	Larnaca	44 994	1	44 672	1
26	(26)	Niza	44 104	1	38 259	1
27	(25)	Varsovia	41 330	1	40 271	1
28	(49)	Hurghada	41 019	1	21 047	1
29	(22)	Tallin	40 826	1	43 667	1
Total			3 206 570	74	3 065 902	75

En el ámbito de Canarias y con datos del mes de marzo de 2009 se constata que el comportamiento de los turistas suecos marca una clara tendencia a la baja, la cifra acumulada de llegadas de 2009 se situó en 162.611 turistas mientras que en mismo trimestre del año anterior la cifra de turistas fue de 185.995, un descenso de 23.384 turistas, lo que extrapolado a términos porcentuales significa un descenso del 12,57%.

El porcentaje interanual de marzo para turistas suecos llegados a Canarias se situó en el -16,49%, lo que supuso una descenso de 10.607 turistas.

2.3 Situación para Gran Canaria

	Invierno 08/09	Invierno 07/08
Noviembre	60.423	62.089
Diciembre	59.204	66.105
Enero	30.644	35.471
Febrero	26.638	32.664
Marzo	26.291	34.633
Abril	14.074	11.781
Total	213.274	240.743

Suecia experimentó una caída del 11,41% en número de turistas a Gran Canaria el último invierno.

Esta bajada viene motivada principalmente por la mala coyuntura económica internacional, pues pese a la pérdida de los referidos 27.469 turistas, Gran Canaria fue el destino elegido como favorito por los suecos el pasado invierno.

3. TOUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

Operador	Cuota de Mercado	Marcas Principales
Thomas Cook	29%	Ving, Globetrotter
KUONI	21%	Apollo
TUI	24%	Fritidsresor
Primera Travel Group	13%	Solresor
Otros	13%	

Tres son las empresas que acaparan la gran mayoría del mercado turístico sueco: Ving (Thomas Cook), Fritidsresor (TUI) y Apollo (KUONI).

Ving tiene en cartera mas de 300 destinos repartidos por 50 países, vende tanto charter como alojamiento, vuelos y paquetes flexibles en combinación con vuelos regulares. Su oferta se comercializa a través de Internet, agencias de viaje propias y colaboradoras además de venta telefónica. Ving Sverige AB pertenece al grupo Thomas Cook PLC que cotiza en la Bolsa de Londres.

La cuota de mercado de Ving es de aproximadamente el 30% del mercado sueco. En el ejercicio 2008 tuvo una cifra aproximada de 1.845.000 clientes que reservaron sus viajes en una proporción del 50% a través de internet, un 20% a través de venta telefónica y agencias propias y un 30% a través de agencias colaboradoras.

Los volúmenes de venta de los principales destinos para este touroperador se reparten entre los siguientes destinos:

Islas Canarias:	29%
Grecia:	15%
Turquía:	10%
España (excepto Canarias):	14%
Destinos de larga distancia:	12%
Chipre:	6%
Bulgaria y área balcánica:	4%
Egipto y norte de África:	7%
Otros:	2%
Destinos de nieve:	1%

Fritidsresor fue el proveedor de viajes de 535.000 suecos durante el año 2007, esta cifra incluye paquetes turísticos, alojamiento y paquetes flexibles, este touroperador pertenece al grupo TUI, el cual cotiza en la Bolsa de Frankfurt.

La cuota de mercado de Fritidsresor es de aproximadamente el 24% y vende cerca del 50% de su oferta a través de su página web. La otra mitad se comercializa a través de agencias de viaje propias y colaboradoras.

Según destino, los volúmenes de venta se distribuyen de la siguiente manera:

Islas Canarias:	20%
Destinos de larga distancia:	14%
Grecia:	13%
Turquía:	11%
Chipre:	11%
España peninsular y Baleares:	7%
Bulgaria:	6%
Italia:	5%
Egipto:	4%
Portugal:	4%
Marruecos:	1%
Túnez:	1%
Alpes:	1%
Otros:	3%

Apollo es el tercer touroperador en volumen de negocio, comercializa los mismos productos que Ving y Fritidsresor, su oferta alcanza 1.600 hoteles en 40 destinos turísticos de 28 países.

Apollo tiene aproximadamente 400.000 clientes al año, los cuales eligen los siguientes destinos para sus vacaciones.

Clientes por año:	
Grecia:	154 000
España:	77 000
Norte de Africa:	45 000
Larga distancia:	42 000
Balcánicos:	41 000
Turquía:	20 000
Otros:	14 000
Chipre:	12 000

A una cierta distancia de estos tres grandes grupos aparece Primera Travel Group, con sede en Islandia y propietaria entre otros del touroperador sueco Solresor. Solresor es el touroperador elegido por aproximadamente 150.000 suecos, principalmente de las regiones del sur, donde se encuentra su sede y su principal área de influencia. Solresor transporta a muchos de sus clientes de dicha zona sur desde el aeropuerto danés de Copenhague, a escasos kilómetros de la ciudad de Malmoe.

Dentro del segmento de las agencias de viaje hay que señalar que actualmente existen registradas unas 140 que cuentan con aproximadamente 400 oficinas y la fuerza de ventas se sitúa en torno a los 3.500 agentes. De entre este segmento destacan dos compañías por encima del resto, Resia y Ticket, ambas redes de agencias que comercializan productos de los grandes touroperadores.

Resia, una de las compañías que citábamos anteriormente, cuenta con 60 sucursales repartidas a lo largo del país, además vende a través de su web y también por teléfono.

Ticket es la otra compañía dominante, cuenta con aproximadamente 470 empleados y 90 sucursales repartidas entre Suecia y Noruega. Ticket cotiza en la Bolsa de Estocolmo.

A nivel general y refiriéndonos al conjunto del sector, la crisis financiera se ha hecho sentir en el sector de viajes a partir del último trimestre de 2008, lo que supuso un descenso en las ventas de billetes aéreos de algo más del 1% en el total del año, pero con un descenso aproximado del 10% para el citado último trimestre.

Como dato positivo hay que añadir que el aumento de la demanda de viajes en tren ayudó a mitigar los efectos negativos de los billetes aéreos.

Donde más se ha notado la recesión es en la venta de paquetes combinados, pues su caída anual en 2008 se situó en torno al 12%.

El comercio electrónico en el mercado turístico sueco actúa de manera transversal a la práctica totalidad del sector, cualquier eslabón de la cadena de comercialización turística ofrece la posibilidad de comprar a través de Internet.

El sector de viajes es el producto más demandado en cuanto a comercio electrónico en Suecia seguido de la compra de entradas para eventos.

En lo referido a líneas aéreas, SAS es la única compañía internacional de bandera sueca y al igual que las filiales de Dinamarca y Noruega ha visto como sus resultados de 2008 quedaban muy lejos de los del año anterior debido al precio de los carburantes y la mala coyuntura económica internacional. SAS Sweden presentó un resultado global para 2008 un -1,6% por debajo de sus resultados de 2007 y su número de empleados pasó de 1.665 a 1.598.

Dinamarca

1. COYUNTURA ECONÓMICA

Variables clave:

- Tasa de desempleo: 3,5% mayo 2009
- Variación del IPC: 1,2% variación junio 2009 con junio 2008
- Variación del PIB: -5,5% variación junio 2009 con junio 2008

Tasa de Desempleo:

El mercado danés está caracterizado por una gran flexibilidad y paralelamente por un grado de protección al desempleo muy alto en comparación con otros países europeos. Este modelo se viene desarrollando desde principios de los años 90 y ha permitido alcanzar tasas de desempleo realmente bajas.

Dinamarca tiene en la actualidad una tasa de paro muy próxima a la considerada de pleno empleo y que según algunos indicadores se sitúa en torno al 3% aunque esta tasa se espera que se vea superada durante gran parte del 2009, no en vano el valor de mayo se situaba en el 3,5%.

Variación del IPC

La inflación aumentó un 2,4% en 2008. A lo largo del año hubo grandes diferencias entre meses, pues hubo momentos en los que se llegó a superar el 4% como consecuencia del aumento de precio de algunos productos del sector alimenticio y también aumentos de precio en el sector energético, estos mismos productos, sobre todo los energéticos, experimentaron fuertes descensos en el transcurso del mismo año con los consiguientes efectos repercutidos en la tasa de inflación que ello acarrea.

Variación del PIB

Una de las características principales de la economía danesa es su nivel de interconexión con el exterior, por este motivo su PIB ha marcado una línea descendente a lo largo de la segunda mitad del 2008 llegando a aproximarse al -15% en los últimos meses del citado año. Sin embargo y también debido a la citada interconexión de la economía danesa, los síntomas de recuperación ya se han comenzado a reflejar en los datos del PIB, que en la actualidad marca una tasa interanual del 5,5% (junio 09/08) en una tendencia mayoritariamente ascendente.

2. MERCADO TURÍSTICO

2.1 Situación Global

Cuando los daneses van de vacaciones al extranjero suelen elegir los países del sur de Europa. España y Francia son los destinos más populares.

En el 2008 los daneses efectuaron 6,1 millones de viajes vacacionales de más de 4 noches y 10,5 millones de viajes de menos de 4 noches. Estas cifras incluyen visitas a amigos y familiares, estancias en segundas residencias con mínimo de una pernoctación en un universo de población que incluye a todos los daneses de más de 14 años.

Aparte de los viajes vacacionales los daneses efectuaron 1,8 millones de viajes de negocio en 2008.

El gasto medio por persona en los viajes vacacionales de más de 4 noches al extranjero ascendía a 8.700 DKK, este gasto incluye transporte, alojamiento y consumos en el destino. Los viajes vacacionales cortos (menos de 4 noches) costaron 1.150 DKK por persona como término medio. En los viajes de más de 4 noches dentro del propio país el gasto medio se situó en 2.500 DKK. En los viajes de negocio, el gasto medio supuso 7.700 DKK por persona.

El 29% de los viajes de más de 4 noches en el extranjero fueron vacaciones de sol y playa, el 18% viajes correspondió a viajes a ciudades y el 17% de los viajes de dicha duración se correspondió con visitas a familiares y amigos. Los viajes de menos de 4 noches se distribuyeron entre el 33% que visitó a amigos y familiares y el 25% que realizó city breaks.

2.2 Situación para España / Canarias

España continúa siendo el destino más popular mientras que Francia, habiendo adelantado a Italia se convierte en el segundo, el 13% de todos los viajes vacacionales al extranjero con mínimo de cuatro pernoctaciones tuvieron como destino España, el 9% Francia, y 8% Alemania, Italia y Suecia.

Estados Unidos, con el 5% se convirtió en el destino más popular fuera de Europa.

2.3 Situación para Gran Canaria

Atendiendo a las cifras de llegadas facilitadas por AENA, la distribución de daneses a Gran Canaria durante la temporada de invierno 08-09 obtuvo la siguiente distribución:

	Invierno 08/09	Invierno 07/08
Noviembre	31.958	36.639
Diciembre	29.024	39.389
Enero	17.267	19.956
Febrero	14.759	21.586
Marzo	14.335	20.113
Abril	8.170	8.444
Total	102.611	146.127

De entre los países nórdicos, el que peores cifras para Gran Canaria presentó el pasado invierno fue Dinamarca, el descenso de 43.516 turistas supuso una caída del 42,4%. A las causas ya sabidas de mala coyuntura económica internacional hubo que añadir la suspensión de operaciones de la aerolínea Sterling, que en esos momentos era la única que conectaba Dinamarca con Gran Canaria mediante vuelo regular.

La nueva compañía Cimber Sterling comenzará a operar a partir de agosto de 2009 dos rutas entre Dinamarca y Gran Canaria, una desde Copenhague y otra desde Billund.

Otras compañías de vuelos regulares que unen o preveen unir Dinamarca con Gran Canaria son Norwegian y Transavia, a. Norwegian desde Aalborg y Copenhague y Transavia desde Billund y Copenhague.

Con el establecimiento de estas rutas más la aportación de los vuelos chárter se espera recuperar los niveles de llegadas del invierno 07/08.

3. TOUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

El mercado de la touroperación en Dinamarca tiene a grandes rasgos la siguiente distribución:

Todos los grandes touroperadores daneses programan a Gran Canaria en sus catálogos, tanto invernales como estivales, en este mismo informe se recoge información ampliada sobre el perfil de dichos touroperadores, cuyas sedes nórdicas están radicadas en Suecia.

En cuanto a líneas aéreas, el país cuenta con dos grandes aerolíneas de bandera danesa; SAS Danmark y Cimber Sterling.

Operador	Cuota de Mercado	Marcas Principales
Thomas Cook	23%	Spies, My Travel Tango, Skybby Rejser
Kuoni	20%	Apollo
TUI	17%	Startour
Primera Travel Group	12%	Bravo Tours
Otros	28%	

SAS Danmark:

Durante el pasado año los resultados de la compañía marcaron un claro deterioro con respecto al año anterior, sobre todo debido a las cifras del último trimestre del año. Además, SAS se vio afectada por los graves problemas de funcionamiento de su flota de aparatos Bombardier Q400 utilizados para vuelos de corto radio, varios de ellos tuvieron accidentes menores durante el aterrizaje y la compañía se vio obligada a alquilar aeronaves mientras que revisaba dichos aviones problemáticos. A todo ello SAS Danmark también se vio afectada por la baja demanda ocasionada por la crisis económica.

Cimber Sterling:

La segunda en importancia de las compañías danesas es la resultante de la absorción por parte de la compañía de vuelos domésticos Cimber de parte de la quebrada Sterling. Cimber Sterling tiene ambiciosos planes de expansión y para ello prevee contratar a más de 200 personas en una primera etapa y en un plazo mas largo aspira a ocupar el hueco dejado por Sterling.

FINLANDIA

1. COYUNTURA ECONÓMICA

Variables clave:

- Tasa de desempleo: 10,9% abril 2009
- Variación del IPC: -0,1% junio 2009 comparado con junio 2008
- Variación del PIB: -9,2% abril 2009 comparado con abril 2008

Tasa de desempleo:

En el periodo 2004-2008, la tasa de desempleo pasó del 8,8% al 7%, lo que permitió un aumento sostenido de la población activa además de la incorporación de parte de la población desempleada, pese a los buenos datos económicos dados durante el citado periodo, Finlandia todavía está lejos de alcanzar cifras propias del pleno empleo debido en parte a una rígida política de convenios laborales que difícilmente encajan en algunas coyunturas concretas además de los elevados costes de las cotizaciones sociales a cargo de las empresas y del impuesto sobre la renta de las personas físicas. Estos inconvenientes quedan parcialmente compensados gracias a la alta productividad o a las facilidades que existen para la contratación temporal.

La mala coyuntura económica imperante en 2009 ha tenido efectos negativos sobre las exportaciones, uno de los motores económicos del país. Hay que señalar que uno de las variables que está actuando como contención en cuanto a las cifras de desempleados es la disminución de población activa debido a la evolución demográfica finlandesa.

Variación del IPC:

Los últimos cinco años registraron tasas de inflación que alcanzaron su pico en 2008, cuando dicho porcentaje marcó el 4,1%. La subida de los precios correspondiente al último es la reacción a las subidas salariales acordadas en la mayoría de los convenios colectivos vigentes y cuya vigencia data de finales de 2007, sin embargo, la adversa coyuntura actual ha evaporado las subidas de precios para la primera mitad del año 2009, incluso la cifra correspondiente al mes de junio señala una bajada media de los precios de una décima.

Variación del PIB:

Por sectores de producción, el sector primario mantuvo constante su aportación al PIB durante 2008. El sector secundario, al igual que el primario también mantuvo unos valores constantes en el trienio 2005-2008 absorbiendo cerca de un 30% de la actividad económica total. El sector terciario experimentó un leve crecimiento en el trienio anteriormente señalado, principalmente en los subsectores del transporte, el comercio y las telecomunicaciones.

Por componentes de gasto, destaca la importancia relativa del consumo público, que supone entre 2005 y 2008 algo más del 20% de media respecto al PIB, la reducción en la generación de capital motivada por el deterioro de la situación económica a finales 2008 y en 2009 unido a la caída relativa de las exportaciones han provocado descensos continuados en esta variable.

Desagregando las cifras por sectores para el dato de abril 2009 hay que señalar que el sector primario (explotación forestal, agricultura y pesca) experimentó un crecimiento del 2%, el secundario por el contrario marcó un registro negativo del -17%, el sector secundario lo integran la construcción e industria. El sector terciario, compuesto principalmente por comercio, hostelería, transporte, inmobiliaria y sector financiero entre otros registró para el citado mes de abril un -6%. Hay que señalar la relativa importancia del aumento en el 2% del sector primario en tanto está vinculado con la industria papelera, un sector especialmente fuerte en Finlandia.

2. MERCADO TURÍSTICO

2.1 Situación Global

Durante 2008, los finlandeses realizaron un total de 32,3 millones de viajes de placer, de esta cifra 5,2 millones tuvieron como destino el extranjero. Los viajes de placer con al menos una pernoctación en el país de destino se cifraron en 3,3 millones, lo que supone un 3 por ciento más que el año anterior.

Al igual que el año anterior, los cruceros incluyendo noches a bordo alcanzaron la cifra de 1,3 millones.

Además, los viajes de placer de un solo día contabilizaron 0,6 millones de desplazamientos, lo que supuso un 6% de incremento anual. Los viajes de placer dentro de Finlandia contratando alojamiento fueron 5,1 millones y el aumento de esta modalidad con respecto al año anterior fue del 4%. Los viajes a segundas residencias o a visitar amigos y familiares fueron 22,1 millones y no experimentaron variación con respecto al periodo anterior, según indica la Oficina Central de Estadística de Finlandia.

2.2 Situación para España / Canarias

El destino más popular para los finlandeses ha sido Estonia, con 714.000 viajes, esto se debe a la cercanía y buenas comunicaciones entre ambos territorios bálticos. Los viajes a Estonia aumentaron en 46.000 con respecto al año anterior, los siguientes destinos más populares fueron España y Suecia. Los viajes a España se estimaron en 386.000 y hacia Suecia 338.000. Aproximadamente la mitad de los viajes realizados a España tuvieron como destino las Islas Canarias. La cifra de viajes a España se mantuvo estable en comparación con el año anterior. Por el contrario, la cifra de viajes a Suecia descendió un 8%.

Comparando los cinco destinos favoritos de los años anteriores, Italia pasa del quinto al cuarto puesto adelantando a Grecia. A Italia viajaron un total de 156.000 turistas mientras que a Grecia lo hicieron 146.000.

Otros destinos que experimentaron un considerable crecimiento con respecto al año anterior fueron Bulgaria y Turquía, lo mismo les sucedió a Egipto y Chipre. El número de viajes a Bulgaria fue de 66.000, lo que supuso un incremento del 70%. Los viajes a Turquía aumentaron en un tercio con respecto al año anterior alcanzando los 52.000. A Egipto se realizaron un total de 45.000 viajes, lo que supuso un aumento próximo al 50%. El número de viajes a Chipre fue prácticamente el doble que en el año 2007 y alcanzaron los 42.000.

El destino de larga distancia más popular fue nuevamente Tailandia con 89.000 viajes, sin embargo, se estima que los viajes al país asiático descendieron aproximadamente el 30%. Los Estados Unidos fueron el segundo destino de larga distancia, experimentaron un crecimiento del 40% y supusieron 76.000 viajes.

Los cruceros alcanzaron la cifra de 1,26 millones de viajes, un uno por ciento menos que el año anterior. 832.000 cruceros fueron realizados a Suecia y 424.000 a Estonia.

Los viajes de un solo día, es decir, los cruceros sin pernoctación a bordo, registraron una cifra de 410.000 a Estonia y 119.000 a Suecia.

2.3 Situación para Gran Canaria

	Invierno 08/09	Invierno 07/08
Noviembre	39.396	39.908
Diciembre	39.186	40.681
Enero	22.653	19.290
Febrero	19.260	19.251
Marzo	17.644	19.896
Abril	8.870	6.638
Total	146.982	145.664

Los viajes de los finlandeses a Gran Canaria se mantuvieron estables con relación al invierno anterior, los 1.318 turistas de diferencia supusieron un aumento del 0,89%. Dentro del contexto turístico, Gran Canaria sigue ocupando un lugar protagonista ya que de los aproximadamente 386.000 viajes que los finlandeses efectuaron a España, el porcentaje de los que tuvieron Gran Canaria como destino final giraba en torno al 60%, unos 244.000 viajes; ningún otro destino español se aproxima a estas cifras e incluso supone un flujo mayor de turistas que los finlandeses que viajan a un determinado país como por ejemplo Italia (156.000 turistas en 2008 y cuarta posición en el ranking).

3. TOUOPERADORES Y LÍNEAS AÉREAS

Los touroperadores finlandeses se reparten el mercado vacacional atendiendo a los siguientes porcentajes:

Operador	Cuota de Mercado	Marcas Principales
Thomas Cook	20%	Tjäreborg
Finnair	34%	Aurinkomatkat
TUI	27%	Finnmatkat
Primera Travel Group	13%	Matka Vekka, Lomamatkat
Otros	28%	

La estructura del mercado touroperador se corresponde con la de los países de su entorno excepto por la salvedad de Aurinkomatkat, que no opera fuera de Finlandia.

Dentro del panorama de las aerolíneas, Finnair ocupa una posición de cuasi monopolio en el mercado finlandés, su ámbito de influencia también se traslada al mundo de la touroperación pues el touroperador finlandés de referencia, Aurinkomatkat, es una empresa filial de la citada aerolínea y se vale de sus vuelos, en teoría regulares pero en la práctica operados como chárter, y resto de infraestructura. Esta posición de predominio no impidió que en 2008 la aerolínea registrara unas pérdidas de 41,8 millones de euros, un resultado totalmente distinto al beneficio de 102 millones de euros declarado en 2007. El incremento en los precios de los carburantes y la ralentización económica se revelan como principales motivos y con ellos ha aparecido la conflictividad laboral motivada por los 120 despidos efectuados y los 3.000 paros temporales programados

4. PREVISIONES Y TENDENCIAS

Pese a las abundantes cifras negativas que se recogen a lo largo de este informe, cara al próximo invierno las previsiones son optimistas. Las cada vez mas claras evidencias de que el peor momento de la crisis ha quedado atrás hacen entrever que el invierno 09-10 volverá a niveles del invierno 07-08. Tampoco hay que perder de vista el referente de que el año 2008 fue un periodo de resultados récord para muchos touroperadores del área nórdica, por lo que las relativamente malas cifras de este último invierno vienen dadas por la comparación con uno de los mejores del sector turístico. Es de señalar el aumento y consolidación de conectividad aérea regular, incluso desestacionalizada para los casos de Suecia y Noruega, esto es decir, manteniendo rutas abiertas en verano.

Entrando en el campo de las tendencias que parecen irse manifestando en los turistas nórdicos cabe resaltar como significativas las que a continuación se exponen atendiendo a distintos grupos de edad.

- Jóvenes (18-25 años): Viajes en grupo, alojamiento en complejos de tamaño grande, importancia de que exista vida nocturna y playa en los alrededores, creciente popularidad de los viajes de fin de curso.
- Parejas sin niños: Creciente popularidad del concepto “solo adultos”, búsqueda de enclaves sin demasiada presión turística así como de grandes ciudades, importancia de la oferta gastronómica y de vinos, menos sensibilidad al precio, alquilan coche frecuentemente y realizan excursiones por su propia cuenta.
- Familias con niños: Creciente gusto por la modalidad “todo incluido”, importancia de unas buenas instalaciones de piscinas y cercanía a la playa, les gusta viajar sin escalas y a alojamiento con un corto tiempo de transfer.
- Grupos de amigos: Viajan con un motivo (eventos, compras, deporte), los grupos de chicos son mas frecuentes que los femeninos, grupos mixtos pero realizando distintas actividades en el destino, los chicos dan importancia a la calidad del alojamiento y las chicas a los precios en el destino.
- Pensionistas: Anteponen la calidad al precio, el grupo de edad en los 60 busca nuevas experiencias mientras que el grupo de edad en los 70 suelen viajar a destinos conocidos, prefieren varios viajes cortos a un viaje largo, flexibilidad en las fechas, viajan a veces con otras parejas y visitan a amigos en el destino, pueden tener una segunda residencia en el extranjero, creciente popularidad de los viajes en guagua.

5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.

Teniendo en cuenta la evolución en las tendencias señalada anteriormente, parece claro que los pasos a dar deberían ir dados en base a la especialización. El touroperador Thomas Cook señalaba en uno de sus informes que los alojamientos etiquetados bajo un concepto, principalmente el de “solo adultos” produce actualmente unos márgenes de beneficio un 40% por encima de la media.

Finalmente existe una tendencia clara en los consumidores nórdicos a realizar todo el proceso previo a la compra, prescindiendo del asesoramiento de agentes de viaje, es decir, vacaciones diseñadas en casa y compradas por Internet.

Fuentes:

- Informes de coyuntura económica del Ministerio de Asuntos Exteriores; Oficinas Económicas y Comerciales de Helsinki, Copenhague y Estocolmo
- Oficina Central de Estadísticas de Finlandia
- Oficina Central de Estadísticas de Dinamarca
- Oficina Central de Estadísticas de Suecia
- Oficina Central de Estadísticas de Noruega
- Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)
- Thomas Cook Nordic Europe
- Ticket AB
- Primera Travel Group
- Norwegian Air Shuttle
- SAS Scandinavian Airlines
- Finnair
- Oficina Española de Turismo en Estocolmo
- Oficina Española de Turismo en Oslo
- Oficina Española de Turismo en Copenhague
- Oficina Española de Turismo en Helsinki