

**PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA**

---

**TURESPAÑA**

**INFORME DE COYUNTURA DE LOS MERCADOS  
TURÍSTICOS NÓRDICOS. VERANO 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 SOCIOECONOMICOS Y POLITICOS. ....	1
1.1 Indicadores económicos .....	1
2. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURISTICO NORDICO .....	3
2.1 Principales Turoperadores .....	3
2.2 Principales compañías aéreas .....	5
2.3 Compañías de bajo coste versus turoperadores .....	8
3.COMENTARIOS TEMPORADA VERANO 2003 .....	9
3.1- Destinos presentes en los catálogos de verano 2003 .....	9
3.2- Factores que han podido perjudicar las ventas de verano 2003 .....	11
4. COMPARACIÓN DE DESTINOS POR CIFRAS AEROPORTUARIAS .....	13
4.1- Cuadro entradas* turistas daneses, abril-septiembre 2003 .....	13
4.2- Cuadro reparto de cuota de mercado danes, abril-septiembre 2003 .....	13
5. ANALISIS POR DESTINOS COMPETIDORES ESPAÑOLES .....	15
5.1- Cuadro entradas* turistas daneses abril-septiembre 2003 .....	15
5.2- Cuadro reparto de cuota del mercado danes, abril-septiembre 2003 .....	15
6. APUNTES SOBRE LA TEMPORADA INVIERNO 2003/2004 .....	17
7. CONCLUSION .....	19
8. FUENTES CONSULTADAS .....	20

# 1. INDICADORES SOCIOECONOMICOS Y POLITICOS.

## 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. Se calcula un crecimiento del PIB de un 1.3% para este año y de un 2.5% para el 2004 y el 2005.

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.

El desempleo continúa creciendo, pasando del 4% en 2002 al 4.7% en 2003, pero se espera que empiece a remitir a principios del próximo año y se sitúe en el 4.3% en el 2005. La inflación está cayendo velozmente llegando a situarse ya por debajo del 2%.

Lo más significativo de este verano en este capítulo fue el NO al euro en el referéndum que tuvo lugar a principios de septiembre en Suecia. Sorprendentemente después del referéndum la corona sueca se ha revalorizado frente al euro pasando del histórico 9 a 8.9, con lo que aunque aún tímidamente, se empiezan a mostrar signos de optimismo. Las grandes empresas suecas, (Ericson, Volvo) remontan en la Bolsa, lo que da indicios para que los suecos recuperen la confianza en la estabilidad de sus puestos de trabajo.

### 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 2.003 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.

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.

Los bancos lanzaron a principios de invierno un tipo de préstamo hipotecario más flexible y que da la posibilidad de disponer mensualmente de más dinero en efectivo para gastar por ejemplo en viajes.

### 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.

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.

Los nórdicos en general notan la depreciación de su moneda en el aumento de precios de los paquetes turísticos y en las altas comisiones de cambio de moneda cuando viajan a los países europeos que tienen el euro como moneda en curso.

## 2. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO NÓRDICO

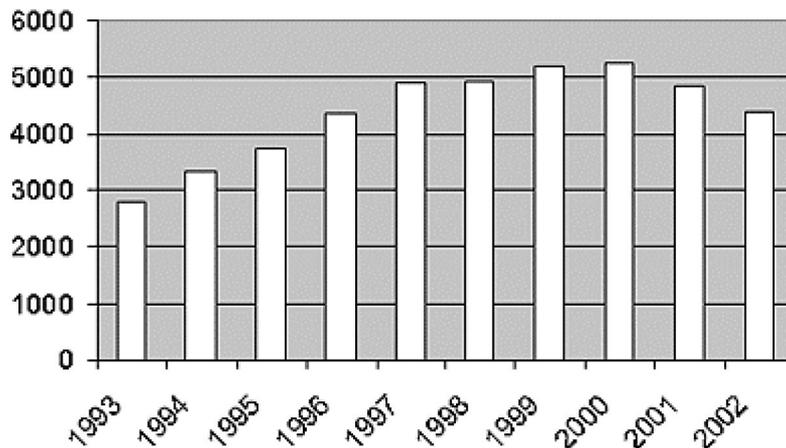
### 2.1- PRINCIPALES TOUOPERADORES

Alrededor de 4.37 millones de nórdicos realizaron viajes charter en 2002. Estos se dividieron entre los diferentes touroperadores de la siguiente forma:

TOUOPERADORES	Nº Clientes	% Cuota mercado
<b>SUECIA</b>		
Fritidsresor (incl. TEMA & Sportresor)	550 000	32%
Ving (incl. Special & Alpin)	430 000	25%
Apollo	300 000	17,5%
Always	224 000	13%
STS Solresor	100 000	6%
Spies	85 000	5%
Otros	25 000	1,5%
Total	1 714 000	100%
<b>NORUEGA</b>		
Star Tour (incl. TEMA & Sportresor)	310 000	34,3%
Ving (incl. Special & Alpin)	215 000	23,7%
Saga	215 000	23,7%
Apollo	110 000	12,1%
Detur	20 000	2,2%
Övriga	35 000	4%
Total	905 000	100%
<b>FINLANDIA</b>		
Aurinkomatkat	302 800	34,8%
Finnmatkat (incl. Fritidsresor & Hasse)	265 100	30,4%
MyTravel (Spies & Tjæreborg)	127 115	14,6%
Otros	176 051	20,2%
Total	871 066	100%
<b>DINAMARCA</b>		
Star Tour (incl. TEMA)	163 672	21%
Spies	143 291	18%
Tjæreborg	135 933	17%
Kuoni	119 681	15%
Falk Lauritsen	68 529	9%
Dansk Folkferie	52 335	6,5%
Ving	31 452	4%
Bravo Tours	30 497	4%
Århus Charter	23 885	3%
Club La Santa	14 863	2%
Ung Rejs	2 829	0,5%
Total (miembros asociación turop.)	786 967	100%
Otros	100 000	
Total	886 967	

*Fuente: Fritidsresor.se*

### Viajes charter turistas nórdicos 1993-2002 (en miles)



Fuente: *Fritidsresor.se*

### GRUPO MY TRAVEL

La crisis del gran mayorista My Travel continúa aun en esta temporada de verano 2003 y se refleja en reducciones de plantilla con 700 despidos en todo el grupo y 50 de ellos en Dinamarca donde han cerrado el centro administrativo de la península de Jutlandia. Son varias las causas de la reducción de plantilla:

1. Bajada de la demanda de viajes charter.
2. Disminución del 40% de las ventas a través de vendedores en comparación con el año anterior.
3. Aumento de las ventas a través de internet, método que a pasado en un año del 4 al 20% del total de las ventas.

### GRUPO TUI

Debido a la crisis de la compañía y para llenar las plazas de aviones y hoteles, TUI lanzó un descuento de viajes llamado «Discount Travel». Los precios se situaron entre 5-40% por debajo del precio de catalogo.

A 4 abril sus ventas estaban un 20-30% por debajo. Para los primeros meses de verano incluyeron un vuelo extra a Mallorca y otro a Grecia y eliminaron un vuelo a Turquía. Enfocaron sus ventas de verano en Mallorca y Menorca. Para Semana Santa tuvieron en total 200 plazas libres de las cuales solo unas pocas correspondían a Canarias.

Una táctica para garantizar volumen de ventas fue la realización de viajes de grupos en colaboración con diferentes medios de prensa lo que les garantizó un porcentaje de las ventas. Si bien, tuvieron que recurrir a las ventas de ultimo minuto.

**Entre estos dos grandes grupos** se reparten la mayor parte del mercado en cada país, a excepción de Finlandia donde el principal turoperador es el fines Aurinkomatkat seguido de TUI en segundo lugar, en el resto de países es My Travel quien, sumando las cuotas de sus diferentes marcas, lidera el mercado.

La atonía de las ventas se extiende también a otros operadores como los daneses **Dansk FolkeFerie**, **Tyrkiet Eksperten** y **Apollo Rejser**, que siguen la pauta de los descuentos de última hora. Por otro

lado, las agencias de viajes y turoperadores menores y más especializados como Club La Santa (Lanzarote) y Krone Rejser (Málaga), evolucionan mejor, esta última aprovecha el gran éxito de sus ventas de vuelos a bajo precio a Málaga y comienza próximamente a vender producto golf en Costa del Sol, Mallorca y Costa Blanca. **Bravo Tours**, de la península de Jutlandia, abre tienda en diciembre 2003 en Copenhague, y **Aarhus Charter**, introduce Tenerife como su primer destino charter en España.

Según se publica en el diario económico Børsen, el sector de las agencias de viajes de negocios está marcado por el descenso. El año 2003 parece mejor que el 2002, pero el próximo año se espera que las cosas empiecen a ir mejor cuando a principios de año, el mayor desafío de las agencias sea las nuevas reglas del juego donde las provisiones de las compañías de aéreas empiecen desde cero.

En los países nórdicos sigue desarrollándose el uso de Internet en sustitución de la tradicional agencia de viajes. Las ventas por Internet aumentaron sólo en Dinamarca en 2002 un 230% con una facturación bruta de cerca de 40 millones de coronas.

## **2.2- PRINCIPALES COMPAÑÍAS AÉREAS**

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 charter. 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».

La temporada de verano es la más demandada. En verano 2003 Sterling obtuvo un record de 650.000 pasajeros. El mercado esta dirigido principalmente para sol y playa, familias y visitar amigos.

Compañías de bajo precio que ofrecen vuelos directos a Gran Canaria desde algunos de los aeropuertos con los que operan:

- Sterling: vuela desde Dinamarca, Noruega y Suecia
- Braathens: desde Noruega
- Air Finland: desde Finlandia

Otras compañías de bajo precio que NO incluyen Gran Canaria en vuelo directo:

- Snowflake: desde Dinamarca y Suecia
- Maersk Air: desde Dinamarca
- Iceland Express: desde Reykjavik a Copenhague y Londres
- Easyjet: desde Dinamarca a Londres y Newcastle
- Virgin Express: desde Copenhague, Gotemburgo y Estocolmo a Madrid, Barcelona, Málaga y Mallorca y otros destinos del sur de Europa vía Bruselas.

### **STERLING [www.sterlingticket.dk](http://www.sterlingticket.dk)**

Compañía independiente, anteriormente danesa ahora bajo intereses noruegos. Sterling combina en sus vuelos asientos regulares con asientos contratados a turoperadores, como el danés Falk Lauritsen y Star Tour (TUI).

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 danesas, y esperan tener los primeros beneficios anuales en el año 2004.

Destinos: Gran Canaria, Tenerife, Málaga, Alicante, Barcelona, Mallorca, Funchal, Niza, Milán, Roma y Creta.

A Gran Canaria vuela en la temporada de invierno, de octubre a abril. Al ser un vuelo de 5 horas no tiene flexibilidad suficiente para introducirlo en verano combinado con otros destinos.

- Desde Copenhague - 2 vuelos en viernes
- Desde Malmö – 1 vuelo los miércoles
- Desde Estocolmo – 1 vuelo directo en sábado, 1 vuelo vía Malmö en miércoles, 1 vuelo vía Copenhague en viernes
- Desde Gotemburgo - 1 vuelo en sábado
- Desde Oslo – 1 vuelo directo en sábado, 1 vuelo vía Copenhague en viernes

A Tenerife ofrece 1 vuelo en sábado desde Copenhague.

Sterling ya ha tenido su pasajero un millón y en los primeros 9 meses del año experimento un aumento de 39% de pasajeros en comparación con el mismo periodo del año anterior. A partir del próximo verano 2004 Sterling aumentara su flota de 8 a 13 aviones.

La web de Sterling ofrece un link a Hotel Connect para reserva de alojamiento en hoteles. Por el momento solo 1 establecimiento de Gran Canaria se ofrece a través de esta web.

### **BRAATHENS (SAS) [www.braathens.no](http://www.braathens.no)**

Enero 2002 la compañía fue comprada por SAS. Braathens ofrece el 41% de los vuelos domésticos en Noruega. Esta compañía de bandera noruega ha apostado fuertemente por Gran Canaria y desde marzo 2003 realiza 3 vuelos directos por semana a la isla.

Destinos: 16 destinos internos en Noruega. Vuelos regulares a múltiples destinos en Europa. Vuelos de bajo precio a destinos del sur de Europa: Barcelona, Málaga, Alicante, Mallorca, Niza, Roma y Gran Canaria.

A Gran Canaria vuela durante todo el año 3 veces en semana, lunes, miércoles y sábados.

La web de Braathens ofrece un link a Sunhotels.net para reserva de alojamiento. Varios establecimientos de Gran Canaria se ofrecen a través de esta web.

### **AIR FINLAND [www.airfinland.fi](http://www.airfinland.fi)**

En abril 2003 se crea en Finlandia esta compañía que vuela directamente a distintos destinos vacacionales. Con ello se flexibiliza el mercado finés que siempre ha estado más sujeto a vuelos regulares de largas horas con múltiples escalas.

Destinos: desde Helsinki a Málaga, Alicante, Gran Canaria, Tenerife, Funchal y Faro.

A Gran Canaria vuela 1 vez en semana en sábado. A Tenerife vuela 1 vez en semana en viernes.

### **IBERIA [www.iberia.com](http://www.iberia.com)**

Nuestra compañía aérea mantiene vuelos diarios a Madrid desde Copenhague y Estocolmo. Opera con su aliada Finnair desde Helsinki, enlazando vía Copenhague y Estocolmo. Desde Oslo vuela a Madrid y Barcelona.

También 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 lanzó 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.

### **SNOWFLAKE (SAS) [www.snowflake.airkiosk.com](http://www.snowflake.airkiosk.com)**

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. Para contrarrestar este descenso, SAS ha entrado en el mercado de vuelos a bajo precio con la marca «Snow Flake» a partir de marzo 2003 compitiendo con Sterling con vuelos a las principales ciudades europeas.

### **MAERSK AIR [www.maersk-air.dk](http://www.maersk-air.dk)**

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, en su versión charter, por casi todos los turoperadores del mercado danés en mayor o menor medida. Maersk tampoco escapa a la crisis y para el invierno 2003/2004 elimina 4 de sus vuelos. Como consecuencia, 40 pilotos y 120 miembros de la tripulación son despedidos.

Destinos: Amsterdam, Atenas, Billund, Bruselas, Frankfurt, Faroes, Kristiansand, Copenhague, Lisboa, Londres, Malmö, Munich, Odense, Paris, Estocolmo, Venecia, Aalborg y Aarhus. En alianza con Iberia vuela a Barcelona y Madrid.

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.

## 2.3 COMPAÑÍAS DE BAJO COSTE VERSUS TUROPERADORES

Para el destino Canarias, los ttoo no sienten la amenaza de esta nueva modalidad de viaje. Los turistas que viajan en vuelo de bajo coste a Canarias suelen pertenecer en su mayoría al turismo residencial o propietarios de apartamentos de tiempo compartido. Donde sí les ha perjudicado esta nueva tendencia es en destino como Londres, Niza, Costa Blanca y Costa del Sol donde la turoperación no estaba tan fuertemente establecida.

Ventajas del ttoo frente a las líneas de bajo coste:

1. En general, las personas de negocios prefiere el paquete charter con todo organizado porque para sus vacaciones no quiere tomar grandes decisiones, todo lo contrario, quieren despreocuparse, relajarse y que se lo den todo hecho, sobre todo el paquete básico: billete-traslado-alojamiento.
2. Los ttoo nórdicos llevan implantados en el mercado durante décadas desde el inicio del turismo de sol y playa en los 50 y 60, sus marcas «Ving», «Spies», «Fritidsresor», etc. están muy bien establecidas dentro de la sociedad nórdica y son símbolo de identidad y confianza.
3. El cliente «familia» busca seguridad y prefiere no arriesgar.

### 3. COMENTARIOS TEMPORADA VERANO 2003

A finales de enero salieron los catálogos de verano de los principales mayoristas nórdicos y fueron repartidos en las principales ferias de cada mercado. Los primeros en salir fueron los finlandeses y los últimos los daneses.

Los dos grandes, Tui Nordic y My Travel realizaron un gran despliegue de publicidad en prensa, TV, etc. compitiendo en precios. Para animar las ventas anticipadas se lanzaron grandes ofertas sobre precio de catálogo que en Finlandia, por ejemplo, llegaron a ofrecer cualquier destino a partir de 500 euros por semana.

#### 3.1 DESTINOS PRESENTES EN LOS CATÁLOGOS DE VERANO 2003

Si comparamos los catálogos de los mayoristas de este verano con los del verano 2002 no vemos grandes novedades, si acaso, algún punto turístico nuevo dentro de los destinos clásicos de Francia, Grecia e Italia.

Los destinos de corta distancia que se repitieron en todos los catálogos fueron: Bulgaria, Grecia, Italia, Chipre, Portugal, España, Túnez y Turquía. En España se vendió principalmente Mallorca, Costa del Sol y Costa Blanca. En destinos de larga distancia se ofreció básicamente Kenia, Florida y Tailandia.

De Canarias sólo Gran Canaria apareció este verano en los cuatro mercados, esto es gracias a que TUI conserva Gran Canaria como destino de verano en Finlandia, rompiendo así la estacionalidad tradicional de este mercado. Lanzarote, Tenerife y Fuerteventura aparecieron en menor medida en el resto de los países nórdicos.

Por países, en **Suecia** los aeropuertos han sufrido continuos descensos de pasajeros durante los primeros 9 meses del año. En el acumulado hasta septiembre la reducción había sido del 7% comparado con el año anterior. Para el mismo periodo la reducción de pasajeros internacionales fue del 9% mientras que los pasajeros en vuelo interno descendieron un 5%.

En agosto el descenso había sido del 8% y fue durante julio, mes vacacional por excelencia, donde los vuelos internacionales sufrieron el mayor descenso. La guerra de Irak y el SARS son los principales causantes del descenso de pasajeros en las rutas internacionales, mientras que los vuelos domésticos se han visto más afectados por la recesión económica del país. La drástica disminución de inversiones por parte de las compañías aéreas ha sido una de las principales medidas a tomar para reducir gastos.

Analizados los principales turoperadores suecos de los grupos My Travel y TUI podemos ver que las plazas estaban casi vendidas a mediados de agosto en los principales destinos de verano, Grecia, Turquía y Bulgaria, mientras que el resto de destinos se resiente algo más debido a la recesión económica del país. Recordemos que el recorte de capacidad a principio de temporada fue del -25% en el global y del -31% para los destinos españoles, según fuentes de la OET Estocolmo.

Gran Canaria	84,2%
Tenerife	90,0%
Lanzarote	72,0%
Costa del Sol	78,7%
Mallorca	88,7%
Menorca	76,0%
Bulgaria	97,4%
Grecia	91,2%
Italia	84,2%
Portugal	76,0%
Chipre	82,0%
Turquía	93,3%

Del total de 1.234.000 de paquetes chárter ofertados, 320.000 lo fueron para España, lo que supone una cuota de mercado del 26%. Sigue siendo la mayor en Suecia, pero los recortes sufridos hacen que se haya perdido entre un 3% y un 4% de dicha cuota en relación con el año anterior.

Por aeropuertos, y redondeando las cifras, la oferta es como sigue:

Palma de Mallorca:	156.000	paquetes.
Gran Canaria:	52.000	
Tenerife:	29.200	
Lanzarote:	11.000	
Fuerteventura:	2.700	
Málaga:	40.000	
Alicante:	22.000	
Barcelona:	7.000	

Según un estudio realizado por «Australian Tourist Commission» sobre el sector turístico nórdico, las ventas en las agencias de viajes suecas disminuyeron en un 14% durante el primer trimestre del 2003 en comparación con el mismo periodo del 2002 debido al lento pero continuo retroceso de la economía mundial, combinado con la guerra de Irak y el SARS. La venta de paquetes chárter disminuyó un 24%.

Kuoni Scandinavia ha adquirido el operador Stop Over antes en propiedad de Resia. Esta compra coloca estratégicamente a Kuoni dentro de la distribución de viajes individuales y complementa a su marca Apollo, la cual ofrece principalmente viajes chárter. Stop Over tiene 14 empleados y un resultado en el 2002 de 126 millones de coronas.

Kuoni Scandinavian también ha comprado el turoperador noruego Select Tours el cual vende paquetes vacacionales con vuelo regular. Select Tours tuvo un resultado en 2002 de 37 millones de coronas noruegas.

En **Dinamarca**, las altas temperaturas rondando los 30° diariamente desde mediados de julio hasta principios de septiembre afectaron la buena marcha de las ventas de verano. Una vez comenzado el curso escolar a principios de agosto, las ventas volvieron a bajar y las reservas se situaban como siguen:

Gran Canaria	91.9%
Tenerife	94.3%
Mallorca	90.2%
Costa del Sol	93.0%
Bulgaria	92.9%
Túnez	87.2%
Egipto	91.7%
Turquía	84.6%
Chipre	92.0%
Grecia	91.1%
Tailandia	92.5%
Italia	85.0%

En total en la primera mitad de año ha habido 471.000 viajes chárter desde Dinamarca, solo 1% menos que en la misma temporada del año anterior. Según T.O. Tjaereborg quien más ha sufrido el descenso es Turquía por la crisis de Irak, aunque no estuviera involucrada directamente en la guerra. El SARS ha sido el otro factor determinante en el descenso de las cifras.

En **Finlandia**, la situación de las reservas a mediados de agosto en los principales destinos chárter de verano:

Gran Canaria	70 %
Mallorca	81 %
Costa del Sol	83 %
Turquía	85 %
Grecia	82 %
Bulgaria	87 %
Egipto	79 %

Gran Canaria sólo se comercializa en verano por Finnmatkat (TUI), siendo el único destino canario en Finlandia durante el verano.

Según fuentes de OET Helsinki, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos: durante mayo las ventas no terminaron de arrancar. En junio se vieron animadas por el mal tiempo reinante. El excepcional mes de julio, con calor y altas temperaturas y el comienzo del curso escolar ya a mediados de agosto fue el motivo de que los restos de viajes de la temporada de verano 2003 se venda a precios baratísimos, entre 200-300 €.

Los precios más baratos del mes de agosto correspondían a Turquía, principalmente a Marmaris y Alanya. Sin embargo, Turquía no fue el único país con rebajas, por algo más de 200 € se podía viajar a Grecia, Costa del Sol, Mallorca, Niza o Bulgaria.

### **3.2- FACTORES QUE HAN PODIDO PERJUDICAR LAS VENTAS DE VERANO 2003**

1. La guerra de Irak
2. Riesgo de contagio por neumonía atípica, SARS
3. Amenaza terrorista en destinos turísticos
4. Sobreoferta de paquetes charter
5. Altas temperaturas estivales en los países nórdicos

La amenaza de guerra ya estaba anunciada desde 2002 por lo que hubo un recorte de entre 30-35.000 plazas (sólo en Dinamarca) antes del verano. Debido a la guerra, las ventas bajaron alrededor del 20% lo que supuso una pérdida de 15.000 viajes para las compañías charter danesas. Después de abril, volvieron las ganas de viajar lo que significó que a partir de la segunda semana de mayo las ventas de viajes a Canarias, Mallorca, Grecia y Chipre alcanzaron el mismo nivel que antes de la guerra. También Turquía volvió a la venta a partir del 15 junio aunque ya no pudo recuperar las cifras del año anterior.

En cuanto al terreno económico, la inestabilidad laboral en las empresas del sector y en otras grandes, tipo Ericsson, y la depreciación de la corona con relación al euro y al dólar, produjeron incertidumbre en el consumidor y tendencia al ahorro.

Todo ello, obligó a las agencias de viajes a bajar los precios entre un 15-20% de cara a las vacaciones escolares de verano (julio 2003).

## 4. COMPARACIÓN DE DESTINOS POR CIFRAS AEROPORTUARIAS

Para comparar como ha sido el movimiento de turistas nórdicos en los distintos destinos españoles y de resto de países, tomaremos como ejemplo las cifras dadas por Aviación Civil Danesa. En el resto de países, aunque las cifras varían, la situación es muy similar.

### 4.1 CUADRO ENTRADAS\* TURISTAS DANESES, ABRIL-SEPTIEMBRE 2003

En la tabla siguiente se muestran los destinos de verano con mayor representación en los catálogos de turoperadores en Dinamarca que coinciden en general, con los catálogos del resto de Países Nórdicos al ser en su mayoría grupos internacionales (TUI, My Travel y Kuoni).

Como ya se venía anticipando, los destinos estrellas en vacaciones de corta distancia han sido **Bulgaria** (+31.7%), **Italia** (+18%), **España, sin Canarias** (+15.1%) y **Portugal** (+7.1%).

En destinos de larga distancia **Tailandia** descendió un -18.8% debido a la crisis por SARS. **Turquía** también descendió drásticamente por la crisis de Irak (-33.6%). Otro destino clásico en verano, **Grecia**, perdió un -3.4% de turistas daneses.

**Canarias** sufrió un fuerte descenso (-14.1%) debido a los grandes recortes que realizaron los turoperadores sobre los volúmenes ya contratados al principio de verano. My Travel Nordic, por ejemplo, tuvo cerrado todo el verano por reformas su establecimiento Sunwing de Gran Canaria. Los tres principales mayoristas acordaron fletar un solo vuelo semanal compartido a Gran Canaria.

El **resto de España** sí ha podido suplir la crisis del chárter con el alza de los vuelos regulares; mientras perdía un -8.7% de pasajeros chárter, por otro lado ganaba +29.5% de regulares.

### 4.2 CUADRO REPARTO DE CUOTA DE MERCADO DANÉS, ABRIL-SEPTIEMBRE 2003

01 abril-30 sept 03	Cuota mercado 03			Diferencia cuota mercado 02/03		
	REGULAR	CHARTER	TOTAL	REGULAR	CHARTER	TOTAL
<b>SCHENGEN:</b>						
Francia	5,9	2,4	5,5	-0,1	-0,6	-0,2
Grecia	1,2	34,7	5,3	0,3	-0,7	0,1
Italia	4,2	4,0	4,1	1,0	-0,4	0,8
Portugal	0,8	2,0	0,9	0,2	-0,4	0,1
<b>Resto España</b>	<b>4,6</b>	<b>13,9</b>	<b>5,8</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,2</b>	<b>1,0</b>
<b>España, Canarias</b>	<b>0,0</b>	<b>6,7</b>	<b>0,8</b>	<b>0,0</b>	<b>-0,6</b>	<b>-0,1</b>
Suecia	11,4	0,2	10,0	-0,4	-0,2	-0,3
Alemania	10,3	0,2	9,0	-0,1	0,0	-0,1
Resto zona Schengen	42,2	2,8	37,3	-1,2	1,6	-0,7
<b>NO SCHENGEN:</b>						
Bulgaria	0,0	6,6	0,8	0,0	1,9	0,2
Chipre	0,0	3,5	0,4	0,0	-0,2	0,0
Malta	0,0	1,8	0,2	0,0	0,2	0,0
Marruecos	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Singapur	0,4	0,0	0,4	0,1	0,0	0,1
Tailandia	1,5	0,1	1,4	-0,3	0,1	-0,2
Turquía	0,6	13,3	2,2	-0,1	-6,3	-0,9
Egipto	0,1	1,3	0,3	0,0	0,6	0,0
Resto zona NO Schengen	16,4	1,1	14,5	-1,0	0,3	-0,8

Fuente: Statensluftfartsvæsen /ØS

\*Cifras de salidas desde aeropuertos daneses de pasajeros en destino final y transfer

Si miramos los destinos competidores por cuota de mercado chárter vemos como **España** en su conjunto (+20.6%), se sitúa en 2º puesto tras **Grecia** (+34.7%), le sigue **Turquía** con +13.3% **Bulgaria** (6.6%), aumenta su cuota chárter acercándose a la cuota de mercado de Canarias.

En cuanto a vuelos regulares, tienen incrementos además de **Suecia** y **Alemania**, **España**, **Grecia** e **Italia**, beneficiados por las nuevas rutas regulares de las compañías de bajo precio.

**Canarias** capta el 6.7% del mercado charter después de perder -0.6% de la cuota charter y -0.1% de la total.

## 5. ANALISIS POR DESTINOS COMPETIDORES ESPAÑOLES

### 5.1- CUADRO ENTRADAS\* TURISTAS DANESES ABRIL-SEPTIEMBRE 2003

	Verano 2003 (abril-septiembre)			Diferencia 2002/2003			% Variación		
	REGULAR	CHARTER	TOTAL	REGULAR	CHARTER	TOTAL	REGULAR	CHARTER	TOTAL
GRAN CANARIA	250	17.323	17.573	151	-7.808	-7.657	152,5	-31,1	-30,3
TENERIFE	272	10.963	11.235	272	-490	-218		-4,3	-1,9
FUERTEVENTURA	0	386	386	0	386	386			
LANZAROTE	0	11.105	11.105	0	770	770		7,5	7,5
MALLORCA	13.227	55.353	68.580	-123	-2.351	-2.474	-0,9	-4,1	-3,5
COSTA DEL SOL	33.617	21.597	55.214	15.666	-6.632	9.034	87,3	-23,5	19,6
SEVILLA	0	31	31	0	5	5		19,2	19,2
COSTA BLANCA	18.053	2	18.055	6.572	2	6.574	57,2		57,3
BARCELONA	37.390	1.195	38.585	18.916	353	19.269	102,4	41,9	99,8
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>139.933</b>	<b>122.566</b>	<b>262.499</b>	<b>44.691</b>	<b>-15.597</b>	<b>29.094</b>	<b>46,9</b>	<b>-11,3</b>	<b>12,5</b>

Fuente: Statensluftfartsvæsen /ØS

\*Cifras de salidas desde aeropuertos daneses de pasajeros en destino final únicamente.

Las salidas de turistas daneses durante el verano 2003 han beneficiado principalmente a **aquellos destinos donde se ha incrementado el transporte de vuelo regular de bajo coste** (Costa del Sol, Costa Blanca y Barcelona) debido a las nuevas conexiones directas de Sterling, Snowflake y Maersk. Lo mismo ocurre desde el resto de países nórdicos donde estas y otras compañías de este tipo ofertan los mismos destinos así como otros del sur de Europa (Niza, Venecia, Atenas, etc.)

**Mallorca** ha pesar de los anuncios de malas ventas al principio del año, finalmente no acuso tanto la crisis y las cifras bajaron sólo en un -3.5% en comparación con el año anterior.

En **Canarias**, el destino más beneficiado ha sido **Lanzarote** con un aumento del +7.5% mientras que el más perjudicado ha sido **Gran Canaria** (-30.3%). **Tenerife** ha descendido sólo ligeramente (-1.9%). **Gran Canaria** recibe el 43.6% de los daneses que llegaron a las islas, **Tenerife** el 27.9% y **Lanzarote** 27.5% se repartieron casi el mismo numero de turistas. **Fuerteventura** con 386 pasajeros no llega al 1% del total.

### 5.2 CUADRO REPARTO DE CUOTA DEL MERCADO DANÉS, ABRIL-SEPTIEMBRE 2003

	% Cuota mercado verano 03			Diferencia Cuota Mercado 02/03		
	REGULAR	CHARTER	TOTAL	REGULAR	CHARTER	TOTAL
GRAN CANARIA	0,2	14,1	6,7	0,1	-4,1	-4,1
TENERIFE	0,2	8,9	4,3	0,2	0,7	-0,6
FUERTEVENTURA	0,0	0,3	0,1	0,0	0,3	0,1
LANZAROTE	0,0	9,1	4,2	0,0	1,6	-0,2
MALLORCA	9,5	45,2	26,1	-4,6	3,4	-4,3
MENORCA	0,0	1,5	0,7	0,0	0,1	-0,1
IBIZA	0,0	0,4	0,2	0,0	0,1	0,0
COSTA DEL SOL	24,0	17,6	21,0	5,2	-2,8	1,2
COSTA BLANCA	12,9	0,0	6,9	0,8	0,0	2,0
VALENCIA	0,0	0,2	0,1	0,0	0,2	0,1
BARCELONA	26,7	1,0	14,7	7,3	0,4	6,4
BRAVA	0,0	1,5	0,7	0,0	0,1	-0,1
MADRID	26,5	0,0	14,1	-9,1	0,0	-0,4
OTROS	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0

Fuente: Statensluftfartsvæsen /ØS

Por vuelo chárter durante el verano, **Mallorca** con 45.2% y **Costa del Sol** con 17.6% fueron los líderes, seguidos de **Gran Canaria**, 14.1%.

Esta pérdida de protagonismo de Gran Canaria como líder chárter en cuanto a cuota de mercado, se debe, como ya hemos explicado en otras ocasiones, a la mayor cercanía de otros destinos en época estival y a sus precios más competitivos.

Gran Canaria ha aumentado mínimamente su cuota de viaje regular (0.1%) por los viajes de Sterling durante abril, lo que aun no supe la pérdida de chárter (-4.1%). En total se perdió un -4.1% de la cuota de mercado respecto a las entradas de daneses en España.

## 6. APUNTES SOBRE LA TEMPORADA INVIERNO 2003/2004

Los turoperadores se muestran positivos ante las reservas de invierno que este año han intentado potenciar flexibilizando las estancias, por ejemplo TUI permite viajes de 4-5 y 10-11 días en vez del clásico 7 ó 14, y sobre todo las estancias mas largas, 10-11 días, han sido muy bien acogidas.

La ausencia de viajes durante el verano, potenció los viajes en las vacaciones escolares de otoño, ya que el consumidor tenía más liquidez para gastar y ganas de viajar. Mallorca y Grecia fueron los destinos beneficiados durante esas vacaciones ya que los turoperadores fletaron vuelos extras.

En cuanto a los nuevos destinos de larga distancia, en el catálogo de invierno 2003/2004, los 3 principales mayoristas chárter: My Travel, TUI Nordic y Kuoni han introducido Sri Lanka en sus nuevos programas de invierno. Always (My Travel) ha incrementado sus vuelos a Florida y República Dominicana mientras que Fritidsresor introduce vuelos regulares a Playa del Carmen en Méjico y ha aumentado sus vuelos a Brasil. Ving presenta vacaciones combinadas en Malasia y la posibilidad de combinar vacaciones en Tailandia con 3 días en Shangai. Apollo ha introducido vacaciones chárter a Cuba. Estos destinos llenan los catálogos de color y exotismo aunque realmente sus capacidades son muy pequeñas en comparación con las de los principales destinos invernales Canarias y Egipto.

Por otro lado, Turquía, los Emiratos Árabes y el Cercano Oriente siguen sufriendo por la inseguridad de la zona.

Las ventas de los viajes de la temporada de invierno se encuentran ahora en su punto culminante, los viajes para navidades están casi todos vendidos, también marchan muy bien las ventas de los viajes de las semanas de vacaciones de invierno (en la segunda quincena de febrero).

Sorprende el éxito renovado de los destinos lejanos de occidente como Brasil que ha sido acogido muy bien por los turistas finlandeses este invierno. De igual manera crece el interés de los finlandeses, y nórdicos en general, por Méjico y la República Dominicana, destinos que hace unos años bajaron a causa de la alta cotización del dólar. El actual valor del dólar va a influir muy favorablemente también en el turismo a los EEUU. Florida volverá a ser un destino muy solicitado y los turoperadores lo vuelven a incluir en sus catálogos.

Los destinos favoritos de la temporada Invierno 2003 – 2004\*

1. Gran Canaria
2. Tenerife
3. Phuket (Tailandia)
4. Madeira
5. Lanzarote
6. Natal (Brasil)
7. Chipre
8. Málaga

*\*Fuente Aurinkomatkat y Finnmatkat.*

Los turoperadores para evitar consecuencias debido a crisis como la guerra de Irak y la fiebre SARS han decidido distribuir su oferta de destinos lejanos también a otras zonas nuevas. Entre ellas, Sri Lanka, Maldivas, Zanzíbar, Mauricio y África del Sur.

En su esfuerzo por diversificar su oferta, también han introducido nuevos productos en sintonía con el esfuerzo de los destinos por segmentar el turismo. Algunos de ellos son:

1. **Turismo de salud:** el paquete Ego de TUI: que incluye masajes y sesiones de talasoterapia y spa. En España se ofrece en Gran Canaria y Tenerife.
2. **Turismo de cruceros:** por el Caribe, el Mediterráneo y Canarias, este último combinado con Madeira y Agadir, también da la oportunidad de combinarlo con **producto golf**.
3. **Turismo de circuitos:** «Gran Canaria de tu propia mano» circuito en coche por la isla combinando el turismo de sol y playa con el turismo rural. Jeep safari en Marruecos y safaris en Sudáfrica.

Algunos ejemplos de precios de viajes de dos semanas a principios de enero desde Finlandia. (Alojamiento en habitaciones dobles, en hoteles de tres estrellas con desayuno-buffet)\*

Euros / pax	
Puerto Plata (Rep. Dominicana) (media pensión)	1 415
Cabo Verde	1 345
Playa del Carmen (Méjico)	1 310
Phuket (Tailandia)	1 280
Fortaleza (Brasil)	1 245
Dubai (Emir. Árabes)	950
Playa del Inglés (Gran Canaria)	870
Sharm el Sheik (Egipto)	800

Las últimas noticias a mediados de diciembre son según Spies en Dinamarca que este el mejor invierno de los últimos 20 años, refiriéndose a las ventas de vacaciones de invierno. A dos semanas de comenzar las vacaciones esta todo vendido. El año pasado por estas fechas alrededor de una cuarta parte de los viajes debieron ser rebajados drásticamente para poder venderlos debido a la crisis de Irak, al ataque terrorista en Bali y al SARS. Este año tanto Spies como el resto de turoperadores, ha adaptado la oferta a la demanda. El año pasado tenían en la primera semana de diciembre alrededor del 76% vendido mientras que este año tienen el 94% para el mismo periodo.

## 7. CONCLUSIÓN

La situación de recesión económica en los países, la crisis de Irak, la amenaza terrorista en destinos turísticos y la propagación de graves enfermedades como el SARS han puesto en alerta a los turoperadores que están tratando de aminorar los riesgos, diversificando su oferta hacia otros destinos, reduciendo la sobre contratación y en la medida que pueden, eliminando las garantías.

Gran Canaria ha sido uno de los destinos mas afectados durante el verano con una drástica reducción de las plazas ofertadas por los turoperadores que en su mayoría solo ofrecen los establecimientos de su propiedad para las fechas estivales.

Durante la última década venimos haciendo un esfuerzo importante por romper la estacionalidad invernal de los turistas nórdicos. A largo plazo vemos como el resultado, debido a distintos factores coyunturales, casi se ha vuelto en nuestra contra, con reducción de precios en invierno y sobretodo en verano.

Quizás volver a concentrar el turismo nórdico sólo durante los meses de invierno podría dar lugar a una revaloración de nuestro destino en los mercados de origen. Esto debe ir acompañado de una puesta en forma en varios campos, los más demandados por el sector actualmente son:

**Aumentar la presencia de nuestra oferta en internet.** Los clientes que han adquirido unas vacaciones les gusta «soñar» con ellas mucho antes de comprarlas, para ello, demandan que entre otros, los establecimientos hoteleros y extrahoteleros cuenten con paginas webs donde muestren su oferta.

**Mejorar los servicios de IT en los establecimientos.** Hoy en día el turista medio que nos visita tiene 2-3 televisores por hogar, además de video, DVD, ordenador, internet, videojuegos, etc. Por lo tanto no entienden que al llegar a muchos de nuestros establecimientos se encuentren con un televisor pequeño con pago de moneda.

Se puede hacer una inversión en servicios tecnológicos, invirtiendo en televisores de mayores dimensiones y sin prepago, y seguir obteniendo beneficios ofreciendo, por ejemplo, canal de películas de pago.

Incluso se puede ofrecer a través de estos nuevos TV servicios añadidos como despertador, información sobre excursiones, programación de actividades dentro del establecimiento, información sobre servicios que se ofrecen en recepción, etc.

**Renovación de la oferta en destino:** Muchas veces baja la venta de productos (p.ej. excursiones) debido a que los turistas repetidores ya han visto lo mismo varias veces. Aprovechando toda la nueva infraestructura de segmentación por productos se pueden crear nuevos paquetes de excursiones y actividades para su comercialización.

Estamos pasando un momento de grandes cambios, donde la tecnología juega un papel importante y no debemos quedarnos atrás si queremos mantenernos como entre los destinos vacacionales líderes para Europa. Debemos seguir ofreciendo una temperatura idónea y las mejores playas, pero hay que añadirle extras que revaloricen el destino, por un lado comercializando nuevos productos como salud, golf, ciudad o rural y por otro, poniendo nuestros establecimientos al día en cuanto a servicios tecnológicos.

## 8. 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 (Luffartsverket)
- 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)
  
- Oficina Española de Turismo en Estocolmo, informes varios
- Oficina Española de Turismo en Copenhague, informes varios
- Oficina Española de Turismo en Oslo, informes varios
- Oficina Española de Turismo en 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
- Notas de prensa y artículos publicados en los diarios económicos y nacionales, entre ellos, Børsen, Jyllands-Posten, Berlingske Tidende Business Travel, Politiken, Taloussanommat y otros.