

**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 2005/2006.**

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

Preparado por:

**Juan Fernando Suárez Díaz**

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

# INDICE

	<i>Pag.</i>
<b>1. NORUEGA .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 DATOS MACROECONOMICOS .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO .....</b>	<b>1</b>
<b>1.3 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA .....</b>	<b>1</b>
<b>1.4 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA ...</b>	<b>1</b>
<b>1.5 SITUACIÓN DE MERCADOS COMPETIDORES .....</b>	<b>2</b>
<b>2. SUECIA .....</b>	<b>3</b>
<b>2.1 DATOS MACROECONOMICOS .....</b>	<b>3</b>
<b>2.2 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO .....</b>	<b>3</b>
<b>2.3 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA .....</b>	<b>3</b>
<b>2.4 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA ...</b>	<b>4</b>
<b>2.5 SITUACIÓN DE MERCADOS COMPETIDORES .....</b>	<b>4</b>
<b>3. DINAMARCA .....</b>	<b>5</b>
<b>3.1 DATOS MACROECONOMICOS .....</b>	<b>5</b>
<b>3.2 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO .....</b>	<b>5</b>
<b>3.3 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA .....</b>	<b>5</b>
<b>3.4 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA ...</b>	<b>6</b>
<b>3.5 SITUACIÓN DE MERCADOS COMPETIDORES .....</b>	<b>6</b>
<b>4. FINLANDIA .....</b>	<b>7</b>
<b>4.1 DATOS MACROECONOMICOS .....</b>	<b>7</b>
<b>4.2 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO .....</b>	<b>7</b>
<b>4.3 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA .....</b>	<b>7</b>
<b>4.4 SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA ...</b>	<b>7</b>
<b>4.5 SITUACIÓN DE MERCADOS COMPETIDORES .....</b>	<b>8</b>
<b>5. COMPARATIVA DE PRECIOS PAQUETES TURISTICOS EN SUECIA .....</b>	<b>9</b>
<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>10</b>

## 1.- NORUEGA

### 1.1.- DATOS MACROECONÓMICOS:

Se piensa que el periodo alcista que viene experimentando en los últimos años va llegando a su fin, por lo que habrá que esperar un cierto tiempo hasta volver a encontrar cifras de crecimiento como las de 2005, que alcanzaron un 4%.

Los datos macroeconómicos de Noruega han sido:

- Paro: 4,8%. Dato del cuarto trimestre de 2005 según el instituto noruego de estadística.
- Inflación: 1,8%. Dato de noviembre de 2005 según el instituto noruego de estadística.
- Incremento PIB: 3,6%. Dato del último trimestre de 2005 según el instituto noruego de estadística.

### 1.2.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO:

El invierno ha venido condicionado por la fuerte competencia entre las compañías aéreas regulares que operan en destinos vacacionales, la tendencia ha sido aumentar el número de destinos. Por su parte, los operadores chárter viven un periodo expansivo, tanto en número de destinos como en capacidad de los mismos.

Según la Autoridad de la Aviación Civil Noruega, los vuelos internacionales han aumentado casi un 10% de enero a septiembre de 2005 con respecto al mismo periodo de 2004, estos porcentajes se acompañan del incremento del 9,6% de pasajeros en vuelos regulares y del 6,1% de pasajeros en vuelos chárter.

### 1.3.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA:

Los vuelos regulares a España desde Noruega se han incrementado en un 65% en el invierno de 2005 con respecto a invierno de 2004, este aumento ha sido posible gracias a la aparición de nuevas aerolíneas, diversificación de aeropuertos en los lugares de destino y a la apertura de nuevas rutas. Durante el invierno, Alicante, Málaga, Gran Canaria, Murcia y Palma de Mallorca son, por este orden, los aeropuertos con mayor número de tráfico desde Noruega.

La OET de Oslo estima que los vuelos chárter a España durante el invierno se han incrementado en un 30%, donde Gran Canaria ha sido el principal destino, Tenerife y Lanzarote le siguen a distancia. Es de destacar la reentrada de Fuerteventura en la oferta chárter noruega, donde incluso el turoperador STS ha sacado un folleto especial de la isla majorera.

### 1.4.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA:

Del los 156.239 turistas que nos visitaron el invierno 2004/2005, se ha pasado a 171.762 turistas el invierno anterior, es decir, Gran Canaria ha ganado 15.523 turistas noruegos, lo que supone un incremento del 9%. Los meses mas positivos fueron noviembre, diciembre y abril, sin embargo enero y febrero registraron peores cifras este último invierno que el anterior.

#### Comparativa de turistas noruegos llegados a Gran Canaria en Invierno

	Noviembre	diciembre	enero	febrero	Marzo	Abril
2004/05	26.839	27.771	31.676	29.447	27.893	12.613
2005/06	31.965	34.469	29.921	28.921	31.372	15.114
Incremento	19,10%	24,12%	-5,54%	-1,79%	12,47%	19,83%
Diferencia	5.126	6.698	-1.775	-526	3.479	2.501

Fuente: AENA

### **1.5.- SITUACIÓN DE MERCADOS COMPETIDORES:**

En el contexto internacional, España ha sido el destino mas demandado del invierno, pero se percibe un incremento en los vuelos a destinos lejanos donde destacan Tailandia, Brasil, Turquía, Malasia, Brasil, E.A.U. o el Caribe, donde Cuba es protagonista. En el segmento de lalarga distancia, se han incorporado destinos como China, Israel, Jordania y Omán.

## **2.- SUECIA**

### **2.1.- DATOS MACROECONÓMICOS:**

La inflación durante el invierno se ha situado por debajo de las previsiones del gobierno y el banco central ha bajado los tipos de interés que anteriormente ya eran bastante bajos.

En datos generales, el crecimiento económico continua estable y apoyado en la demanda interna, se prevee que aumente el consumo familiar, lo que repercutirá positivamente en el empleo. Otros pilares que refuerzan el crecimiento económico sueco son la inversión y la construcción, la causa de estos crecimientos hay que buscarla en los bajos tipos de interés anteriormente comentados.

- Paro: 5,6%, dato de octubre de 2005 del Instituto Sueco de Estadística.
- Inflación: 0,8%, dato de noviembre de 2005 del instituto Sueco de Estadística.
- P.I.B.: 3,4%, dato del tercer trimestre de 2005 del Instituto Sueco de Estadística.

### **2.2.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO:**

Los paquetes turísticos han visto incrementado su precio una media de 18 euros debido al incremento del precio del petróleo y a los tipos de cambio con el dólar, moneda utilizada para el alquiler de aviones y el pago del combustible.

Las ventas de los paquetes turísticos invernales comenzaron bastante estancadas, debido principalmente al buen tiempo disfrutado durante los últimos meses del verano y el relativo buen otoño. La oferta invernal ha visto la recuperación de Tailandia, cada vez elegido por las familias que tradicionalmente visitan el Mediterráneo, el buen funcionamiento de los destinos lejanos, la leve caída de Egipto, donde se esperaban cifras bastante peores, pero también ha observado el desplome de Turquía y el flojo arranque de Canarias, que se esperaba que actuara como motor de ventas pero no ha respondido a las expectativas, aunque los datos de final de temporada, confirman que el cierre del invierno mantuvo cifras parecidas a 2004 para Canarias.

Expresando en datos lo anteriormente expuesto, tenemos que prácticamente se ha mantenido la cifra de paquetes turísticos lanzados en 2004, 641.824 paquetes en 2005-2006 frente a 647.659 del invierno anterior, es decir, un descenso de aproximadamente un 1%.

### **2.3.- DEMANDA DE VIAJES HACIA ESPAÑA:**

Para el conjunto de España, el invierno 2005-2006 por fin ha arrojado un incremento de suecos que viajan a España, lo que rompe la tendencia a la baja que venía registrando los últimos años, concretamente la subida ha sido del 1,7%. La razón de este cambio de tendencia es principalmente debido al incremento del turismo individual, que ha basado su incremento en las líneas de bajo coste, aunque también las líneas regulares han experimentado un crecimiento importante, del 7%. Los vuelos de bajo coste a España mantienen la programación del invierno anterior, así pues, Ryanair mantiene su vuelo diario a Girona desde el aeropuerto de Skavsta, en el área metropolitana de Estocolmo. Sterling si varía ligeramente su programación, ahora vuelan diariamente a Alicante, Barcelona y Málaga, tres vuelos por semana a Gran Canaria, dos a Mallorca y uno a Lanzarote pero desde Gotemburgo.

Flynordic vuela a Málaga tres veces por semana y dos a Alicante y reduce sus vuelos a Barcelona, de cinco semanales pasa a uno. Para este invierno, Spanair abre una nueva ruta en noviembre de Estocolmo a Málaga.

En lo referido a los vuelos charter, la oferta se mantiene prácticamente estable, los destinos canarios se mantienen, Mallorca baja notablemente en invierno y es únicamente programada por My Travel. Barcelona y Málaga siguen manteniéndose como destinos peninsulares. Los datos relativos a Canarias muestran un descenso del 8% para My Travel y un estancamiento en Fritidsresor (TUI); la principal causa que se apunta para explicar este inesperado descenso es la mala climatología del invierno anterior. Ni siquiera la crisis de las caricaturas ha podido variar esta tendencia.

#### **Comparativa de Volúmenes de paquetes por destino invierno 05-06 e invierno 04-05**

	<b>Invierno 04-05</b>	<b>Invierno 05-06</b>	<b>Variación porcentual</b>
Gran Canaria	164.930	161.255	-2,2%
Tenerife	83.668	82.004	-2%
Lanzarote	27.062	27.773	2,5%
Fuerteventura	17.695	18.247	3,1%
Palma de Mallorca	17.443	9.995	-43%
Barcelona	2.858	2.093	-27%
Málaga	1.476	1.582	7,1%

*Fuente: Turespaña*

El total de la oferta, 311.606 paquetes, no incorpora novedades y las Islas Canarias copan la programación con 289.239 paquetes.

#### **2.4.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA.**

El mercado sueco sigue con su lento pero constante retroceso en nuestra isla, de los 163.117 turistas que nos visitaron el invierno 2004/2005 se ha pasado a 158.405 turistas en el último invierno, esto supone una pérdida de 4.711 turistas, un retroceso del 2,88%

#### **Comparativa de turistas suecos llegados a Gran Canaria en invierno.**

	<b>Noviembre</b>	<b>diciembre</b>	<b>enero</b>	<b>febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>abril</b>
2004/05	28.908	30.209	30.615	28.206	30.247	14.931
2005/06	31.050	30.672	25.539	25.149	29.705	16.290
Incremento	7,41%	1,53%	-16,58%	-10,84%	-1,79%	9,10%
Diferencia	2.142	463	-5.076	-3.057	-542	1.359

*Fuente: AENA*

#### **2.5.- SITUACIÓN DE MERCADOS COMPETIDORES**

Los destinos de larga distancia tienen un comportamiento realmente bueno, con una Tailandia totalmente recuperada en cuanto a volúmenes y reforzada en cuanto a destinos. Egipto muestra también un comportamiento relativamente bueno, con leves caídas, lo que teniendo en cuenta lo reciente de los atentados de Sharm el Sheik puede considerarse como positivo.

Los destinos de nieve, Italia, Francia y Austria, no experimentan variaciones significativas.

### **3.- DINAMARCA:**

#### **3.1.- DATOS MACROECONÓMICOS:**

El mercado monetario, animado por unos tipos de créditos hipotecarios, está actuando de estímulo en la economía danesa. El consumo se espera que se mantenga también alto debido al aumento del precio de la vivienda.

- Paro: 2,8%, dato de diciembre de 2005 según el instituto danés de estadísticas
- Inflación: 2,0%, dato de noviembre de 2005 según el instituto danés de estadísticas
- Incremento PIB: 2,8%, dato de diciembre de 2005 según el Ministerio Danés de Finanzas

#### **3.2.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO:**

El invierno del mercado turístico danés viene marcado por acontecimientos bastante significativos como la fusión de Maersk Air con Sterling o sobre todo la «Crisis de las Caricaturas» que arrojó como resultado un redireccionamiento de los flujos turísticos, donde Canarias fue una de las beneficiadas (aunque en menor medida de lo que se esperaba) así como el gran número de daneses que finalmente no pudieron viajar ante la imposibilidad de encontrarle un destino alternativo. Además, varias agencias han reestructurado su negocio, orientándolo a obtener un mayor y mejor posicionamiento en las ventas a través de Internet.

El Turpoerador Star Tour (Grupo TUI), estima que el volumen de vuelos charter en Dinamarca alcanzará 1,2 millones de pasajeros en 2005, así como 34 millones de euros de beneficio global, la cifra mas alta alcanzada. Se mantienen los principales destinos de sol y playa: Canarias, Egipto y Madeira son destinos destacados.

La oferta de larga distancia se centra en Tailandia y se complementa con el Caribe, Brasil e India. Los precios de catálogo aumentan un 5,6 por ciento como término medio y para España un 3,3%. Según un sondeo de la consultora «A&B analyse» arroja que el 50% de los daneses viaja en invierno, el segmento mas viajero es el de mayores de 60 años. Sobre el total de los viajeros, casi el 25% busca sol y un 20% prefiere esquiar, mientras que el turismo de ciudad crece y se sitúa en un 18,3%.

#### **3.3.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA:**

Las compañías de bajo coste pugnan con las tradicionales por dominar los destinos españoles, SAS planea cancelar unas 11 rutas de las cuales 3 son españolas, a partir de abril de 2006.

La preocupación por la proliferación de low costs, sobre todo en las islas, afecta también a los Turoperadores, ya que el desembarco de las compañías de bajo coste reproduciría en Canarias el fenómeno producido en la Costa del Sol, abandonada por el grueso de los turoperadores. Mallorca también pierde clientes de paquete turístico a la vez que gana viajeros individuales.

Lo anteriormente expuesto son las perspectivas inmediatas, pero los datos reales del invierno 05-06 en Dinamarca determinan que el producto sol y playa aumenta su popularidad en Dinamarca y dentro de esta modalidad, las Islas Canarias acaparan el 65% de la oferta total de los catálogos.

El producto city break observa el crecimiento espectacular de Madrid, que con 122.660 viajeros desde Copenhague en el periodo enero - septiembre crece un 103% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Cataluña está representada en una menor escala y posicionada con un producto especializado, senderismo, cicloturismo y gastronomía son sus pilares. También goza de cada vez de más popularidad el Camino de Santiago y los cruceros con escala en las Canarias.

Explicando en cifras los principales datos anteriormente señalados tenemos que La Costa del Sol disminuye un 18% su oferta para este invierno, la Costa Blanca un 17%, Lanzarote aumenta un 37%, y Fuerteventura un 3%.

### **3.4.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA:**

Gran Canaria ha ganado este último invierno 4.657 turistas daneses, situando la cifra en 108.038 turistas de esta nacionalidad, este dato supone un aumento del 4,31% con respecto al invierno anterior, donde recibimos a 103.372 turistas. Es de señalar que se produce un cambio de tendencia, pasa de negativa a positiva, coincidiendo con la crisis de las caricaturas.

#### **Comparativa de daneses llegados a Gran Canaria en invierno**

	<b>noviembre</b>	<b>diciembre</b>	<b>enero</b>	<b>febrero</b>	<b>Marzo</b>	<b>abril</b>
2004/05	16.987	19.586	20.496	18.185	18.766	9.352
2005/06	16.535	18.886	18.499	21.378	21.775	10.956
Incremento	-2,66%	-3,57%	-9,74%	17,56%	16,03%	17,15%
Diferencia	-452	-700	-1997	3.193	3.009	1604

*Fuente: AENA*

### **3.5.- MERCADOS COMPETIDORES:**

Los destinos árabes han quedado tocados en mayor o menor medida desde la crisis de las caricaturas, no se espera que hasta mitad de 2006 vuelvan a comenzar a recuperar la normalidad.

En cuanto al resto de destinos competidores de Sol y Playa, los principales son Egipto, Tailandia, Madeira y Azores.

Los Destinos de Larga distancia más populares son Phuket, Bangkok, Goa, Natal y Cancún.

De entre estos destinos, Tailandia es el que mejor comportamiento tiene, su oferta de paquetes a la venta ha aumentado casi un 30%.

En cuanto al producto ciudad, los destinos competidores más señalados son París, Roma y Londres en términos absolutos, pero vienen creciendo fuerte Estambul y Venecia.

Aún así el total de plazas ofertadas fuera de España es el 32 % de las ofertadas dentro de nuestro país.

## 4.- FINLANDIA:

### 4.1.- DATOS MACROECONÓMICOS:

Las cifras de creación de empleo no se prevee que sean las estimadas por el gobierno, pero se estima alcanzar un 3% de crecimiento durante 2006 y 2007. Para 2005 el crecimiento se situó en el 1,25%, un valor que refleja el largo conflicto mantenido con la industria papelera durante el año pasado; en esta coyuntura, se espera que el crecimiento previsto se apoye en las exportaciones.

- Paro: 7,2%, dato de octubre de 2005 del Instituto Finlandés de Estadística.
- Inflación: 0,8%, dato de octubre de 2005 del Instituto Finlandés de Estadística.
- Incremento P.I.B.: 2,1%, dato del tercer trimestre de 2005 del Instituto Finlandés de Estadística

### 4.2.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO:

La estructura del mercado finlandés se concentra en tres grandes turoperadores, Aurinkomatkat, propiedad de Finnair, Finnmatkat, propiedad de TUI y Tjäreborg, propiedad de My Travel.

Los principales destinos para el invierno 05 – 06 son Canarias con 235.000 paquetes, Tailandia y resto del sudeste asiático con 50.000 paquetes y el conjunto del resto (de donde destaca Egipto) tiene globalmente 40.000 paquetes.

Internet sigue creciendo y alcanza en algunos casos, como el del turoperador Finnmatkat, el 37% de su volumen de ventas.

### 4.3.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA ESPAÑA

La temporada de invierno comenzó habiéndose producido anteriormente la quiebra de la agencia Töölön Matkatoimisto. Pero por otro lado se produjo la buena noticia de apertura de nuevas rutas a Malaga y Barcelona en línea regular y la inclusión de la Costa de la Luz en el programa de Aurinkomatkat.

### 4.4.- SITUACIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO HACIA GRAN CANARIA:

El comportamiento de turistas finlandeses llegados a Gran Canaria en el invierno de 2005-2006 ha sido, salvo un pequeño descenso en enero, positivo, se ha alcanzado la cifra de 102.471 turistas, 6.651 más que el mismo periodo del año anterior, donde la cifra fue de 95.820 turistas. Proporcionalmente, Finlandia es el segundo mercado nórdico de mejor comportamiento, pues su porcentaje de crecimiento se situó en el 6,73%, frente al 9% que han crecido los noruegos.

#### Comparativa de finlandeses llegados a Gran Canaria en invierno

	noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril
2004/05	16.655	18.576	18.506	17.992	18.701	5.660
2005/06	19.609	19.798	18.033	18.054	20.790	6.457
Incremento	17,74%	6,58	-2,56%	0,34%	11,17%	14,08%
Diferencia	2.954	1.222	-473	62	2.089	797

Fuente: AENA

#### 4.5.- MERCADOS COMPETIDORES

Grecia sigue posicionada como destino favorito de los finlandeses, tras el país heleno se sitúan Turquía, España, Bulgaria e Italia. Tailandia es de momento la gran incógnita, pero hasta el momento su recuperación es solida.

<b>País</b>	<b>Numero de turistas</b>	<b>Cuota de mercado</b>
Grecia	147.000	30,6
Turquía	68.000	14,2
Bulgaria	54.000	11,3
Italia	33.000	6,9
Chipre	24.000	5,0
Portugal	20.000	4,2
Francia	9.500	2,0

*Fuente: Turespaña*

## 5.- COMPARATIVA DE PRECIOS DE PAQUETES TURÍSTICOS EN SUECIA:

Se ha realizado una búsqueda a través de Internet de precios en los principales turoperadores y agencias de viaje por Internet para una semana en Gran Canaria, sin especificar lugar de la isla. El periodo de la estancia es la segunda mitad de abril y la búsqueda se efectuó a principios de abril de 2006, no se buscaron precios de ofertas puntuales, sino los precios ordinarios de catálogo, es decir, se ha pretendido obtener una referencia del límite máximo de precios ofertados. Los resultados obtenidos son los siguientes:

<b>Compañía</b>	<b>Precio en euros</b>
Turoperador Apollo	763,22
Turoperador Fritidsresor	1064,08
Turoperador Sembo	648,14
Turoperador Ving	588,66
Turoperador ticket	902,5

A la vista de los datos, tenemos que el precio medio por paquete para Gran Canaria, sin recurrir a ofertas y reservándolo sin anticipación es de 793,32 euros.

## **6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:**

El mercado nórdico continúa con su tendencia, de crecimiento en Finlandia, Noruega y Dinamarca pero pérdidas en Suecia, que lastran el resultado global.

Es de considerar también la tendencia a la baja con la que arrancó el mercado danés, únicamente invertida tras desencadenarse la crisis de las caricaturas. Uno de los factores que se señala como causante de este descenso es la mala climatología que hubo en Canarias en el invierno anterior, lo que supuso un freno a la hora de elegir nuestras islas como destino invernal.

En el aspecto de la promoción, hay que ir pensando en fórmulas que diversifiquen nuestro mensaje, y que lleguen tanto al cliente de paquete turístico como al viajero individual, pues a medio plazo se espera que la presencia de las low cost en Canarias gane cuota de mercado.

Finalmente, hay que volver a recordar que el descenso continuado de turistas suecos no tiene una única causa definida, pero parece ser que las familias suecas viajan cada vez más a Tailandia debido en parte a lo ventajoso de los precios en ese destino.

Habría que considerar, pues, tratar de recuperar al público sueco, a base de recordar nuestras fortalezas de cercanía y seguridad sobre todo a las familias.