

INFORME DE COYUNTURA
DEL MERCADO TURÍSTICO

Países Nórdicos y Bálticos

Invierno 2014 - 2015
y previsiones

Proyecto "Internacionalización de
la oferta turística de Gran Canaria"



PATRONATO DE
TURISMO DE GRAN
CANARIA

SOCIEDAD DE
PROMOCIÓN
ECONÓMICA DE
GRAN CANARIA

TURESPAÑA

JULIO 2015

PATRONATO DE TURISMO
DE GRAN CANARIA

SOCIEDAD DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA
DE GRAN CANARIA

TURESPAÑA



Oslo

Estocolmo

Tallin
ESTONIA



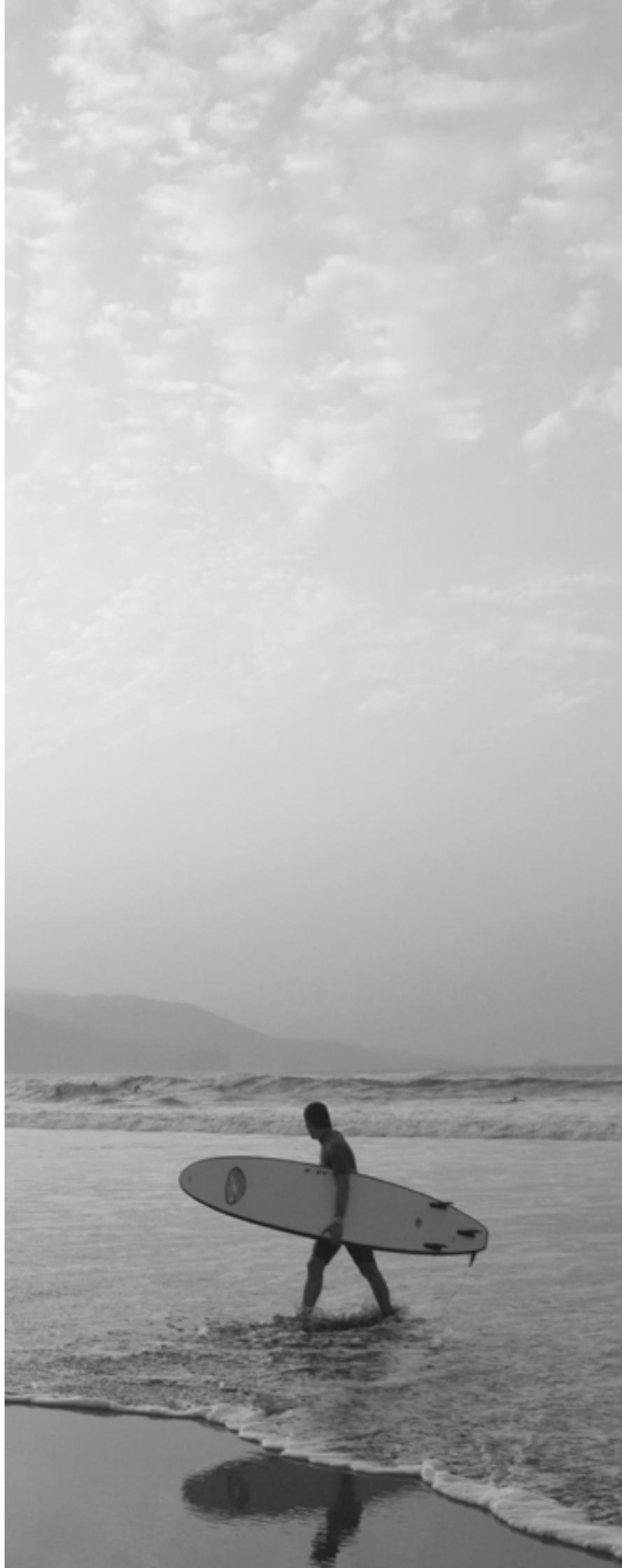
Elaborado por:

Juan Fernando Suárez Díaz

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

Índice

1	Indicadores económicos	4
2	Sector turístico	
	2.1 General	22
	2.2 Operadores	64
	2.3 Gran Canaria	71
	2.4 Competidores	79
3	El mercado de un vistazo	
	3.1. Resumen ejecutivo	83
4	Bibliografía	85



Países Nórdicos y Bálticos



1. Indicadores económicos

La situación de las economías nórdicas varía entre países. Suecia detenta una posición de liderazgo, con altos índices de crecimiento y aumento del empleo. La economía danesa también está viviendo una fase de recuperación estable, aunque más modesta que la sueca. Sin embargo, hasta hace poco dinámica economía noruega está perdiendo músculo debido al abrupto descenso en los precios del crudo, así como Finlandia, que está experimentando una débil demanda doméstica y además de ello, las consecuencias de la ralentización de la economía rusa. En cuanto a los países bálticos, las evoluciones de Rusia afectan de manera muy directa a los tres, pero en mayor medida a Lituania.



Suecia

Suecia tiene uno de los niveles de vida más altos del mundo. Sin embargo, la tasa de desempleo (7,8%) llega a un nivel históricamente alto para el país, a pesar de la leve bajada experimentada en 2014. Esto afecta en especial a los jóvenes y muchos parados no reciben indemnizaciones. Suecia es el país de la OCDE en el que las desigualdades aumentaron más desde los años 90. Suecia, debido a su estructura económica y tamaño, tiene una gran exposición a los vaivenes económicos internacionales, ha sufrido contracciones tanto con la crisis financiera internacional como con la recesión de la zona Euro. Sin embargo se ha ido recuperando en los últimos años, en 2014 su crecimiento superó la cifra prevista registrando un 2,1% y se espera que pueda alcanzar un crecimiento cercano al 3%.

Las finanzas públicas suecas así como su sector bancario pueden considerarse como saneado y capitalizados, su deuda pública se estima en aproximadamente un tercio del PIB. La creación de empleo durante 2014, a pesar del considerable flujo de trabajadores inmigrantes que llegaron al país, resultó dinámica.

Con el fin de prevenir la aparición de una burbuja financiera y limitar el endeudamiento, el gobierno se ha esforzado por volver más rígidas las condiciones para obtener un préstamo inmobiliario. El alza de los precios inmobiliarios y el endeudamiento de los hogares representan riesgos para la economía sueca según el FMI. El presupuesto de 2014 buscó apoyar el crecimiento y el empleo, y generó bajadas de impuestos para respaldar el consumo privado. Por otra parte, según ciertos analistas el gobierno no tiene un gasto público suficiente y debiera aumentar los

impuestos para conservar un modelo social atractivo.

A finales de 2014, Suecia experimentó una crisis política tras la elección de un gobierno social demócrata minoritario. La oposición votó contra el presupuesto de 2015, y el nuevo gobierno debió negociar para poder implementar su programa sin tener que organizar elecciones anticipadas.



Suecia, Indicadores Macroeconómicos

	2012 (SEKbn)	2013	2014	2015E	2016E	2017E
Consumo privado	1,715	1.9	2.4	2.1	2.3	2.0
Gasto public	955	0.7	1.9	2.5	2.4	0.9
Exportaciones	1,707	-0.2	3.3	3.5	4.8	4.2
Importaciones	1,525	-0.7	6.6	2.6	4.9	3.7
Variación PIB %		1.3	2.3	3.1	3.0	2.1
Índice desempleo, %		8.0	7.9	7.6	7.3	7.0
Precios al consumo %		0.0	-0.2	0.0	1.1	1.8

Fuente: Economic Outlook 2015. Nordea



Noruega

Noruega, país exportador de petróleo, experimenta en estos momentos un cambio de ciclo económico motivado por la caída de los precios del crudo, por lo que se cree necesario profundizar en la coyuntura económica de este país.

Las extracciones están declinando y el empleo en el área petrolera del sureste de Noruega se contrae. Esta tónica se espera que continúe durante los próximos años, por lo que las expectativas de crecimiento son débiles y, para compensar esta merma exportadora Noruega ha depreciado la moneda, con lo que tanto su consumo doméstico como sus exportaciones se pueden reactivar. Además, el gasto público se prevé que se mantenga a buen nivel, pero estos factores no van a poder influir en que el crecimiento esperado sea débil y se sitúe en torno al 1,5% para los próximos años.

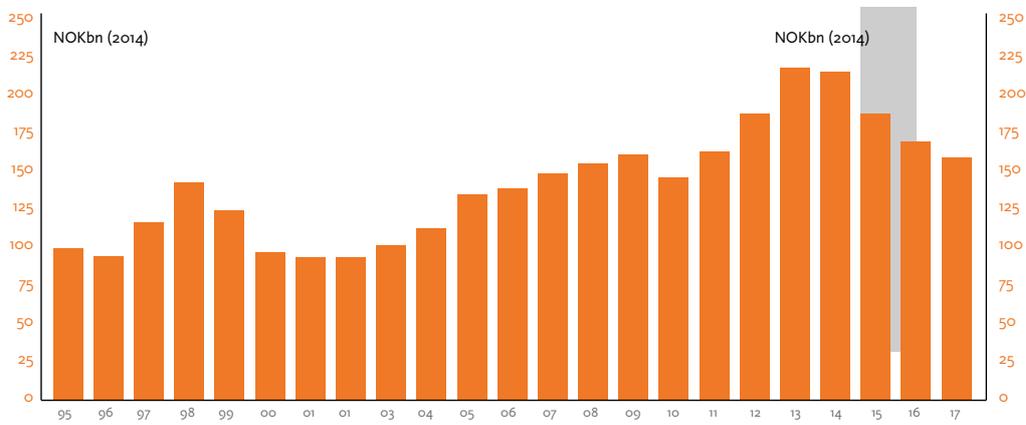
Las inversiones petroleras se verán lastradas ya en 2015 en un porcentaje estimado de entre el 10% y el 15%. Los precios actuales

del petróleo son bajos y aunque se espera una subida a medio plazo, esta no será lo suficientemente importante como para frenar la desaceleración que experimenta la economía noruega y las inversiones en este sector económico, a pesar de que importantes campos petroleros como el de Johan Sverdrup (en el Mar del Norte próximo a Stavanger y que comenzará a extraer crudo en 2019), han anunciado que mantendrán el nivel inversor.

En tierra firme, la inversión se apoyará en varios pilares como proyectos de infraestructura pública, fuertes inversiones en el sector de la energía y aumento en el sector de la construcción. Aún así, la incertidumbre económica es alta y la caída de los precios del petróleo afecta a muchas industrias, lo que disminuirá las inversiones, tanto en el conjunto del país como en las áreas petroleras de alta mar, el resultado es que las previsiones de crecimiento serán bastante modestas sobre todo para la economía de la Noruega continental.



Declive en las inversiones petroleras



Fuente: Nordea Markets and Macrobond

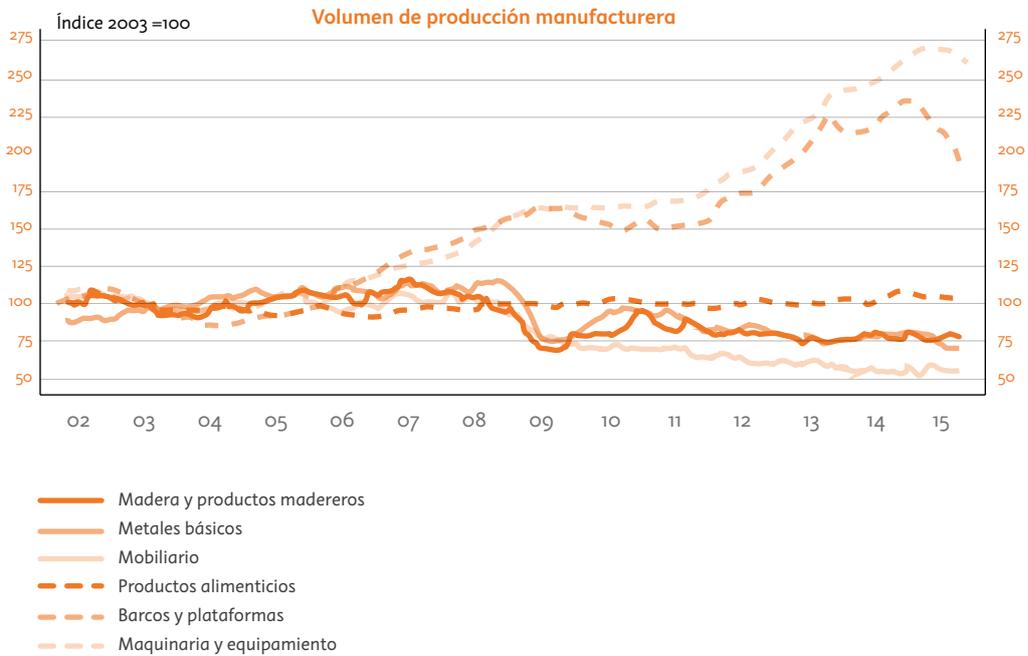


Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Manufacturas afectadas por el sector petrolero



Fuente: Nordea Markets and Macrobond

El consumo privado y sus evoluciones serán también importantes a la hora de determinar la marcha de la economía noruega. Hasta ahora, el alto consumo privado no se ha visto afectado por la desaceleración del sector petrolero como tampoco lo ha hecho el mercado inmobiliario. Sin embargo, los efectos de la crisis petrolera se esperan que lleguen de manera gradual a las conductas de consumo, que se prevé que se vuelvan más cautelosas y conservadoras. Con todo ello, se espera que el consumo no crezca menos del 1,5% en 2016 y vuelva a repuntar en 2017, para este momento, el aumento del desempleo debería haberse estabilizado y las perspectivas de la economía noruega volverían a mejorar.

En cuanto al sector inmobiliario, las bajas tasas de interés y la buena salud del mercado laboral en bastantes áreas del país evitarán una disminución generalizada en el precio de la vivienda, los precios podrían verse afectados en algunas áreas de Noruega y en otras áreas dejarían de subir para mantenerse estables.

El gobierno noruego espera que el consumo privado no se estanque y confía en que para contrarrestar los efectos negativos provenientes del sector petrolero puedan ayudar medidas puestas en funcionamiento como el aumento de los salarios más bajos, aumento de las pensiones y bajadas de impuestos.





Por parte del sector público, a las medidas dirigidas a mantener el crecimiento hay que sumarle una política fiscal expansiva por parte del gobierno, con un gasto público e inversión elevados. Con un desempleo al alza y elecciones generales previstas para 2017, el gobierno podría estar tentado a continuar con un gasto público creciente en el presupuesto de 2017. El crecimiento además se sustenta en la depreciación de cerca del 20% al que ha sido sometida la corona noruega, lo que ayuda a las empresas noruegas a ganar mercado, tanto doméstico como internacional.

No obstante, el crecimiento de la Noruega continental estará sometida al débil crecimiento del empleo, menor inmigración y la elección de muchas personas que eligen formación antes que empleos harán que en 2017 el paro alcance el 5%.



Tasa de desempleo histórica. Noruega (2000-2017)



Fuente: Nordea Markets and Macrobond



Noruega. Indicadores Macroeconómicos

	2012 (billones NOK)	2013	2014	2015E	2016E	2017E
Consumo privado	1,176	2.1	2.0	2.5	1.5	2.0
Gasto público	619	1.7	2.7	2.0	2.5	3.0
Inversiones fijas.	660	6.8	0.6	-3.9	-0.9	0.0
- inversiones brutas, continente.	478	2.9	1.7	-0.4	2.4	1.6
- inversiones brutas, sector petrolero	175	17.1	-1.7	-13.0	-10.0	-5.0
Exportaciones	1,204	-3.0	2.7	2.6	1.7	1.1
- Petróleo crudo y gas natural.	611	-7.6	1.5	1.0	0.6	0.5
- Otros bienes	310	1.0	2.3	5.5	4.0	2.0
Importaciones	821	4.3	1.9	2.7	1.6	1.8
PIB	2,965	0.7	2.2	1.1	1.2	1.4
PIB Continental	2,295	2.3	2.2	1.2	1.3	1.6
Tasa de desempleo, %		3.5	3.5	4.4	4.8	4.9
Variación de precios al consumo, % y/y		2.1	2.0	2.1	2.2	1.4
Variación salarial, % y/y		4.0	3.9	2.5	2.5	2.5
Balanza por cuenta corriente (Billones de coronas)		307.7	297.0	188.5	202.5	230.5
- % of GDP		10.0	9.4	5.7	5.9	6.5
Balanza comercial, % del PIB		10.2	8.7	5.2	5.3	5.6
Balance de cuenta corriente (Billones de coronas)		347.7	287.4	201.5	216.0	237.1
- % del PIB		11.3	9.1	6.1	6.3	6.7

Fuente: Economic Outlook 2015. Nordea



Dinamarca

Dinamarca es un país cuyo PIB por habitante figura entre los más altos del mundo, y donde las desigualdades son bajas. La presión fiscal danesa es la más elevada del mundo. La tasa de desempleo sigue siendo baja en comparación con la media europea y se sitúa en cerca del 5%

En 2014, el gobierno logró equilibrar su presupuesto, mientras que la deuda pública se situó en el 45% del PIB. Sin embargo, el aumento del gasto público en los sectores prioritarios, como el de la salud ha implicado recortes en otros sectores.

Los objetivos fijados por el gobierno incluyen mejorar la eficiencia de los servicios públicos, estimular las tecnologías verdes y apoyar las actividades de investigación y desarrollo. Dinamarca tuvo un índice de empleo importante en 2014, ya que la población en edad de trabajar progresó. A pesar de ello, el país tiene una carencia de mano de obra cualificada, e intenta atraer a trabajadores provenientes de terceros países.

En el plano político cabe reseñar que la población de Groenlandia, territorio autónomo danés, eligió en noviembre de 2014 al partido social demócrata Siumut, que desea promover la explotación de los recursos mineros de la isla.

La crisis financiera de 2009 afectó duramente a Dinamarca debido a su alto grado de apertura, a los intercambios internacionales y al alto grado del componente financiero de su economía. Después de experimentar un pequeño decrecimiento en 2013, se produjo un repunte en 2014, con 1,1% de crecimiento. Fue estimulado por el consumo privado y una baja inflación. Dinamarca, que depende

directamente de las exportaciones, ha sufrido con la ralentización económica de sus clientes, que se encuentran sobre todo en la UE.





Dinamarca. Indicadores Macroeconómicos

	2012 (DKKbn)	2013	2014	2015E	2016E	2017E
Consumo privado	896	0.0	0.7	1.8	2.2	2.1
Gasto público	502	-0.5	0.2	1.0	0.2	0.3
Inversiones fijas	342	0.9	4.0	0.5	2.9	2.8
- inversión gubernamental	44	0.3	7.8	0.3	-1.1	-2.0
- inversión sector residencial	74	-5.0	6.8	-1.3	4.1	4.2
- inversión sector financiero	224	3.4	1.7	1.2	3.8	3.8
Exportaciones	1,007	0.8	2.6	2.3	3.4	3.5
Importaciones	907	1.5	3.8	2.1	3.5	3.6
PIB		-0.5	1.1	1.5	2.0	1.9
PIB Nominal (Billones de DKK)	1,867	1,886	1,921	1,992	2,058	2,125
Tasa de desempleo, %		5.8	5.1	4.7	4.3	4.0
Número de desempleados, en miles de personas		152.9	134.6	125.3	116.0	105.0
Variación interanual del IPC %		0.8	0.6	0.6	1.5	1.9
Variación interanual de horas trabajadas, %		1.2	1.3	1.5	2.0	2.4
Variación interanual del precio de la vivienda, %		2.7	3.4	4.3	2.8	2.2
Balance de cuenta corriente en billones de DKK		136.0	120.3	125.0	115.0	100.0
- % del PIB		7.2	6.2	6.3	5.6	4.7
Saldo presupuestario público (billones de dkk)		-20.0	34.6	-45.0	-40.0	-25.0
- % del pib		-1.1	1.8	-2.3	-1.9	-1.2
Deuda pública, % del PIB		43.7	45.1	39.1	41.0	42.5

Fuente: Economic Outlook 2015. Nordea



Finlandia

Con un PNB per cápita entre los más altos del mundo, Finlandia ofrece un alto nivel de vida. La distribución de los ingresos es equitativo, pero las desigualdades han aumentado considerablemente en los últimos años. Debido a los efectos de la crisis, la tasa de desempleo también ha aumentado de manera importante, situándose en torno al 10%.

Finlandia ha sido tomada como ejemplo por su rendimiento económico y sus logros en materia de competitividad e innovación. Sin embargo, tiene problemas para asimilar las recientes crisis mundiales y de la zona euro. Muy vulnerable a la coyuntura internacional, Finlandia se vio penalizada por las sanciones rusas contra los países de la UE. Habiéndose contraído por tercer año consecutivo en 2014 (-0,2%), la economía finlandesa debiera arrancar nuevamente en 2016, estimulada por las exportaciones y el consumo.

La crisis financiera mundial y las medidas de estímulo han tenido un impacto profundo y duradero en las finanzas públicas y los niveles de deuda. Esta última podría multiplicarse por dos en una década. En 2014, el déficit presupuestario sobrepasó el umbral del 6% y además, la deuda pública se elevó a 60% del PIB. El consumo privado y las inversiones se han ralentizado.

Para 2015, la prioridad del gobierno sigue siendo reducir la pobreza, las desigualdades y la exclusión social; consolidar las finanzas públicas; y el apoyo a un crecimiento económico sostenible, el empleo y la competitividad. El programa de reformas estructurales fue reforzado, sobre todo con un plan de control de los costos de los servicios sociales y salud, y el gobierno implementó un programa de privatizaciones. El país afronta además desafíos como el problema energético, el endeudamiento estructural de los hogares, la protección del medio ambiente, la educación, la investigación, el desarrollo empresarial y especialmente el envejecimiento de la población. En efecto, Finlandia es el principal país europeo afectado por el envejecimiento de la población y la disminución de su población activa.



Finlandia. Indicadores Macroeconómicos

	2012 (EURbn)	2013	2014	2015E	2016E	2017E
Consumo privado	109.1	-0.3	0.5	0.3	0.2	0.4
Gasto público	48.7	0.8	-0.2	-0.2	-0.3	-0.3
Inversiones fijas	44.5	-5.2	-3.3	-3.9	1.8	2.8
Exportaciones	78.9	1.1	-0.7	-0.7	2.3	1.6
Importaciones	81.8	0.0	0.0	-1.1	2.1	1.7
PIB		-1.1	-0.4	-0.3	0.5	0.5
PIB nominal (billones EUR)	199.8	202.7	205.2	206.4	207.8	210.7
Tasa de desempleo, %		8.4	8.7	9.6	10.0	10.3
Producción industrial, % variación interanual		-0.6	-0.3	-1.5	1.0	1.5
Variación interanual del IPC, %		1.5	1.0	-0.2	0.6	0.8
Variación interanual de horas trabajadas, %		2.1	1.4	1.0	0.8	0.7
Balanza por cuenta corriente (EURbn)		-3.6	-4.5	-2.2	-3.2	-3.7
- % del PIB		-1.8	-2.2	-1.0	-1.5	-1.7
Balanza comercial (billones de EUR)		0.2	0.9	2.5	1.4	0.8
- % of GDP		0.1	0.5	1.2	0.7	0.4
Balance general presupuestario (Billones de EUR)		-5.1	-6.8	-6.3	-6.1	-5.9
- % del PIB		-2.5	-3.3	-3.1	-2.9	-2.8
Deuda pública (Billones de EUR)		112.7	121.1	128.6	135.9	143.1
- % del PIB		55.6	59.0	62.3	65.4	67.9

Fuente: Economic Outlook 2015. Nordea



Estonia

Estonia se convirtió en miembro de la Unión Europea el 1 de mayo de 2004. El país ha logrado pasar de ser un estado de gestión y economía centralizada a una economía de mercado dinámica y liberalizada por una sucesión de gobiernos, observando una estricta ortodoxia presupuestaria además de la modernización del país.

El país ha destacado, sobre todo gracias a su sector tecnológico (sistemas de pago móviles, el voto por Internet, las tarjetas y las iniciativas en el ámbito de la seguridad cibernética de identidades electrónicas multifuncionales), así como sus actuaciones en el sector de la energía verde.

Después de un período de fuerte crecimiento entre 2000 y 2007, que le valió a Estonia el apodo de "Tigre Báltico", el país se vio afectado por la recesión, pero con posterioridad ha logrado registrar una de las mayores tasas de crecimiento a medio plazo de la OCDE.

La rápida recuperación de la crisis ha venido motivada por algunas de las fortalezas estructurales de la economía: flexibilidad de la mano de obra, acertadas regulaciones económicas y de las instituciones financieras y una transición exitosa al euro en 2011.

En 2014, la economía estonia había sido afectada por la coyuntura regional desfavorable (sanciones europeas contra Rusia y contra-sanciones de este último) y registró un incremento del 1,3% del PIB, impulsado por el consumo de los hogares. Se espera que el crecimiento se acelere ligeramente en 2015.

El déficit presupuestario de Estonia asciende al 0,4% y la deuda pública representa sólo el

10% del PIB. El país goza de independencia energética relativa a través de la explotación de petróleo sintético o de esquisto, de los cuales el país es el mayor productor del mundo y el que cubre una gran parte de sus necesidades de electricidad. En 2014, las exportaciones de Estonia, sin embargo, sufrieron los efectos de las sanciones a Rusia y la debilidad de la economía finlandesa.

Las tensiones con Rusia se intensificaron en 2014 al violar aviones rusos el espacio aéreo de Estonia y además el secuestro por parte de servicios de seguridad de Rusia (en territorio estonio) de un oficial de la policía estonia acusada de espionaje.

En 2015, el consumo debería beneficiarse del aumento de la renta disponible de los hogares vinculado a los recortes de impuestos, un aumento de las prestaciones familiares y las pensiones, un aumento en el salario mínimo y aumento generalizado de los salarios alentado por el descenso de la tasa de desempleo (7,6% en 2014).





Estonia. Indicadores Macroeconómicos

	2012 (EURbn)	2013	2014	2015E	2016E	2017E
Consumo privado	9.0	3.8	4.1	3.9	3.2	2.9
Gasto público	3.3	2.8	2.3	1.6	1.5	2.0
Inversiones fijas	4.8	2.2	-2.8	0.0	4.2	4.8
Exportaciones	15.6	2.4	2.9	1.6	3.9	4.8
Importaciones	15.4	3.3	2.5	0.9	4.2	5.1
PIB		1.6	2.1	2.0	3.0	3.2
PIB Nominal (billones EUR)	17.6	18.7	19.5	20.3	21.5	22.9
Tasa de desempleo, %		8.6	7.3	6.5	6.2	5.9
Variación interanual del IPC, %		2.8	-0.1	-0.1	2.0	2.5
Balance por cuenta corriente, % del PIB		-1.1	0.1	0.8	-0.2	-0.3
Balance general presupuestario, % del PIB		-0.2	0.6	-0.3	-0.3	-0.2

Fuente: Economic Outlook 2015. Nordea



Letonia

Desde su independencia, Letonia ha venido implementado reformas orientadas a adaptar su economía al sistema de libre mercado. La economía del país ha experimentado un muy buen desempeño debido a un crecimiento constante en el consumo interno y la contribución de la inversión extranjera.

Como miembro de la UE desde 2004, el país se ha beneficiado de sustanciales subvenciones europeas. A principios de 2014, el país hizo su entrada oficial en la Eurozona.

Las elecciones legislativas de octubre 2014 dieron ganadora a una coalición de centro-derecha. El partido pro-ruso obtuvo unos resultados notorios pero no forma parte de la citada coalición. La influencia rusa es temida en sectores de Letonia, por esta razón se ha llegado a solicitar presencia de la OTA en la región.

El país sufrió una crisis muy grave a finales de 2008, marcado por una caída del 17% de su PIB y una tasa de desempleo fuerte. Después de tres años de recesión en los que resultó dañada la economía y el tejido social del país, la economía letona se ha recuperado desde 2011 con un crecimiento dinámico.

En 2014, la tasa de crecimiento se desaceleró, alcanzando el 2,5%. Este enfriamiento en su economía está relacionado con el conflicto en Ucrania y las sanciones y contra sanciones que ha generado este conflicto. De hecho, la economía letona se apoya fuertemente en el

mercado ruso. En consecuencia, las empresas letonas están buscando nuevas perspectivas, especialmente en China. Sin embargo, el gobierno ha decidido tomar medidas para reducir el impacto de las sanciones económicas impuestas a su vecina Rusia.

Los profundos ajustes internos realizados desde 2008 han permitido a Letonia para relanzar sus exportaciones. Letonia tiene una mano de obra bien formada y de bajo costo. En el actual contexto europeo desfavorable, el país tiene que seguir trabajando en la consolidación de sus finanzas públicas y el retorno a la estabilidad de precios. En 2014, la tasa de desempleo se redujo (10,8% frente a 11,9% en 2013). Por otra parte, los salarios reales aumentan constantemente. En 2014, la economía sumergida siguió representando casi el 30% del PIB, la deuda pública alcanzó el 40,5% del PIB y el balance presupuestario es ligeramente deficitario.

Se espera que Letonia continúe su recuperación económica a un ritmo rápido con el apoyo de su pertenencia a la zona euro, así como la perspectiva de su entrada en la OCDE.



Letonia. Indicadores Macroeconómicos

	2012 (EURbn)	2013	2014	2015E	2016E	2017E
Consumo privado	13.8	6.2	2.3	3.6	4.0	3.6
Gasto público	3.8	2.9	3.4	2.8	2.4	2.0
Inversiones fijas	5.5	-5.2	1.3	2.0	4.5	4.0
Exportaciones	13.4	1.4	2.2	2.6	4.5	4.0
Importaciones	14.4	-0.2	1.6	1.2	5.0	4.5
PIB		4.8	2.5	2.2	3.5	3.0
PIB Nominal (Billones de EUR)	22.0	23.2	24.0	24.8	26.4	27.8
Tasa de desempleo, %		11.9	10.8	9.5	8.5	7.7
Variación interanual del IPC, %		0.0	0.6	0.6	2.6	2.2
Balance por cuenta corriente, % del PIB		-2.3	-3.1	-2.0	-3.0	-2.5
Balance general presupuestario, % del PIB		-0.9	-1.4	-1.5	-1.5	-1.0

Fuente: Economic Outlook 2015. Nordea



Lituania

Lituania alcanzó su independencia en 1990. Desde entonces, su modelo económico se ha ido convirtiendo en una economía de libre mercado. Como miembro de la UE desde 2004, el país ha experimentado un crecimiento significativo, así como una modernización rápida de su economía. El consumo interno y la inversión extranjera son los principales motores del crecimiento económico del país. Sin embargo, Lituania se vio afectada por la crisis financiera, y su PIB tuvo una caída del 16,8% en 2009.

Sin embargo, al tener Lituania un sistema bancario solvente y un sector industrial diversificado, el país experimentó una de las recuperaciones más rápidas de Europa con un crecimiento. Esta tendencia se confirmó en 2014 con una tasa de crecimiento del + 3%.

En 2014, la entrada de fondos europeos también ayudó a relanzar el consumo. Como muestra de la recuperación y la buena salud de la economía, las inversiones han aumentado. Por otra parte, los salarios y las remesas de la diáspora lituana también han aumentado, mientras que el mercado inmobiliario muestra signos de recuperación. Además, el sector emprendedor lituano ha registrado progresos constantes. En el lado negativo, la producción de una importante planta de refinería de petróleo se redujo debido a la competencia de Estados Unidos en el sector de las exportaciones de productos derivados del petróleo. En mayo de 2014, Dalia Grybauskaitė fue reelegida como presidenta de la República. La presidenta mantiene una política firme hacia Moscú. Además, en octubre de 2014, la empresa gasística Gazprom aceptó reducir su precio del gas, lo que ha permitido una reducción neta de los costos de calefacción, lo que unido

al comenzó su producción en 2014, de una planta de producción gasística propia debería permitir al país a reducir su dependencia del gas ruso.

La tasa de desempleo ha seguido disminuyendo en el 2014 con una tasa del 11,2% (frente al 11,7% en 2013). La economía sumergida sigue representando alrededor de un tercio del PIB. En 2014, la deuda del país representaba el 41% del PIB, con un déficit presupuestario del 2%. Sin embargo, la posición económica dinámica de Lituania es mucho más fuerte en 2014 de lo que era antes de la crisis financiera. A pesar del tímido apoyo popular, el país adoptó el euro el 1 de enero de 2015.





Lituania. Indicadores Macroeconómicos

	2012 (EURbn)	2013	2014	2015E	2016E	2017E
Consumo privado	20.8	4.2	5.6	4.0	4.3	3.5
Gasto público	5.8	1.8	1.5	2.3	2.5	2.0
Inversiones fijas	5.8	7.0	8.0	5.8	6.0	4.5
Exportaciones	27.2	9.4	3.4	2.5	4.5	5.0
Importaciones	26.9	9.0	5.7	5.8	5.0	5.0
PIB		3.2	3.0	2.2	4.0	3.5
PIB Nominal (billones de EUR)	33.3 ¹	35.0	36.3	37.1	39.5	41.9
Tasa de desempleo, %		11.9	10.7	8.6	7.5	6.5
Variación interanual del IPC, %		1.0	0.1	-0.3	2.6	2.5
Balance por cuenta corriente % del PIB		1.6	0.1	-3.0	-2.0	-2.5
Balance general presupuestario, % del PIB		-2.2	-0.7	-1.0	-1.0	0.0

Fuente: Economic Outlook 2015. Nordea

2. Sector Turístico

2.1 General

El sector turístico de los países nórdicos comparte muchos patrones de conducta, no son pocas las variables que registran valores parecidos independientemente del país objeto del análisis y que ahora pasaremos a analizar, observaremos además que presenta similitudes manifiestas con el sector turístico báltico, que a su vez presenta muchas características comunes.



Noruega

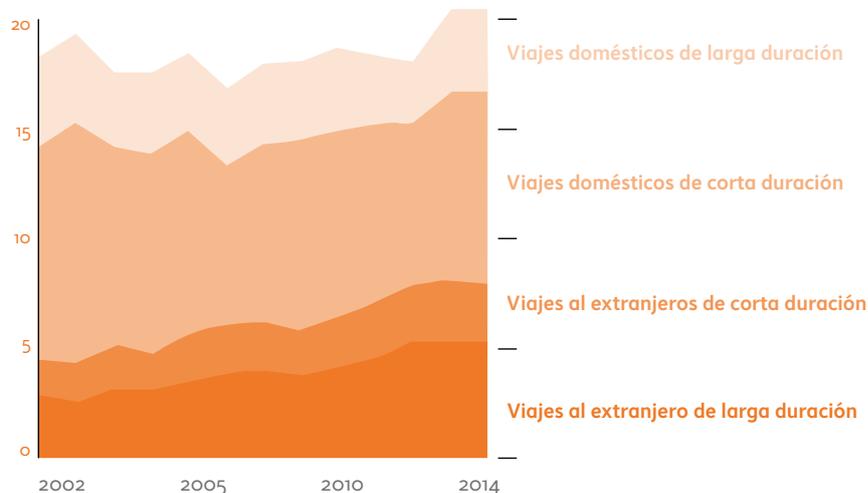
A pesar de que el número total de viajes (que incluyen por lo menos una pernoctación), la cifra de viajes al extranjero se ha estabilizado en torno a la cifra de 20 millones. La gran mayoría de esos 20 millones de viajes, 19 millones, eran viajes vacacionales. Mientras el número de vacaciones domésticas ha descendido en la última década, los viajes al extranjero se han incrementado sustancialmente. Lo mismo ocurre con el número de pernoctaciones, mientras que las pernoctaciones domésticas han permanecido estables, las pernoctaciones en el extranjero crecieron en esta última década un 130% y suponen casi un 60% del total de las pernoctaciones.

El incremento de viajes al extranjero es especialmente alto entre el segmento sénior, como resultado del incremento en la renta disponible durante los últimos años para este grupo de edad. Por ejemplo, en 2012 el hogar medio gastó 8.400 coronas suecas en viajes vacacionales mientras que en los hogares cuyo perceptor de renta principal tenían 67 años o más, el gasto se situó en las 12.000 coronas.

Las mujeres son más proclives a viajar que los hombres y para aquellas mujeres que viven solas destinan a las vacaciones un presupuesto que supone el doble que el de los hombres en la misma situación.



Noruega. Intensidad viajera y tipos de viaje



Fuente: This is norway. Statistics Norway.

Según datos de Turespaña, los noruegos efectuaron algo más de 9 millones de viajes a algún destino extranjero durante 2014, esta cifra supone un descenso de apenas un uno por ciento en relación al año anterior, aunque refiriéndonos a viajes vacacionales, la cifra descendió un 1,6%. España resultó ser el segundo país más visitado registrando cifras por encima a países limítrofes como Dinamarca. Se espera que para la temporada de verano 2015, la tendencia negativa se vea

ampliada hasta alcanzar descensos de cerca de un 6% de viajes al extranjero. Uno de los motivos de este descenso está relacionado con la desaceleración de la economía y su reflejo en los índices de confianza del consumidor así como la pérdida de valor de la corona noruega frente a otras monedas como el euro.

En cuanto a tendencias, el ente estatal apunta a una creciente integración del producto cultural dentro del paquete vacacional.



Suecia

El ocio y las vacaciones son para el 91,1% de los suecos la principal motivación para visitar España. Los viajes de trabajo y de negocios lo son para el 6,9% y los motivos personales solo para el 1%. Además, tienen un perfil repetidor muy marcado y cercano al 85%. Este buen registro lo determina el alto grado de satisfacción que encuentran en el destino España.

Las excursiones culturales, actividades deportivas y diversión son las principales actividades realizadas por los suecos, con un alcance del 45% 19% y 18% respectivamente. Uno de los principales nichos para el mercado sueco es el Golf, el país cuenta con más de 450.000 practicantes federados en un país de 9,8 millones de habitantes y España es uno de sus principales países receptores.

Para el conjunto de España, las preferencias de los suecos en cuanto a alojamiento siguen evolucionando hacia el producto hotelero, con un 71% de popularidad, frente al 29% que registra el extrahotelero. En cuanto a la duración de las vacaciones, el paquete de una semana es el más demandado.

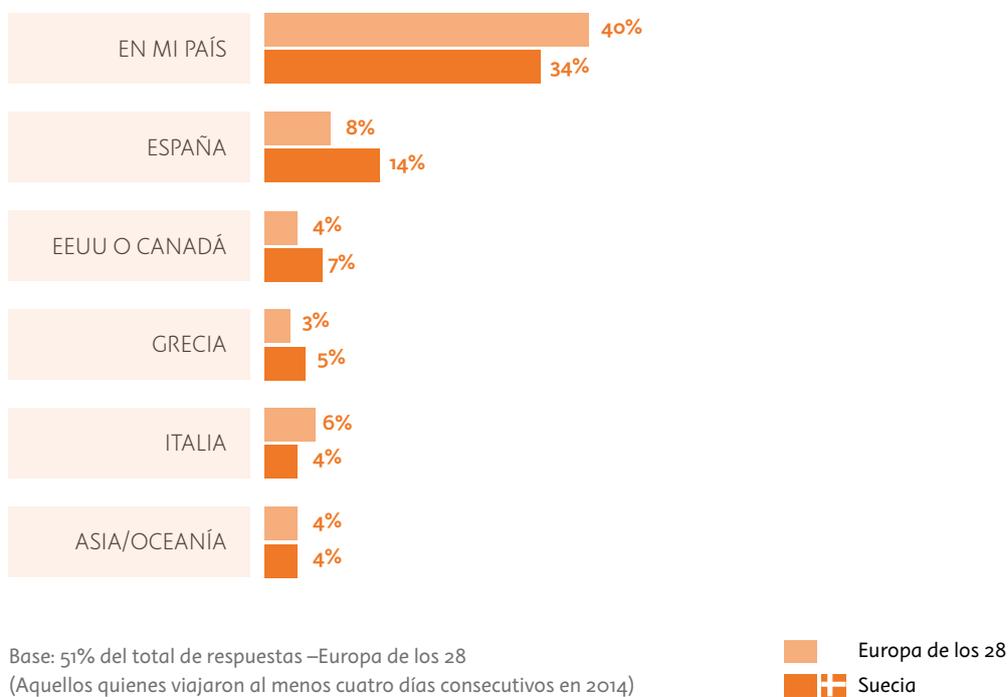
La intensidad viajera en Suecia parece haber aumentado durante el verano 2015 y como productos en tendencia emergente hay que citar los city breaks y los cruceros. La predilección de los suecos por España es manifiesta si la comparamos con la media europea, así Grecia comparte esta misma característica, no ocurriendo esto con Italia.





Suecia. Lugar de destino de las vacaciones principales durante 2014

¿En qué país pasó usted las principales vacaciones de 2014? (Top 6 destinos)



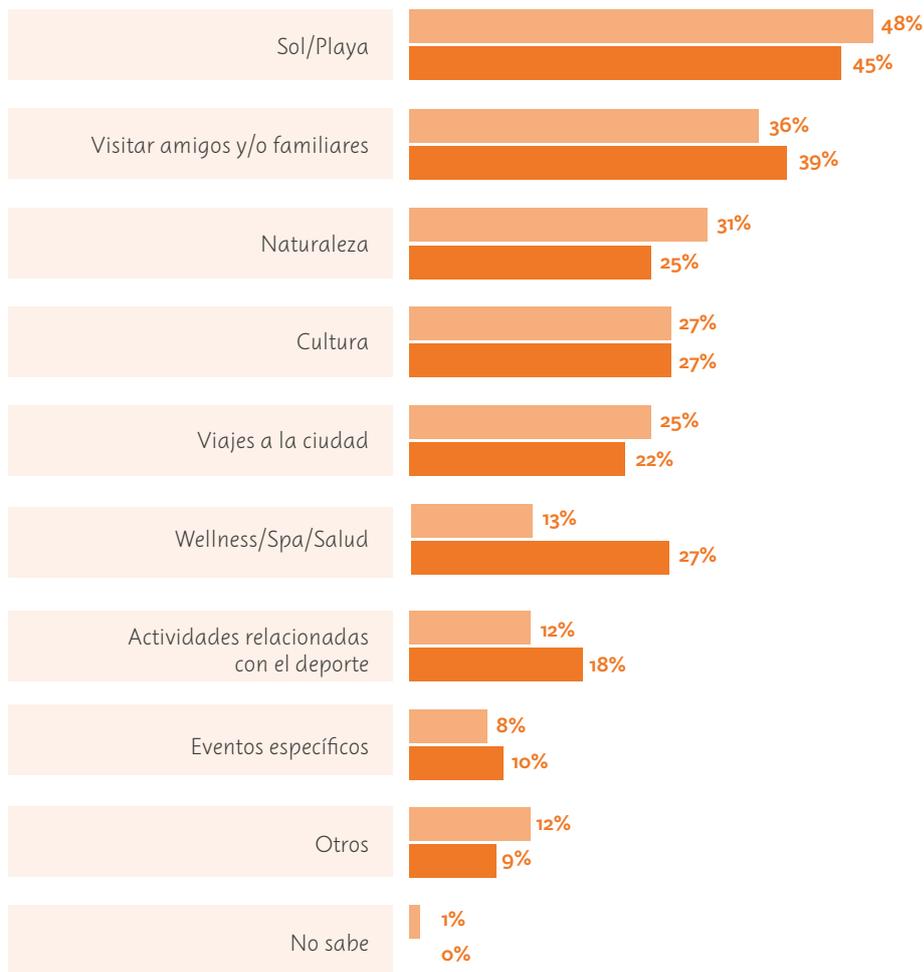
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Las vacaciones de sol y playa son el producto más popular en Suecia, hay que señalar que en relación a la media europea, las vacaciones de salud tienen una demanda muy superior.



Suecia. Motivación para las vacaciones principales de 2014

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para ir de vacaciones en 2014?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

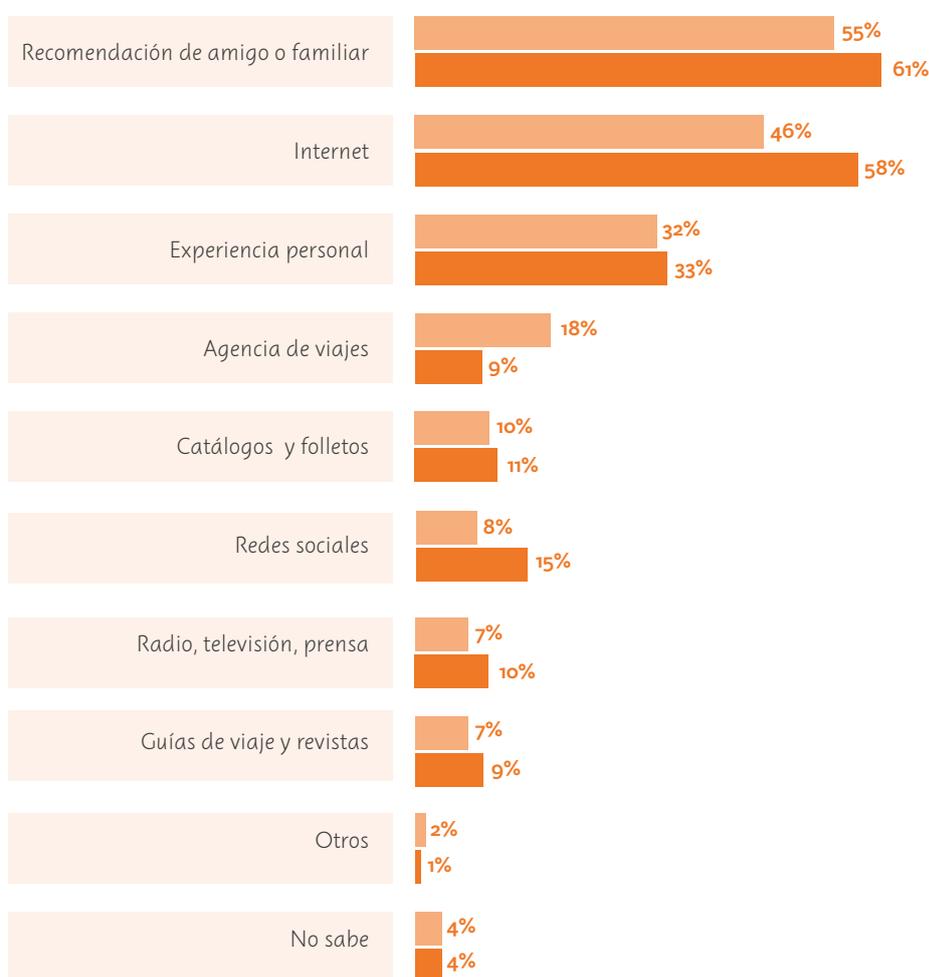
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

El turista sueco se guía tanto por recomendaciones de amigos y conocidos como por información obtenida en Internet. Además, es especialmente receptivo a la información obtenida en redes sociales y confía escasamente en la que proviene tanto de agencias de viaje como de oficinas de turismo.



Suecia. Fuentes de información para decidir viajes en 2014

De las siguientes fuentes de información, ¿cuál consideras que fue la más importante para tomar la decisión sobre tus planes de viaje?



Base: Número total de encuestados- Europa de los 28

Europa de los 28
Suecia

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Que el sueco es un viajero experimentado tiene un reflejo muy claro en la forma de decidir y reservar su viaje. Hacer la reserva por Internet es la elección de cerca del 80% de la demanda frente al 17% que prefiere hacerlo a través de una agencia de viajes.



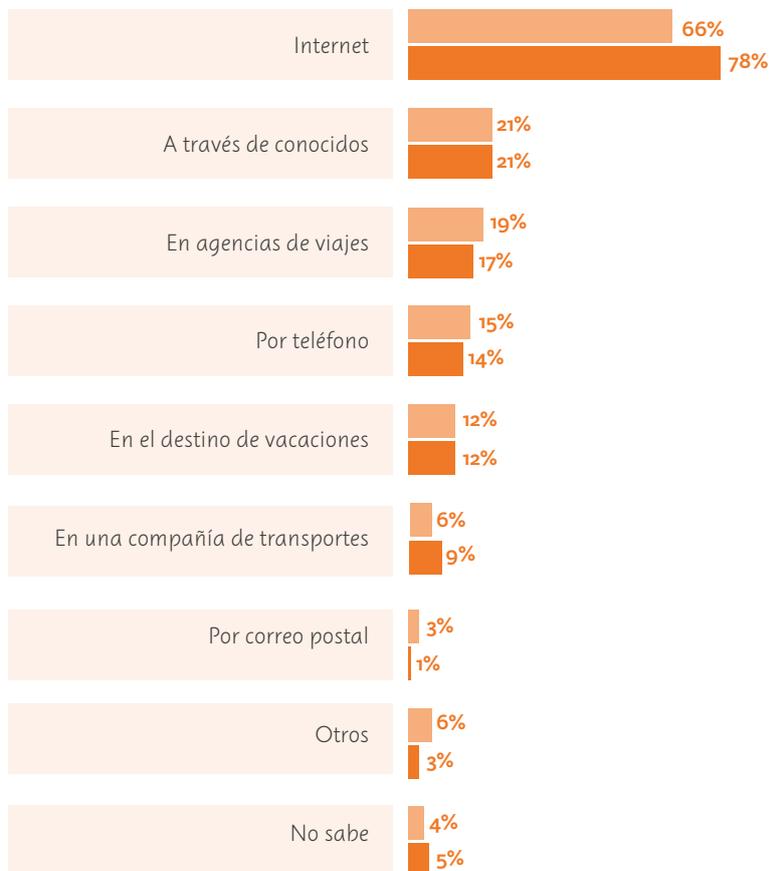
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Suecia. Vías de reserva para las vacaciones 2014

Para organizar sus vacaciones en 2014, ¿utilizó alguno de los siguientes medios?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
 Suecia

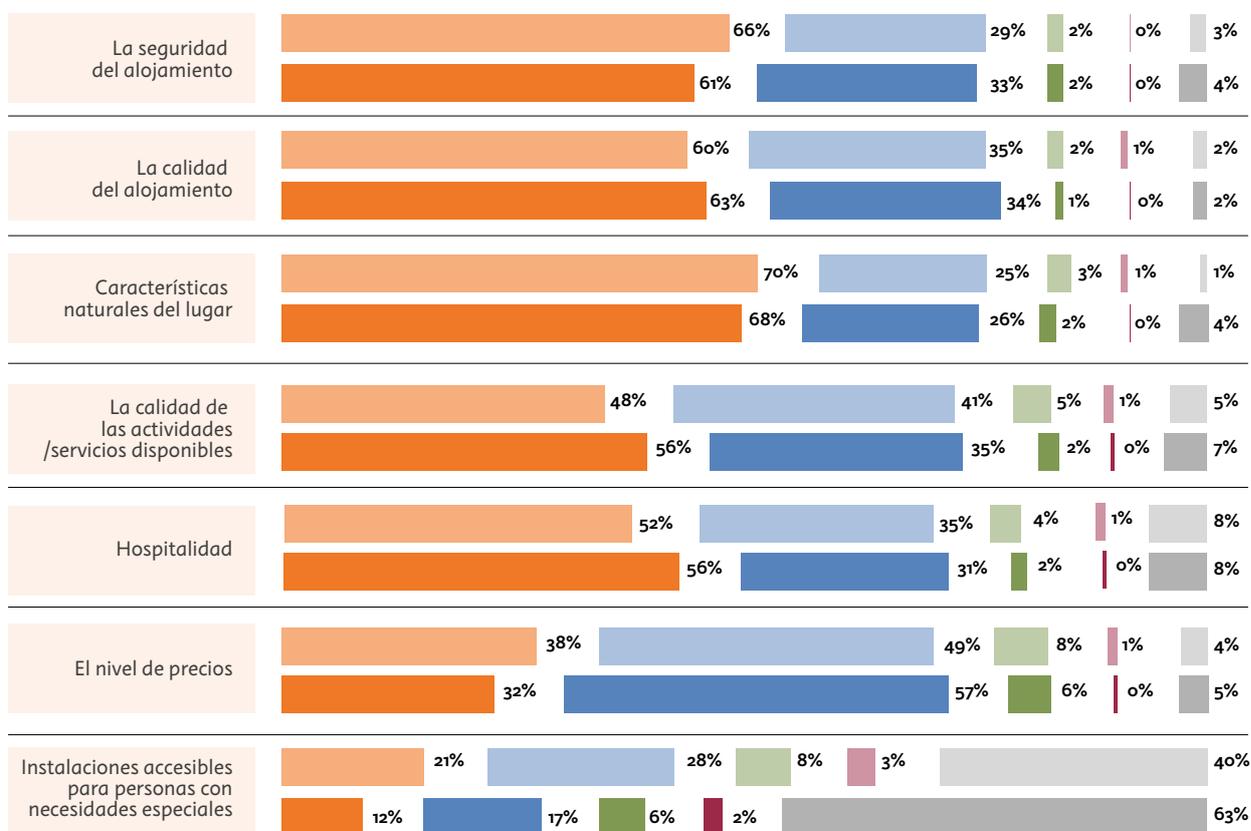
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

A la hora de evaluar sus vacaciones, los suecos tienen especialmente en cuenta la calidad del alojamiento, la oferta de actividades complementarias y especialmente la atención en destino. El nivel de precios o la accesibilidad no cuentan con tanta importancia si lo comparamos con la media europea.

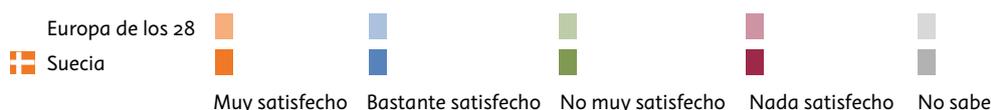


Suecia. Satisfacción sobre elementos vacacionales 2014

Sobre sus vacaciones de 2014, ¿cómo de satisfecho está con...?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)



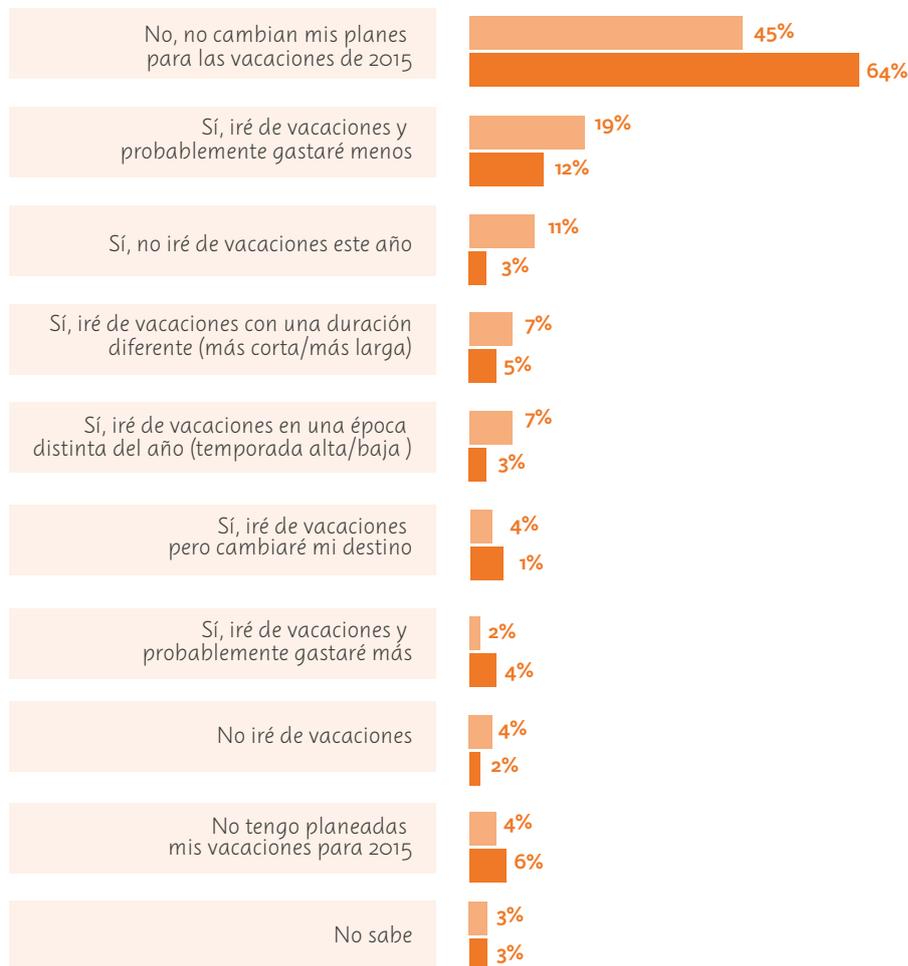
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

La buena marcha de la economía sueca tiene un reflejo en la compra de vacaciones. Cerca de dos tercios del total de la demanda declaran que la actual coyuntura no va a afectar a sus planes de vacaciones para 2015, solo un 12% anuncia que gastará menos y tan solo un 3% se verá privado de vacaciones por motivos económicos.



Suecia. Situación económica y planes vacacionales 2015

¿La actual situación económica tiene un impacto sobre sus planes de vacaciones para 2015?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
 Suecia

Dinamarca

Pese a ser el destino líder de los daneses, España encuentra competencia en la temporada estival en los destinos mediterráneos, principalmente Grecia y Turquía.

Tras alcanzar un máximo histórico en el año 2000, la compra de paquetes organizados ha ido perdiendo popularidad a favor del viaje organizado por cuenta propia. Esta tendencia, según indica Turespaña, es popular tanto entre las generaciones más jóvenes, con ratios de cerca del 75% como entre los mayores de 65 años, con un ratio del 56%. Es sin duda uno de los aspectos donde se refleja la alta implantación tecnológica que disfruta la sociedad danesa.

Los daneses, aparte de en el propio país, muestran especial predilección por los destinos mediterráneos. España, Italia y Grecia son sus destinos más populares y los visitan en mayor medida que la media europea.





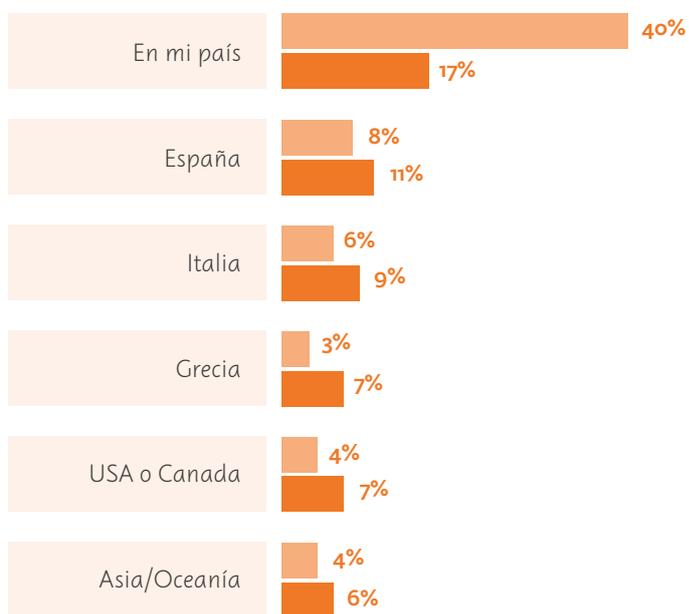
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Dinamarca. Lugar de destino de las vacaciones principales durante 2014

¿En qué país pasó usted las principales vacaciones de 2014? (Top 6 destinos)



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

 Europa de los 28
 DK

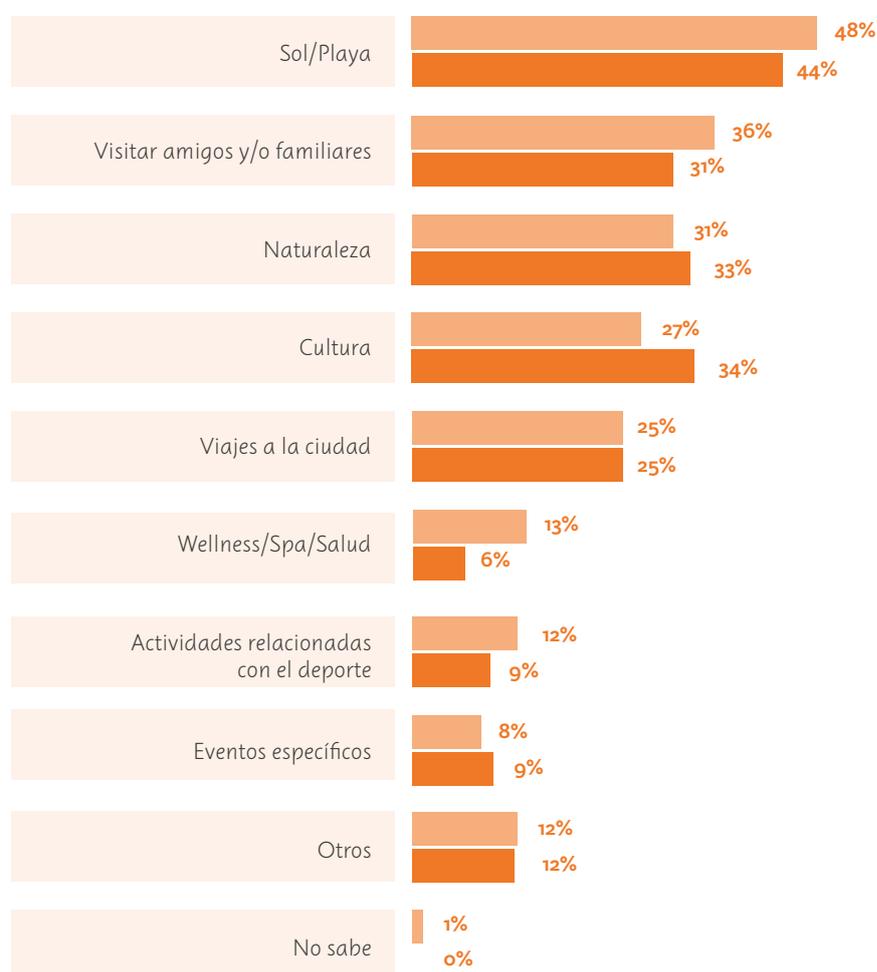
Fuente: Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

El sol y playa o visitar amigos y familiares son las dos principales motivaciones del viaje para los daneses. La naturaleza y la cultura son dos productos vacacionales a los que los daneses son especialmente receptivos.



Dinamarca. Motivación para las vacaciones principales de 2014

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para ir de vacaciones en 2014?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
DK

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Tanto las recomendaciones de amigos como Internet son los dos canales más populares en Dinamarca con vistas a decidir su destino vacacional. Sin embargo, los medios tradicionales (prensa, radio, TV) tienen un peso relativamente importante.



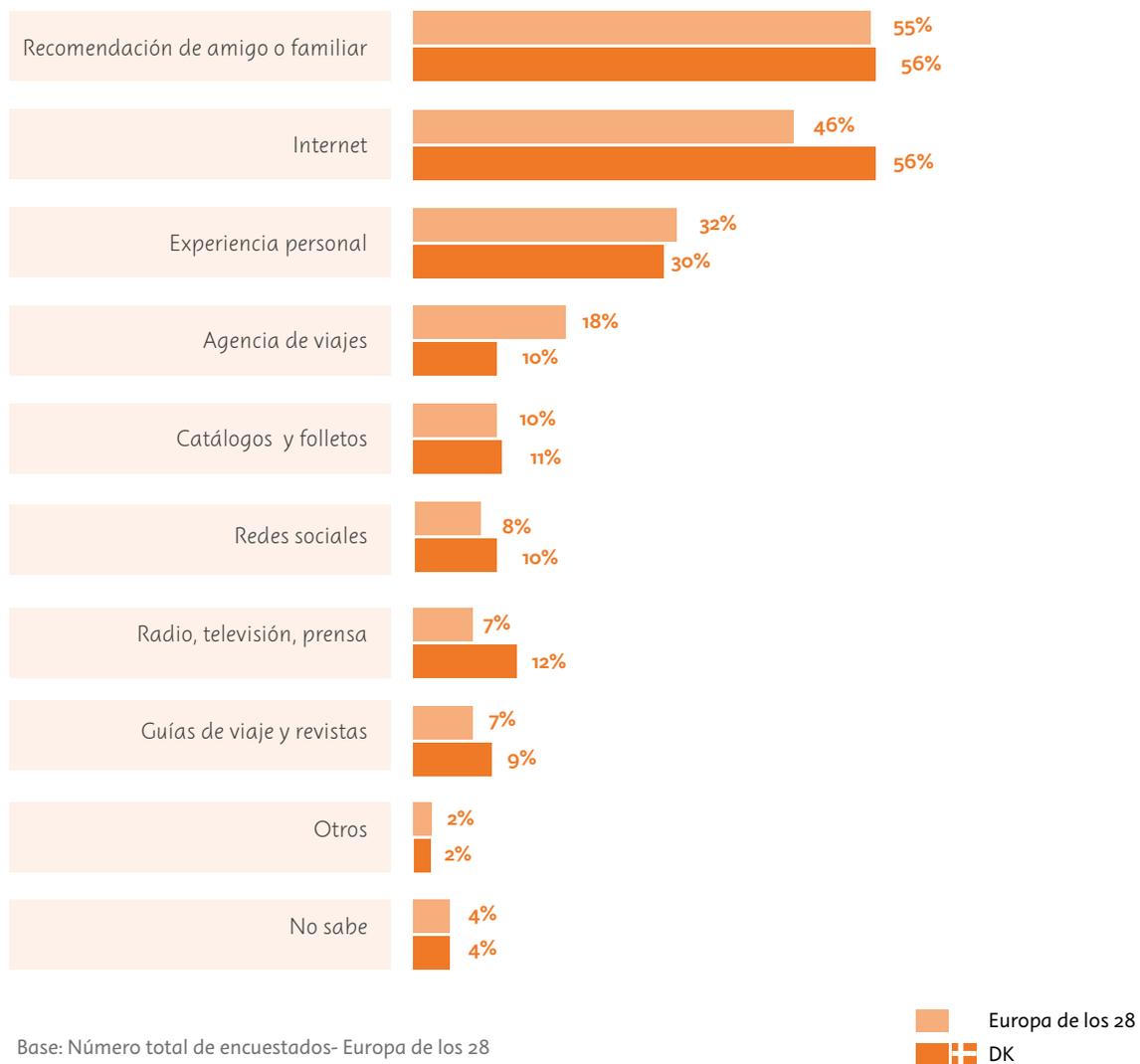
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Dinamarca. Fuentes de información para decidir viajes en 2014

De las siguientes fuentes de información, ¿cuál consideras que fue la más importante para tomar la decisión sobre tus planes de viaje?



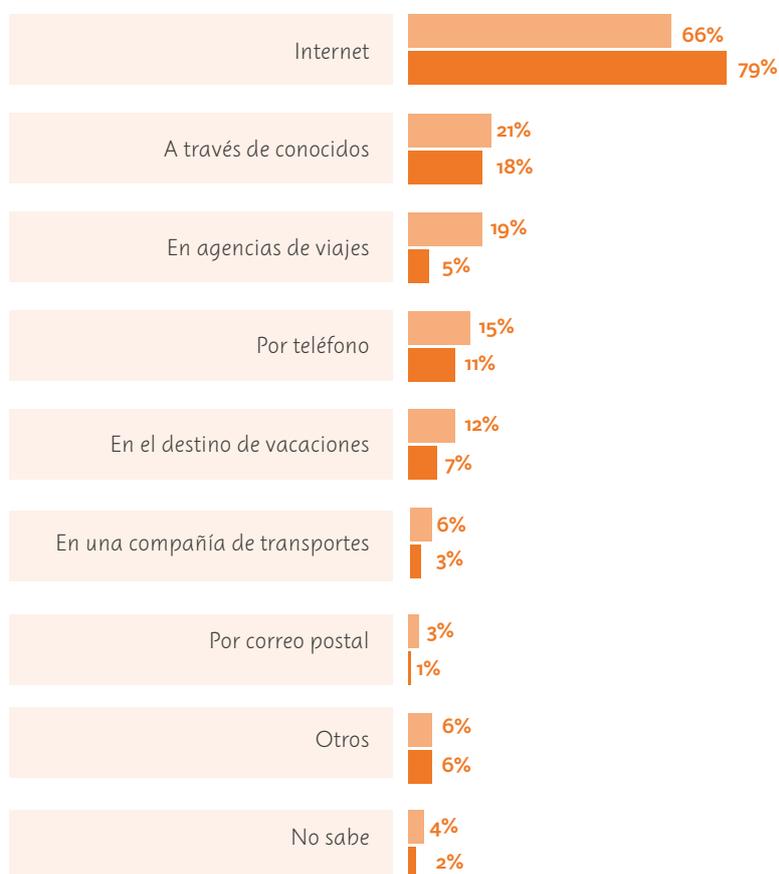
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Internet es la vía elegida por casi el 80 de la demanda. Es un dato significativo que pocas reservas que se efectúan de manera presencial en agencias de viaje.



Dinamarca. Vías de reserva para las vacaciones 2014

Para organizar sus vacaciones en 2014, ¿utilizó alguno de los siguientes medios?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
DK

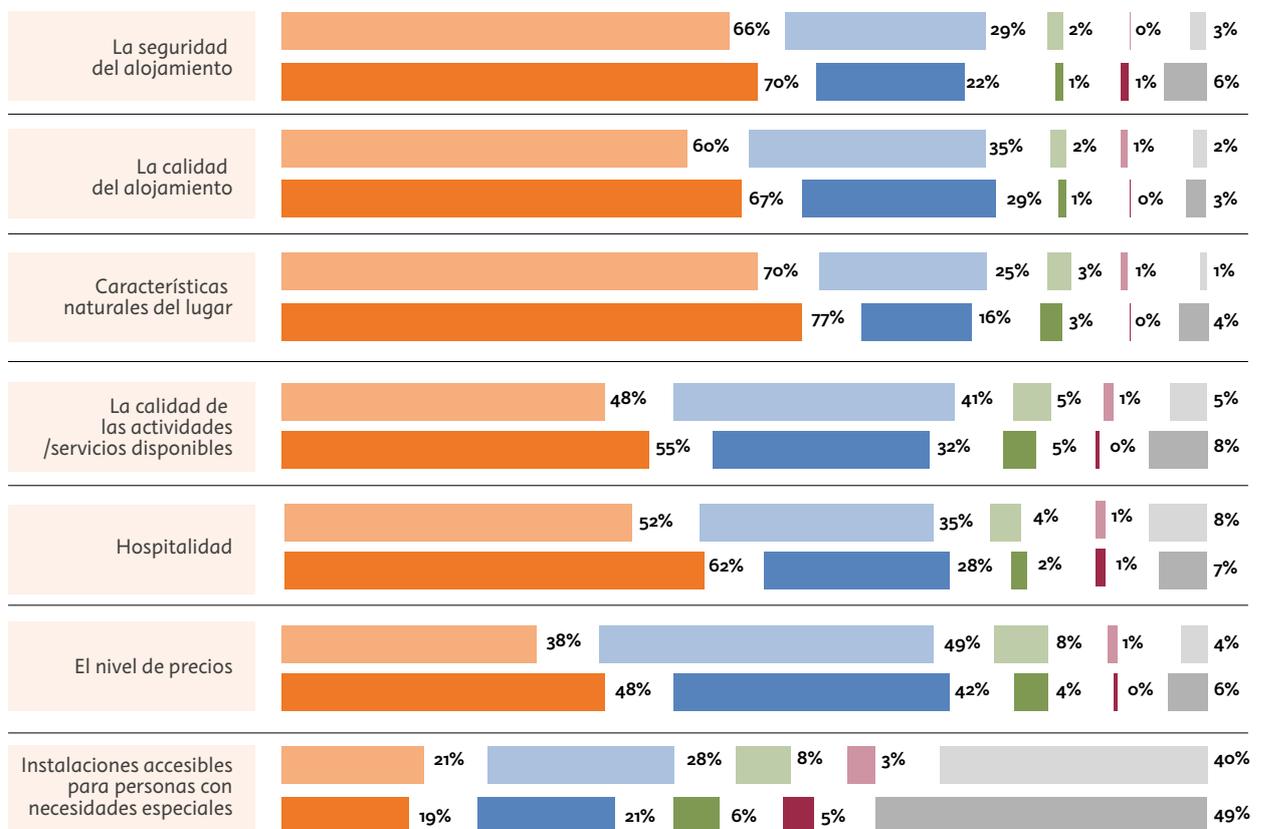
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Los daneses valoran especialmente el cuidado del entorno natural así como la seguridad y calidad del alojamiento. La atención en el destino y la calidad de la oferta complementaria y el nivel de precios son también otros aspectos que merecen mención especial.

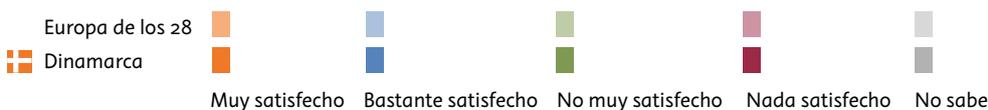


Dinamarca. Satisfacción sobre elementos vacacionales 2014

Sobre sus vacaciones de 2014, ¿cómo de satisfecho está con...?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)



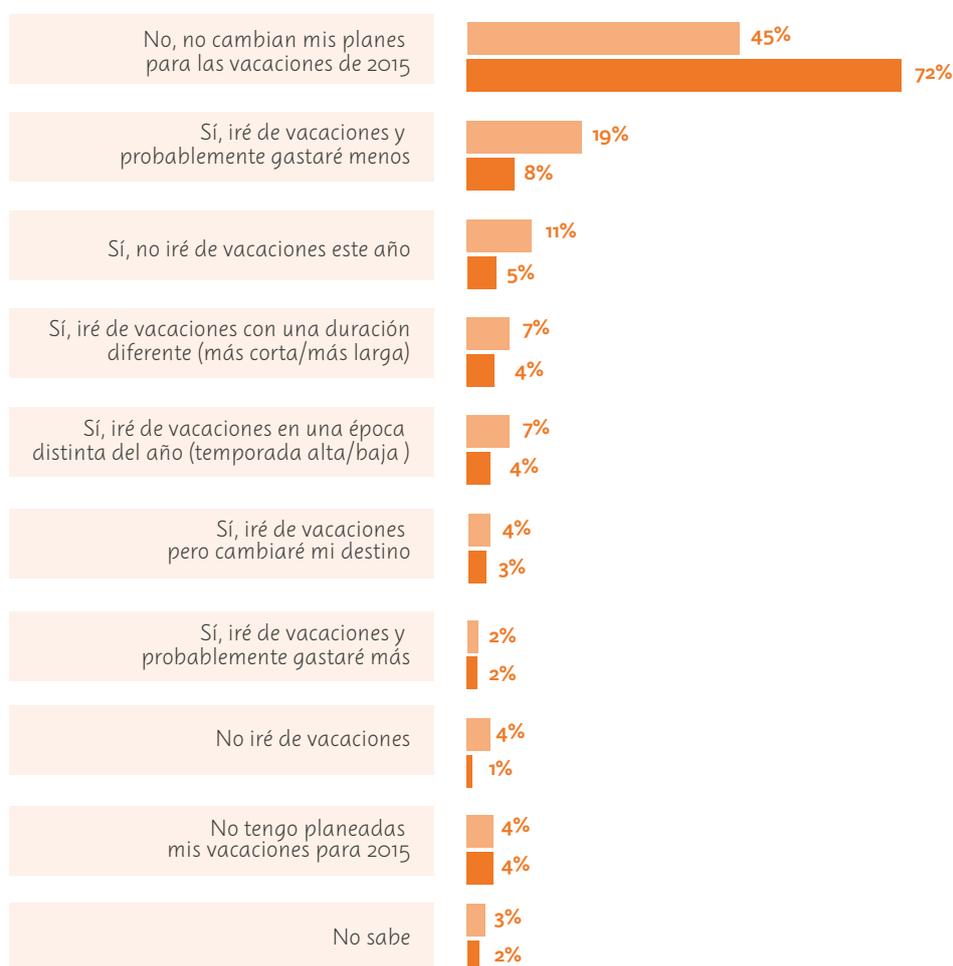
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

La situación económica no va a ser un impedimento en los planes de vacaciones del 2015 de los daneses, pues casi el 75% de la demanda los mantendrá invariables. Sólo un 4% cambiará sus vacaciones a la temporada baja y un 5% se verá obligado a no viajar en vacaciones.



Dinamarca. Situación económica y planes vacacionales 2015

¿La actual situación económica tiene un impacto sobre sus planes de vacaciones para 2015?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
DK

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)



Finlandia

Según informa Turespaña y de acuerdo con los datos de la Asociación Finlandesa de Agentes de Viajes (AFTA-SMAL), España es el país con mayor cuota de mercado de viajes vacacionales para el mercado finlandés, con un 32,3% , esta cifra supuso un uno por ciento más que la registrada el año anterior. Además, nuestro país concentró cerca de la mitad (45%) de los paquetes turísticos puestos a la venta en 2014.

Si se tiene en cuenta la duración total del viaje, puede afirmarse que España es el principal destino de los finlandeses para los periodos vacacionales de larga duración en destinos no próximos, en tanto que Estonia lo es para desplazamientos cortos a países vecinos.

El turista finlandés tiende a planificar sus vacaciones con mucha antelación. Así, según un cuestionario elaborado por la oficina de Turespaña en Helsinki enviado a Finnmatkat, en el primer trimestre de 2014, ya se habían vendido el 41% del total de paquetes turísticos ofertados para el verano pasado.

La debilidad económica que viene registrando Finlandia en los últimos meses es posible que se mantenga a medio plazo, y ello está afectando a las expectativas de aumento de viajeros tanto para España como para el resto de destinos tradicionales.

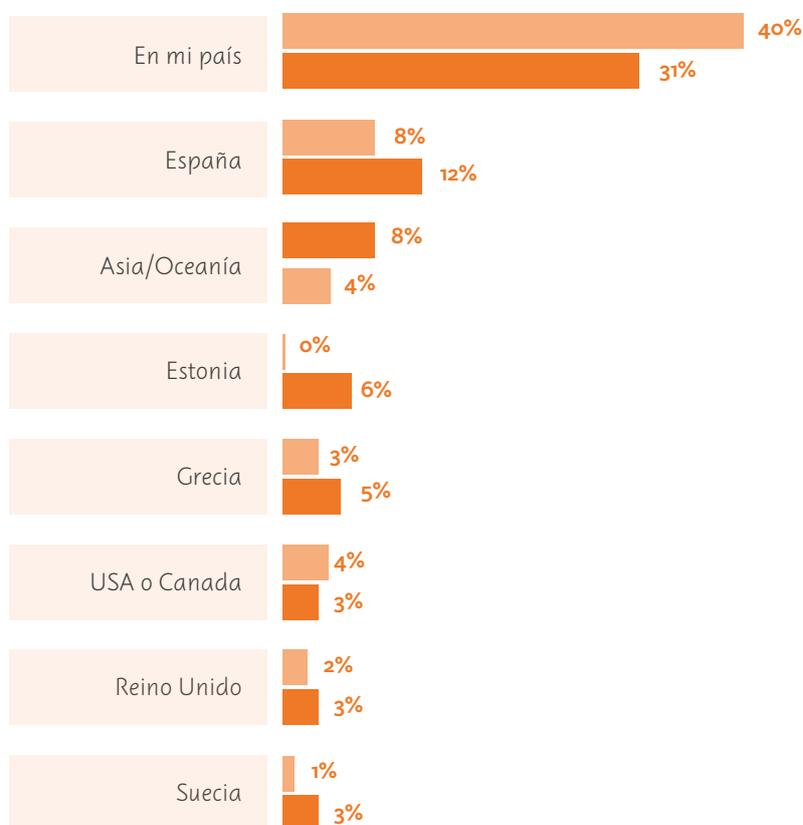
Los finlandeses confían en los destinos mediterráneos y en menor medida, en los destinos cercanos cara a disfrutar de sus vacaciones. Llama la atención la relativa popularidad de los destinos lejanos.





Finlandia. Lugar de destino de las vacaciones principales durante 2014

¿En qué país pasó usted las principales vacaciones de 2014? (Top 6 destinos)



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
FI

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Si bien el sol y playa es el producto más demandado, el turista finlandés es especialmente entusiasta de los destinos de ciudad y de los eventos, bien sean deportivos o de ocio. Las visitas a familiares y amigos son también un elemento de decisión muy importante y proporcionalmente, más influyente que en la media europea.



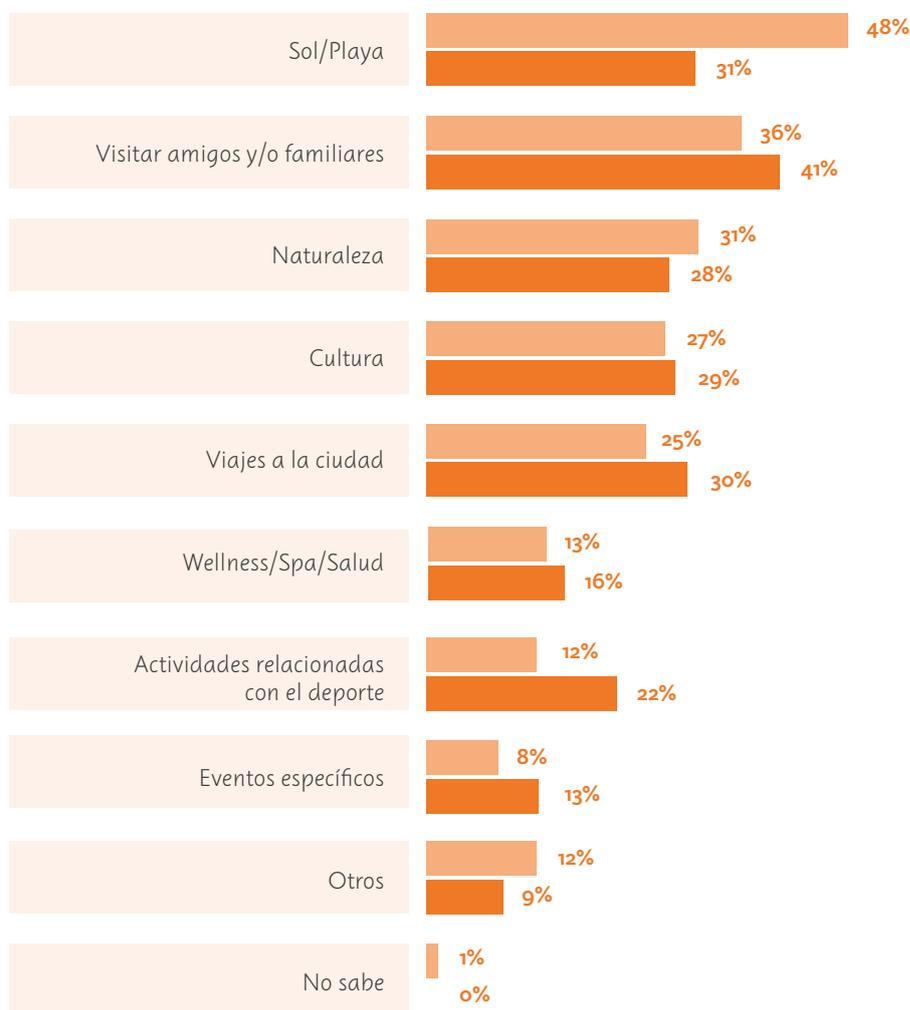
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Finlandia. Motivación para las vacaciones principales de 2014

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para ir de vacaciones en 2014?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
FI

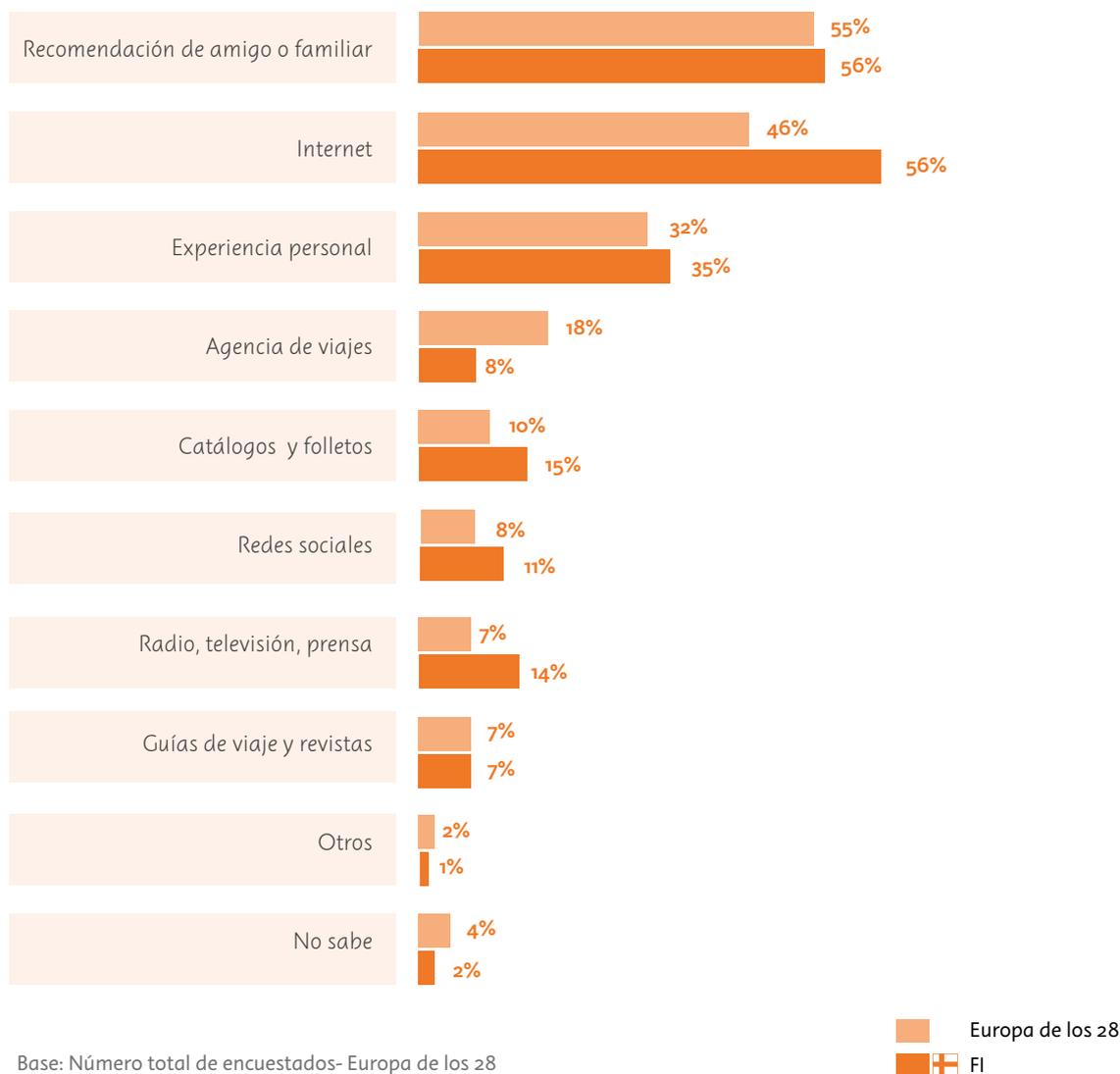
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

El mercado finlandés es especialmente proclive a usar Internet de cara a elegir sus vacaciones. Curiosamente, al mismo tiempo, es más fiel que la media europea a los canales tradicionales como los catálogos y folletos, periódicos, radio o televisión.



Finlandia. Fuentes de información para decidir viajes en 2014

De las siguientes fuentes de información, ¿cuál consideras que fue la más importante para tomar la decisión sobre tus planes de viaje?



Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

El patrón de reservas de los finlandeses se rige por la reserva a través de Internet pero también son más proclives a reservar por teléfono o directamente en el mostrador del proveedor.



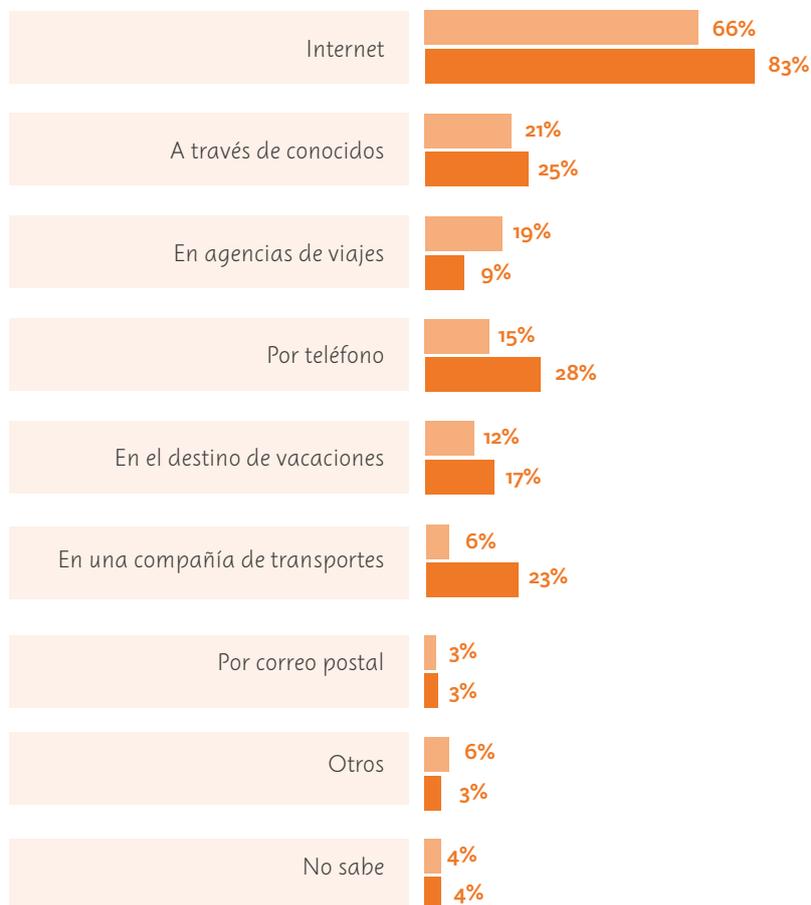
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Finlandia. Vías de reserva para las vacaciones 2014

Para organizar sus vacaciones en 2014, ¿utilizó alguno de los siguientes medios?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
FI

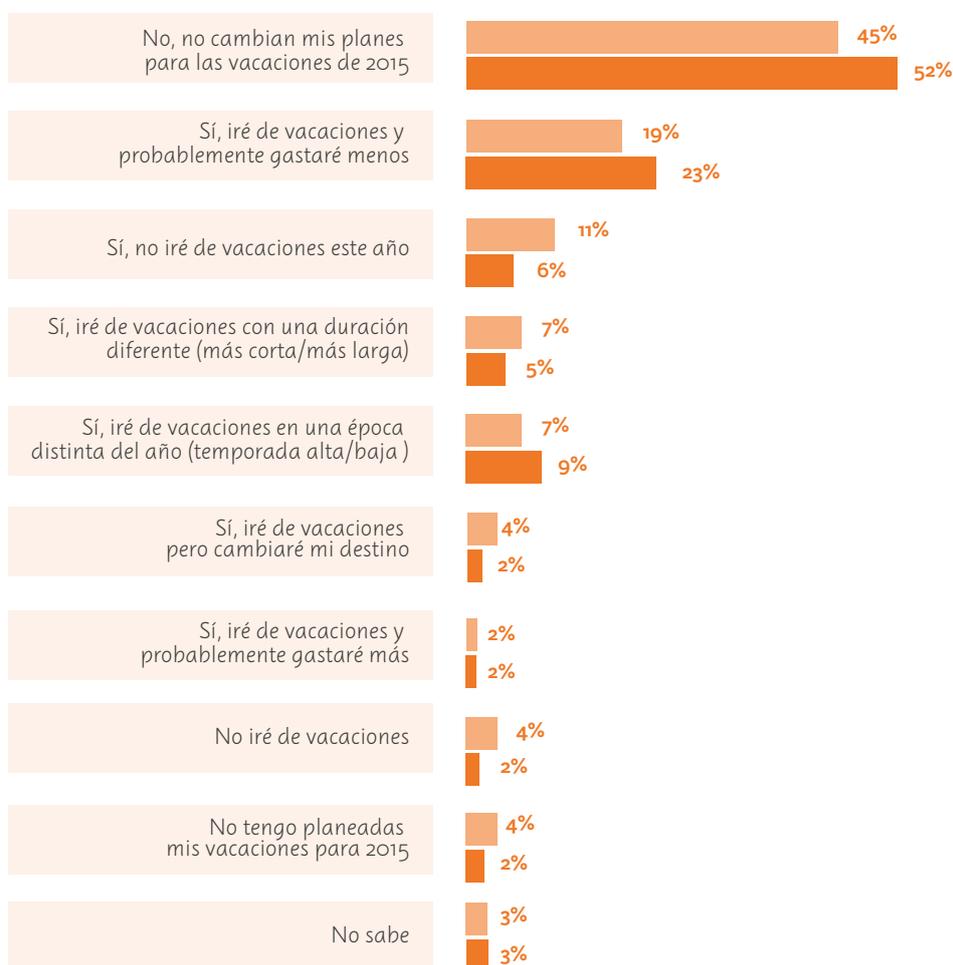
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

En relación a 2015, cerca de uno de cada cuatro finlandeses piensan gastar menos dinero en sus vacaciones y cerca de un diez por ciento estarán dispuestos a tomar vacaciones en temporada baja. Sin embargo, más de la mitad de los finlandeses no variarán su planificación vacacional por motivos económicos.



Finlandia. Situación económica y planes vacacionales 2015

¿La actual situación económica tiene un impacto sobre sus planes de vacaciones para 2015?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
FI

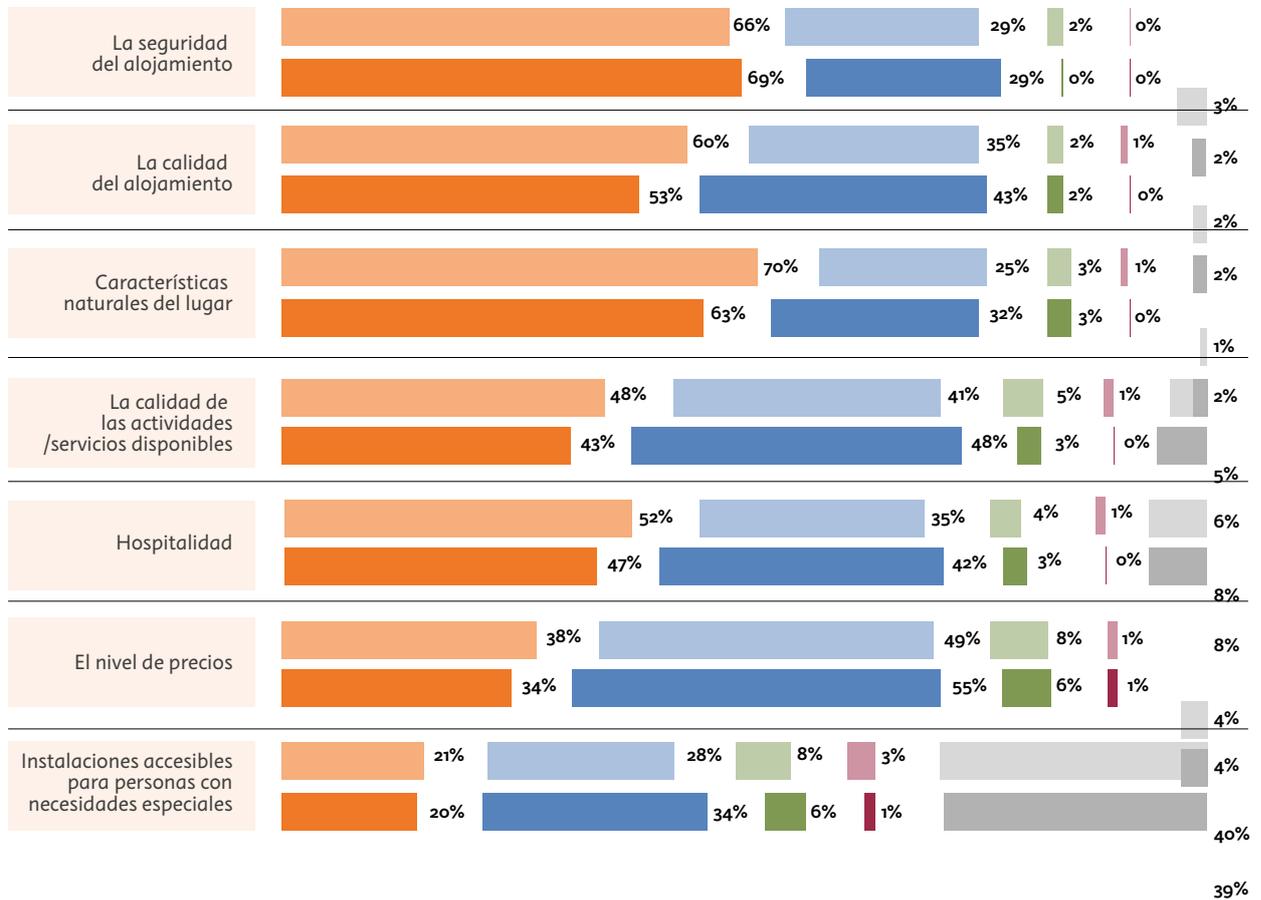
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

De entre los elementos más determinantes en la satisfacción del cliente finlandés, la seguridad y calidad del alojamiento, el cuidado del entorno natural y la hospitalidad son especialmente valorados.

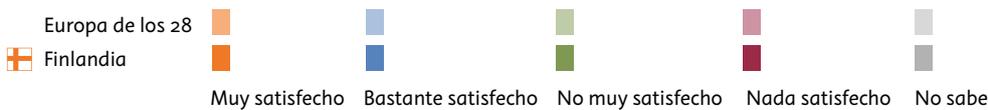


Finlandia. Satisfacción sobre elementos vacacionales 2014

Sobre sus vacaciones de 2014, ¿cómo de satisfecho está con...?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)



Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

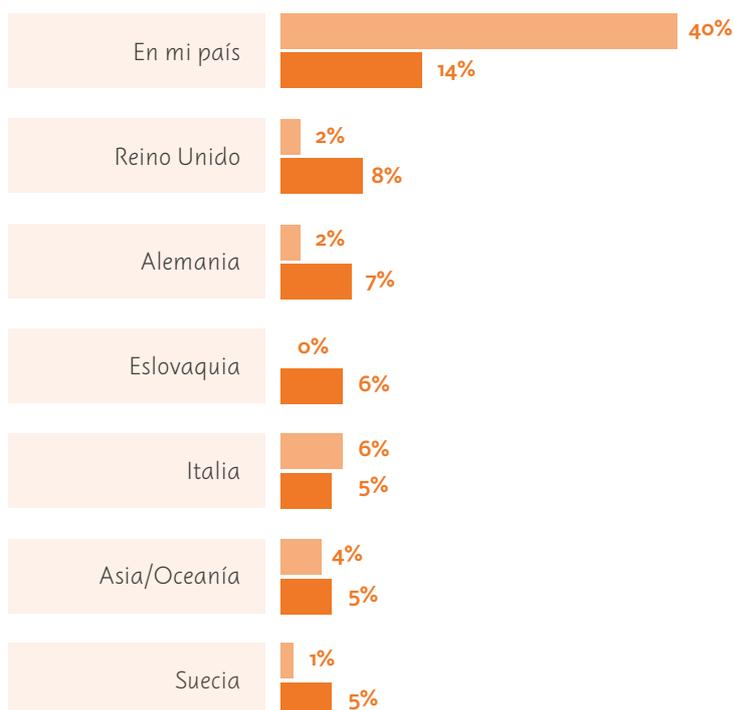
Letonia

Letonia muestra un orden de preferencias bastante atípico en relación a los países de su entorno. Destinos como Reino Unido y probablemente como herencia de su pasado soviético, Alemania y Eslovaquia, se encuentran entre los más populares.



Letonia. Lugar de destino de las vacaciones principales durante 2014

¿En qué país pasó usted las principales vacaciones de 2014? (Top 6 destinos)



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
LV

Fuente: Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Los letones se sitúan bastante por debajo de la media europea en cuanto a preferencia por las vacaciones de sol y playa. Por el contrario, los viajes de ciudad o los de spa y wellness son proporcionalmente mucho más populares que en el conjunto de la Unión Europea.



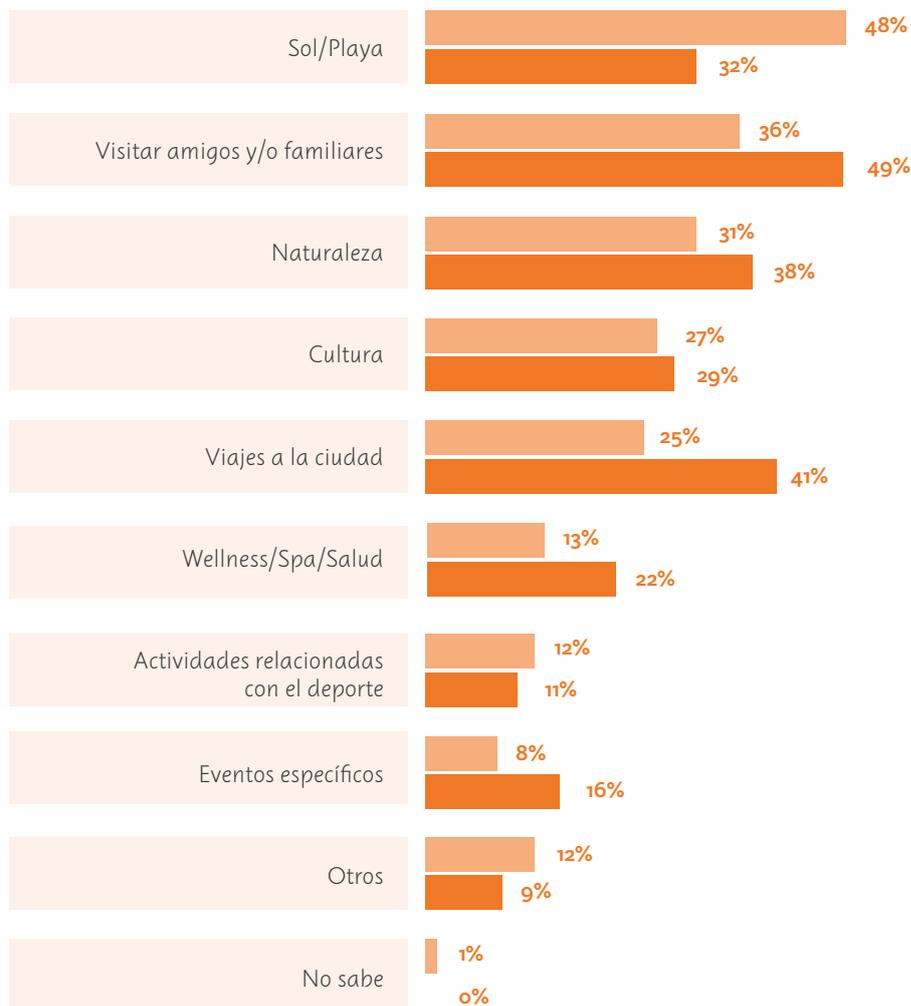
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Letonia . Motivación para las vacaciones principales de 2014

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para ir de vacaciones en 2014?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
LV

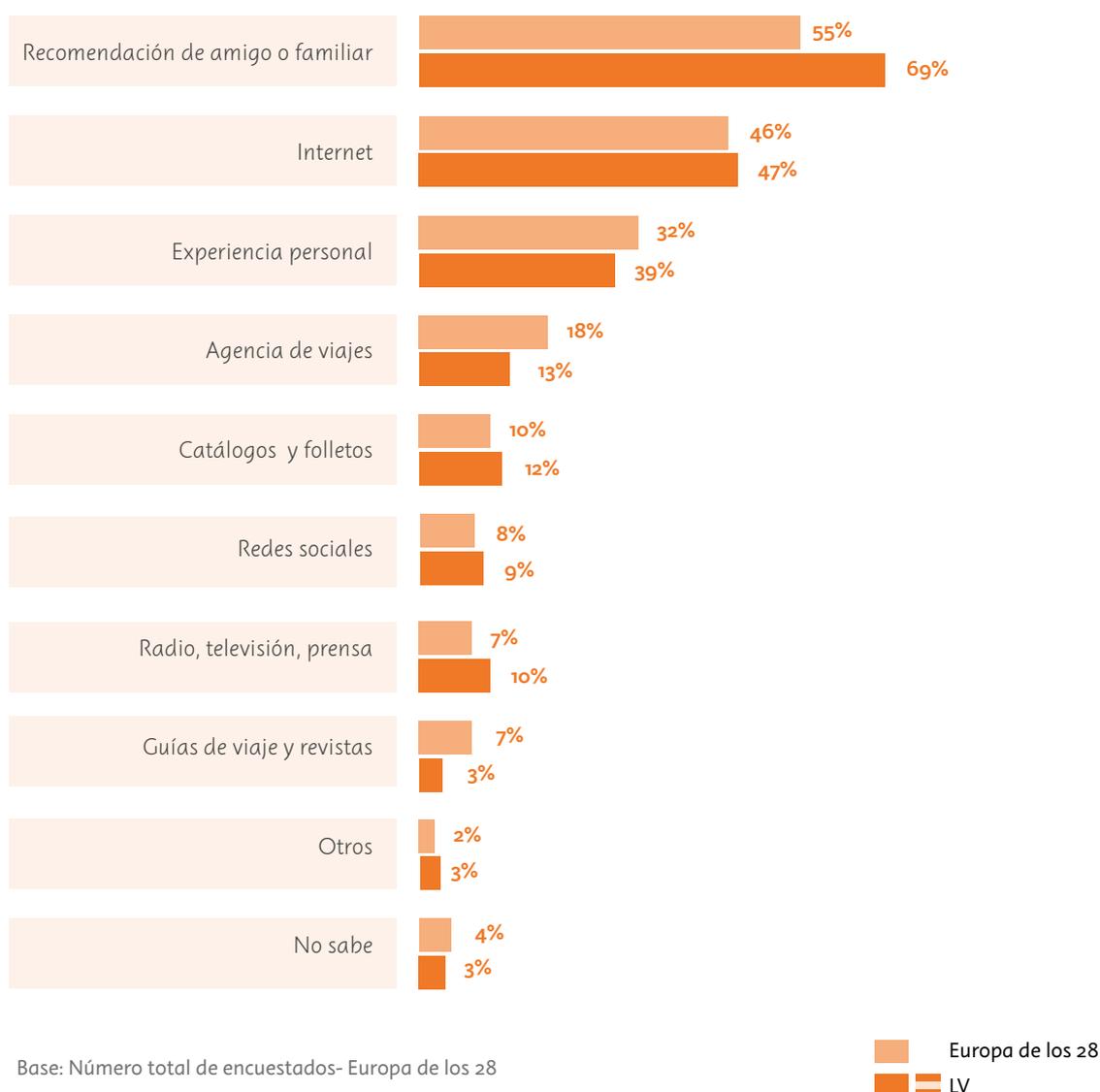
Fuente : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

A la hora de elegir sus vacaciones, los letones se guían mayoritariamente por los consejos de amigos y conocidos, manteniendo un patrón similar al resto de los países europeos en relación a otras opciones, con la salvedad de la relativa afición por los eventos específicos, donde aún con volúmenes modestos, dobla a la media europea.



Letonia. Fuentes de información para decidir viajes en 2014

De las siguientes fuentes de información, ¿cuál consideras que fue la más importante para tomar la decisión sobre tus planes de viaje?



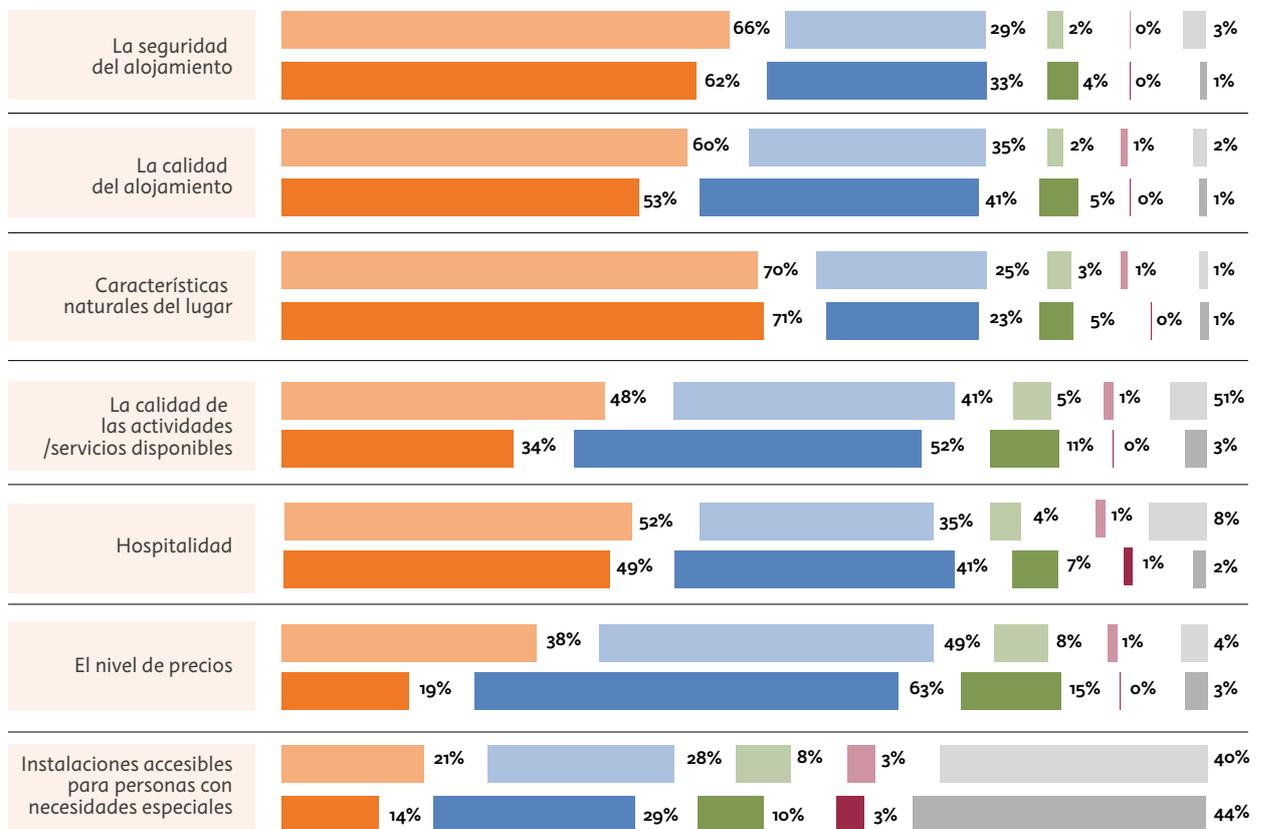
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Si bien Internet es, en cuanto a volumen, el canal prioritario para organizar vacaciones, los medios tradicionales tienen aún en Lituania una implantación mucho mayor que en la Unión Europea, especialmente las recomendaciones de conocidos, los mostradores de agencias de viaje y del proveedor de medio de transporte.



Letonia. Satisfacción sobre elementos vacacionales 2014

Sobre sus vacaciones de 2014, ¿cómo de satisfecho está con...?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)



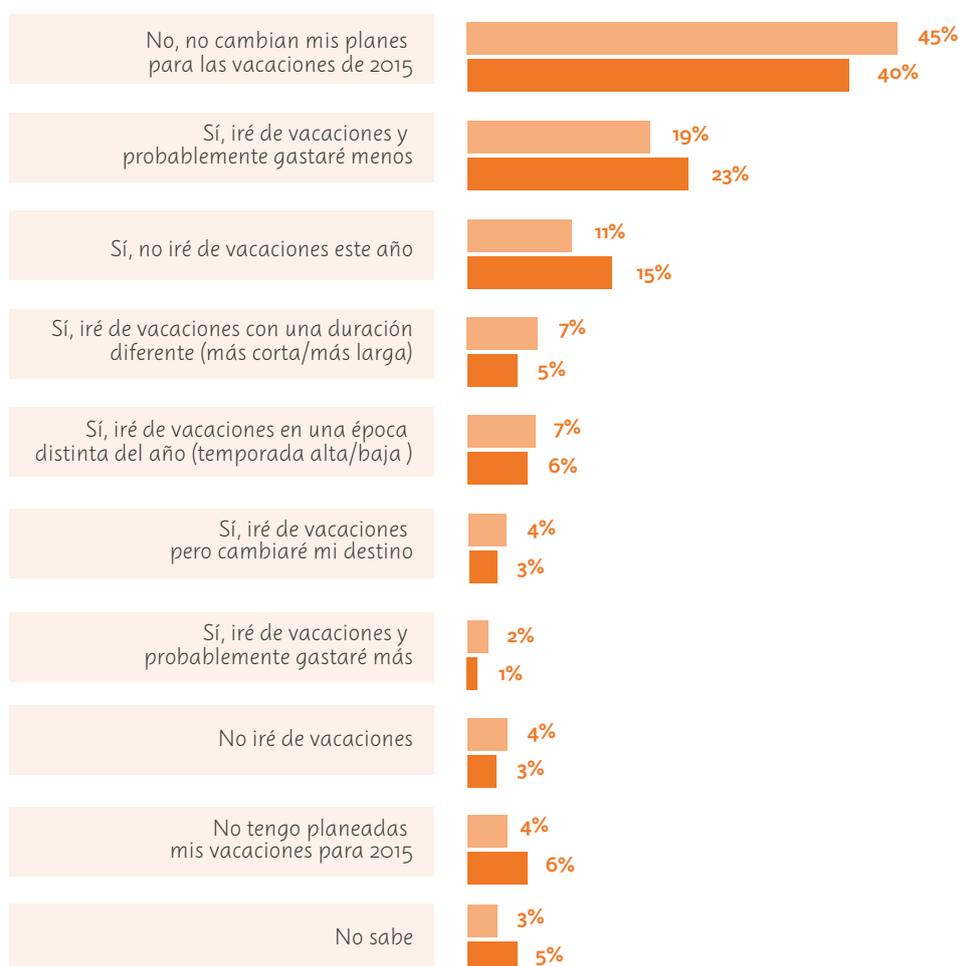
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Dentro de los elementos que integran la experiencia vacacional, los letones son bastante sensibles al nivel de precios así como a la calidad de los servicios y actividades ofertados.



Letonia. Situación económica y planes vacacionales 2015

¿La actual situación económica tiene un impacto sobre sus planes de vacaciones para 2015?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
LV

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

La situación económica actual no hará a los letones cambiar sus planes de vacaciones de modo general, pero los porcentajes de turistas que piensan gastar menos o que no tomarán vacaciones en 2015 superan a la media europea.



Estonia

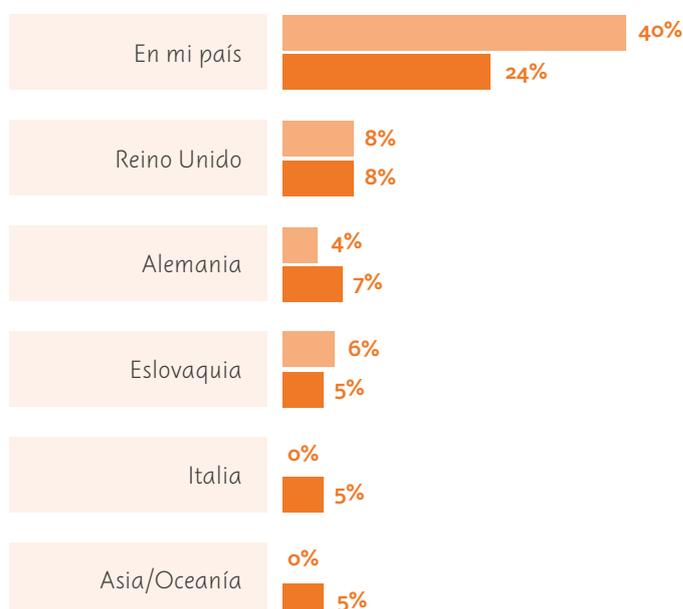
La principal característica de los estonios en cuanto elegir destino vacacional, es la relativa popularidad de los destinos cercanos, tanto Letonia como Finlandia.





Estonia. Lugar de destino de las vacaciones principales durante 2014

¿En qué país pasó usted las principales vacaciones de 2014? (Top 6 destinos)



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
EE

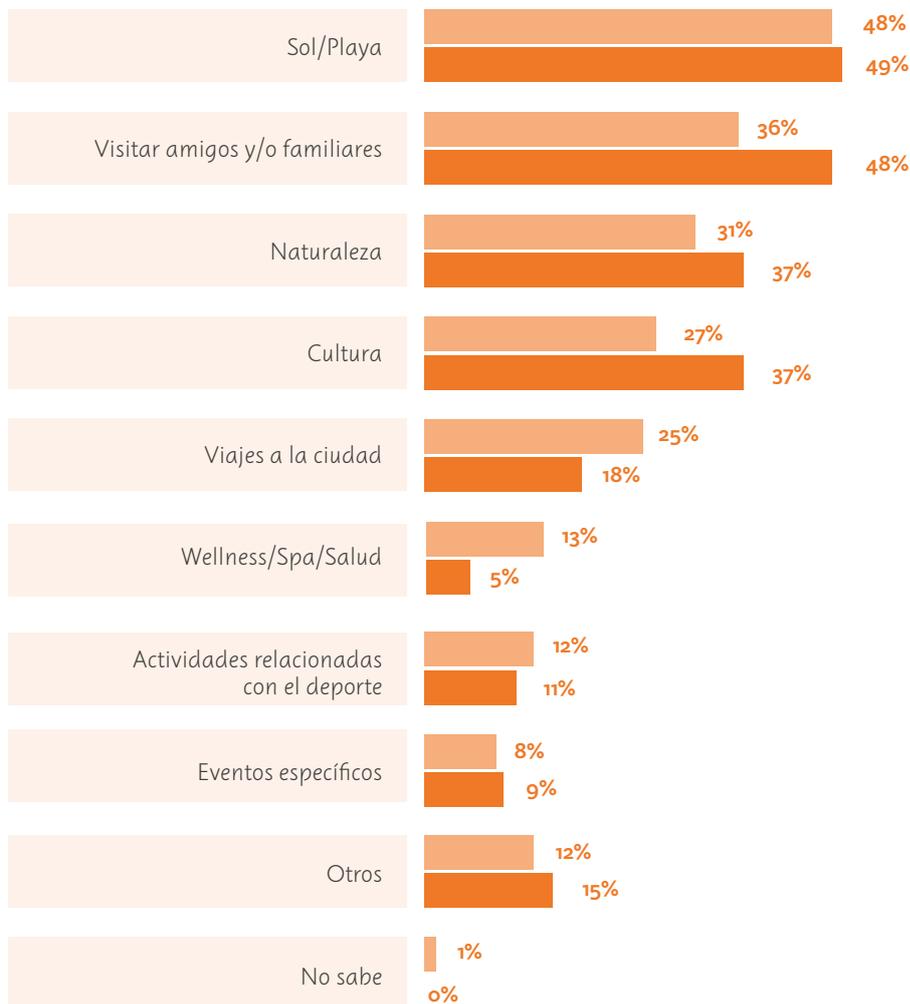
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Las motivaciones que afectan a los estonios en mayor medida que al resto de la Unión Europea son las de visitar amigos y familiares, la naturaleza y sobre todo la cultura. En cuanto a los viajes de spa y wellness, la popularidad es realmente baja pero no por ser poco receptivos a este producto, sino por la amplia oferta de la que disfrutaban en su propio país.



Estonia . Motivación para las vacaciones principales de 2014

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para ir de vacaciones en 2014?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
EE

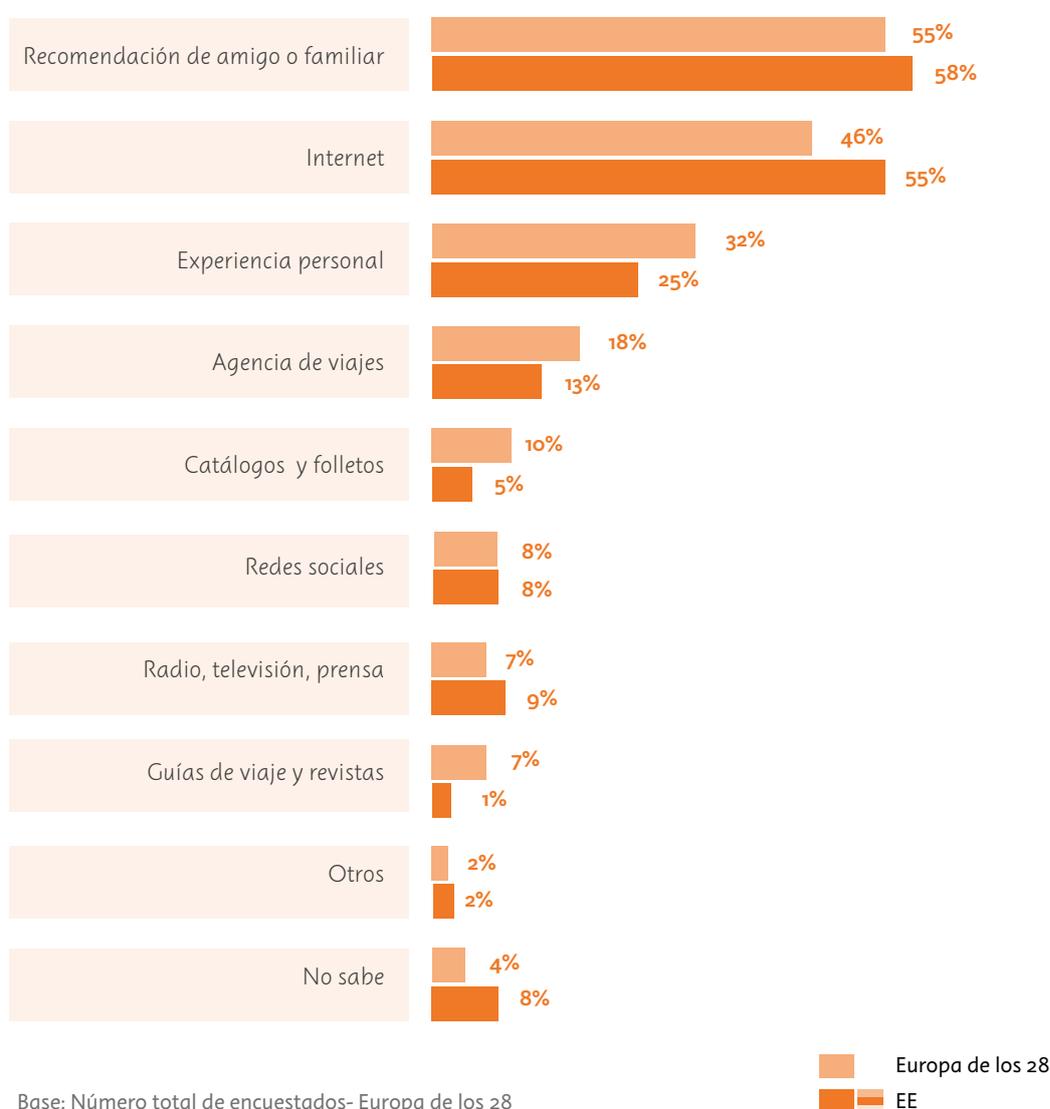
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Los estonios son especialmente dados a informarse a través de Internet a la hora de decidir sus vacaciones, aunque el mayor peso específico recae en las recomendaciones de familiares y amigos. Por otra parte, los medios impresos, ya sean folletos, revistas o guías son mucho menos populares que en el resto de la Unión Europea.



Estonia. Fuentes de información para decidir viajes en 2014

De las siguientes fuentes de información, ¿cuál consideras que fue la más importante para tomar la decisión sobre tus planes de viaje?



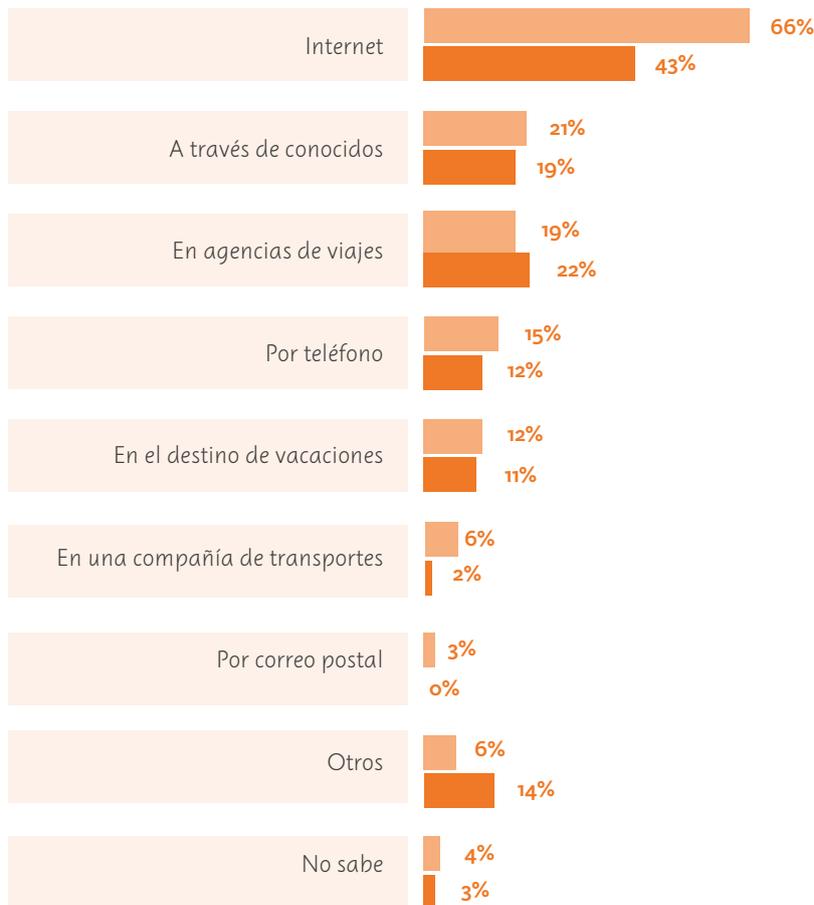
Fuente: Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Aún siendo la opción más popular, los estonios reservan bastante poco a través de Internet en comparación con el resto de países de la UE. Esta modalidad apenas supera el 40% del total de las reservas. Hacer la reserva directamente en el mostrador de una agencia o incluso hacerlo de forma espontánea son opciones más populares en Estonia que en el conjunto de la UE.



Estonia. Vías de reserva para las vacaciones 2014

Para organizar sus vacaciones en 2014, ¿utilizó alguno de los siguientes medios?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
EE

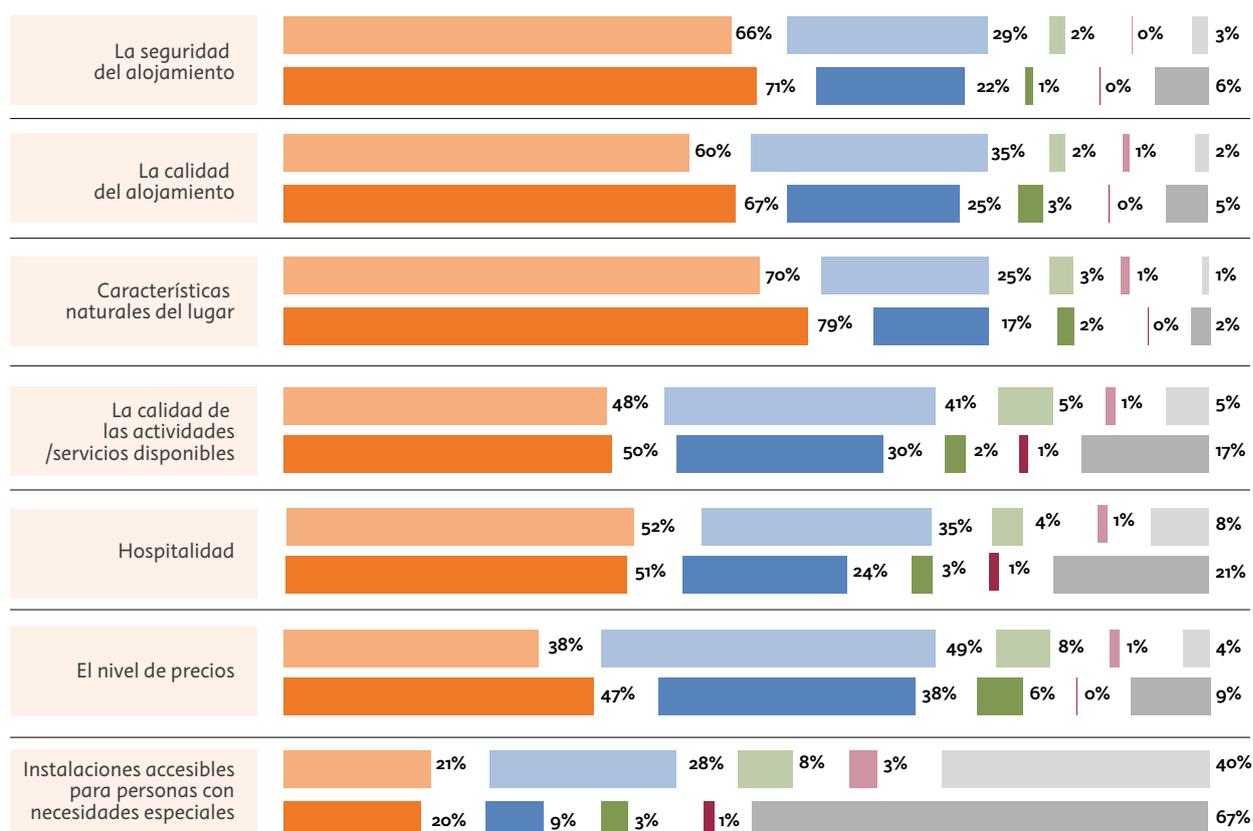
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

El clima, paisaje etc.... es, sin duda de largo la cualidad más valorada por los estonios durante el disfrute de sus vacaciones. El alojamiento, tanto en calidad como en seguridad es otro de los aspectos más importantes y mejor valorados.

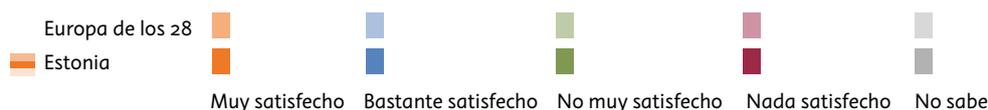


Estonia. Satisfacción sobre elementos vacacionales 2014

Sobre sus vacaciones de 2014, ¿cómo de satisfecho está con...?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)



Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Para el conjunto de los estonios, la situación económica, al igual que el resto de la Unión Europea, no va a cambiar sus planes vacacionales. Los estonios no parecen demasiado interesados en cambiar sus vacaciones a temporada baja. El porcentaje de turistas que aún no ha decidido lo que harán es bastante mayor que en el resto de la UE.



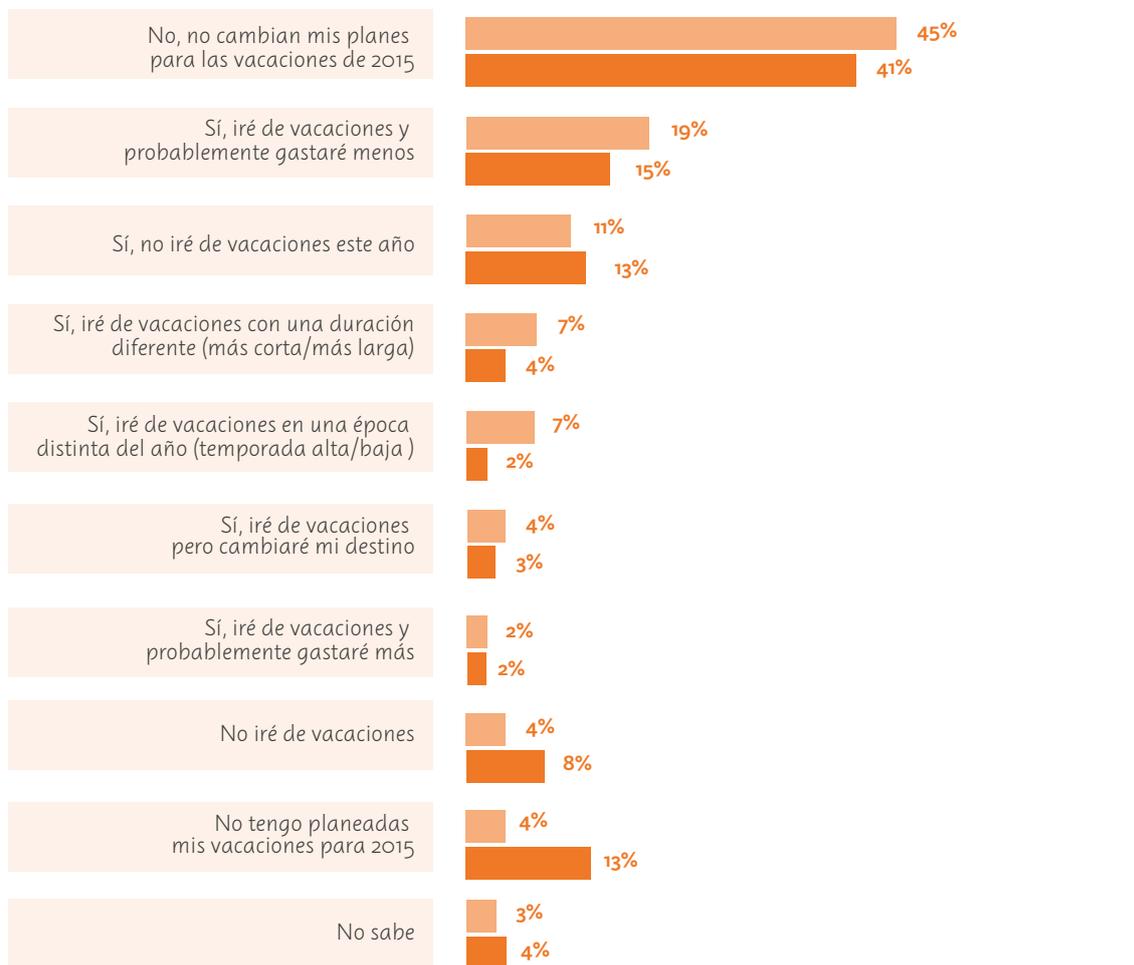
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Estonia. Situación económica y planes vacacionales 2015

¿La actual situación económica tiene un impacto sobre sus planes de vacaciones para 2015?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
 EE

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Lituania

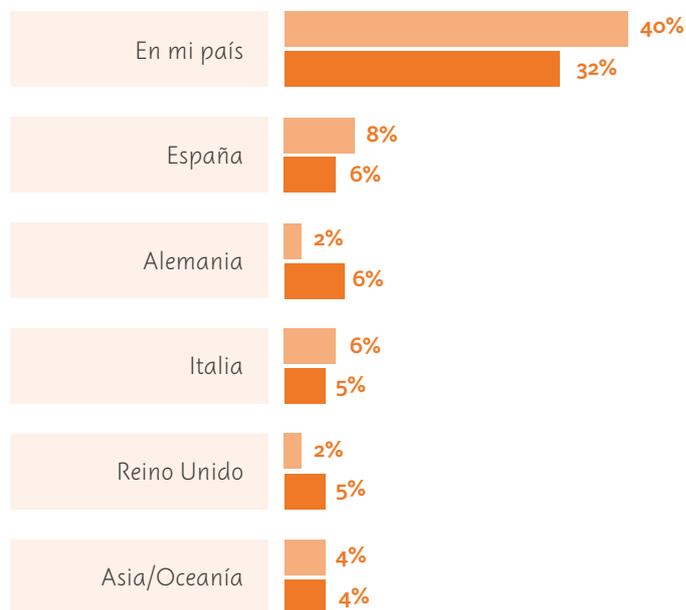
Los lituanos presentan un patrón de gustos donde se mezclan destinos del norte de Europa como Alemania con otros soleados como España. Sin embargo, destaca la gran cantidad de turistas que elegirán su propio país. Hay que recordar que ciudades como Palanga son destinos vacacionales bastante populares entre turistas tan dispares como rusos o noruegos.





Lituania. Lugar de destino de las vacaciones principales durante 2014

¿En qué país pasó usted las principales vacaciones de 2014? (Top 6 destinos)



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
LT

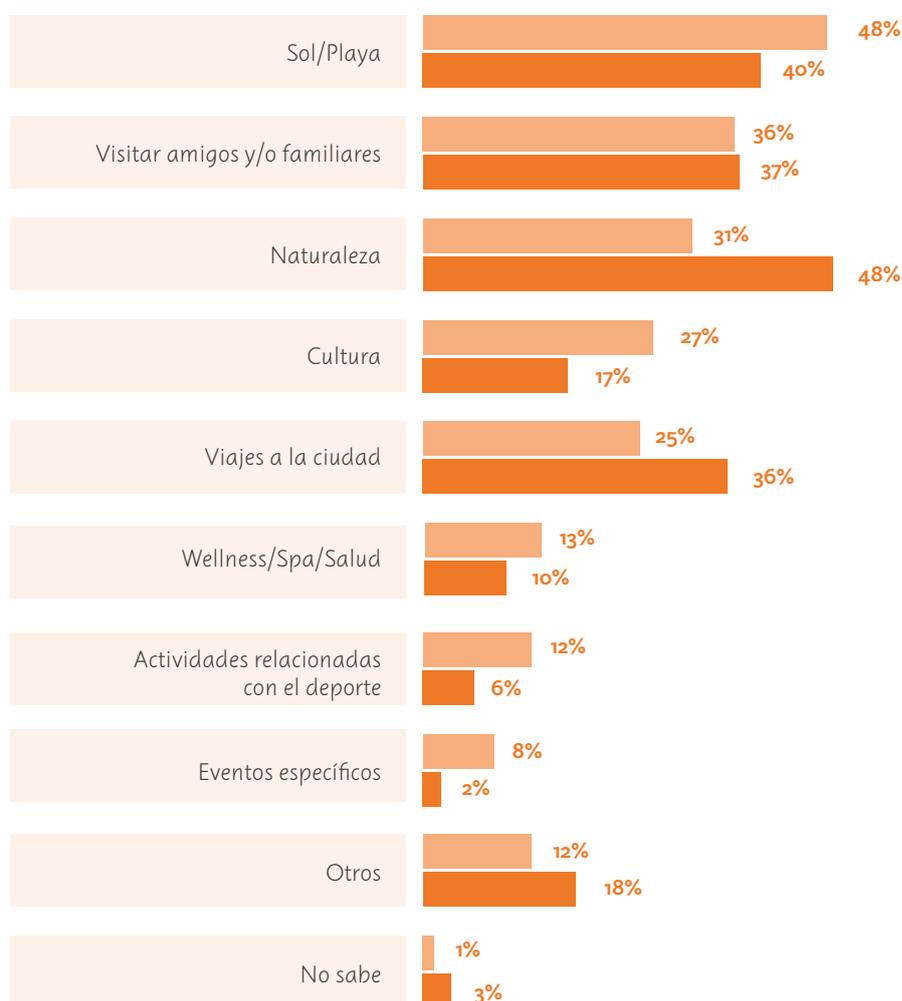
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Los lugares con entornos naturales singulares, los viajes a ciudades y los viajes espontáneos son tres inspiraciones que en el turista lituano alcanzan mayor popularidad que en el resto de la Unión Europea.



Lituania . Motivación para las vacaciones principales de 2014

¿Cuáles fueron las principales motivaciones para ir de vacaciones en 2014?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
LT

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Las recomendaciones de amigos y familiares son las más que más se tienen en cuenta a la hora de reservar unas vacaciones para los lituanos, es significativa además, la nula presencia de guías y revistas como elemento influyente en las reservas.



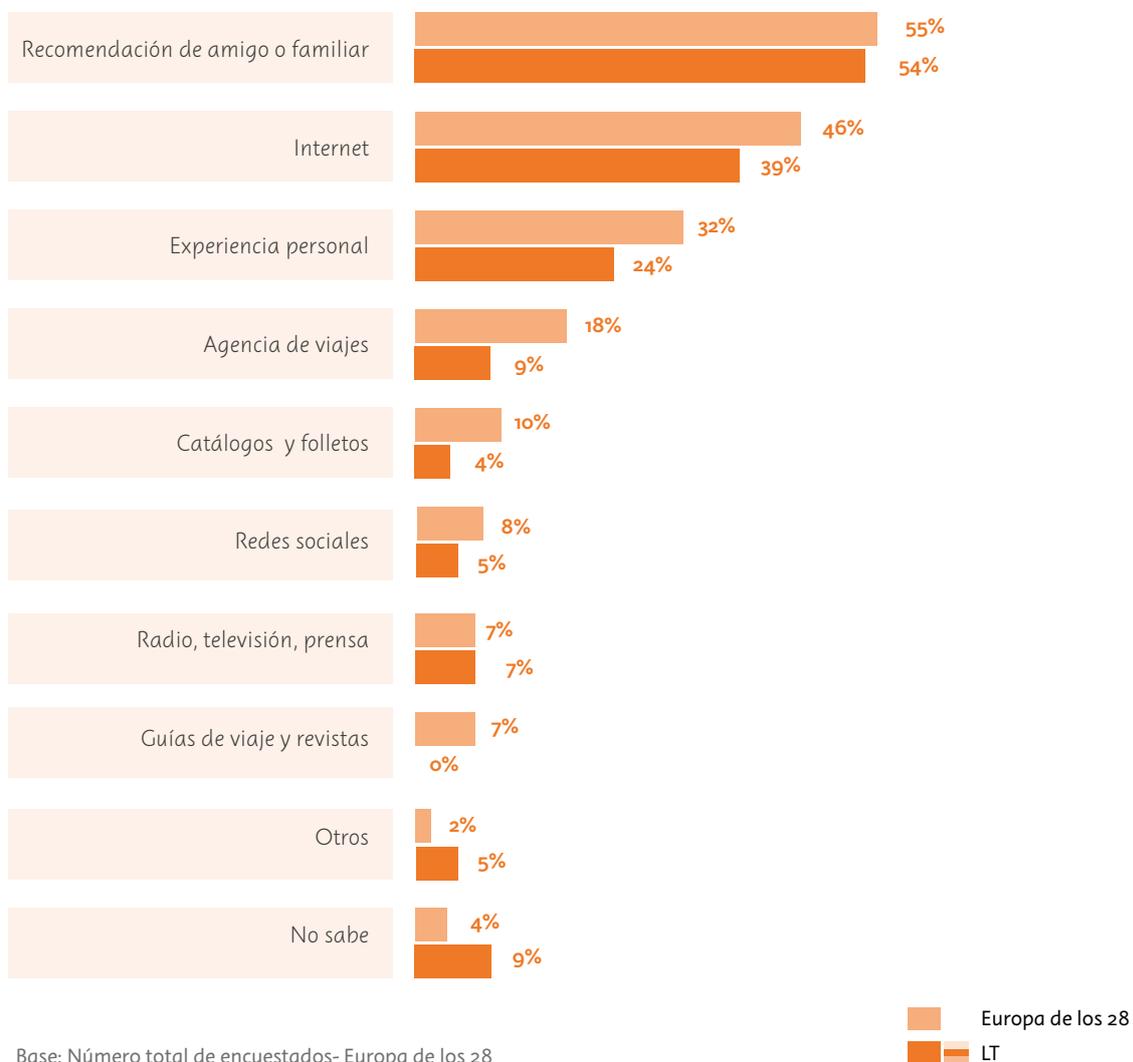
Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Lituania. Fuentes de información para decidir viajes en 2014

De las siguientes fuentes de información, ¿cuál consideras que fue la más importante para tomar la decisión sobre tus planes de viaje?



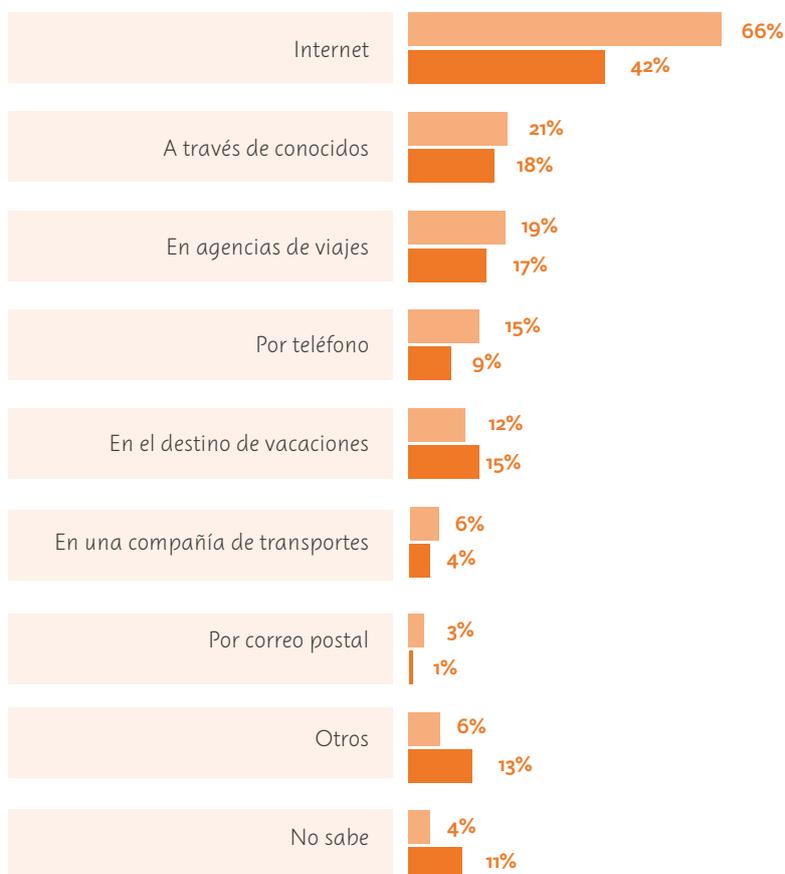
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

En relación a las vías de reserva de las vacaciones, Internet aún siendo la primera fuente en cuanto a volumen, tiene una presencia modesta si lo comparamos con la media europea. Su porcentaje se sitúa veinte puntos por debajo de dicha media. Por otra parte, el gran peso de las vacaciones domésticas propicia que las vacaciones reservadas en el propio lugar de disfrute sean bastante populares así como aquellas reservadas de manera espontánea.



Lituania. Vías de reserva para las vacaciones 2014

Para organizar sus vacaciones en 2014, ¿utilizó alguno de los siguientes medios?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28
(Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
LT

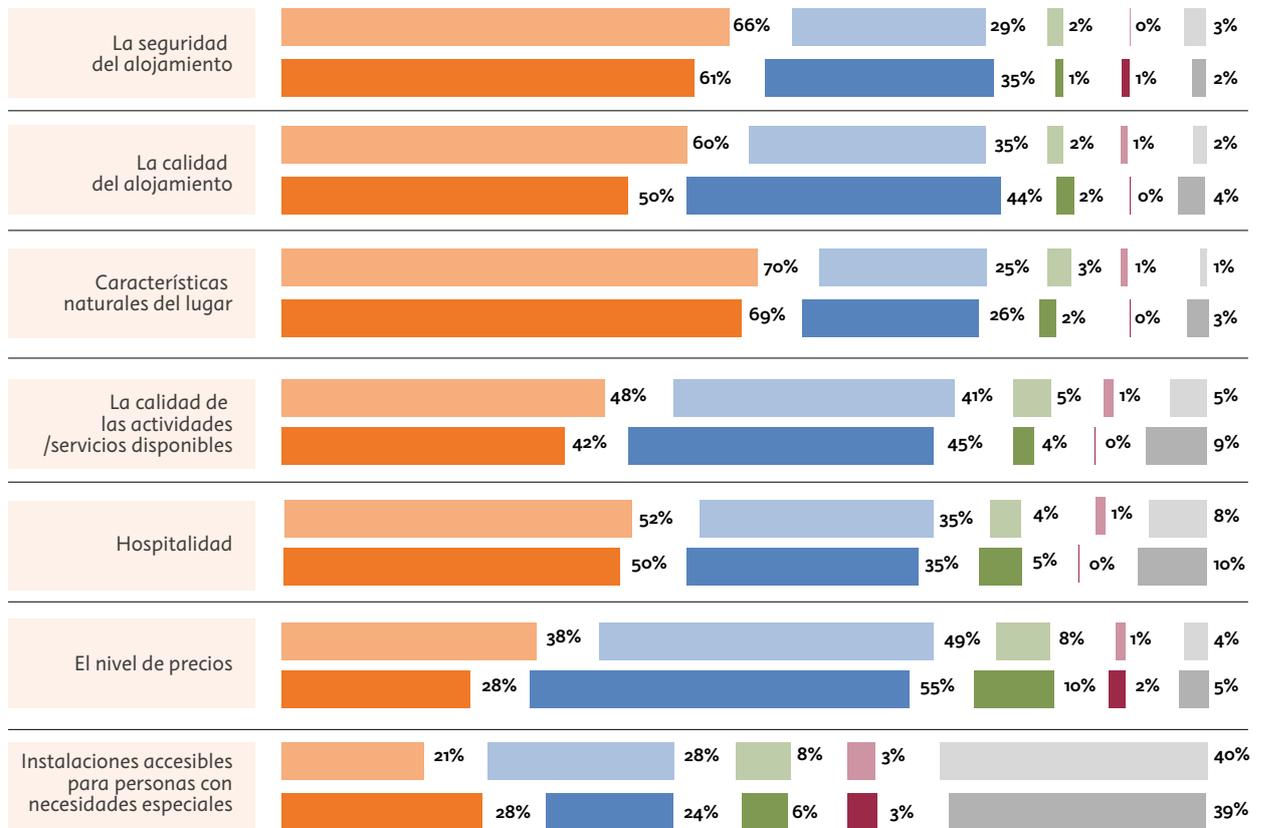
Fuente: Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

Los entornos naturales, la calidad del alojamiento y la seguridad en el mismo son las variables que más nivel de satisfacción alcanzan en el turista lituano, que es más sensible al precio que la media de la UE.

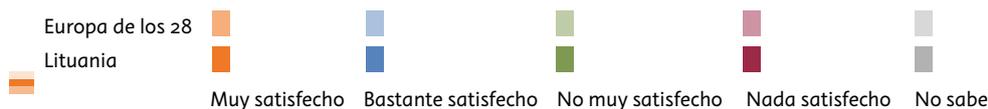


Lituania. Satisfacción sobre elementos vacacionales 2014

Sobre sus vacaciones de 2014, ¿cómo de satisfecho está con...?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)



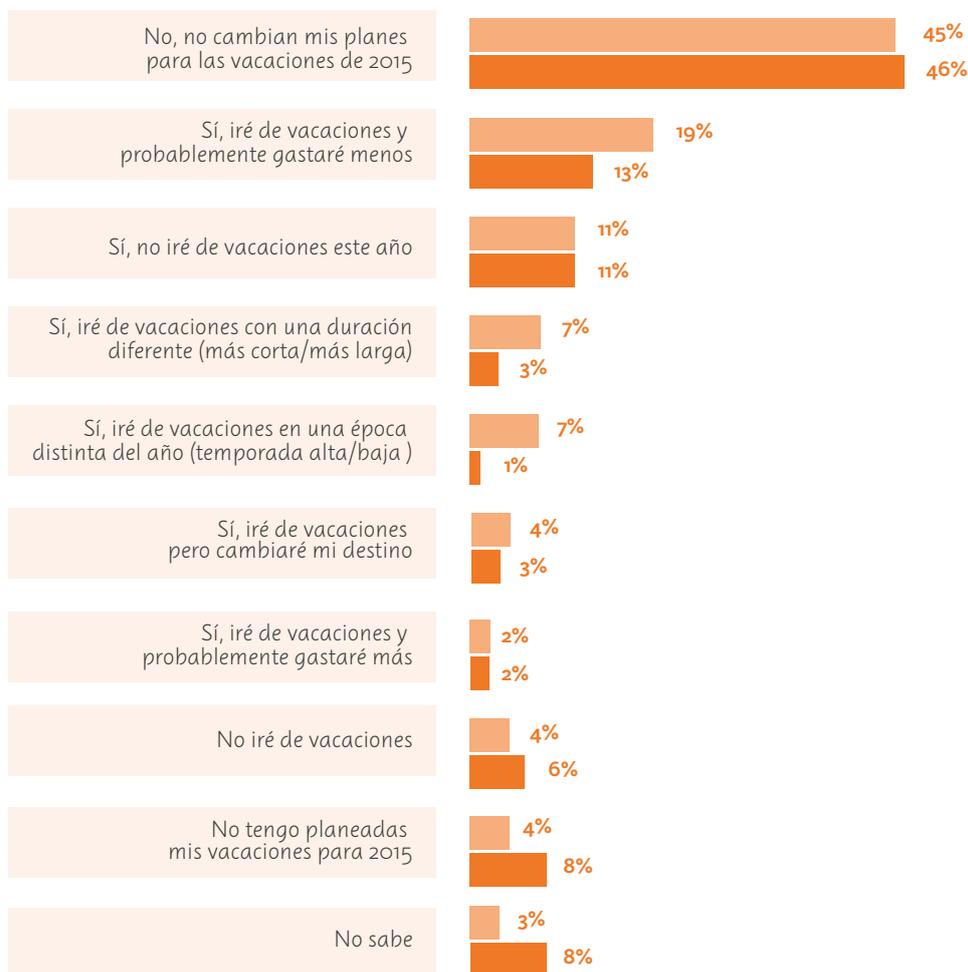
Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)

En relación a la situación económica y planes vacacionales de 2015, la suma de turistas que aún no ha decidido sus planes vacacionales y los que no saben de qué manera les afectará la situación económica suman un porcentaje del 16%, más del doble que la media de la UE. Sin embargo, el grupo que no cambiará sus planes en 2015 por culpa de la situación económica es el mayoritario y está al mismo nivel que la media de la UE.



Lituania. Situación económica y planes vacacionales 2015

¿La actual situación económica tiene un impacto sobre sus planes de vacaciones para 2015?



Base: 51% del total de respuestas –Europa de los 28 (Aquellos quienes viajaron al menos cuatro días consecutivos en 2014)

Europa de los 28
LT

Fuente: : Eurobarómetro de la Comisión Europea (2014)



2.2 Operadores

Los grandes grupos turoperadores tienen presencia en el conjunto de los países nórdicos, si bien su implantación es desigual dependiendo del país que tomemos como referencia.

Atendiendo al nivel de ingresos y mencionando que SAS está constituida como línea aérea y turoperador, observamos que son las filiales suecas las que encabezan las listas de ingresos. El grupo TUI ocupa las posiciones 2, 7, 8 y 9 del ranking por ingresos. Thomas Cook Nordic Europe ocupa los puestos 3, 5, 10 y 14 del ranking. El grupo Kuoni es el cuarto en nivel de ingresos y los turoperadores integrantes de Primera Travel Group se sitúan en los puestos 10, 12 y 14.





Operadores nórdicos por ingresos (miles de euros)

Compañía	Facturación (x 1.000) EUR
1 SAS AB 	3670261 
2 Fritidsresor AB 	1226064 
3 Thomas Cook Northern Europe AB 	991572 
4 Kuoni Nordic AB Apollo Resor 	604097 
5 Ving Sverige AB 	547466 
6 DLR Kredit A/S 	518690 
7 Startour - Stjernerreiser AS 	269559 
8 Finnmatkat Ab, Oy 	229217 
9 Star Tour A/S 	204159 
10 Spies A/S 	204114 
11 Tumlare Corporation A/S 	153156 
12 Solresor i Sverige AB 	146640 
13 Ebookers Finland Ltd, Oy 	119143 
14 Bravo Tours A/S 	100029 
15 Albatros Travel A/S 	99592 
16 Flex Resor International AB 	94765 
17 Billetkontoret AS 	82259 
18 Uvet Nordic AB 	81482 
19 Resia Travel Group AB 	76557 
20 Polhavet AB 	75397 

Fuente: : www.largestcompanies.se

En cuanto al número de empleados y refiriéndonos a los turoperadores vacacionales, el grupo TUI a través de su filial sueca es el principal empleador con 902 empleados. Thomas Cook Nordic Europe es el segundo con 751 donde se incluye su marca Ving Sverige. El grupo KUONI nordic alcanza los 520 empleados.



Operadores nórdicos por número de empleados

Compañía	Número de empleados
1 SAS AB 	12329 
2 Fritidsresor AB 	902 
3 Tumlare Corporation A/S 	600 
4 Thomas Cook Northern Europe AB 	583 
5 Kuoni Nordic AB Apollo Resor 	520 
6 GTB Sweden AB 	440 
7 VIA Agencia Norway AS 	395 
8 Resia Travel Group AB 	385 
9 Ticket Leisure Travel Group AB 	330 
10 Svenska Turistföreningen STF AB 	228 
11 Spitsbergen Travel AS 	220 
12 Hogg Robinson Nordic AB 	218 
13 Hogg Robinson Nordic AS 	218 
14 Boreal Travel AS 	203 
15 Berg-Hansen Reisebureau AS 	202 
16 CWT Sverige AB 	183 
17 STS Education Invest AB 	170 
18 Travellab Global 	169 
19 Ving Sverige 	168 
20 eTRAVELi Holding AB 	165 

Fuente: : www.largestcompanies.se

Tomando como perspectiva el beneficio neto, TUI – Fritidsresor con 57.265.000 euros de beneficio es el primer turoperador vacacional de acuerdo a esta variable, pero la suma de las dos marcas de Thomas Cook, Thomas Cook Nordic Europe y Ving Sverige alcanza la cifra de 59.181.000 euros.



Operadores nórdicos por beneficio neto

Compañía	Número de empleados
1 DLR Kredit A/S 	109763 
2 Fritidsresor AB 	57265 
3 Thomas Cook Northern Europe AB 	38444 
4 Via Egencia AS 	22323 
5 Ving Sverige AB 	20737 
6 Medelhavsbussen AB 	11670 
7 Via Egencia Norway AS 	9086 
8 Svenska Resergruppen AB 	7675 
9 Flåm Utvikling AS 	6070 
10 Smart & Co AB 	5413 
11 Ticket Leisure Travel Group AB 	4976 
12 Kilroy International A/S 	4806 
13 Berg- Hansen Reisebureau AS 	3809 
14 Tcne Aircraft Leasing AB 	3461 
15 Travellink AB 	3408 
16 EF Cultural Tours AB 	3373 
17 Olympia Thitiöt Ab, Oy 	3187 
18 Polhavet AB 	2735 
19 Seat24 Travel AB 	2636 
20 Spitsbergen Travel AS 	2536 

Fuente : www.largestcompanies.se

El "podio" de compañías aéreas por nivel de ingresos lo conforman tres compañías regulares, SAS, Finnair y Norwegian Air Shuttle.

En cuanto a las compañías chárter, Thomas Cook Airlines Scandinavia, TUIfly Nordic y a cierta distancia Nova Airlines (Grupo KUONI Nordic) son las tres más importantes.



Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Líneas aéreas nórdicas por nivel de ingresos

Compañía	Facturación (x 1.000) EUR
1 SAS AB 	3670261 
2 Frinnar Oyj 	2284500 
3 Norwegian Air Shuttle ASA 	1835017 
4 Thomas Cook Airlines Scandinavia A/S 	589286 
5 TUIfly Nordic AB 	310824 
6 Nordic Regional Airlines Oy 	293802 
7 CHC Helikopter Service AS 	282584 
8 Jet Time A/S 	191965 
9 Bristow Norway AS 	184083 
10 West Atlantic AB (publ) 	130763 
11 Nova Airlines AB 	121784 
12 Star Air A/S 	119908 
13 Blueway AS 	119872 
14 Lufttransport AS 	86858 
15 Blue1 Oy 	70346 
16 Danish Air Transport A/S 	67288 
17 Sun-Air of Scandinavia A/S 	63747 
18 NextJet AB 	54363 
19 Air Alsie A/S 	52146 
20 Nordic Global Airlines Oy 	42848 

Fuente : www.largestcompanies.se

En cuanto a número de empleados, SAS contrata a más del doble de personal que su inmediato seguidor, Finnair. El tercer puesto lo ocupa Norwegian Air Shuttle, pero mientras las dos primeras van reduciendo número de trabajadores, Norwegian los va aumentando.

En cuanto a empleados de compañías chárter, Thomas Cook Nordic Europe cuenta con 2.000 empleados, a mucha distancia de los 483 de su siguiente competidor chárter, TUIfly Nordic.



Líneas aéreas nórdicas por número de empleados

Compañía	Número de empleados
1 SAS AB 	12329 
2 Frinnar Oyj 	5172 
3 Norwegian Air Shuttle ASA 	3507 
4 Thomas Cook Airlines Scandinavia A/S 	2000 
5 Nordic Regional Airlines Oy 	586 
6 CHC Helikopter Service AS 	531 
7 TUIfly Nordic AB 	483 
8 West Atlantic AB (publ) 	472 
9 Jet Time A/S 	450 
10 Bristow Norway AS 	352 
11 Blue1 Oy 	320 
12 Norwegian Air Norway A/S 	311
13 Spitit Air Cargo Handling Denmark A/S 	271 
14 NextJet AB 	245 
15 Lufttransport AS 	213
16 Danish Air Transport A/S 	211 
17 Primera Air Scandinavia A/S 	204
18 Star Air A/S 	200 
19 Sun-Air of Scandinavia A/S 	191 
20 Nova Airlines AB 	182 

Fuente: : www.largestcompanies.se

Las cifras de beneficio neto sitúan a Norwegian Air Shuttle como la compañía con mayor rendimiento. Las otras dos grandes compañías regulares, SAS y Finnair ni siquiera aparecen en la lista de las veinte primeras.

En cuanto a las compañías chárter, Thomas Cook Airlines Scandinavia y TUIfly Nordic ocupan el segundo y tercer lugar respectivamente, pero mantienen una importante brecha, la primera dobla, con algo más de 32 millones de euros y en tendencia ascendente a la segunda, cuyo beneficio neto se situó en 16 millones de euros y en tendencia descendente.



Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Líneas aéreas nórdicas por beneficio neto

	Compañía		Facturación (x 1.000) EUR	
1	Norwegian Air Shuttle ASA		51743	▼
2	Thomas Cook Airlines Scandinavia A/S		32264	▲
3	TUIfly Nordic AB		16081	▼
4	Star Air A/S		14998	▲
5	Blueq Oy		12296	▲
6	Stundt AS		10650	▼
7	Sun-Air Scandinavia A/S		6920	▲
8	Nova Airlines AB		4905	▼
9	Bel Air Aviation A/S		3353	▼
10	Greenfield AB		2447	▲
11	West Atlantic AB (publ)		2270	▼
12	Blueway AS		1509	▲
13	Heliscan AS		1254	▼
14	Pegasus Helicopter AS		770	▼
15	Airlift AS		736	▲
16	Air Group Holding AB		572	▼
17	Stundt Air AS		567	▲
18	Air Alsie A/S		540	▼
19	Sky Management AS		483	▼
20	Jek Forwarding AB		416	▲

Fuente: : www.largestcompanies.se

2.3 Gran Canaria

El turismo nórdico en Gran Canaria registró una cifra cercana al millón de turistas (992.568 visitantes eligieron la isla para sus vacaciones). Es de señalar que esta cifra se conforma de manera muy marcada en los meses de invierno, pero que en los últimos años se comienza a vislumbrar una tendencia al alza en los meses de verano.

los daneses son los más fieles al concepto hotelero mientras que los finlandeses y noruegos son los más fieles al extrahotelero. Suecos y finlandeses con cerca de un 5% son los que eligen en mayor medida hotel de cinco estrellas y los noruegos con un 9,4% son los que mayor uso hacen de vivienda propia o de familiares y/o amigos.

De acuerdo con los datos publicados por Promotur Turismo de Canarias, según el tipo de alojamiento elegido, el alojamiento extrahotelero y el hotelero se reparten casi equitativamente, por nacionalidades,



Según tipo de alojamiento en Gran Canaria. 2014

	Noruegos	Suecos	Daneses	Finlandeses
Hotel 5	2,9%	4,9%	1,6%	4,6%
Hotel/ Apartahotel 4	18,6%	25,7%	20,6%	20,3%
Hotel/ Apartahotel 1-2-3	16,3%	18,3%	28,5%	19,3%
Total Hoteleros	37,8%	48,9%	50,7	44,2%
Extrahoteleros	47,7%	46,5%	43,7%	47,9%
Vivienda propia o de amigos/familiares	9,4%	3,3%	2,9%	5,1%
Otros tipos de alojamiento	5,2%	1,4%	2,8%	2,8%



Acerca del tamaño del contingente nórdico y la distribución de su gasto, suecos y noruegos son las nacionalidades que mayor número de turistas aportan. En el caso de los noruegos se completa además con un gasto medio de entre los más elevados atendiendo a las nacionalidades más representativas, los 48,36 euros que gastan en Gran Canaria se sitúan muy cerca de los 50 euros que gastan los turistas peninsulares y su estancia media es la más prolongada de entre los nórdicos, con cerca de 12 días de promedio. Para una cuota del 67,3%, la facturación se sitúa en el 71,2%, las compras en supermercados son el concepto en el que los noruegos gastan más dinero.

Los daneses aportan a Gran Canaria el 42% del total facturado en Canarias por esta nacionalidad, siendo su porcentaje de turistas el 43,3%. En Gran Canaria gastan unos 40 euros al día, principalmente en supermercado y restaurantes.

Los finlandeses son el tercer país en orden de facturación turística hacia Gran Canaria, tras los noruegos y suecos y por delante de los daneses, su principal gasto se produce en restaurantes. El contingente finlandés llegado a Gran Canaria en 2014 supuso prácticamente la mitad de los llegados a Canarias según Promotur Turismo de Canarias.

Los suecos, si bien son la segunda nacionalidad emisora nórdica hacia Gran Canaria, son los que menos gasto realizan en la isla, pues su gasto en el destino solo alcanza los 37,54 euros. Son sin embargo la nacionalidad que más gasta en origen.





Cuántos son y cuanto gastan en Gran Canaria. 2014

	DK	FI	NO	SV
Número de turistas	140.264	147.921	356.128	348.255
Gasto medio diario asociado al viaje:	130,00	126,71	121,64	130,39
- antes de viajar	89,23	85,88	73,28	92,84
- una vez en Gran Canaria	40,76	40,83	48,36	37,54
Estancia media	8,69	9,30	11,53	9,58
Facturación / turista (€)	1.015	1.031	1.258	1.121
Facturación total (millones €)	142,4	152,5	448,0	390,4
Cuota de la facturación en Gran Canaria sobre la facturación en Canarias	42,1%	50,9%	71,2%	62,0%
Cuota de turistas en Gran Canaria sobre el total en Canarias	43,3%	51,1%	67,3%	59,8%
Gasto en Gran Canaria por turista y viaje (€)				
Alojamiento	20,87	31,86	65,19	20,64
Transporte público	9,91	16,77	22,76	13,53
Alquiler de vehículos	8,56	9,40	6,61	7,63
Compras en supermercados	112,35	91,93	212,43	112,05
Restaurantes	90,01	93,31	133,51	114,35
Souvenirs	54,75	66,33	77,92	47,69
Ocio	26,33	34,79	24,98	20,04
Otros	7,49	16,00	16,56	16,61

Fuente: Promotur



En relación a cómo reservan su vuelo a Gran Canaria, los daneses son la nacionalidad más fiel al turoperador, mientras que los noruegos son los que menos, pero para todos los casos, la web del propio turoperador acapara desde un mínimo del 83% de las reservas, como ocurre con los suecos, hasta un máximo del 93% como sucede con los noruegos.

Los noruegos son la nacionalidad más proclive a reservar únicamente el vuelo y la práctica totalidad lo hacen a través de la web de la compañía aérea. Los finlandeses son los más dados a reservar a través de agencia de viajes, si bien el porcentaje de estas reservas supone únicamente un 8,4%.



Reserva del vuelo a Gran Canaria. 2014

	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Suecia
Al turoperador	81,6%	73,8%	62,6%	74,0%
- A través de su web	86,4%	90,4%	93,7%	83,2%
A la compañía aérea	9,6%	10,4%	23,3%	14,9%
- A través de su web	97,6%	89,5%	98,7%	98,1%
A una agencia de viajes	3,5%	8,4%	7,2%	6,1%
En un portal de Internet (OTA)	5,3%	7,5%	6,9%	4,9%

Fuente: Promotur

Los daneses son la nacionalidad más identificada con la reserva de alojamiento cuyo proveedor es un turoperador. Los que más reservan a través de la web del turoperador son los noruegos, que también son los que más reservan contactando directamente con el establecimiento y de manera presencial, ya que a través de la web del establecimiento los que más reservan son los finlandeses.



Reserva del alojamiento en Gran Canaria. 2014

	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Suecia
Al turoperador	83,0%	68,7%	57,8%	72,7%
- A través de su web	88,3%	89,5%	94,6%	83,1%
Al establecimiento directamente	4,4%	6,2%	12,3%	8,5%
- A través de su web	78,5%	94,2%	74,0%	79,7%
A una agencia de viajes	3,1%	7,7%	7,9%	7,0%
En un portal de Internet (OTA)	5,7%	9,3%	7,6%	7,2%
No le hizo falta	3,7%	8,1%	14,4%	4,5%

Fuente: Promotur

Cuando tomamos en consideración los conceptos pagados directamente en origen obtenemos que pagar únicamente el vuelo es más popular entre los noruegos y menos entre los daneses. El concepto que más se vende en origen es el de vuelo y alojamiento, también son los noruegos los que más uso hacen de él y los suecos los que menos. El todo incluido tiene una penetración modesta en el mercado nórdico, este tipo de paquete oscila entre un 30% en el mercado danés y un 15,5% en el finlandés.



Conceptos pagados en origen. 2014

	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Suecia
Sólo vuelo	5,0%	12,1%	19,2%	7,4%
Vuelo y alojamiento	40,2%	42,1%	44,8%	36,2%
Vuelo, alojamiento y desayuno	12,7%	18,3%	13,3%	15,3%
Vuelo + media pensión	7,7%	9,8%	4,9%	9,6%
Vuelo + pensión completa	4,5%	2,3%	1,7%	3,0%
Vuelo + todo incluido	29,9%	15,5%	16,1%	28,6%
Utilización líneas de bajo coste	22,4%	18,0%	36,2%	21,1%
Otros gastos en origen:				
- Alquiler de vehículos	7,6%	2,7%	3,4%	4,6%
- Actividades deportivas	2,2%	2,9%	2,1%	1,7%
- Excursiones	3,8%	2,5%	1,3%	1,6%
- Viaje combinado a otras islas	2,0%	1,2%	0,8%	0,4%

Fuente: Promotur

El clima y el sol son con muchísima diferencia la motivación principal que mueve a los nórdicos a elegir Gran Canaria. El resto de aspectos que se han mostrado como principales para los nórdicos han sido, la tranquilidad, el precio, las playas y los paisajes. En cuanto a los distintos productos turísticos que han influido en la elección de Gran Canaria, el turismo activo ha sido el más relevante.



Aspectos que influyen en la elección de Gran Canaria (admite respuesta múltiple). 2014

	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Suecia
Clima/Sol	94,6%	92,3%	93,4%	93,6%
Tranquilidad/descanso/relax	45,7%	40,7%	53,8%	55,5%
Precio	26,7%	33,2%	39,5%	37,3%
Playas	23,8%	17,7%	16,5%	16,2%
Paisajes	12,7%	12,8%	7,2%	14,5%
Un lugar adecuado para niños	11,9%	16,1%	9,6%	10,0%
Oferta de turismo activo	3,2%	10,3%	6,5%	6,6%
Conocer nuevos lugares	5,6%	12,0%	8,8%	7,1%
Seguridad	4,7%	10,5%	6,0%	2,9%
Ambiente nocturno/diversión	4,2%	6,10%	3,5%	4,1%
Oferta cultural	3,7%	4,00%	3,5%	4,7%
Calidad del entorno ambiental	0,2%	3,50%	2,8%	3,5%
Compras	2,8%	5,20%	1,5%	4,6%
Facilidades de traslado	1,4%	1,80%	1,8%	1,6%
Turismo de salud	0,3%	1,70%	1,4%	1,5%
Golf	1,5%	2,40%	1,1%	1,5%

Fuente: Promotur

El hecho de ser un destino maduro hace que Gran Canaria sea elegida la mayoría de las veces por ser conocida de visitas anteriores, las recomendaciones de amigos y la información obtenida en Internet son los otros aspectos que han influido en esta decisión.



Aspectos que impulsaron la elección de Gran Canaria (admite respuesta múltiple). 2014

	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Suecia
Conocía Gran Canaria por visitas anteriores	67,5%	66,1%	75,6%	73,4%
Recomendación de amigos o familiares	28,3%	34,6%	32,5%	29,5%
A través del canal Canarias de TV	0,6%	0,0%	0,6%	0,5%
A través de otros canales de TV o radio	0,0%	0,8%	0,3%	0,6%
Información prensa/revistas/libros	1,9%	3,1%	2,1%	2,8%
Asistencia a feria turística	0,0%	0,7%	0,2%	0,3%
Catálogo de turoperador	3,9%	10,4%	4,1%	10,0%
Recomendación agencia de viajes	4,8%	5,0%	3,8%	5,2%
Información obtenida en Internet	33,5%	36,1%	26,7%	28,0%
Vacaciones del imsero	0,4%	0,9%	0,1%	0,5%
Otros	7,2%	10,1%	7,5%	5,9%

Fuente: Promotur

2.4 Competidores

Si bien en un sentido estricto e incluso ateniéndonos a aspectos legales como la Ley de Turismo de Canarias, donde se señala que las islas son una unidad de destino turístico, en términos de llegadas de turistas, son el resto de islas canarias conjuntamente con Tailandia y en menor medida Egipto, las alternativas a Gran Canaria durante la temporada alta del turismo nórdico, es decir, el invierno.

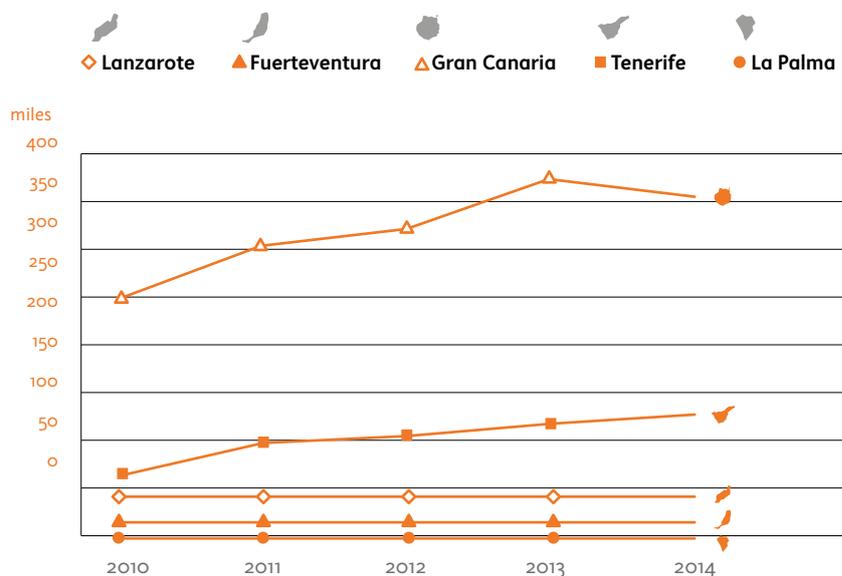
En un plano anual, Turquía, Grecia, la España peninsular y Baleares también figuran

como destinos competidores pero al no experimentar una apetencia de la demanda en el mismo marco temporal, esta competencia queda relegada a las cifras totales anuales.

La llegada de noruegos a Gran Canaria ha experimentado un cierto declive durante 2014, sin embargo, existe una considerable brecha a favor de la isla y en detrimento del resto del archipiélago en relación a los turistas noruegos.



Llegada de turistas de Noruega por islas



Fuente : Promotur

A distintos niveles, Gran Canaria y Tenerife vienen mostrando hasta 2013 un comportamiento prácticamente paralelo en cuanto a llegadas de turistas suecos. Es precisamente en 2014 cuando la isla aumenta su flujo sueco y Tenerife desciende ligeramente.

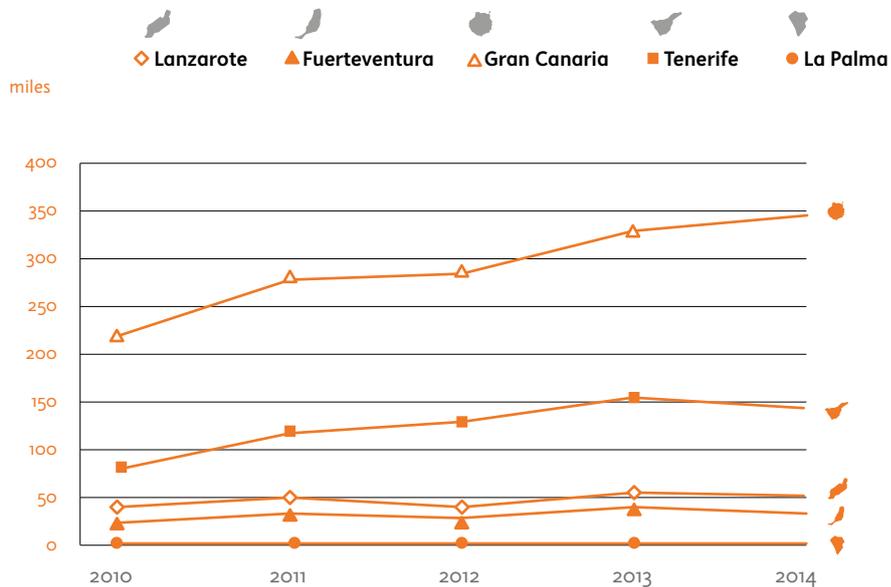


Países Nórdicos

Invierno 2014 - 2015



Llegada de turistas de Suecia por islas

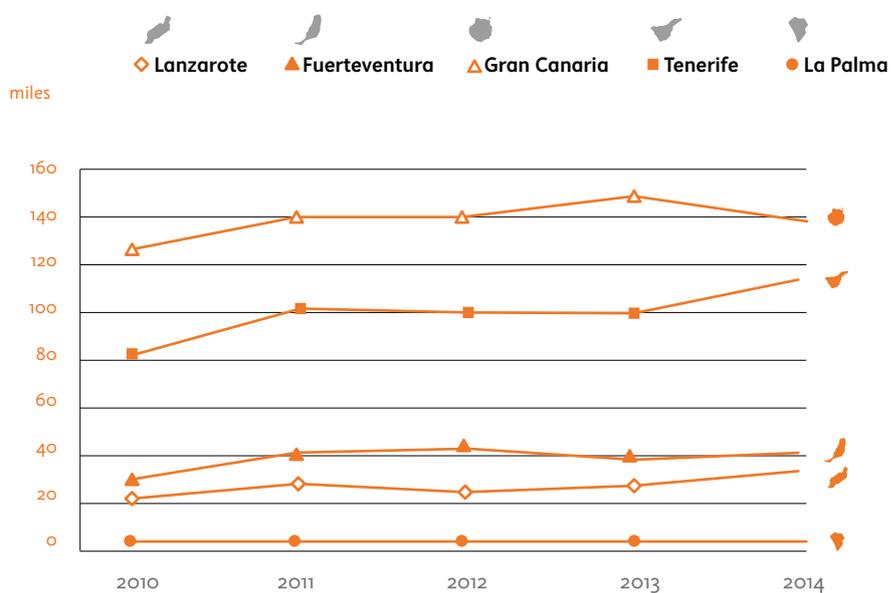


Fuente: : Promotur

Los daneses son una de las nacionalidades más repartidas en lo referido a turismo nórdico. Los contingentes aportados a Fuerteventura y Lanzarote alcanzan cierto nivel y Tenerife parece ir cerrando la brecha que mantiene con Gran Canaria debido a su aumento en 2014 coincidiendo con el descenso de la isla en este mismo año.



Llegada de turistas de Dinamarca por islas

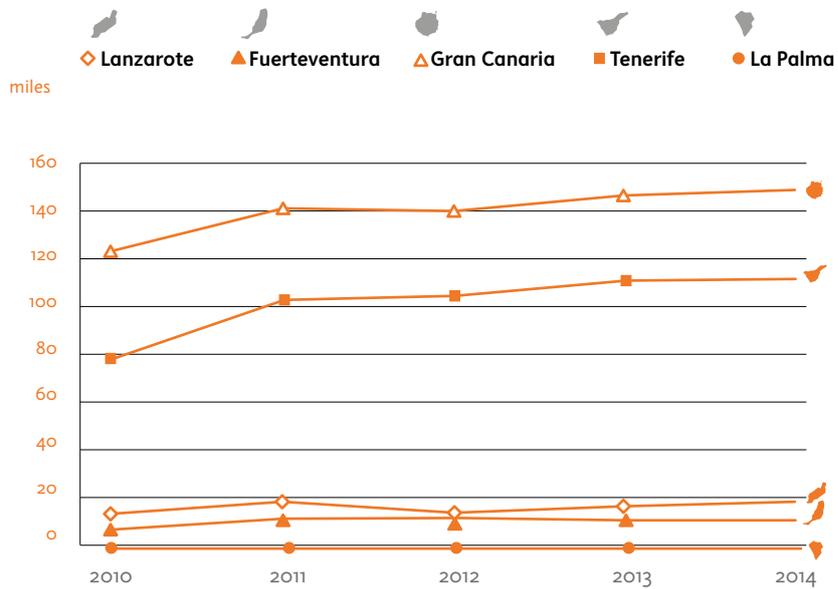


Fuente: : Promotur

Entre Tenerife y Gran Canaria, los finlandeses muestran una evolución idéntica en cuanto a llegadas, sin embargo, en números absolutos, existe una brecha considerable a favor de Gran Canaria.



Llegada de turistas de Finlandia por islas



Fuente : Promotur

3. El mercado de un vistazo

3.1. Resumen ejecutivo

Los mercados nórdicos y bálticos mantienen sensibles diferencias en cuanto a tamaño y estructura.

En el plano económico encontramos que los bálticos tienen economías pequeñas pero saneadas que se están recuperando aceptablemente bien de la crisis financiera.

En cuanto a los países nórdicos, pese a globalmente ser países considerados ricos, las coyunturas de Finlandia y sobre todo Noruega se muestran pesimistas a corto y medio plazo, lo contrario que Suecia y Dinamarca, que disfrutaban de un ciclo económico expansivo.

Como emisores turísticos, el sol y playa es un producto frecuentemente acompañado de los city breaks tanto para los nórdicos como para los bálticos.

Internet o recomendaciones de amigos son los canales de inspiración a la hora de planificar las vacaciones. A la hora de comprar vacaciones, Internet suele ser, aún con sensibles diferencias entre países, la primera opción.

En cuanto a los aspectos mejor valorados en sus vacaciones, la calidad del alojamiento y entorno así como la seguridad son los elementos que mejor puntuación obtienen en términos generales.

Las principales líneas aéreas nórdicas presentan grandes variaciones entre tamaño, empleados y rendimiento económico neto, tanto en compañías regulares como chárter. Gran Canaria es destino líder para el conjunto de los nórdicos, pero está lejos de los primeros lugares en cuanto a apetencia de los bálticos. Noruega presenta quizá un comportamiento

modélico como mercado emisor pero los otros tres países nórdicos mantienen en términos generales unos buenos ratios de facturación y gasto en la isla, si bien son todos mercados fuertemente estacionalizados hacia el invierno.

En lo relativo a mercados competidores, la coyuntura internacional ha propiciado que muchos de los destinos favoritos distintos a Gran Canaria sean precisamente otras islas canarias. Para encontrar un destino internacional que compita en la temporada de invierno tenemos que irnos hasta Tailandia, pues Egipto se encuentra en un periodo apático, resultado de su inestabilidad social.



Bibliografía



Bibliografía

-Turespaña. Instituto de Turismo de España.
Fichas de coyuntura turística.
OET de Estocolmo.
OET de Copenhage
OET de Helsinki
OET de Oslo

-Eurobarómetro de la Comisión Europea.

-Banco de Santander. Comercio Exterior.

-Nordea Economic Outlook.

-Promotur turismo de Canarias. Fichas de mercados emisores.

-Statistics Norway. This is Norway.

-www.largestcompanies.se



**Cabildo de
Gran Canaria**



GranCanaria
Patronato de Turismo