

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. VERANO 2004.**

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

Preparado por:

María Eugenia Vallejo López

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

INDICE

	<i>Pag.</i>
1. INDICADORES SOCIOECONOMICOS Y POLÍTICOS DE LOS PAISES NÓRDICOS	1
2. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURISTICO NÓRDICO	3
2.1 TUOPERADORES	3
2.2 COMPAÑÍAS AÉREAS	5
2.3 COMPAÑÍAS DE BAJO COSTE VERSUS TUOPERADORES	7
3. COMENTARIOS TEMPORADA VERANO 2004	8
3.1 DESTINOS PRESENTES EN LOS CATÁLOGOS DE VERANO 2004	8
3.2 PRECIO MEDIO	8
3.3. FACTORES QUE BENEFICIARON LAS VENTAS DE VERANO 2004	9
4. COMPARACIÓN ENTRE DESTINOS COMPETIDORES POR CIFRAS AEROPORTUARIAS	10
4.1 SUECIA	10
4.2 NORUEGA	12
4.3 FINLANDIA	13
4.4 DINAMARCA	14
5. CARACTERISTICAS DE LOS VIAJES DE NORDICOS A ESPAÑA	17
5.1 SUECIA	17
5.2 NORUEGA	17
5.3 FINLANDIA	18
5.4 DINAMERCA	18
6. ENTRADAS DE TURISTAS NÓRDICOS EN CANARIAS POR ISLAS. AÑO 2004	20
7. APUNTES SOBRE LA TEMPORADA INVIERNO 2004/2005	21
8. CONCLUSIÓN	25
9. FUENTES CONSULTADAS	26

1. INDICADORES SOCIOECONOMICOS Y POLITICOS DE LOS PAISES NORDICOS

SUECIA

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

Fuente: Informe economía del Ministerio de Finanzas de Suecia, 20.09.04

*: Estimaciones

Se estima que el PIB aumentará este año como resultado de un mayor número de horas laborales en comparación con las del año anterior. Por otro lado, la demanda internacional favorece a Suecia, y especialmente, las exportaciones de equipos de telecomunicaciones y motores de vehículos han crecido fuertemente durante el primer semestre de 2004.

Se prevé que el consumo interno también crecerá durante el resto del 2004 y 2005 debido a las buenas perspectivas del mercado laboral y el aumento de ingresos. El alto crecimiento de la productividad ha supuesto que la inflación haya descendido a pesar de la subida del petróleo este año.

DINAMARCA

INDICADORES ECONÓMICOS	2005*	2004*	2003	2002	2001
PIB (Tasa de variación real %)	2,4	2,4	0,5	1,0	1,6
INFLACIÓN (% a fin de período)	2,0	1,3	2,1	2,4	2,4
DESEMPLEO (s/ población activa %) UE def.	5,1	5,7	5,6	4,6	4,3

Fuente: Informe economía del Ministerio de Finanzas de Dinamarca, 08.12.04

*: Estimaciones

La economía danesa está en continua mejora y el crecimiento se perfila firme. La balanza de pagos registra un importante superávit, la inflación se ha moderado, el tipo de interés ha bajado y la economía doméstica tiene una buena situación.

El empleo ha aumentado en cerca de 17.000 personas desde principios de año y se calcula un crecimiento por encima del 2% anual hasta 2006. La reducción de impuestos está incentivando el crecimiento del consumo privado.

Como contrapartida, las empresas danesas se tienen que enfrentar a sus nuevos competidores de la EU, como Polonia y los países bálticos. Los supermercados prefieren importar productos de estos países porque tienen mejor calidad y mejor precio. Incluso los productos de porcinos se compran a estos países: empresas como la danesa Tulip, antes de cerrar y admitir la fuerte presión que llega del Este, reduce salarios en un 15% para evitar su inminente cierre. Lo mismo ocurre en las exportaciones, por ejemplo se está perdiendo mucha cuota de mercado en Alemania a favor de estos países.

NORUEGA

INDICADORES ECONÓMICOS	2006*	2005*	2004*	2003	2002	2001	2000
PIB (tasa de variación real %)	2,8	3,3	3,3	0,4	1,4	2,7	2,8
INFLACIÓN (a fin de período %)	1,6	1,1	0,4	2,5	1,3	3,0	3,1
DESEMPLEO (s/población activa %)	3,8	4,0	4,3	4,5	3,9	3,6	3,4

Fuente: Informe Ministerio de Finanzas de Noruega, 16.09.04

*: Estimaciones

La recuperación económica internacional, el incremento de inversiones en petróleo y los bajos tipos de interés han estimulado la economía noruega, y parece que el optimismo de estos factores ayudará al incremento del desarrollo en las actividades económicas en los próximos años.

Desde las primeras fases de la recuperación ha habido señales de crecimiento del empleo, y las cuentas trimestrales muestran un marcado aumento para el segundo semestre de este año.

La demanda de consumo doméstico ha aumentado por encima del PIB lo que ha producido un rápido incremento de las importaciones. Se espera que los bajos costes de productos importados de países como China, tengan efecto en los precios de productos importados desde otros países. Por otro lado, la debilidad de la corona en los pasados 18 meses podría seguir teniendo un efecto positivo en la inflación.

FINLANDIA

INDICADORES ECONÓMICOS	2008*	2007*	2006*	2005*	2004*	2003*	2002	2001	2000
PIB (tasa de variación real %)	2,0	2,2	2,4	2,8	3,2	2,0	2,3	1,1	5,1
INFLACIÓN (a fin de período %)	1,8	1,8	1,8	1,4	0,2	1,3	1,6	2,6	3,4
DESEMPLEO (s/población activa %)	7,3	7,6	7,9	8,5	8,8	9,0	9,1	9,1	9,8

Fuente: Informe Ministerio de Finanzas de Finlandia

*: Estimaciones

En el 2005 el crecimiento del consumo se reducirá pero la reanimación de las exportaciones, junto con el fortalecimiento de la economía de las empresas, apoyará este crecimiento.

La situación de desempleo no se ha debilitado sustancialmente aunque ha habido importantes pérdidas de empleo sobretodo en el sector industrial. El número de empleados en 2004 fue ligeramente superior al número registrado en 2003.

El ritmo del incremento de los precios al consumo ha sido moderado y el nivel de precios no ha sufrido cambios y se han mantenido por debajo de los previsto en 2003. Al mismo tiempo, el nivel de precios relativos en Finlandia se aproxima a la media europea, si bien aún están por encima. La inflación se acelerará de nuevo en 2005 cuando los efectos por la bajada de precios en las bebidas alcohólicas retrocedan.

2. ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TURISTICO NÓRDICO

2.1- TUOPERADORES

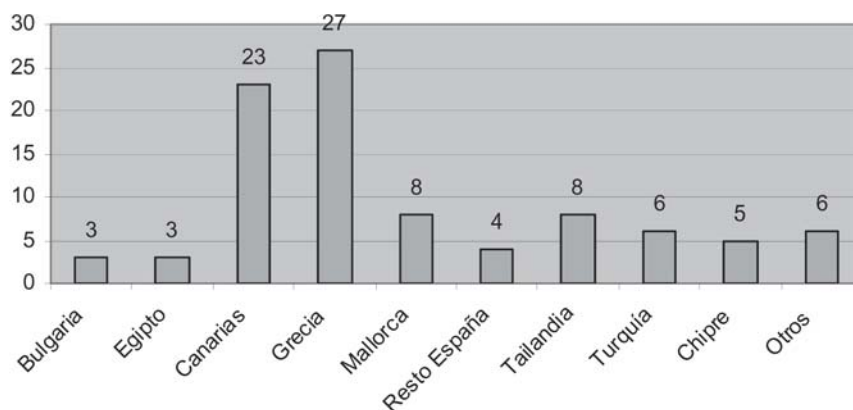
Alrededor de 4.5 millones de viajes charter realizaron los nórdicos en 2004. Estos se dividieron entre los diferentes turoperadores de la siguiente forma:

TUOPERADORES	Nº Clientes	% Cuota mercado
SUECIA		
Fritidsresor (incl. TEMA & Sportresor)	540.000	32%
Ving (incl. Special & Alpin)	410.000	24%
Apollo	350.000	21%
Always	165.000	10%
STS Solresor	80.000	5%
Otros	145.000	8%
Total	1.690.000	100%
NORUEGA		
My Travel (incl. Ving y Saga)	390.584	46%
Star Tour (incl. TEMA & Sportresor)	280.123	33%
Apollo	144.807	17%
STS	15.148	2%
Detur	17.232	2%
Total	847.894	100%
FINLANDIA		
Aurinkomatkat	318.770	33,1%
Finnmatkat (incl. Fritidsresor & Hasse)	256.400	26,6%
MyTravel (Spies & Tjæreborg)	151.341	15,7%
Otros	236.227	24,5%
Total	962.738	100%
DINAMARCA		
Star Tour (incl. TEMA)	155.300	19%
Spies	133.440	16%
Tjæreborg	125.100	15%
Kuoni	108.420	13%
Falk Lauritsen	75.060	9%
Dansk Folkferie	41.700	5%
Ving	41.700	5%
Bravo Tours	33.360	4%
Otros	116.760	14%
Total	834.000	

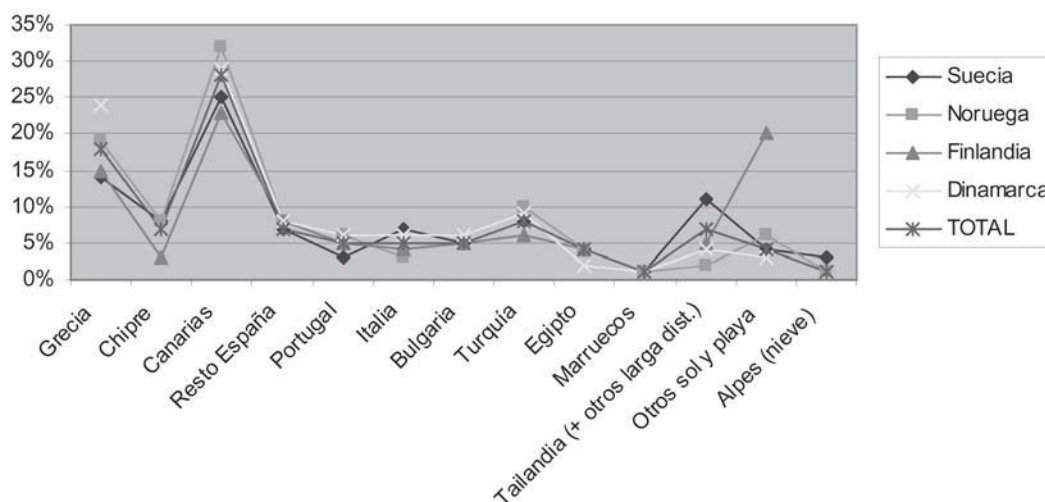
Fuente: Fritidsresor.se, SMAL para Finlandia y RID para «Total» Dinamarca. No se ofrecen datos sobre número clientes para mayoristas daneses a excepción de Star Tour.

¿A DÓNDE VAN LOS NÓRDICOS DE VACACIONES?

El gráfico muestra los resultados de una encuesta realizada por «Research Internacional» para Fritidsresor. La muestra contenía 1500 entrevistas telefónicas realizadas entre 7-15 abril 2004. El grupo de muestra incluía turistas que habían viajado o viajarían con distintos mayoristas nórdicos en los últimos 2 años. Las cifras son porcentajes. Se han reflejado los destinos que obtuvieron más del 1% de las respuestas. Hay que tener en cuenta que la encuesta está realizada justo a finales de la temporada de invierno y en un momento decisivo para la reserva de vacaciones de verano, de ahí que el binomio Canarias/Grecia destaque sobre el resto de destinos.

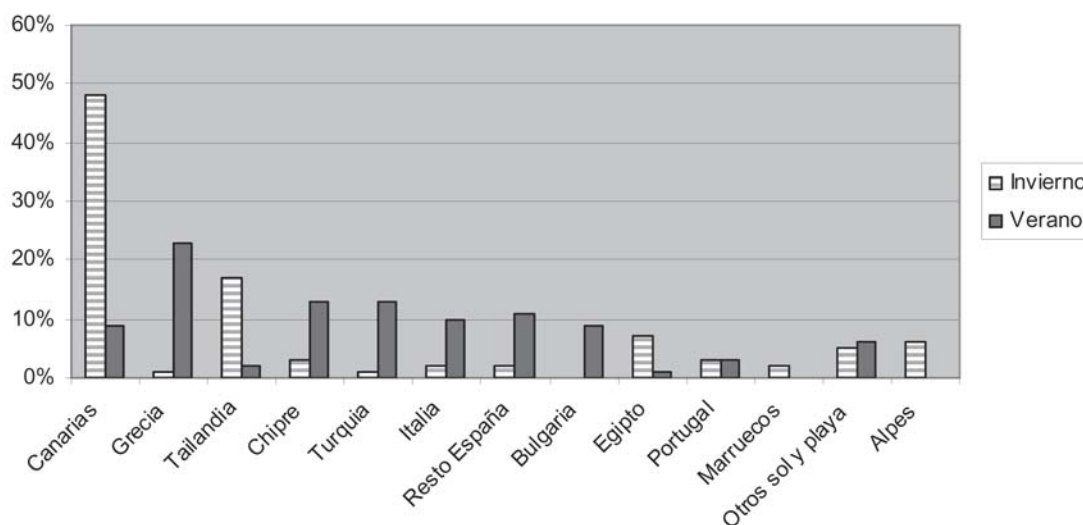


VOLUMEN DE LA OFERTA POR DESTINOS



En general, el cliente charter nórdico viaja a destinos de sol y playa localizados en la zona del Mediterráneo y en Canarias. El gráfico anterior muestra el volumen de paquetes vacacionales de TUI Nordic para 2004 en cada mercado nórdico según destinos. Como se aprecia claramente, Canarias destaca por encima del resto de destinos, muy por encima de Turquía, Egipto y Tailandia, principales competidores.

COMPARATIVA DE DESTINOS, INVIERNO vs. VERANO



El gráfico anterior muestra la capacidad de los destinos según la temporada. Vemos como Canarias es destino líder en invierno y a larga distancia le siguen Tailandia y Egipto. En cambio en verano la competitividad de Canarias baja de forma drástica y por encima de ella queda la mayoría de destinos, principalmente Grecia, Chipre, Turquía, otros destinos españoles como Mallorca, además de Italia y Bulgaria. El volumen de la oferta de TUI Nordic se reparte en 58% en verano y 42% en invierno.

Entre los tres grandes grupos, TUI, My Travel y Kuoni se reparten la mayor parte del mercado en cada país a excepción de Finlandia, donde el principal turoperador es el finés Aurinkomatkat seguido de TUI. En el resto de países es My Travel quien, sumando las cuotas de sus diferentes marcas, lidera el mercado.

2.2- COMPAÑÍAS AÉREAS

Continúa la tendencia al crecimiento paulatino del vuelo regular en detrimento del chárter. Las compañías de bajo coste (CBC) han incorporado nuevos vuelos a varios destinos de España y otros destinos competidores desde los aeropuertos de Dinamarca, Suecia, Noruega y Finlandia a precios muy competitivos.

El mercado está dirigido principalmente para sol y playa, familias y visitas a amigos aunque también hay otras compañías más especializadas en destinos de negocios o que combinan ambos productos.

Alrededor de 80 mill. de pasajeros utilizaron las CBC en 2004 lo cual supone casi el doble que el año anterior. Según el presidente de la Asociación Europea de CBC, Wolfgang Kurth, en general se prevé un aumento del 40% en el aumento anual de pasajeros en CBC en los próximos años. Según él, los dos gigantes del CBC, Ryanair y Easyjet han realizado un «baño de sangre» entre las otras CBC en este pasado año. También opina que el sector CBC aún no ha terminado de consolidarse y por cada CBC que cierre, surgirá otra nueva. En la actualidad hay un total de 67 CBC en Europa.

STERLING www.sterlingticket.dk

Sterling registró pérdidas en 2004 por un total de 119.3 mill. coronas, lo que supone unas pérdidas diarias de 326.000 coronas. La culpa la tuvo el alto precio del combustible, la dura competencia y la sobrecapacidad de la oferta.

Según el director de Sterling, Haral Andresen, Sterling está en el camino correcto con un desarrollo positivo. También apunta que el déficit se debe a que la competencia es despiadada y la sobre oferta hace mucha presión sobre los precios. Sterling ha tenido unos costes extras de 80 mill. coronas debido al encarecimiento del combustible.

Andresen explica que «hay demasiadas compañías operando, es demasiado fácil abrir una nueva compañía de bajo coste. Los objetivos para el 2005 son bajar los costes adicionales y conseguir un mejor aprovechamiento de la flota. También seguiremos luchando por conseguir la supresión de los impuestos exorbitantes, entre ellos el que el aeropuerto de Copenhague impone a las compañías aéreas.»

Los 2/3 de las operaciones corresponden a vuelo regular y el resto a charter. Sus destinos más populares son aquellos donde están establecidas las colonias nórdicas: Alicante, Málaga, Gran Canaria y Niza. Han abierto una nueva ruta a Faro, Portugal.

A mediados de marzo 2005, Sterling fue vendida por 400 millones de coronas al propietario de la CBC islandesa, Iceland Express. La nueva propietaria, Fons, está controlada por Palmi Haraldsson y Johannes Kristinsson. Sterling pertenecía hasta ahora a la noruega Fred Olsen y vuela en código compartido en algunas rutas con la noruega Norwegian y la sueca Fly Nordic.

BRAATHENS (SAS) www.braathens.no

Desde mediados de abril 2004 la compañía Braathens de SAS se vio obligada a hundir sus precios en un 30%. El resultado fue una caída importante de sus acciones en bolsa que se devaluaron unos 300 mill. de coronas.

Su mejor destino internacional es Gran Canaria. En estos momentos tienen 4 vuelos semanales a GC con 136 pax c/u desde varios destinos noruegos. Continuarán con la misma frecuencia en verano 2005 y para el próximo invierno tendrán 5 vuelos semanales. Para el 2006 esperan tener una frecuencia de 6 vuelos semanales.

Sus clientes principales a Gran Canaria son turistas individuales y noruegos con segunda residencia en Arguineguín. Otro grupo de clientes que cada vez se afianza más, se compone de flotas de pescadores y personal de plataformas petrolíferas noruegas que operan en las costas occidentales de África y tienen en GC su base para los cambios de turno del personal. También están teniendo grupos de empresas de Canarias que vuelan a Noruega, lo que abre posibilidades al turismo de incoming.

Además de su línea de bajo coste tienen aviones contratados con TTOO para vuelos charter. Con Apollo tienen 4 vuelos a GC, 2 desde Bergen y 2 desde Stavanger. Con STS tienen un vuelo desde Oslo.

SNOWFLAKE (SAS) www.snowflake.airkiosk.com

Snowflake ha desaparecido como CBC. SAS ha decidido cancelar la oferta de esta compañía y en su lugar ofrece «asientos Snowflake» a precios más reducidos en sus vuelos convencionales.

MAERSK AIR www.maersk-air.dk

Maersk Air y la suiza Swiss acordaron compartir código para las rutas entre Copenhague, Zurich y Génova, con lo que la danesa intenta introducirse en el mercado suizo.

Maersk Air es una de las compañías que prueba a abrir rutas tanto a destinos de sol y playa como a otros de ciudad o negocios. En verano 2004 anunció la apertura de vuelos a Gran Canaria y Tenerife que incluso puso a la venta, si bien estos vuelos fueron cancelados antes de su inicio. Ya para el invierno 2004/05 sí iniciaron los vuelos cuyas ventas han ido bastante bien.

2.3- COMPAÑÍAS DE BAJO COSTE VERSUS TUROPERADORES

Parece que el «boom» de las CBC va apaciguándose. En estos 3 últimos años han surgido muchas CBC y ha habido varias que al mes de abrir han tenido que cerrar. Por otro lado, muchas de las que se mantienen están teniendo grandes pérdidas. En la actualidad hay una sobreoferta que ha producido una fuerte competencia entre ellas. Mientras que los vuelos de los turoperadores tienen un porcentaje de ocupación que ronda el 90%, las CBC vuelan con los aviones medio llenos.

Pero la fórmula responde y la demanda crece. Seguramente en los países nórdicos la fórmula de éxito consistirá en una fusión de las principales CBCs en una sola compañía que pueda competir con el resto del sector.

Para el destino Canarias, los turoperadores no sienten la amenaza de esta nueva modalidad de viaje. Los turistas que viajan en vuelo de bajo coste a Canarias suelen pertenecer en su mayoría al turismo residencial o propietarios de apartamentos de tiempo compartido. Donde sí les ha perjudicado esta nueva tendencia es en destino como Londres, Niza, Costa Blanca y Costa del Sol donde la turoperación no estaba tan fuertemente establecida. Por ejemplo, TUI Nordic ha decidido cancelar su oferta a Costa del Sol para el verano 2005 por este motivo.

En la tabla a continuación se muestra las cifras de entradas a España por países. Vemos como el incremento en la tasa de variación anual de los vuelos regulares ha sido mayor que en los charters. En Suecia aunque las cifras han sido negativas, las pérdidas han sido menores en el sector regular.

	*Verano 2004				Año 2004			
	Regular	% Var.	Charter	% Var.	Regular	% Var.	Charter	% Var.
Dinamarca	144.821	10%	119.098	9%	321.541	12%	404.737	9%
Finlandia	41.212	1%	39.639	6%	146.559	25%	289.120	3%
Noruega	152.542	10%	117.178	-18%	349.777	27%	428.521	-17%
Suecia	161.464	-6%	140.176	-19%	378.104	-5%	558.682	-8%

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos

*Verano: comprende los meses de junio, julio, agosto y septiembre

Si bien en Dinamarca y Finlandia las ventas de mayoristas y viajes individuales fueron positivas, no se ofrece los mismos resultados para Suecia y Noruega, donde el primero tiene resultados negativos en las cifras globales a España, y Noruega presenta el mismo signo en los viajes charter. Estas cifras negativas se explican a través de las estadísticas oficiales ofrecidas por el Instituto de Estudios Turísticos en España (capítulo 5).

3. COMENTARIOS TEMPORADA VERANO 2004

A mediados de diciembre 2003 se publicaron los catálogos de verano de los principales mayoristas nórdicos y fueron repartidos en las principales ferias de cada mercado.

3.1- DESTINOS PRESENTES EN LOS CATÁLOGOS DE VERANO 2004

Si comparamos los catálogos de los mayoristas de este verano con los del verano 2003 no vemos grandes novedades, si acaso, la progresiva descatalogación de los destinos con mayor presencia de vuelos de bajo coste, como es el caso de Costa Blanca en España.

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

Si medimos la presencia de los distintos destinos estivales en los catálogos de los mayoristas nórdicos, vemos que **Grecia** se sitúa en primer lugar, seguido de **España, Turquía, Italia y Bulgaria**.

Grecia, destino estival indiscutible, aumenta su presencia en los catálogos daneses pasando de un 26,5% en el año 2003 a casi un 30% en este año. Sin embargo, este incremento presencial de las playas griegas, se produce a costa de un descenso de otros destinos como Turquía, Italia y España, pasando este último de un 18,6 a un 16,2 en lo que a porcentaje se refiere.

Croacia se incorporó en algunos catálogos como nuevo destino. Otros como **Túnez** se suprimieron de la oferta vacacional de verano en algunos países como Dinamarca.

Los destinos principales en España fueron Mallorca, Gran Canaria y Costa del Sol. Del catálogo de Star Tour, filial danesa de TUI Nordic, desaparecieron Costa Blanca y Tenerife.

3.2- PRECIO MEDIO

El precio medio por persona durante la primera semana de julio 2004 en España en un hotel de 3 estrellas en régimen de alojamiento fue de **4.671,3 coronas danesas**. Este precio situó a España esta temporada en una situación bastante desfavorable pues quedó por detrás de casi todos los destinos competidores: Bulgaria (3.565 coronas), Turquía (3.948 coronas) o Rumania (3.531 coronas) además de Grecia (4298 coronas), Chipre (4335 coronas), Portugal (3.598), Italia (3.565) e incluso Malta (4.373 coronas) y tan sólo por delante de Madeira, 4.697 coronas.

Las mayores subidas dentro de los destinos españoles las han experimentado **Mallorca**, seguido de **Costa del Sol** y finalmente **Lanzarote** y **Costa Brava**. Otros destinos como **Gran Canaria** y **Tenerife** notaron un descenso en sus precios.

3.3- FACTORES QUE BENEFICIARON LAS VENTAS DE VERANO 2004

Los buenos resultados en los países nórdicos se debieron a una combinación de un verano frío y lluvioso, una reducción de los costes en el sector y la mejora de la economía, lo cual ha renovado las ganas de viajar de los nórdicos.

Las continuas lluvias de junio y julio se convirtieron en oro para el sector de viajes, que vendió rápidamente las plazas de las vacaciones estivales. Julio fue el mejor mes en muchos años. Las amenazas de guerra, terrorismo y SARS y la mala situación económica, parece que quedaron atrás.

Por ejemplo, en Dinamarca se ofrecieron 12.000 viajes extras para el verano 2004. La bajada de impuestos y el «préstamo pausa» propició el aumento de la demanda de viajes. Star Tour a mediados de marzo 2004 había vendido un 20% más de vacaciones de verano que en el mismo período del año anterior. Por ello decidió aumentar 5000 plazas a sus destinos chárter (incluido Mallorca y Gran Canaria). My Travel aumentó su capacidad en 6500 plazas a sus destinos chárter (incluido Mallorca). Apollo (Kuoni) había vendido un 40% más que en el verano 2003 y por tanto también aumentó el número de plazas.

En el mes de agosto, alrededor de 130.000 daneses viajaron al sur, lo cual sorprende ya que tradicionalmente no es un mes vacacional. Los destinos más populares fueron España, Grecia, Bulgaria y Turquía.

Debido a que las vacaciones escolares a partir de 2008 se pospondrán hasta el mes de agosto, (en la actualidad son en julio), así deberá hacerlo el sector. El resultado de un estudio realizado por la organización empresarial HTS demuestra que 4 de cada 10 de sus miembros da una respuesta afirmativa sobre la cuestión de cambiar las fechas de las vacaciones principales, mientras que 1 de cada 3 empresas da una respuesta negativa.

Los daneses tenían tantas ganas de tomar el sol que viajaron incluso en septiembre. Ocho de cada diez viajes en septiembre ya estaban vendidos a principios de verano según My Travel, por lo que lanzaron 2000 viajes extras a Rodos para ese mes.

El positivo efecto se extendió a las vacaciones de otoño durante las cuales todos los que se quedaron en casa esperando un buen verano querían viajar ahora al sol del sur. Otros decidieron realizar por adelantado las reservas para el verano 2005 las cuales subieron un 20% sobre el verano anterior según Star Tour.

4. COMPARACIÓN ENTRE DESTINOS COMPETIDORES POR CIFRAS AEROPORTUARIAS

Para comparar como ha sido el movimiento de turistas nórdicos en los distintos destinos españoles y de resto de países, tomaremos como ejemplo las cifras dadas por el Instituto de Aviación Civil del país en cuestión.

4.1- SUECIA

Según Estadísticas de Aeropuertos Suecos, «Luftfartsverket», durante el 2004 se registraron un total de 7.173.000 pasajeros internacionales lo que supone un incremento del 8% con respecto a 2003. Este aumento es debido a la reactivación de la economía y al aumento de la competitividad.

Copenhague, fue el aeropuerto más importante con un incremento del 4%. En segundo lugar están Londres y en tercer lugar, Oslo.

El destino más importante para paquetes turísticos fue Gran Canaria situado en 9º lugar con 191.000 pasajeros y un incremento del 7%. El segundo destino charter para los suecos es **Mallorca** con 128.000 turistas aunque con un descenso del -12% en relación a 2003. España es el segundo país después de Dinamarca con una cuota de mercado del 11%.

Principales destinos internacionales en 2004

Orden 2004	Orden 2003	Destino	2004	% mercado
1	1	Copenhague	866.797	12
2	2	Londres	589.022	8
3	3	Oslo	481.934	7
4	4	Helsinki	441.681	6
5	5	Ámsterdam	381.903	5
6	6	Frankfurt	342.530	5
7	7	Paris	256.879	4
8	8	Bruselas	208.709	3
9	9	Gran Canaria	191.095	3
10	11	Munich	155.666	2
11	10	Mallorca	128.177	2
12	15	Antalya	121.765	2
13	13	Tenerife	98.695	1
14	12	Zurich	93.270	1
15	20	Madrid	87.222	1
16	14	Creta	84.114	1
17	18	Chicago	83.618	1
18	17	Málaga	82.834	1
19	16	Chipre	81.885	1
20	25	Niza	72.922	1
21	19	Viena	72.825	1
22	21	Bangkok	70.352	1
23	24	Nueva York	68.900	1
24	30	Roma	68.205	1
25	26	Alicante	60.738	1

Fuente: Luftfartsverket

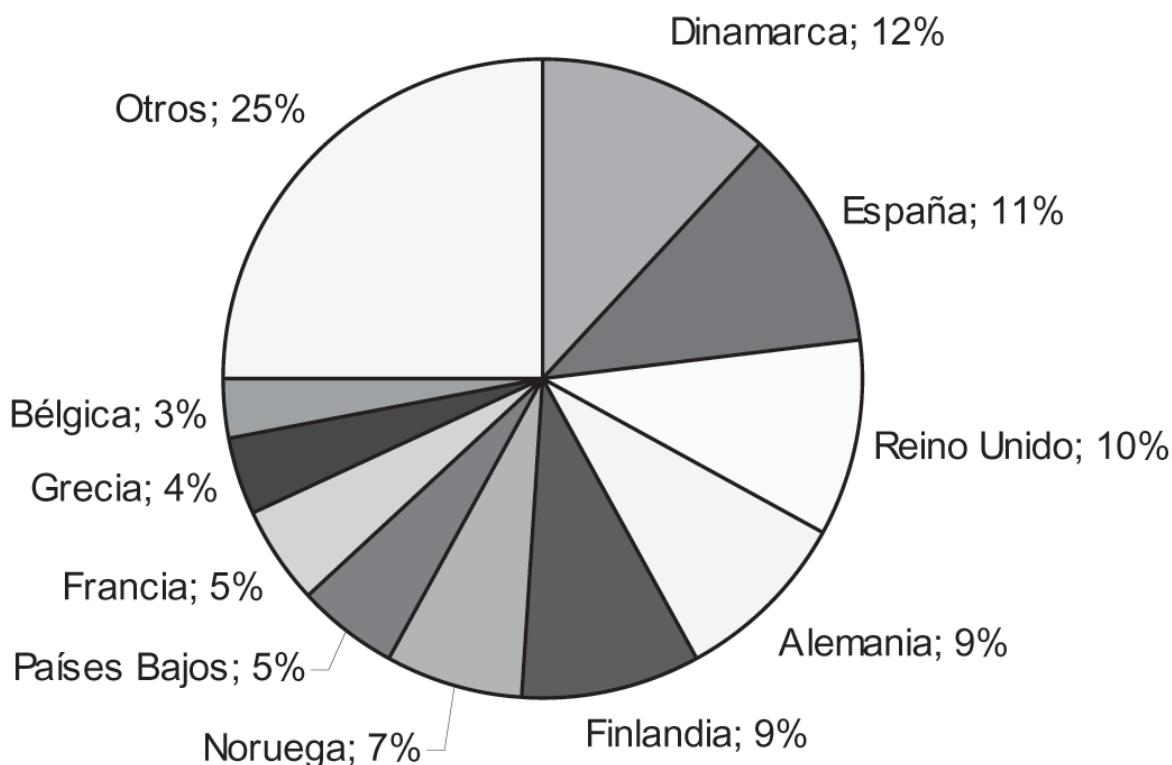
Como muestra la tabla anterior, Gran Canaria mantiene su puesto con respecto al 2003, otros como Madrid y Alicante suben, si bien otros destinos españoles, Mallorca y Málaga pierden competitividad frente a otros destinos competidores: Antalya en Turquía y Niza. Creta y Chipre también bajan puntos.

Hay que tener en cuenta que las cifras que muestra «Luftfartstverket» (estadísticas de aeropuertos suecos) sólo muestran el 86% del total de pasajeros que salen en vuelos internacionales desde aeropuertos suecos, pero se utilizan en este informe porque dan una visión muy detallada de los datos para España y Gran Canaria frente al resto de destinos competidores. Pueden diferir de las cifras que se muestran en el capítulo 5 cuya fuente es Instituto de Estudios Turísticos en España, que incluye las entradas por carretera y barco.

Suecia ha sido el país nórdico que más ha sufrido la desaceleración económica, con numerosos despidos masivos en empresas como Volvo o Eriksson, así como importantes reestructuraciones de empresas del sector, lo que llevó a la pérdida de confianza del consumidor a principios del 2004. Así y todo, la buena marcha de la temporada de invierno 2004/05 que se ha presentado muy positiva, ha ayudado a mejorar las cifras del conjunto anual.

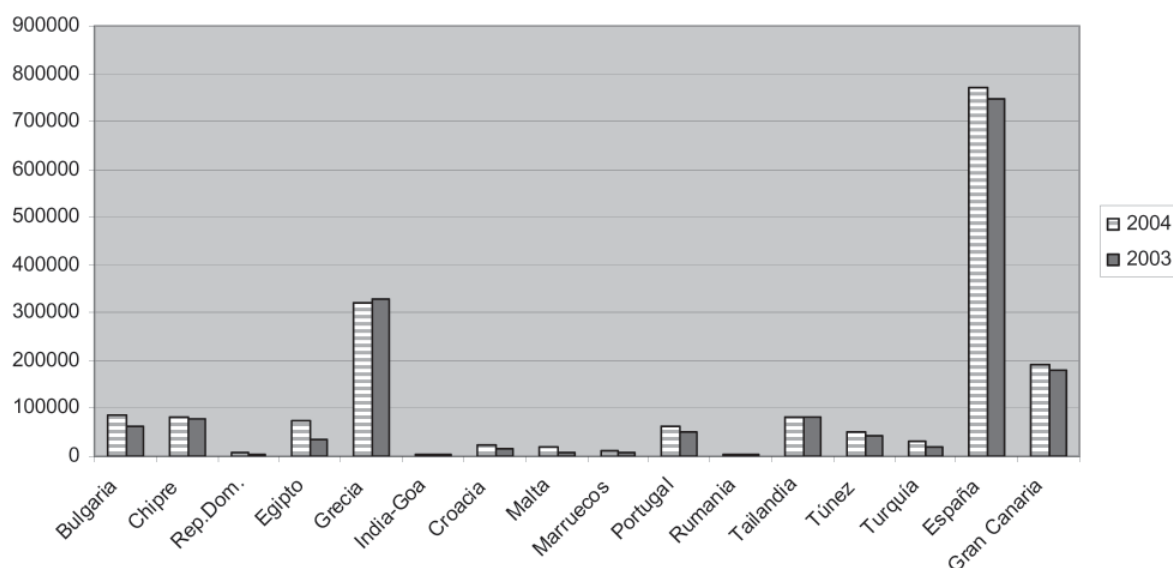
Reparto del mercado sueco entre los países principales

Aunque si bien, Dinamarca aparece como primer receptor, hay que tener en cuenta que aquí muchos pasajeros solo realizan escala, y que tienen como destino final otro país.



Comparación de los destinos competidores entre los años 2003 y 2004

En la tabla siguiente se muestran los principales destinos de sol y playa con mayor representación tanto en los catálogos de turoperadores suecos como en rutas de bajo coste.



España en su totalidad incluyendo Gran Canaria copa el primer lugar. **Grecia** se sitúa en segundo lugar, si bien sus cifras del 2004 son ligeramente inferiores al 2003, -2.3%. A pesar del esfuerzo promocional aprovechando la celebración de los Juegos Olímpicos, el alto precio de los paquetes para asistir a los diferentes eventos deportivos no convenció.

Gran Canaria por sí sola ocupa el tercer lugar compitiendo como un solo destino y situándose un año más como destino líder de sol y playa.

Dentro de los destinos emergentes de Europa del Este, **Bulgaria** aumentó un 38%, **Croacia** un 78% y **Rumania** un 90%, lo cual es debido principalmente a sus precios económicos muy atractivos para el turismo familiar de verano. Entre los 3 suman 115.732 turistas suecos en 2004.

Los destinos mediterráneos, una vez desaparecidas las amenazas por la guerra de Irak, se comportaron muy bien en su conjunto, destacando **Egipto** que dobló con creces su número de turistas +115%, **Malta** +175%, **Túnez** +64% y **Turquía** +46%.

En destinos de larga distancia, **Tailandia** descendió un -3% y por otro lado, la **República Dominicana** aumentó un 60% hasta 7.741 turistas. Primero el SARS, luego las revueltas sociales en el sur de Tailandia y ya a principios de 2005 las consecuencias del Tsunami, las cuales fueron terribles para el turismo sueco, están haciendo que el turismo de larga distancia ponga sus ojos en destinos americanos como Caribe y Brasil.

4.2- NORUEGA

Según Avinor (Asociación de Aeropuertos Noruegos), en el año 2004 los noruegos realizaron un total de 9.900.041 viajes al exterior de los cuales 8.107.054 fueron en vuelo regular y 1.792.987 en charter, con un incremento del 15.5% y 5.7% respectivamente.

En el acumulado de enero a junio 2004 el total de viajes internacionales fue de 4.628.278 (+14.7%), de los cuales 3.865.910 fueron por vía regular y 762.368 vía charter. El incremento respecto al primer semestre del 2003 fue de 17.1% y 4.3% respectivamente.

En el resto de los meses de verano las cifras de pasajeros también aumentaron con respecto al verano 2003. Si bien, la capacidad de la oferta para vuelos domésticos se redujo mientras que aumentaba la oferta al extranjero. Tres de cada cuatro nuevos pasajeros prefirió volar a su destino vacacional en vuelo regular en detrimento de los vuelos charter.

En noviembre 2004, las estadísticas ya reflejan como el tráfico charter está perdiendo cuota de mercado frente al tráfico regular. Este último incluye las compañías de bajo coste, entre ellas Braathens que en la actualidad cuenta con 4 vuelos semanales a Gran Canaria.

Las estadísticas de los asociados del sector turístico noruego, Reiselivsforum, muestran a día de hoy los destinos internacionales a donde se han dirigido los noruegos en los tres primeros trimestres de 2004. A continuación se citan los primeros 12 destinos y el reparto del mercado entre ellos:

1.	España	39.1%
2.	Grecia	24.1%
3.	Turquía	11%
4.	Chipre	7.3%
5.	Portugal	6.3%
6.	Tailandia	2.6%
7.	Italia	2.5%
8.	Bulgaria	2.4%
9.	Francia	2.1%
10.	Egipto	1.5%
11.	Túnez	0.8%
12.	Marruecos	0.4%

En **España**, el 62% de los noruegos se dirigieron a Canarias, principalmente durante el primer trimestre del año (a falta de saber las cifras del último trimestre).

Los 3 destinos más populares fueron **Gran Canaria, Mallorca y Tenerife**. El 40% del total de noruegos que fueron a España eligieron **Gran Canaria**, lo que coloca a la isla como uno de los primeros destinos vacacionales por delante de competidores como Turquía.

4.3- FINLANDIA

En Finlandia, según la Asociación de Agentes de Viajes Daneses, «SMAL», el año 2004 mostró una clara mejoría en el sector de las agencias de viajes. El número de ventas aumentó por primera vez después de 3 años consecutivos de pérdidas. La situación mejoró tanto en el sector de turismo de ocio como en el de negocios. Las ventas de las agencias pertenecientes a SMAL aumentaron un 3.5% en comparación con el año anterior.

La venta de billetes de avión para rutas internacionales aumentó un 6%, vendiéndose un total de 1.370.000 billetes. Y es que el precio de los billetes disminuyó un 2.3% con respecto a 2003. Desde

el año 2000 el precio de los billetes en rutas internacionales ha descendido un 30%. Uno de cada cuatro billetes vendidos fue electrónico. La mayoría de los billetes para vuelos regulares fueron vendidos para viajes de negocios.

La venta de paquetes organizados aumentó un 9.5%, vendiéndose un total de 960.000 paquetes vacacionales. Los destinos europeos son aún muy populares entre los finlandeses aunque hayan perdido algunos puntos de cuota de mercado. En total 736.657 finlandeses pasaron sus vacaciones en destinos europeos, lo que representa un 76% del total.

Los destinos más populares fueron:

España, con un 40% de la cuota de mercado. Se vendieron unos 295.000 paquetes vacacionales a España, de los cuales 220.000 fueron a **Canarias**.

Grecia recibió a 150.000 turistas finlandeses. Otros destinos en Europa fueron **Bulgaria, Italia, Republica Checa y Hungría**.

Los destinos de Oriente Medio y Norte de África recibieron unos 131.000 turistas, cifra 41% mayor que en 2003. Los destinos más populares fueron **Turquía** que recuperó el número de visitantes que tenía antes de la guerra de Irak, y en segundo lugar **Egipto**, el cual ha registrado el mayor incremento en comparación con 2003 con un total de 41.000 paquetes vacacionales.

Los destinos de larga distancia también tuvieron buenas ventas con un incremento del 24%. **Tailandia** como en años anteriores fue el destino más popular. Se vendieron unos 43.000 paquetes vacacionales. **Brasil** es el 2º destino más popular del que se vendieron casi 11.000 paquetes.

10 Primeros destinos charter de Finlandia			
Destino	2004	% mercado	% variación
Canarias	219.249	22,8	3
Grecia	143.883	14,9	1,3
Resto España	76.402	7,9	-16,6
Turquía	63.310	6,6	33,1
Bulgaria	54.534	5,7	14,8
Portugal	45.979	4,8	4,5
Tailandia	42.830	4,4	0,2
Italia	42.474	4,4	9
Egipto	40.952	4,3	68,9
Chipre	30.603	3,2	2,7

Fuente: SMAL

4.4- DINAMARCA

Según fuentes del RID (Asociación Danesa de Mayoristas), la cual controla el 80% del sector, los daneses realizaron 834.000 viajes vacacionales en 2004, un 6% más que en 2003. En los años 90 se vendían entre 1.1-1.2 millones de viajes al año. Estas cifras se conseguían a base de rebajar mucho los precios e incrementar las ventas de último minuto. Hoy en día la balanza entre oferta y demanda está mucho más ajustada por lo que se venden menos viajes, pero a un precio más alto y sin necesidad de hacer grandes descuentos de última hora.

Principales destinos competidores, Años 2003 y 2004

Destinos	2.004		2003		Diferencia		% Variación	
	Regular	Charter	Regular	Charter	Regular	Charter	Regular	Charter
Francia	522.979	33.628	446.238	32.196	76.741	1.432	17%	4%
Grecia	64.004	211.751	68.489	219.224	-4.485	-7.473	-7%	-3%
Italia	359.657	33.721	299.252	36.596	60.405	-2.875	20%	-8%
Portugal	50.017	36.120	53.274	28.399	-3.257	7.721	-6%	27%
Resto España	409.412	110.098	329.875	110.166	79.537	-68	24%	0%
Canarias	19.039	214.744	5.996	201.838	13.043	12.906	218%	6%
Bulgaria	3.963	49.234	2.419	39.471	1.544	9.763	64%	25%
Chipre	0	31.264	0	29.204	0	2.060		7%
Emiratos Árabes	32	9.015	0	8.239	32	776		9%
Gambia	0	1.174	0	0	0	1.174		
India	0	2.374	0	2.362	0	12		1%
Croacia	6.658	755	0	164	6.658	591		360%
Malta	4.065	15.606	24	17.151	4.041	-1.545	16838%	-9%
Marruecos	0	4.734	0	3.014	0	1.720		57%
Rumania	5.167	8.691	204	2.248	4.963	6.443	2433%	287%
Tailandia	168.344	3.027	152.840	935	15.504	2.092	10%	224%
Túnez	2.642	19.084	2.038	9.811	604	9.273	30%	95%
Turquía	47.045	183.718	39.781	120.864	7.264	62.854	18%	52%
Venezuela	0	5.309	0	3.143	0	2.166		69%
Egipto	10.879	61.495	13.781	36.417	-2.902	25.078	-21%	69%
Otros	8.423.984	123.612	8.051.270	121.009	372.714	2.603	5%	2%
Total	10.097.887	1.159.154	9.465.481	1.022.451	632.406	136.703	7%	13%

Fuente: Statensluftfartsvæsen / ØS

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

La tabla muestra que tampoco el mercado danés respondió a la llamada de los Juegos Olímpicos el pasado verano y Grecia no solo no conservó sus cifras sino que perdió casi 5.000 turistas daneses. Es el único destino que presenta un signo tan negativo. El resto de destinos aumentan aunque se puede detectar cierta variación entre pasajeros regular y charter. Varios como **Italia**, **España** y **Malta** pierden mercado en los viajes organizados lo cual compensan con el aumento de pasajeros regulares. Otros como **Egipto**, **Turquía** y **Chipre** cuentan con fuertes incrementos por parte de los mayoristas.

Total de viajes al exterior. Años 2003 y 2004

Destinos	2004	2003	Diferencia	% Variación
Francia	556.607	478.434	78.173	16%
Grecia	275.755	287.713	-11.958	-4%
Italia	393.378	335.848	57.530	17%
Portugal	86.137	81.673	4.464	5%
Resto España	519.510	440.041	79.469	18%
Canarias	233.783	207.834	25.949	12%
Bulgaria	53.197	41.890	11.307	27%
Chipre	31.264	29.204	2.060	7%
Emiratos Árabes	9.047	8.239	808	10%
Gambia	1.174	0	1.174	
India	2.374	2.362	12	1%
Croacia	7.413	164	7.249	4420%
Malta	19.671	17.175	2.496	15%
Marruecos	4.734	3.014	1.720	57%
Rumania	13.858	2.452	11.406	465%
Tailandia	171.371	153.775	17.596	11%
Túnez	21.726	11.849	9.877	83%
Turquía	230.763	160.645	70.118	44%
Venezuela	5.309	3.143	2.166	69%
Egipto	72.374	50.198	22.176	44%
Otros	8.547.596	8.172.279	375.317	5%
Total	11.257.041	10.487.932	769.109	7%

Fuente: Statensluftfartsvæsen / ØS

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

5. CARACTERISTICAS DE LOS VIAJES DE NORDICOS A ESPAÑA

España recibió durante 2004 un total de 42.725.164 turistas con un incremento interanual de 1.9%. De esta cantidad, 24.563.593 turistas pasaron sus vacaciones en la temporada de verano, lo que significó medio punto más que en verano 2003.

Canarias fue después de Cataluña la comunidad que más turistas recibió, 3.058.490, aunque si bien, fue la única región en sufrir un importante descenso interanual del -6%. El resto de comunidades aumentó por encima de la media que se colocó en 0.5%.

Según la organización del viaje, durante verano 2004 los viajes organizados bajaron un 6%, mientras que los turistas que viajaron por su cuenta aumentaron en un 5.6%. Esto demuestra la cada vez mayor aceptación de las compañías de bajo coste y el aumento de la compra de viajes a través de Internet.

Según la estancia media, el 38.5% del total se engloba dentro del grupo de 4-7noches seguido por el 36.2% que prefirió quedarse entre 8-15 noches.

Los países agrupados bajo el término «mercados nórdicos» sumaron 2.877.293 turistas en 2004, lo que para España significa el 6.7% del total. De ellos, alrededor del 41%, 1.167.643, viajan a Canarias. Alrededor del 85% de los nórdicos vienen a España de vacaciones. Por motivos de trabajo solo viene un 7%. Noruegos y finlandeses ocupan los primeros puestos, por vacaciones y trabajo, respectivamente.

5.1- SUECIA

Suecia es el principal mercado nórdico para España. Según estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos, en 2004 llegaron a nuestro país 936.786 turistas, lo que supuso un decremento del -5.8%. El descenso principal se concentra en los registros por carretera, -16.6%, mientras que por aeropuerto se pierde un -5.6%.

Los meses de verano no fueron mejores, ya que la pérdida de turistas en esta temporada fue del 12.5%. Las comunidades que registraron estos descensos fueron Cataluña -36.6% y Canarias -34.3%, seguidas de Andalucía y Baleares. Canarias se recuperó gracias a la temporada de invierno 2004/05 y la pérdidas anuales en esta comunidad se redujeron a solo un -4.7%, (-1.77% si nos basamos solo en las cifras de AENA), quedando situada en primer lugar con una cuota de mercado del 39.6%.

En Suecia hay una gran tradición de turismo charter, no en balde fueron ellos los primeros en pasar sus vacaciones en Canarias. Casi el 60% de los viajes realizados en 2004 fueron dentro de esta modalidad, aunque cada vez más, los viajes organizados por cuenta propia van quitándole protagonismo.

El 51% de los suecos prefirieron las estancias de entre 4-7 noches, seguidos por el 31.2% que pernoctó entre 8-15 noches.

5.2- NORUEGA

En el 2004 un total de 777.898 turistas noruegos pasaron sus vacaciones en España, lo que corresponde a -1.3% en relación a 2003.

De ellos, el 41.3% fue a Canarias lo que supuso un incremento del 1.9%. Canarias y Baleares (+2.6%) fueron las 2 únicas comunidades donde el turismo noruego subió con respecto a 2003.

Si bien, para los meses de verano, Canarias perdió un 12.6% de turistas noruegos en comparación con el 2003. En este caso, como en Dinamarca, habría que analizar las causas por las que este mercado esta volviendo a concentrarse en la temporada invernal. Sus destinos preferidos en verano son Comunidad Valenciana, Baleares y Andalucía.

Una alta tasa del turismo que recibidos desde Noruega es de tipo residencial, concentrado en colonias como la de Alfás del Pi en C. Valenciana o Arguineguín en Gran Canaria. Este grupo hace un gran uso de las CBC, lo cual está perjudicando la venta de paquetes organizados. Durante el verano 2004 se vendieron -17.9% de paquetes menos, mientras que los viajes individuales aumentaron un 10.1%, lo que supuso un 56.6% del total.

Al contrario que el resto de los nórdicos, los noruegos prefieren las estancias largas, característica propia del turismo residencial. El 44.4% de los veraneantes pernoctaron entre 8-15 noches, seguido por el 33.7% que se quedó entre 4-7 noches. Si bien, estos dos grupos perdieron un 9.8% y un 8.9% respecto al verano 2003, frente a las estancias de +15 noches que aumentaron un 19.4% y las de 2-3 noches que lo hicieron un 46.2%, patrón que se repite en los datos para el año completo.

5.3- FINLANDIA

Un total de 435.679 (+9.1%) turistas finlandeses viajaron a España en 2004, de ellos 80.851 (+3.3%) lo hicieron durante los meses de verano.

Canarias atrajo a la mayoría de estos turistas finlandeses. Su cuota de mercado anual fue superior al 50% y hubo un incremento interanual de 18.7%. Si bien, en verano esta cuota se reduce a un 5.5% del total. La razón para ello es que Canarias es un destino tradicional de invierno, y en verano solo se vende una isla, Gran Canaria, y a través de un solo mayorista, Finmatkat (TUI). La variación interanual en verano fue del 15.2%.

Un total de 101.415 (+7.6%) finlandeses según SMAL y 102.113 (+8.5%) según AENA pasaron sus vacaciones en Gran Canaria durante 2004.

La turoperación está muy arraigada en Finlandia y en 2004 el 49% (+6.4) de los viajes se organizaron mediante paquete turístico. Casi el 60% de los turistas pernoctaron entre 4-7 noches.

5.4- DINAMARCA

En el año 2004, viajaron a España 726.930 daneses (+10.2%). De ellos, 263.919 (+ 9.4%) lo hicieron durante los meses de verano, preferentemente a Baleares, Cataluña y Andalucía. A Canarias solo fueron 23.235 lo que supone un descenso de casi un 25%. Si bien en el conjunto del año, Canarias se recupera con una variación interanual del 3.5%. Esta diferencia supone que el mercado danés ha respondido bien a la temporada de invierno, lo que puede tener dos lecturas:

Por un lado, que haya sido justo a partir del invierno 2004/2005 que el mercado danés se haya recuperado, y esto repercuta positivamente en las ventas a Canarias, o bien, que la fuerte competencia estival por parte de otros destinos de similar oferta, esté rompiendo la desestacionalidad por la que tanto se había luchado en Canarias, y este mercado esté concentrándose de nuevo exclusivamente en los meses de invierno. Un análisis del verano 2005 ayudará a demostrar cual de estas dos causas prevalece.

La organización del viaje está muy igualada, y mientras el 45.1% (+8.6%) utilizó el paquete organizado, casi el 55% (+10%) decidió organizar el viaje por su cuenta.

Casi la mitad de ellos prefirió las estancias de entre 4-7 noches aunque fue el grupo de entre 8-15 noches el que tuvo un mayor incremento, 16.5%.

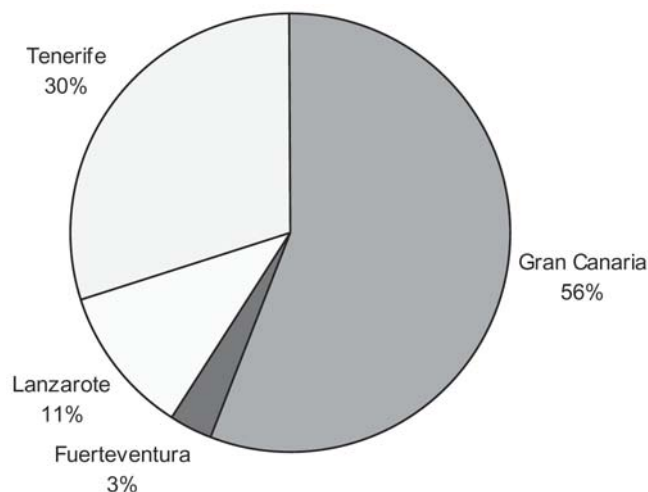
6. ENTRADAS DE TURISTAS NÓRDICOS EN CANARIAS POR ISLAS. AÑO 2004

Las cifras que se muestran en la siguiente tabla sólo hacen referencia al registro de turistas por vía aérea. Por lo tanto, difieren de las cifras comentadas anteriormente en el capítulo 5, las cuales engloban los turistas por el total de vías de acceso.

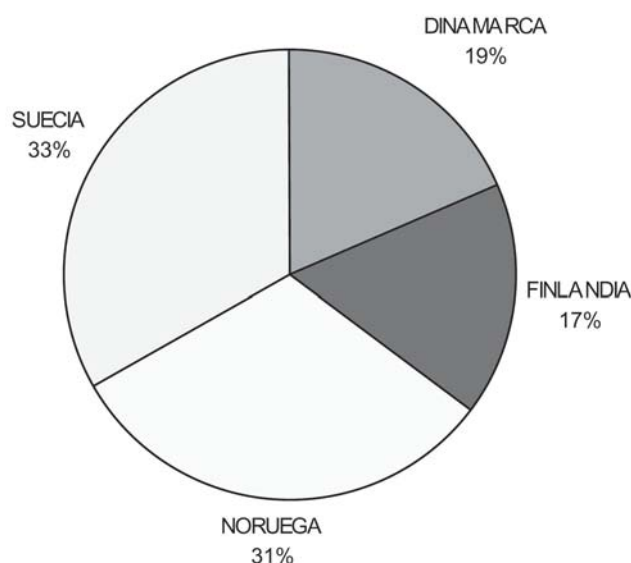
	GRAN CANARIA			FUERTEVENTURA			LANZAROTE			TENERIFE			CANARIAS		
	2004	Dif.	% Var.	2004	Dif.	% Var.	2004	Dif.	% Var.	2004	Dif.	% Var.	2004	Dif.	% Var.
DINAMARCA	114.474	9.359	8,90%	5.600	-2.811	-33,42%	27.917	1.758	6,72%	80.380	11.245	16,27%	228.371	19.551	9,36%
FINLANDIA	102.113	8.012	8,51%	9.290	-5.251	-36,11%	23.681	139	0,59%	89.776	8.465	10,41%	224.860	11.365	5,32%
NORUEGA	193.021	14.378	8,05%	3.471	-4.537	-56,66%	35.714	-3.569	-9,09%	66.820	7.336	12,33%	299.107	13.689	4,80%
SUECIA	205.391	7.461	3,77%	15.628	-9.177	-37,00%	36.873	-730	-1,94%	93.429	-3.883	-3,99%	351.321	-6.329	-1,77%
TOTAL	614.999	39.210	7%	33.989	-21.776	-39%	124.185	-2.402	-2%	330.405	23.163	8%	1.103.659	38.276	4%

Fuente: AENA

Distribución de turistas nórdicos por islas. Año 2004



Distribución de turistas nórdicos en Gran Canaria. Año 2004



7. APUNTES SOBRE LA TEMPORADA INVIERNO 2004/2005

Los rápidos cambios de la demanda en los últimos años con una alta proliferación de CBC (compañías aéreas de bajo coste), incremento de la organización individual de las vacaciones y aumento de ventas por Internet, ha tenido como consecuencia la caída de la demanda del paquete organizado tradicional.

Ante esta pérdida de mercado los distintos mayoristas daneses han reaccionado de forma similar, flexibilizando su oferta y ofreciendo la posibilidad de que el propio cliente organice sus vacaciones a medida, según sus necesidades.

En general, todos los catálogos ofrecen los paquetes tradicionales pero de manera desglosada, permitiendo elegir desde «solo vuelo» con lo que pueden competir directamente con las CBC. Servicios como la comida a bordo, o los traslados entre aeropuerto y alojamiento, ahora se ofrecen como opcionales y en distintas categorías.

Otra característica común es la concentración de la oferta en un número menor de países, los cuales podemos clasificar básicamente en dos grupos: destinos tradicionales de invierno y destinos exóticos de larga distancia. Los 3 principales destinos para el próximo invierno, repetidos en casi todos los catálogos son: **Canarias, Egipto y Tailandia.**

Las ventas han ido muy bien y a primeros de enero 2005 ya estaba vendida alrededor del 87% de la oferta de los turoperadores para este invierno. Algunos turoperadores habían conseguido vender un 25% más que el invierno anterior.

Gran Canaria tiene la mayor oferta de todas las islas y las ventas van a buen ritmo, por encima del año pasado, tanto en turismo charter tradicional, como en grupos, como en vuelos de bajo coste.

Nuevos destinos

En España

La novedad principal que incluye My Travel en dos de sus catálogos, Spies y Ving, es la desestacionalización de la oferta a **Mallorca**, abriendo la temporada invernal desde octubre y sin interrupción después del verano 2004.

Aumenta el número de establecimientos ofrecidos en **Gran Canaria**, principalmente de Costa Meloneras y Puerto Rico. En **Tenerife** introducen Playa Paraíso y Playa de la Arena.

Europa y Mediterráneo

Azores es la principal novedad en el catálogo de Tjaereborg.
Luxor en Egipto

Destinos de larga distancia

República Dominicana, Aruba y Cuba
Bali y Dubai
Sri Lanka y Kerala en la India

Productos

Se detecta un creciente interés por vacaciones en hoteles de 4-5 estrellas, vacaciones con SPA, actividades de incentivos para grupos y oferta de golf. Dentro de las actividades al aire libre los nórdicos tienen predilección por el senderismo.

Por supuesto que estos nuevos nichos de mercado no se escapan al sector y tanto los grandes turoperadores como las compañías aéreas ilustran sus catálogos con las últimas novedades para cubrir esta incipiente pero creciente demanda.

Esta temporada la oferta es más atractiva y variada, con la intención de llegar a un amplio abanico de clientes. Además de la oferta clásica para familias y mayores, han lanzado nuevas marcas donde se ofrece **vacaciones de 5 estrellas**, estancias en primera línea de playa y precios especiales para los que viajan solos. En particular, todos han coincidido en incluir en su oferta más turismo activo, con viajes combinados, excursiones en coches de alquiler y distintas actividades que el propio cliente decide cuándo y cómo realizar.

My Travel consolida su oferta de **golf** bajo las marcas de Tjaereborg y Ving en Gran Canaria, Tenerife, Mallorca, Costa del Sol, Madeira y Agadir.

En cuanto al producto **crucero**, los mayoristas nórdicos realizan cruceros de 8 días por el Atlántico con salida y llegada desde Tenerife o Gran Canaria, visitando Lanzarote, La Palma, Madeira y Agadir. Este crucero se puede completar con excursiones alrededor de las islas o jugando al golf.

Star Tour en su portada anuncia como novedades cuatro **viajes combinados** a Tailandia e Indonesia y a Luxor y Aswan en Egipto.

Para aquellos que quieran realizar unas **vacaciones activas**, Star Tour ofrece diferentes opciones que combinan golf con senderismo o cultura con ciudades, en Marruecos, Tailandia y Egipto. En Marruecos también organiza un jeep safari y un circuito de golf.

En España las opciones son conocer la **ciudad de Las Palmas de Gran Canaria**, combinando **cultura** con **compras** o bien, realizar una excursión a La Palma desde Tenerife.

Precio medio en catálogo

España

Gran Canaria	3.448
Tenerife	4.118
Lanzarote	4.148
Fuerteventura	3.847
La Gomera	4.298
La Palma	4.998
Mallorca	3.181
Costa del Sol	4.087

Europa y Mediterráneo

Portugal-Madeira	4.214
Portugal-Azores	3.748
Egipto	3.727
Marruecos	3.947

Destinos de larga distancia

Aruba (9 noches)	8.999
Gambia	4.845
Kenia (13 noches)	7.998
Florida (9 noches)	7.148
Sri Lanka (2 semanas)	8.261
Dubai (6 noches)	7.398
Tailandia (2 semanas)	7.608
Cuba (2 semanas)	8.998
Islas Mauricio (2 semanas)	12.849
México (2 semanas)	12.198
Rep.Dominicana (2 semanas)	8.222
Bali (12 noches)	7.997
Sudáfrica (11 noches)	9.998
India (2 semanas)	7.597

Para esta muestra se ha seleccionado establecimientos de 3 estrellas con estancia en habitación doble para 2 personas en la primera semana de noviembre, con 1 semana de duración, a excepción de los destinos de larga distancia que varían en duración.

El precio es por persona y en coronas danesas. (1 euro = 7,4 DKK)

Consecuencias de la catástrofe del sudeste asiático

El 2004 parece que va a ser el mejor año de todos los tiempos para el sector. «A no ser que ocurra algo inesperado, estoy seguro de que el sector tendrá beneficios millonarios» comentaba a mediados de septiembre de 2004 Jan Lockhart, Presidente de la Asociación de Mayoristas de Viaje en Dinamarca. Este optimismo también lo compartía Star Tour, que calculaba que los beneficios triplicarían a los del año anterior.

Lamentablemente esto no va a ser del todo posible ya que estos beneficios se han visto mermados por las elevadas pérdidas económicas que la mayoría de turoperadores nórdicos deben asumir como consecuencia de esta terrible catástrofe.

Debido a las numerosas pérdidas humanas, especialmente entre el turismo sueco, y a los destrozos materiales ocasionados por el tsunami a principios de enero 2005, los TTOO nórdicos cancelaron sus destinos en las zonas afectadas hasta finales de febrero. A partir de esta fecha reiniciarían sus operaciones en lo que fuera posible.

En cuanto a las desviaciones por estas cancelaciones hay que tener en cuenta que el tipo de turista que había reservado sus vacaciones en el Sudeste Asiático, no es el mismo que viene a Canarias. Por ello, los desvíos se hicieron preferentemente a otros destinos de larga distancia. Los más favorecidos fueron aquellos destinos dentro de la misma zona, que no habían sido afectados por el maremoto, entre ellos Bangkok.

Otro destino muy favorecido fue Natal en Brasil. Algunos pocos se decidieron por Miami. También hubo desvíos de miles de plazas a Canarias, Gran Canaria y Tenerife, ya que había países nórdicos que no contaban con destinos de larga distancia alternativos o con número de plazas suficientes en estos lugares.

Sobre la recuperación del turismo en las zonas afectadas, los mayoristas en general, son optimistas, y piensan que las infraestructuras turísticas se reconstruirán en breve tiempo y para el próximo invierno ya estarán funcionando con total normalidad. Además, saben por experiencia anterior, que el turista nórdico olvida pronto y volverá a viajar a estos destinos en pocos meses. Otro factor a favor, es la necesidad económica de estos países, donde el turismo es una de sus principales fuentes de ingresos. Por ello, la llamada de los respectivos gobiernos a que los turistas regresen, junto al sentimiento de los propios turistas de querer «aportar beneficios» con su presencia, ayudará a restablecer el sector en estas zonas. Creen que para el próximo invierno la respuesta será igual de buena ya que Tailandia es un destino consolidado y que la gente quiere ir «a ver qué pasó».

8. CONCLUSIÓN

La situación de recesión económica en los países nórdicos, la crisis de Irak, las amenazas terroristas en destinos turísticos y la propagación de graves enfermedades como el SARS, parece que ya han sido superadas. Ya desde la temporada de invierno 2004/2005 se aprecia un fuerte empuje del sector viajes en los mercados nórdicos que ha conseguido al final recuperar las cifras de un año que no había empezado del todo bien.

Es verdad, que la catástrofe producida por el tsunami en el sudeste asiático ha sido la cara negativa de este invierno, pero debido a la buena situación coyuntural, los turoperadores han respondido muy positivamente, tanto así, que seguirán trabajando con estos destinos durante el verano 2005 y el próximo invierno.

En lo referente a la situación de Gran Canaria en estos mercados, vemos como cada temporada aparecen más competidores con mejores precios, sobretodo en verano. Destinos más exóticos o más cercanos, que van «mordiéndolo» nuestra cuota de mercado. Sin embargo, cuando observamos las estadísticas a finales de año, podemos decir que Gran Canaria sigue siendo el destino líder en el norte de Europa.

Ello nos debe llenar de orgullo, pero al mismo tiempo nos tiene que hacer sentir una fuerte responsabilidad hacia nuestro sector turístico. Si queremos seguir manteniendo esta posición líder, debemos luchar más que ningún otro destino. Es fácil introducirse en el mercado ofreciendo hoteles nuevos y a un precio económico, lo difícil es renovar una infraestructura que ya cuenta con casi 40 años, y a la que hay que seguir dotando de un alto estándar de calidad y de relación calidad/precio.

Además de ello, no olvidemos completar nuestra oferta con las últimas tendencias que demanda el sector: mayor flexibilidad para el turista individual, actividades complementarias al sol y playa y puesta al día en servicios a través de la red, son algunas de las principales demandas tanto por parte del sector como de nuestros turistas. Trabajando en ello conseguiremos que Gran Canaria pueda seguir siendo la primera de la fila.

9. FUENTES CONSULTADAS

- Informe actualizado de economía de «Swedish National Institute of Economic Research»
- Informe actualizado de economía del Ministerio de Finanzas de Dinamarca
- Informe actualizado de economía del Ministerio de Finanzas de Noruega
- Informe actualizado de economía del Ministerio de Finanzas de Finlandia

- Administración de la Aviación Civil Sueca (Luftfartsverket)
- Administración de la Aviación Civil Danesa (Statensluftfartsvæsen ØS)
- Encuesta de viajes de la Oficina Central de Estadística de Noruega (SSB)
- Estadística de viajes chárter de la Aviación Civil Noruega (Avinor)
- Estadísticas de viajes organizados de la Asociación del Sector Turístico Noruego (Den Norske Reiselivsforum)
- Administración de la Aviación Civil Finlandesa (Finnish Civil Aviation Administration)

- Oficina Española de Turismo en Estocolmo, informes varios
- Oficina Española de Turismo en Copenhague, informes varios
- Oficina Española de Turismo en Oslo, informes varios
- Oficina Española de Turismo en Helsinki, informes varios

- Estadísticas Frontur 2004
- Estadísticas AENA
- Catálogos de los principales turoperadores nórdicos, My Travel, TUI, Kuoni y otros
- Información publicada en los medios del sector: Stand By, Take-Off, Travel People y otros
- Notas de prensa y artículos publicados en los diarios económicos y nacionales, entre ellos, Børsen, Jyllands-Posten, Berlingske Tidende Business Travel, Politiken, Taloussanommat y otros