

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 2005.**

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

Preparado por:

Juan Fernando Suárez Díaz

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

INDICE

	<i>Pag.</i>
1. INTRODUCCIÓN	1
2. NORUEGA	2
2.1 COYUNTURA ECONÓMICA	2
2.2 MERCADO TURÍSTICO	2
2.2.1 SITUACIÓN GLOBAL	2
2.2.2 SITUACIÓN PARA ESPAÑA (INCLUYENDO CANARIAS)	2
2.2.3 SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA	3
2.3 MERCADOS COMPETIDORES	3
3. DINAMARCA	4
3.1 COYUNTURA ECONÓMICA	4
3.2 MERCADO TURÍSTICO	4
3.2.1 SITUACIÓN GLOBAL	4
3.2.2 SITUACIÓN PARA ESPAÑA (INCLUYENDO CANARIAS)	4
3.2.3 SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA	5
3.3 MERCADOS COMPETIDORES	5
4. SUECIA	6
4.1 COYUNTURA ECONÓMICA	6
4.2 MERCADO TURÍSTICO	6
4.2.1 SITUACIÓN GLOBAL	6
4.2.2 SITUACIÓN PARA ESPAÑA (INCLUYENDO CANARIAS)	6
4.2.3 SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA	7
4.3 MERCADOS COMPETIDORES	7
5. FINLANDIA	8
5.1 COYUNTURA ECONÓMICA	8
5.2 MERCADO TURÍSTICO	8
5.2.1 SITUACIÓN GLOBAL	8
5.2.2 SITUACIÓN PARA ESPAÑA (INCLUYENDO CANARIAS)	8
5.2.3 SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA	8
5.3 MERCADOS COMPETIDORES	8
6. PREVISIONES Y TENDENCIAS	
7. PROPUESTAS Y CONCLUSIONES	10
8. COMPARATIVA DE PRECIOS POR DESTINO	11

1.- INTRODUCCIÓN:

El turismo nórdico que visita Gran Canaria se encuentra fuertemente estacionalizado en la temporada de invierno, a la hora de comparar las cifras del verano ha de hacerse con una perspectiva interanual.

Por razones de sobra conocidas como la multiplicación de destinos durante el verano y la buena climatología en los países de origen el volumen de nórdicos que viajan a Gran Canaria se reduce considerablemente durante el verano en comparación con los que lo hacen en invierno.

Es de señalar que en los últimos veranos el comportamiento de este mercado no es todo lo bueno que cabría desear, con la salvedad de Noruega.

2.- NORUEGA

2.1.- COYUNTURA ECONÓMICA:

PIB: 3,2% último trimestre de 2004

Inflación: 1,1% en abril de 2005

Desempleo: 4,5% en marzo de 2005

Económicamente hablando la temporada de verano de 2005 en Noruega transcurrió bajo indicadores económicos favorables, con una tasa de crecimiento del 3,75 %, unos tipos de interés excepcionalmente bajos y aumento en el índice de confianza de los consumidores. La suma de estos factores ha estimulado la demanda interna.

2.2.- MERCADO TURÍSTICO:

2.2.1.- SITUACIÓN GLOBAL:

Los indicadores económicos anteriormente citados han propiciado una atmósfera positiva cara a la realización de viajes al exterior. Refiriéndonos a los viajes en avión se observa que los vuelos chárter se ven afectados en mayor medida que los vuelos regulares. Al inicio de la temporada de verano se contabilizaba según la aviación civil noruega un incremento interanual del 12,6% en vuelos chárter y un 8,1% en vuelos regulares, lo que lleva a un optimismo razonable a los operadores, que han incrementado fuertemente su oferta con respecto al mismo periodo de 2004.

2.2.2.- SITUACIÓN PARA ESPAÑA (INCLUYENDO CANARIAS):

Para Verano de 2005, la oferta de vuelos charter a España se incrementa en torno al 30%, Canarias muestra evidentes signos de recuperación y en menor medida Baleares. La Costa Daurada se incorpora como destino para esta temporada y se caen de los catálogos Alicante y Málaga. En abril de 2005 el nivel de oferta vendida era del 60%, cifras prácticamente iguales al mismo periodo de 2004.

Baleares acapara el mayor porcentaje de oferta chárter, en torno al 60% de la totalidad, pero con comportamientos diversos en sus islas, pues si bien Mallorca se muestra dinámico como destino, Menorca da síntomas de debilidad.

Los datos para Canarias indican una fuerte recuperación de su oferta, en torno a un 85%, aunque con salvedades. Gran Canaria y Tenerife ven incrementada su oferta pero Lanzarote decrece un 7%. Según fuentes de los principales operadores chárter, a finales de abril estaba vendida el 56,4% de la oferta total, 48,5% para Gran Canaria, 63,1% en Lanzarote y 57,6% en Tenerife. Estas cifras mejoran en un 2% las de 2004, aunque son peores para Gran Canaria, que cerraba abril un 8,2% mejor que 2005. Tenerife mejora un 7% con respecto a 2004 y Lanzarote lo hace un 7,3% para el mismo periodo.

El territorio peninsular continúa reordenándose y trasvasando clientes de vuelos chárter a vuelos regulares directos con compañías de bajo coste aunque se dan excepciones como la de la Costa Daurada, incluida por Star Tour (del grupo TUI), con unos resultados realmente buenos.

Los vuelos regulares a nuestro país se han incrementado, pues aunque algunas rutas se han eliminado otras han sido abiertas por compañías de bajo coste como por ejemplo Sterling, que ha comenzado a

operar con Tenerife y Lanzarote. Los principales destinos de vuelos regulares han sido por este orden Málaga, Alicante, Murcia, Barcelona, Gran Canaria y Palma. En el lado negativo figura la desaparición de la ruta que Spanair venía cubriendo desde hacía dos años durante la temporada de primavera y verano.

2.2.3.- SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA:

El comportamiento del mercado noruego durante la temporada de verano 2005 (de mayo a octubre) arrojó para Gran Canaria un porcentaje de crecimiento de un 6,25, es decir, 3.975 turistas mas. Los datos que propiciaron este resultado fueron:

Mayo, descenso del 9,80%. 448 turistas menos
Junio, aumento del 11,70%. 629 turistas mas
Julio, aumento del 5,23%. 254 turistas mas
Agosto, aumento del 24,82%. 1085 turistas mas
Septiembre, descenso del 13,20%. 754 turistas menos
Octubre, aumento del 18,75%. 3209 turistas mas

2.3.- MERCADOS COMPETIDORES:

En el mercado Noruego, España cuenta entre sus principales competidores y por orden de importancia a Grecia, Turquía, Chipre y Portugal. Todos ellos aumentan su oferta en los principales catálogos. Turquía lo hace un 42,7%, Grecia un 35% y Portugal casi un 23%.

El porcentaje de ventas en mayo de 2005 era del 65% para Grecia (un 6% mas que en 2004), 59% para Turquía (un 5% mas que en 2004) y 64% para Chipre (un 2% mas que en 2004).

Como destinos de segundo orden, citar que Bulgaria y Croacia muestran un comportamiento bastante dinámico.

Fuentes: Turespaña, OCDE, The Economist.

3.- DINAMARCA

3.1.- COYUNTURA ECONÓMICA:

PIB: 2,9% el cuarto trimestre de 2004

Inflación: 1,8%, dato de abril 2005

Desempleo: 5,9% en marzo de 2005

El contexto económico se desenvuelve en un clima de optimismo, las exportaciones han aumentado y se convierten en el motor del crecimiento danés. Uno de los efectos de esta situación es el incremento del gasto familiar, pues no se prevé una variación significativa en la inflación. En el lado negativo, se vislumbra que en 2006 el contexto puede variar como resultado de una probable subida de interés del BCE.

3.2.- MERCADO TURÍSTICO:

3.2.1.- SITUACIÓN GLOBAL:

El verano de 2005 supondrá en muchos casos del mercado danés, un test para las compañías de bajo coste y agencias de viaje por Internet tras la profunda reordenación que ha padecido el sector de las compañías de bajo coste y el fuerte crecimiento que viene mostrando la venta de viajes por Internet.

Factores como el incremento de los precios del crudo y la sobreoferta de plazas en los aviones han originado fuertes pérdidas en varias compañías de bajo coste, llevando a sus propietarios a buscar alianzas o bien a proceder a su venta, la muestra mas clara ha sido la venta de Sterling a Iceland Express, propiedad del grupo islandés Eignarhaldsfelag, por 53,8 millones de euros.

Las ventas de paquetes turísticos por Internet han experimentado un fuerte crecimiento, suponiendo el 30% del total de las ventas de las agencias que operan en la red. Travellink, referente en los países nórdicos en el sector de agencias de viaje por Internet, ha pasado a formar parte de la estructura de Opodo, compañía de ámbito europeo.

3.2.2.- SITUACIÓN PARA ESPAÑA (INCLUYENDO CANARIAS):

España como destino estival ocupa el segundo puesto en las preferencias de los daneses, únicamente superada por Grecia. Dentro de los destinos españoles, Mallorca ocupa un lugar destacado. Grecia acapara el 24% de la cuota de mercado y el tercer destino favorito del verano es Turquía. El mercado chárter a principio de la temporada veraniega ha detectado una competencia sólida en los destinos tradicionalmente económicos que afecta a las ventas españolas, aunque esta situación es considerada como transitoria por los principales turoperadores, que esperan equilibrar la posición de España al final de la temporada aunque hay que señalar el buen comportamiento de la Costa Daurada en el segmento Chárter.

Las principales amenazas que afectan a los paquetes organizados son:

- Precios poco competitivos en transporte aéreo a Canarias.
- Precios poco competitivos de los hoteles en Baleares.
- Sobreoferta de vuelos de bajo coste a la Costa del Sol.
- Tendencia a viajar fuera de la zona euro buscando reducir el gasto en el destino.

Para compensar estas amenazas, que suponen un 5% de descenso en los viajeros chárter, hay que mostrar el incremento de pasajeros en viajes regulares, sobre todo de bajo coste que ocupan las plazas de las nuevas rutas, como las abiertas desde Billund, segundo aeropuerto de Dinamarca, hacia Málaga, Alicante, Mallorca, Barcelona y Madrid, que suman un total de 71 vuelos semanales.

3.2.3.- SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA:

El detalle de la evolución del mercado danés en nuestra isla en verano de 2005 muestra un claro signo negativo comparado con el mismo periodo de 2004. De mayo a octubre el único mes que mostró aumento de turistas fue agosto, pero en una proporción que no puede compensar los descensos del resto de meses:

Mayo: descenso del 8,93% . 197 turistas menos
Junio: descenso del 10,98% . 310 turistas menos
Julio: descenso del 9,63% . 216 turistas menos
Agosto: aumento del 11,2% . 246 turistas mas
Septiembre: descenso del 30,39% . 875 turistas menos
Octubre: descenso del 17,19% . 2.030 turistas menos

Estos datos nos dan una cifra un 10,98 inferior a la de 2004, lo que significó la pérdida de 3.382 turistas.

3.3.- MERCADOS COMPETIDORES:

En cuanto a los destinos de la cuenca del Mediterráneo y adyacentes, la situación es de crecimiento dinámico en todos ellos, variando del 105% de Egipto al 5% de Chipre aunque por volumen de turistas el principal competidor es Grecia, seguido de Turquía y Bulgaria, acaparando respectivamente un 29, 19 y 8 % del mercado.

Los destinos de larga distancia muestran comportamientos diversos. Por un lado, el sudeste asiático pierde clientes en gran parte por culpa de la gripe aviaria mientras que, por otro, los Estados Unidos gracias a la debilidad del dólar frente al euro, ven aumentar su número de turistas daneses. Otro segmento que aumenta cuota de mercado es el de las vacaciones cortas a ciudades durante la época estival. Edimburgo, Ámsterdam, Praga y Bolonia entre otras se ven beneficiadas de nuevas rutas directas desde los principales aeropuertos daneses.

Fuentes: Turespaña, OCDE, The Economist.

4.- SUECIA:

4.1.- COYUNTURA ECONÓMICA:

PIB: 2,0% último trimestre de 2004

Inflación: 0,3% en abril de 2005

Desempleo: 5,5% en marzo de 2005

Las exportaciones, los bajos tipos de interés y bajadas en algunos impuestos marcan un ciclo expansivo, lo que unido a una baja inflación ha propiciado que el consumo crezca y a su vez motive un aumento de las inversiones empresariales. Como factores negativos hay que citar el aumento creciente del precio de la vivienda así como un probable ajuste en la política en el cual se vislumbra un aumento de los tipos de interés.

4.2.- MERCADO TURÍSTICO:

4.2.1.- SITUACIÓN GLOBAL:

La temporada de verano 2005, tras dos años consecutivos de recesión en el sector, supone el esperado cambio de tendencias en una industria que comienza a mostrar evidentes signos de recuperación. La oferta total de paquetes turísticos con respecto al verano 2004 se incrementa en un 18% y se sitúa en 1.000.317 paquetes. Algunos turoperadores mejoran su nivel de reservas con respecto al mismo periodo del año anterior. Por ejemplo Fritidsresor (TUI) a 30 de abril había vendido aproximadamente un 60% de sus productos, casi un 10% que el año anterior, además, la climatología adversa durante la primavera ha motivado un aumento de las ventas en fechas posteriores. Es de señalar que el precio medio de los paquetes de Fritidsresor se ha incrementado casi un 10% con respecto a 2004. My Travel, el otro gran operador sueco, muestra cifras prácticamente idénticas a 2004.

4.2.2.- SITUACIÓN PARA ESPAÑA (INCLUYENDO CANARIAS)

España acapara el 15,2% la cuota de mercado, un 15% menos que en años anteriores y confirmando la tendencia a la baja en el mercado chárter que ha supuesto la irrupción de las compañías aéreas de bajo coste, el incremento del turismo residencial y la diversificación de destinos de la cuenca mediterránea. Sin embargo y al igual que en la práctica totalidad de países escandinavos, La Costa Daurada ha sido la excepción, pues se ha revelado como un destino charter realmente competitivo. Los principales aeropuertos por número de paquetes turísticos han sido Palma de Mallorca, Gran Canaria, Menorca, Barcelona, Tenerife, Lanzarote, Reus y Málaga. Es de señalar que todos los aeropuertos canarios pierden volumen con respecto a 2004. Gran Canaria pierde un 52%, Tenerife un 48% y Lanzarote un 64%.

Los vuelos regulares se mantienen con respecto a temporadas anteriores, aunque compañías como Iberia muestran un incremento en el número de reservas.

Las compañías de bajo coste se siguen expandiendo, tanto en número de vuelos como en conexiones, Ryanair opera un vuelo diario desde Estocolmo a Girona, Sterling tiene vuelos directos a España desde Estocolmo, Malmö y Gotemburgo, sus destinos en nuestro país son Palma de Mallorca, Alicante, Málaga y Gran Canaria. Flynordic, una nueva compañía, vuela desde Estocolmo a Alicante, Barcelona y Málaga.

4.2.3.- SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA:

La afluencia de suecos a Gran Canaria durante el periodo estival de 2005 marcó caídas en todos los meses, desde moderadas en meses como agosto a pequeños descalabros en meses como septiembre. La relación detallada de suecos llegados a Gran Canaria se muestra a continuación:

Mayo, descenso del 9,19% . 359 turistas menos
Junio, descenso del 21,06% . 1.013 turistas menos
Julio, descenso del 17,61% . 655 turistas menos
Agosto, descenso del 1,01% . 37 turistas menos
Septiembre, descenso del 33,89% . 1.598 turistas menos
Octubre, descenso del 10,38% . 1.864 turistas menos

Para el conjunto de la temporada estival, estas cifras arrojan un descenso del 15,5% en términos porcentuales, que suponen 5.526 turistas menos en términos absolutos.

4.3.- MERCADOS COMPETIDORES

Grecia ocupa la posición de destino líder para los veraneantes suecos desde hace ya bastantes temporadas, lo que no quita que su oferta siga creciendo. Turquía desplaza a España del segundo puesto en cuanto a los gustos de los suecos. Existe un segundo grupo de países que se sitúan a distancia de Grecia, España y Turquía en cuanto a número de paquetes chárter pero que muestran un comportamiento muy dinámico en gran parte debido a sus precios competitivos y también a que no pertenecer a la zona euro abarata el consumo en el destino (Bulgaria, Chipre, Croacia). Como destinos en retroceso hay que citar a Francia y Portugal.

Fuentes: Turespaña, OCDE, The Economist.

5.- FINLANDIA:

5.1.- COYUNTURA ECONÓMICA:

PIB: 3,6% ultimo trimestre de 2004

Inflación: 1,2% en abril de 2005

Desempleo: 8,5% en marzo de 2005

Se mantiene la fase expansiva que ya se venía experimentando en 2004, con una producción industrial a buen ritmo, recortes impositivos, aumento de las exportaciones y una inflación moderada.

5.2.- MERCADO TURÍSTICO:

5.2.1.- SITUACIÓN GLOBAL:

La oferta de Verano de 2005 en cuanto a paquetes turísticos alcanzó un volumen de 468.000 unidades, un 6% mas que el año anterior.

A finales de mayo los principales turoperadores habían vendido entre un 75% y un 77% de su oferta, un 12% mas que en el mismo periodo del año anterior, la buena cifra tiene parte de su razón de ser en la mala climatología de la primavera - verano de 2004, todavía presente en la mente de los finlandeses.

Hay que destacar la quiebra del turoperador Töölön Matkatoimisto, totalmente inesperada en el sector.

5.2.2.- SITUACIÓN PARA ESPAÑA:

La oferta chárter no experimenta apenas variaciones a diferencia de los vuelos regulares, bien en compañías tradicionales o bien en aerolíneas de bajo coste. En este segmento destaca Air Finland, con tres vuelos semanales a Málaga, dos a Alicante y uno a Barcelona, en el caso de los dos primeros vuelos, son demandados mayoritariamente por un tipo de turismo residencial y de golf.

5.2.3.- SITUACIÓN PARA GRAN CANARIA:

Puede decirse que Finlandia es el destino nórdico mas dinámico durante la temporada de verano con notables diferencias en cuanto su comportamiento según el mes aunque arrojando un balance final prácticamente neutro (-2,21%), lo que traducido a cifras absolutas supone la pérdida de 406 turistas. Mes por mes, la llegada de finlandeses a Gran Canaria experimentó el siguiente comportamiento.

Mayo, aumento del 1,10%. 9 turistas mas

Junio, descenso del 25,67%. 221 turistas menos

Julio, aumento del 0,65%. 7 turistas mas

Agosto, aumento del 2,38% . 20 turistas mas

Septiembre, aumento del 24,63%. 218 turistas mas

Octubre, descenso del 5,30%. 660 turistas menos

5.3.- MERCADOS COMPETIDORES:

España es solamente superada por Grecia (31%) en cuanto a veraneantes finlandeses, en orden de importancia le siguen un grupo de países de la cuenca mediterránea con la siguiente cuota de mercado: Turquía 15%; Bulgaria 10%; Italia 6,9%; Chipre 4,0%; Portugal 3,8%; Francia 2,3%.

Fuentes: Turespaña, OCDE, The Economist.

6.- PREVISIONES Y TENDENCIAS:

Para las próximas temporadas de verano es de esperar una coyuntura económica no tan favorable como la de 2005, en gran parte debido a que muchas medidas que han propiciado la situación actual han sido de carácter coyuntural. A este hecho se suma la excepcionalmente baja tasa de los tipos de interés, para los que se esperan aumentos durante 2006 y 2007.

En el ámbito turístico, es de señalar que el constante trasvase de clientes de chárter a vuelo regular, sobre todo con compañías de bajo coste, continuará en los próximos ciclos estivales.

Otra tendencia que empieza a tomar forma es los city breaks en verano, tradicionalmente presentes el resto del año pero no tanto a partir de mayo.

Es de señalar que las compañías aéreas tradicionales comienzan a vender asientos de sus vuelos regulares a precios excepcionalmente bajos para poder competir con las compañías de bajo coste.

En cuanto a los destinos competidores, señalar que previsiblemente sean situaciones tales como inestabilidad de tipo sociopolítico o fenómenos como la gripe aviar y similares las que, dependiendo la zona en la que se den, redistribuyan a la demanda. Ante la ausencia de este tipo de situaciones, la situación de la oferta será bastante parecida a la que se ha dado en 2005.

7.- PROPUESTAS Y CONCLUSIONES

Gran Canaria se encuentra en franco retroceso como destino veraniego para los nórdicos debido al retroceso de la oferta charter en el conjunto de España, y la falta de rutas regulares que compensen las pérdidas en paquetes turísticos. Ante esta situación el sector debe buscar alianzas, en primera instancia con compañías que tengan rutas ya consolidadas para tratar de que aumenten su frecuencia o de que operen durante todo el año.

También es necesario continuar con la línea promocional que informa sobre la suavidad de nuestro clima en verano (Gran Canaria... 24 grados todo el año), donde las temperaturas no son para nada tan extremas como pueden serlo en la cuenca mediterránea.

Otro punto donde también tenemos un elemento diferenciador a nuestro favor es que somos uno de los territorios de la zona euro donde los precios son mas competitivos, nuestro IGIC del 5,5% contrasta con el promedio del 25% de la imposición indirecta que se da en el área nórdica y con la ventaja de que las garantías europeas de los bienes de consumo adquiridos en Gran Canaria son válidas en los países de origen.

Como conclusión podemos ser optimistas cara al futuro, pues Gran Canaria todavía no ha comenzado a competir en igualdad de condiciones (oferta de vuelos directos en verano) con el resto de destinos de su entorno y en el momento que consolide un número de vuelos lo suficientemente importante puede recuperar y quizá incrementar la cifra de turistas que viene perdiendo durante los últimos años en el periodo estival.

8.- COMPARATIVA DE PRECIOS POR DESTINO

Turoperador: Fridisresor

País: Suecia.

Precios de paquetes turísticos por persona para vuelos con salida desde Estocolmo el 1 de abril de 2006.

Destino	Precio en euros
Chipre	503
Egipto	410
Grecia	772
Portugal	534
Túnez	398
Turquía	268
Mallorca	466
Gran Canaria	510
Lanzarote	440
Tenerife	461

Los precios han sido seleccionados para la opción más económica de cada destino.