



GranCanaria
Patronato de Turismo

Estudios de mercados. Verano 2008. Previsiones 2009

Mercado Alemán, Británico, Nórdico, Benelux, Francés e Italiano





Gran Canaria

ESTUDIOS DE MERCADOS.
VERANO 2008. PREVISIONES 2009.

ALEMANIA, REINO UNIDO,
PAÍSES NÓRDICOS, BENELUX,
FRANCIA E ITALIA

- 1.- Informe de Coyuntura del Mercado Turístico: Alemania.
 - 2.- Informe de Coyuntura del Mercado Turístico: Reino Unido.
 - 3.- Informe de Coyuntura del Mercado Turístico: Países Nórdicos.
 - 4.- Informe de Coyuntura del Mercado Turístico: Benelux y Francia.
 - 5.- Informe de Coyuntura del Mercado Turístico: Italia.
-

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA

FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERÍA Y
TURISMO DE LAS PALMAS

SOCIEDAD DE PROMOCIÓN ECONOMICA DE GRAN
CANARIA

TURESPAÑA

INFORME DE COYUNTURA DEL
MERCADO TURÍSTICO

PAÍSES NÓRDICOS

VERANO 2008. PREVISIONES 2009.

PROYECTO "INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA
TURÍSTICA DE GRAN CANARIA"

PREPARADO POR:

Juan Fernando Suárez Díaz

Promotor de Negocio Turístico de Gran Canaria para los países nórdicos

Oficina Española de Turismo en Estocolmo

Febrero 2009

ÍNDICE

NORUEGA

<i>1.- Coyuntura Económica.</i>	41
<i>2.- Mercado turístico.</i>	43
<i>3.- Situación global y previsiones.</i>	44
<i>3.1 Situación para España y Canarias.</i>	44
<i>3.2 Situación para Gran Canaria.</i>	45
<i>4.- Destinos Competidores.</i>	47

SUECIA

<i>1.- Coyuntura Económica.</i>	49
<i>2.- Mercado turístico.</i>	50
<i>2.1 Situación global y previsiones.</i>	50
<i>2.2 Situación para España y Canarias.</i>	51
<i>2.3 Situación para Gran Canaria.</i>	52
<i>3.- Destinos Competidores.</i>	54
<i>4.- Tendencias.</i>	55

DINAMARCA

<i>1.- Coyuntura Económica.</i>	57
<i>2.- Mercado turístico.</i>	59
<i>2.1 Situación global y previsiones.</i>	59
<i>2.2 Situación para España y Canarias.</i>	61
<i>2.3 Situación para Gran Canaria.</i>	61
<i>3.- Destinos Competidores.</i>	62
<i>4.- Tendencias.</i>	62

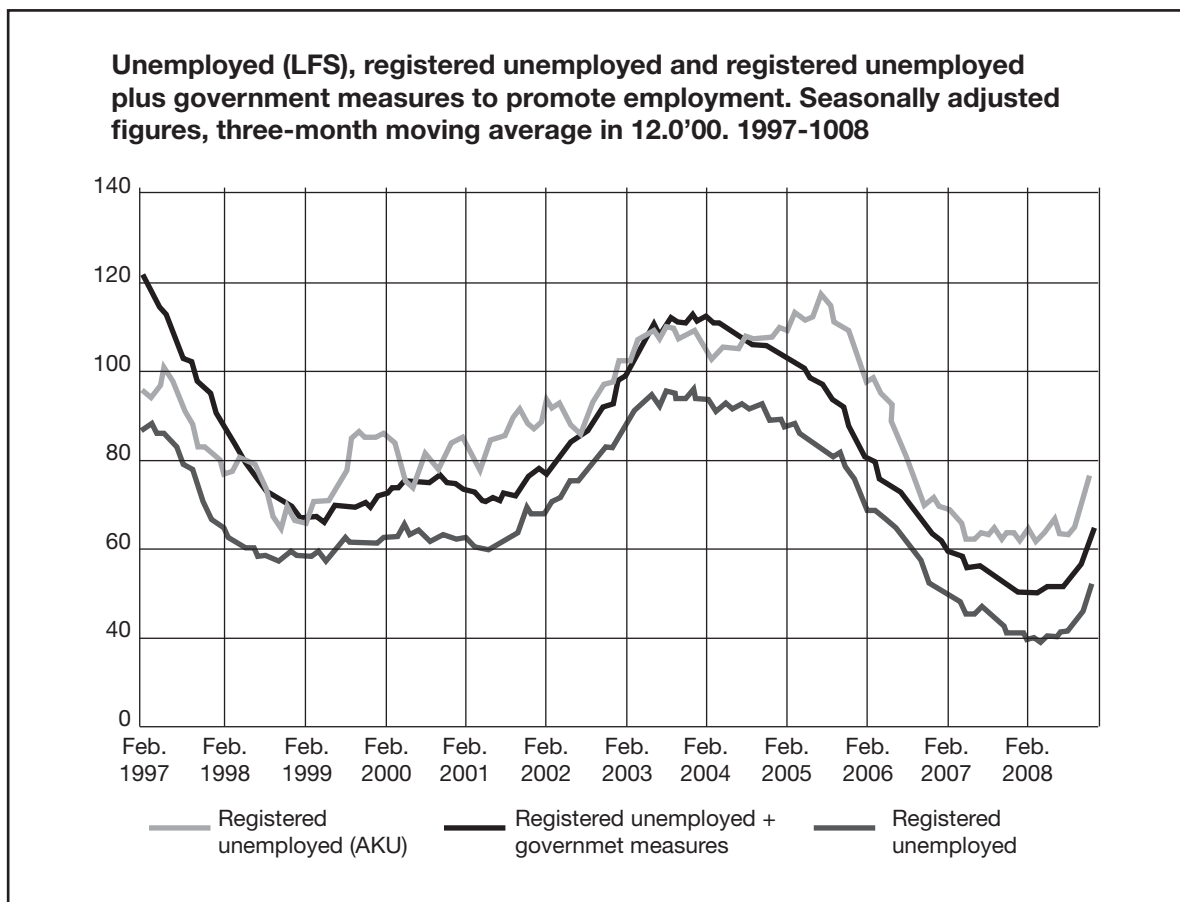
FINLANDIA

<i>1.- Coyuntura Económica.</i>	63
<i>2.- Mercado turístico.</i>	65
<i>2.1 Situación global y previsiones.</i>	65
<i>2.2 Situación para España y Canarias.</i>	68
<i>2.3 Situación para Gran Canaria.</i>	69
<i>3.- Destinos Competidores.</i>	71

NORUEGA

1. Coyuntura Económica

Desempleo:	2.9%
Variación del IPC:	+2.2%
Incremento PIB:	2.8%
PIB per capita:	NOK 483 550



Aumento del desempleo

El paro mostraba un aumento de 13.000 personas en el último período de 2008 y afectaba al 2,9% de la población laboral.

Los tres baremos de la gráfica anterior, correspondiente a la encuesta de población activa, muestran un cambio de tendencia en el primer tercio del 2008, pasando de un periodo de creación de empleo a uno de aumento del desempleo.

Índice de Precios al Consumo

El índice de precios al consumo creció un 2.2% en su cifra interanual enero 2008-enero 2009.

En la desagregación de las cifras del IPC observamos como los grupos de consumo afines al mercado turístico experimentan aumentos por encima de la media del IPC, con la excepción de transporte, que sube un 1,9%.

<i>CPI All-item index</i>	1.000.0	124.0	-0.3	2.2
<i>Food and non-alcoholic beverages</i>	111.8	118.6	-0.4	5.0
<i>Alcoholic beverages and tobacco</i>	26.8	141.3	2.7	5.1
<i>Clothing and footwear</i>	59.1	55.6	-9.7	-7.5
<i>Housing, water, electricity, fuels</i>	295.0	152.4	0.3	1.8
<i>Furnishings household equipment</i>	63.3	104.1	-1.1	4.2
<i>Health</i>	27.4	145.0	1.2	2.5
<i>Transport</i>	178.8	131.8	0.4	1.9
<i>Communications</i>	20.9	73.7	0.5	-3.9
<i>Recreation and culture</i>	120.2	111.4	0.1	3.1
<i>Education</i>	2.7	157.9	-	4.6
<i>Restaurants and hotels</i>	34.4	144.3	1.2	4.9
<i>Miscellaneous goods and services</i>	59.6	130.3	0.7	4.1
<i>CPI-AE</i>		119.1	-0.3	2.8
<i>CPI-AT</i>		120.9	-0.5	2.2
<i>CPI-ATE</i>		116.1	-0.5	2.8
<i>CPI-ATE seasonal adjusted</i>		117.0	0.3	

La constatación del periodo de crisis en el comportamiento de los consumidores noruegos ha variado sensiblemente su orientación al gasto; las obras de renovación o nuevos aparatos electrodomésticos o equipamientos de baño se retrasan a fin de evitar gastos prescindibles en un período de incertidumbre como el actual.

El reciclaje aumenta en bienes tales como ropa de niños y las comidas tienden a ser sencillas y ecológicas, sin embargo los viajes no parecen encontrarse entre los grupos de gasto directamente afectados por la crisis.

2. Mercado Turístico

Algunos datos del mercado turístico noruego.

- Mas de la mitad de los viajes al extranjero son viajes de vacaciones. El destino favorito absoluto, contabilizando destinos vacacionales y los que no los son, es España y a continuación se sitúan Dinamarca y Suecia.
- Las mujeres viajan a menudo y en períodos más largos que los hombres.
- Los residentes en Oslo y Akershus viajan más que los del resto del país; en el año 2006 el 34% de los habitantes de estas áreas con edades comprendidas entre los 16 y los 79 años realizaron tres o más viajes.
- Por nivel de ingresos, el principal grupo viajero es el de ingresos mayores a las 500.000 coronas al año (aprox. 55.000 euros).
- El grupo de edad de mayor crecimiento como viajeros es el comprendido entre los 67 y los 79 años, que ha pasado de viajar en un 67% de su población en 2003 a un 79% en 2007.

Entre las noticias del verano 2008 relativas al mercado turístico, hacemos mención a la siguiente, recogida por la Oficina Comercial de España en Oslo:

04/07/08 Aftenposten

Aumenta el número de noruegos que pasa sus vacaciones en el extranjero

A pesar de la gran preocupación de la población noruega por el medioambiente –afectado por el exceso de tráfico aéreo- y de los esfuerzos de las autoridades para animar a los ciudadanos a pasar sus vacaciones veraniegas en el país, los noruegos cada año viajan más al extranjero en los meses estivales. Los últimos datos publicados por la Oficina Central de estadísticas noruega indican que en 2007 realizaron unos 5,8 millones de viajes vacacionales con una duración de al menos cuatro noches. Esta cifra fue inferior en un 6% a la registrada en 2006, debido al descenso en el número de viajes realizados dentro del país. Más de la mitad de estos viajes se realizaron a destinos fuera de Noruega, registrándose un incremento de los mismos de un 5% con respecto a 2006, siendo este incremento de casi un 50% respecto a 1999. España se situó como el destino más popular, contabilizando en torno a 650.000 viajes. Dinamarca y Suecia fueron la segunda y la tercera destinación preferida, respectivamente.

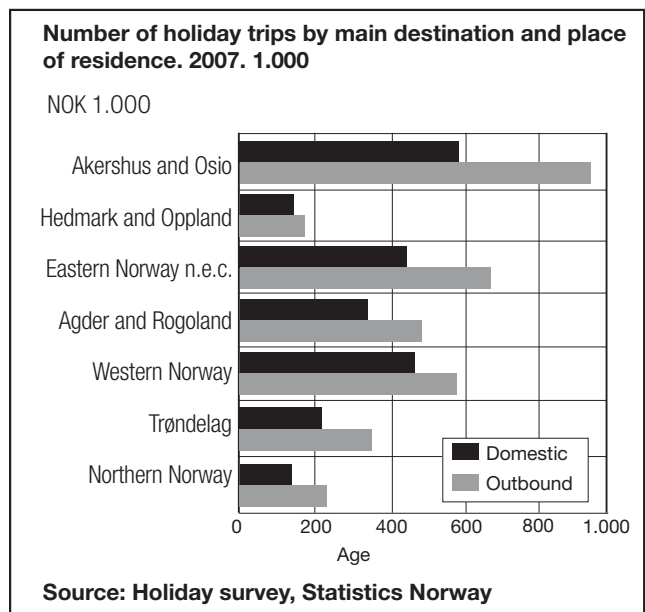
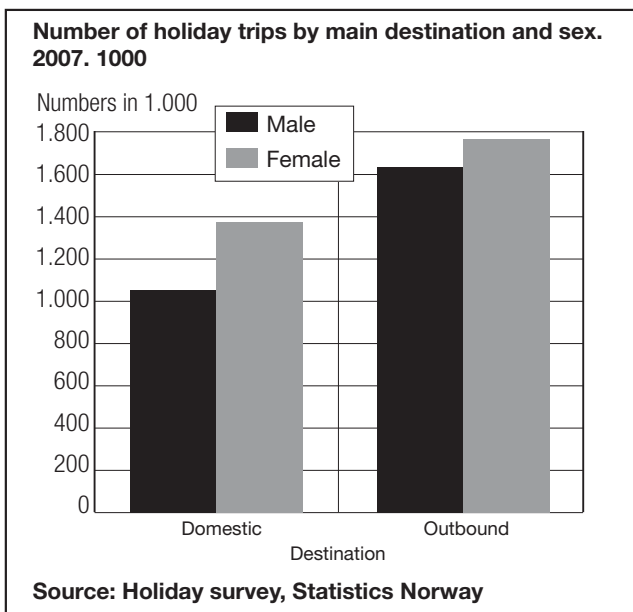
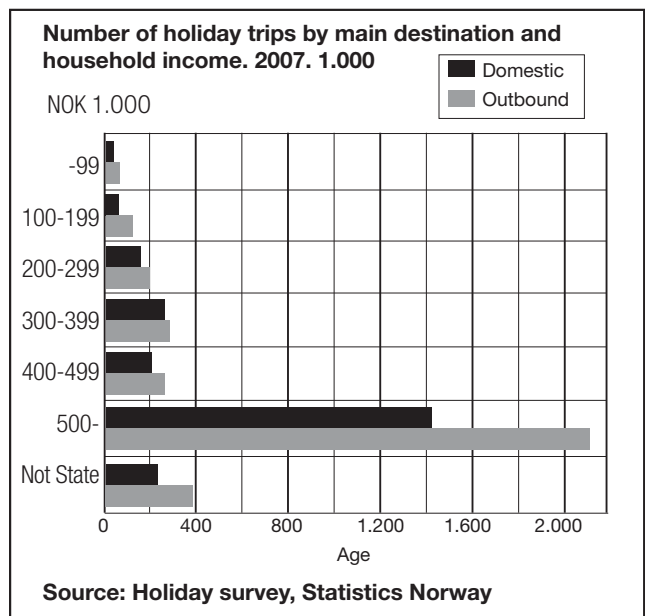
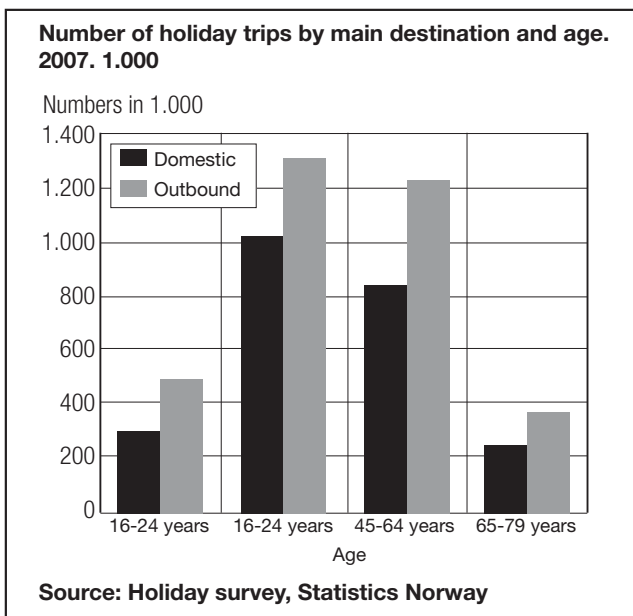
3. Situación Global y Previsiones

3.1. Situación para España y Canarias

Los antecedentes de 2007 citados anteriormente como tendencia siguieron siendo válidos e incluso mejorados por los datos de 2008. España sigue ocupando el primer lugar entre los destinos vacacionales de los noruegos y según datos recogidos por la Oficina Española de Turismo en Noruega, España asciende hasta el quinto puesto en las visitas por motivos laborales.

También destaca la OET de Noruega un incremento en las cifras de destinos de fin de semana motivada por el incremento de la conectividad, de esta manera se benefician productos turísticos tales como los city breaks, eventos deportivos y turismo de salud.

La oferta para el verano 2008 de los principales touroperadores, continuando con la información de la OET de Noruega, siguió basándose en mayor parte en el producto de sol y playa y concretamente en Canarias y Baleares y dentro de ambos archipiélagos la tendencia predominante fue la concentración hacia Gran Canaria y Mallorca respectivamente; los principales perjudicados de esta concentración



fueron Lanzarote en el archipiélago canario y Menorca en el balear (ambos destinos dejaron de ser operados por los principales touroperadores).

El Informe de Coyuntura turística del verano 2008 elaborado por la OET de Noruega informaba de las siguientes variaciones porcentuales en los volúmenes ofertados a España:

My Travel

- Aumentó un 8% a Gran Canaria.
- Se mantuvo estable a Mallorca.
- Disminuyó un 10% a Tenerife.
- 50% de ventas a través de Internet.

Solia

- Igual a My Travel.
- 30% de ventas a través de Internet.

Star Tour

- Aumentó un 13% a Mallorca.
- Mantuvo estable Gran Canaria.
- Mantuvo estable Costa de la Luz.
- Mantuvo estable Costa Brava.
- Redujo un 75% la Costa Dorada.
- 45% de ventas a través de Internet.

Los variaciones porcentuales de viajeros individuales a inicios de la temporada de verano se situaban en un 35% de aumento para los viajeros que visitaron España en compañías de bajo coste y del 8,6% para los que lo hicieron en compañías tradicionales.

3.2. Situación para Gran Canaria

Verano 2008	PASAJEROS						
	Total	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Total	61.897	6.137	6.788	9.142	5.796	7.018	27.016
OSLO	39.767	5.376	5.277	6.903	5.071	5.745	11.395
BERGEN/FLESLAND	6.861	761	1.148	1.333	86	385	3.148
TRONDHEIM /VAERNES	5.850	--	363	906	639	705	3.237
STAVANGER /SOLA	2.737	--	--	--	--	--	2.737
OSLO /SANDEFJORD	1.087	--	--	--	--	--	1.087
MOSS / RYGGE	1.612	--	--	--	--	183	1.429
KRISTIANSAND/KJEVIK	893	--	--	--	--	--	893
HARSTAD-NARVIK/EVENES	828	--	--	--	--	--	828
AALESUND/VIGRA	548	--	--	--	--	--	548
TROMSO /TROMSO-LANGNES	427	--	--	--	--	--	427
BODO	393	--	--	--	--	--	393
HAGESUND/KARMOY	894	--	--	--	--	--	894

Verano 2007	PASAJEROS						
	Total	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Total	49.552	5.579	5.313	5.563	5.657	6.109	21.331
OSLO	33.403	4.623	4.250	4.466	4.720	4.919	10.425
BERGEN/FLESLAND	4.855	956	690	276	--	393	2.540
TRONDHEIM /VAERNES	5.599	--	373	821	937	797	2.671
STAVANGER /SOLA	2.459	--	--	--	--	--	2.459
OSLO /SANDEFJORD	821	--	--	--	--	--	821
KRISTIANSAND/KJEVIK	548	--	--	--	--	--	548
AALESUND/VIGRA	373	--	--	--	--	--	373
HARSTAD-NARVIK/EVENES	188	--	--	--	--	--	188
HAGESUND/KARMOY	180	--	--	--	--	--	180
BODO	410	--	--	--	--	--	410
TROMSO /TROMSO-LANGNES	173	--	--	--	--	--	173
MOSS / RYGGE	543	--	--	--	--	--	543

La variación interanual de turistas noruegos en temporada de Verano experimentó un incremento de 12.435 viajeros, una cifra bastante considerable para tratarse de un destino considerado como invernal y que en términos porcentuales supuso un aumento del 20% ya que se pasó de 49.552 turistas noruegos en el periodo estival de 2007 a 61.897 en el mismo periodo de 2008.

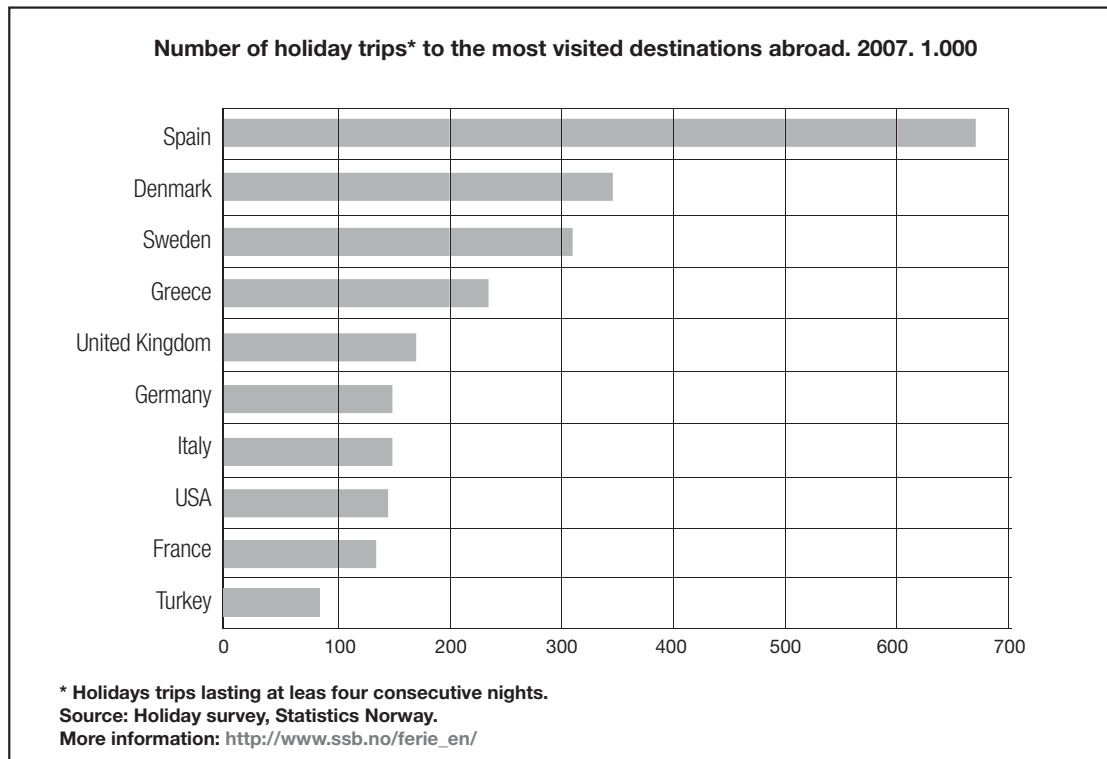
Estos continuos aumentos en las cifras de noruegos han situado al país escandinavo al término del 2008 como tercer mercado emisor hacia Gran Canaria en términos absolutos siendo superado únicamente por Alemania y Reino Unido. Este mismo aumento ha posibilitado que Noruega se haya convertido en el primer mercado emisor escandinavo hacia Gran Canaria por delante de Suecia, que aporta unos 200.000 turistas a Gran Canaria frente a los 242.597 que aportó Noruega.

4. Destinos competidores

Dentro de los destinos vacacionales España mantiene una posición claramente dominante. La principal característica de los Noruegos con respecto a otros países de su entorno es la poca presencia de Tailandia y Egipto en sus apetencias viajeras.

Pese a que el viaje de vacaciones tiene un arraigo cultural importante dentro de la sociedad noruega, los destinos favoritos son aquellos considerados como seguros.

Los Noruegos realizaron durante el 2007, 3,4 millones de viajes; este dato supuso un incremento del 5% con respecto al año anterior, el 76% de estos viajes fueron realizados en avión.



SUECIA

1. Coyuntura Económica

Coyuntura y perspectivas económicas del mercado sueco.

La economía sueca no ha sido ajena a las turbulencias de la actividad económica internacional y los efectos de dicha situación se comenzaron a manifestar entrado el verano 2008 en las principales variables:

Ralentización del crecimiento económico, en línea con la situación de otros países del entorno, la primera mitad del 2008 ha mostrado índices macroeconómicos aún peores de lo previstos, el consumo doméstico y las inversiones han decrecido, y a ello hay que sumarle la reducción del consumo del sector público. Se prevé que esta tendencia se prolongue durante la primera mitad del 2009 y comience a mostrar síntomas de recuperación o cuando menos de estabilización para la segunda mitad del año.

Debilidad del mercado laboral, hasta la fecha y en líneas generales, el mercado laboral se ha venido manteniendo dentro de los parámetros esperados hasta la primera mitad del 2008, pero a partir de julio se ha comenzado una dinámica negativa que se espera continúe en 2009 y se recupere en 2010.

Durante el próximo año, se prevé un considerable aumento del desempleo en el sector privado pero quedará en parte mitigado gracias a la creación de empleo en el sector público.

La cesta de la compra se sigue manteniendo cara. Las débiles subidas salariales de 2008 no son suficientes para hacer frente al alza de los precios, la baja productividad va a suponer que los precios sigan siendo altos hasta entrado el año 2009, cuando se prevee un aumento de la productividad y como consecuencia una bajada de los precios de la cesta de la compra.

Inflación alta, aunque se espera caiga durante 2009. La inflación, alta durante todo el 2008, se prevé que comience a bajar considerablemente durante este año 2009. La situación actual de alta inflación está ligada a los altos costes de la energía y productos de consumo. Se espera que para comienzos de 2010 se llegue al objetivo de inflación situado en el 2%.

Fuente: Sveriges Riksbank.

Principales figuras macroeconómicas:

Desempleo: 5,9% (septiembre 2008)

IPC: +4,4% (septiembre 2008 sobre septiembre 2007)

PIB: 0% (tercer cuatrimestre de 2008 comparado con periodo equivalente de 2007)

Fuente: Statistics Sweden

2. Mercado turístico

2.1. Situación global y previsiones

Las inestables condiciones climatológicas del verano 2007 estimularon la venta temprana de paquetes turísticos para el verano 2008 por encima de las expectativas y de esta manera a mitad de abril ya estaban vendidos dos de cada tres paquetes veraniegos.

Los destinos mediterráneos clásicos se revelaron como los más demandados, Turquía, Mallorca, Creta y Chipre fueron por este orden los destinos más populares. Dentro de los destinos que más crecieron hay que mencionar a la isla griega de Cefalonia.

Turquía, Croacia y Creta tuvieron que aumentar sus capacidades inicialmente previstas.

Las principales agencias señalan también una tendencia marcada a adelantar las vacaciones al mes de junio.

La división nórdica del turoperador Thomas Cook declaró unos beneficios récord en su informe semestral cerrado el 31 de marzo. La marca que registró las mejores cifras fue Ving.

El resultado operativo del periodo creció hasta los 447 millones de coronas suecas, un 20% en relación al periodo equivalente anterior.

Desde el propio turoperador se mostraron muy satisfechos, pues han logrado estos buenos números a pesar del alza del precio de los combustibles experimentado en ese periodo.

Cara al futuro también son optimistas, pues sus dos destinos principales, Canarias y Tailandia continuarán creciendo en cuanto a su demanda.

En cuanto a Fritidsresor, el otro gran turoperador que opera en Suecia, comenzó el verano con el anuncio de unos buenos resultados para la globalidad del grupo TUI en el invierno anterior debido principalmente a los destinos de larga distancia, concretamente habría que destacar un 39% más de reservas a Tailandia. En verano de 2008 se vendió el 81% del volumen ofertado a través de canales propios y como principal novedad cara a los productos comercializados hay que reseñar la creación del producto "Blue Exotic", un tipo de paquete destinado a familias dentro del segmento "Premium".

2.2. Situación para España y Canarias

Durante el verano pasado los grandes operadores incrementaron su oferta hacia España de manera considerable, con la excepción de TUI Nordic, que aunque mantuvo su volumen fue el mayor contratador.

TUI Nordic aumentó su volumen contratado en Mallorca a expensas de eliminar a Menorca de su catálogo veraniego.

Thomas Cook Nordic incrementó su oferta para España en torno al 8%, disminuyendo ligeramente su oferta a Canarias y aumentándola en Mallorca.

El incremento anunciado por Apollo (34%) fue el mayor de entre todos los grupos de touroperadores; centra sus aumentos en Mallorca y Gran Canaria e incluyó en su catálogo a Ibiza.

La tendencia de turistas suecos entrados a España fue creciente para el pasado periodo estival, con un incremento porcentual del 34% para el primer trimestre del 2008. La oficina española de turismo en Suecia publicaba un detalle de estos incrementos en su informe de coyuntura del verano 2008.

- Turistas con paquete: 64% del total, incremento del 24,7%.
- Turistas sin paquete: 36%, incremento del 23,1%.

Este aumento se sustenta en el incremento de la conectividad aérea del 13% que obtuvo España en relación al verano de 2007. También informa la OET de Estocolmo que los incrementos de conectividad aérea respondieron a un 16,7% en el caso de los vuelos regulares y un 11% en los vuelos de bajo coste.

Los aumentos en la conectividad aérea suponían al inicio del verano 2008 un aumento del 20,9% de viajeros llegados a España en línea regular y un aumento del 17,2% para los llegados en compañías de bajo coste.

Con respecto a conectividad aérea, el total de vuelos previstos es un 13% superior a la temporada de verano 2007 y mientras la tasa de variación de los vuelos regulares es del 16,7%, el número de vuelos de bajo coste se incrementa en un 11%. Se confirma, en cualquier caso, la tendencia de los últimos años a que el turismo individual en vuelos de bajo coste es uno de los factores dinamizadores de la demanda sueca hacia España. Si bien los viajeros en líneas tradicionales han aumentado un 20,9%, los que utilizan líneas aéreas de bajo coste lo han hecho también en un 17,2%.

Finalmente hay que señalar que Spanair, como línea aérea de capital sueco, que en verano del 2008 sufrió una fuerte erosión en términos de imagen debido al trágico accidente sucedido en Madrid, este deterioro afectó seriamente a los resultados de su grupo empresarial, SAS, y a finales del verano tomaban consistencia los rumores que anunciaban su venta, operación consumada a principios de 2009.

2.3. Situación para Gran Canaria

Llegadas Suecia Verano 08	Pasajeros						
	Total	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Total	34.709	2.866	3.049	3.895	3.047	3.123	18.729
ESTOCOLMO/ARLANDA	16.054	1.393	1.635	2.054	1.598	1.650	7.724
GOTEBORG /LANDVETTER	7.937	777	747	921	760	763	3.969
MALMOE /STURUP	6.017	696	667	920	689	710	2.335
ESTOCOLMO /SKAVSTA	363	--	--	--	--	--	363
KALMAR	375	--	--	--	--	--	375
LULEA /KALLAX	625	--	--	--	--	--	625
KARLSTAD	555	--	--	--	--	--	555
JONKOPING/AXAMO	534	--	--	--	--	--	534
VAXJO	545	--	--	--	--	--	545
OREBRO /OREBRO-BOFORS	366	--	--	--	--	--	366
NORRKOPING /KUNGSANGEN	609	--	--	--	--	--	609
VASTERAS /HASSLO	374	--	--	--	--	--	374
BORLANGE / DALA	355	--	--	--	--	--	355

Llegadas Suecia verano 07							
		MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Total	36.660	4.245	3.097	3.327	3.915	3.677	18.399
ESTOCOLMO/ARLANDA	17.056	2.216	1.601	1.654	1.966	1.809	7.810
GOTEBORG /LANDVETTER	8.528	1.165	822	465	1.104	1.133	3.839
MALMOE /STURUP	6223	864	674	734	845	735	2.371
ESTOCOLMO /SKAVSTA	367	--	--	--	--	--	367
LULEA /KALLAX	613	--	--	--	--	--	613
UMEA	426	--	--	--	--	--	426
KARLSTAD	556	--	--	--	--	--	556
KALMAR	561	--	--	--	--	--	561
VAXJO	537	--	--	--	--	--	537
NORRKOPING /KUNGSANGEN	600	--	--	--	--	--	600
JONKOPING/AXAMO	359	--	--	--	--	--	359
OREBRO /OREBRO-BOFORS	360	--	--	--	--	--	360
GOTEBORG/SAEVE	474	--	--	474	--	--	--

Pese a que existieron incrementos de capacidad por parte de alguno de los operadores más importantes, la cifra de los suecos llegados a Gran Canaria en el verano 2008 disminuyó en 1.951 turistas, un descenso porcentual del 5,3%.

Touroperadores

A continuación se hace una enumeración de la estructura de los principales touroperadores nórdicos con presencia en Gran Canaria:

Apollo

Kuoni Travel Holdings Ltd, con sede en Suiza es la propietaria del 100% de Kuoni Scandinavia AB y estas son sus marcas:

- Reisetorget. Agencia de viajes Noruega
- Apollo Sverige. Turoperador Suecia
- Apollo Norge. Turoperador Noruega
- Apollo Danmark. Turoperador Dinamarca
- Golf Plaisir. Turoperador especializado en golf Suecia
- Falk Lauritsen. Turoperador Dinamarca
- Novair. Compañía aérea

Solresor

Primera travel group Scandinavia AB, con mayoría de capital islandés es propietaria del siguiente consorcio:

- Solresor i Sverige, turoperador Sueco y propietario del 100% del turoperador noruego Solia AS Norway.
- Terranova Iceland, turoperador Islandia
- Heimsferdir LTD, turoperador Islandia
- Matkavekka. Turoperador Finlandia
- Budget Tarvel (Irlanda)
- Lomamatkat. Turoperador Islandia
- Primera Air. Compañía aérea

Ving

Thomas Cook Group Plc, grupo que cotiza en la bolsa londinense tiene presencia en el área nórdica con las siguientes marcas:

- Ving Sverige. Turoperador Suecia
- Ving Norge. Turoperador Noruega
- Spies. Turoperador Dinamarca
- Tjäreborg. Turoperador Finlandia
- Sunwing Resort. Marca Hotelera presente en Gran Canaria.
- Sunprime. Marca hotelera presente en Gran Canaria.
- Thomas Cook Airlines Scandinavia, Compañía aérea

3. Destinos competidores

Aunque la mayoría de touroperadores operan en la práctica totalidad de destinos mediterráneos, los destinos más populares del verano para cada uno de ellos fueron:

- Solresor: Mallorca, Menorca y Sicilia
- Ving: Creta, Rodas y Chipre
- Fritidsresor: Turquía e Italia
- Apollo: Grecia y Bulgaria

En 2008 también ha surgido un creciente interés por los viajes a Estados Unidos; este interés vino motivado principalmente por el favorable cambio que tiene el dólar con respecto a la corona sueca, dentro de este interés participan tanto touroperadores como líneas aéreas y los destinos más populares se encuentran en la Costa Este: Florida, Nueva York o Boston.

Según la red de agencias de viaje "Ticket", que vende productos de todos los grandes grupos de touroperadores, los destinos más demandados del verano fueron por este orden (el puesto ocupado en 2007 durante el mismo periodo):

1. Alanya, Turquía (3)
2. Mallorca, España (1)
3. Creta, Grecia (2)
4. Chipre (5)
5. Rodas, Grecia (6)
6. Sunny Beach, Bulgaria (4)
7. Londres, Gran Bretaña(8)
8. New York, USA (10)
9. Paris, Francia (7)
10. Túnez (9)

4. Tendencias

Según un estudio publicado en la prensa sueca evaluando las diferentes fortalezas de los principales destinos, tendencias y también algunos elementos que afectan al mercado viajero, se concluye que estas tendencias afectan a cuatro productos totalmente distintos entre sí y definen el espectro turístico que mueve al mercado de este país, así pues, viajes personalizados, concepto todo incluido, vuelos de bajo coste y hoteles de diseño configuran la heterogénea gama de gustos suecos.

Viajes personalizados. Los suecos son por naturaleza bastante activos e independientes, hoy día es bastante sencillo para la mayoría de los suecos configurar su propio paquete viajero a través de Internet, no obstante, la flexibilidad de los nuevos productos turísticos, donde partiendo de un paquete consolidado se pueden eliminar ciertos elementos o bien el concepto de dynamic packaging, donde los elementos que lo configuran se venden inicialmente por separado han impulsado significativamente esta tendencia. El tipo de viaje que finalmente obtiene el viajero está muy relacionado con sus aficiones personales.

Todo incluido. En el sentido opuesto al concepto de viajes personalizados encontramos el concepto del todo incluido, una modalidad de vacaciones que gana popularidad cada año, valga como ejemplo que el touroperador Apollo, el tercero en importancia de Suecia, ha manifestado que un 20% de las ventas anticipadas de este año son bajo dicha modalidad un crecimiento de un 70% con respecto al 2007. Los clientes que lo eligen, suelen ser familias con niños y los clubes infantiles que ofertan son muy populares ya que permiten a los padres, normalmente de clase trabajadora, disfrutar de un descanso sin tener que prestar especial atención al presupuesto.

Bajo coste. Ryanair comenzó la tendencia y muchas otras aerolíneas como Easyjet, Sterling, Germawings o recientemente Norwegian se siguieron su estela y revolucionaron el sector del transporte aéreo; los viajeros espontáneos, los de última hora o aquellos que quieren disfrutar de un fin de semana en Europa suelen ser el nicho de mercado de donde obtienen sus clientes las líneas de bajo coste, según que compañía, el crecimiento experimentado en 2007 osciló entre el 20 y el 30 por ciento.

Hoteles temáticos. La posibilidad de ahorrar dinero en el transporte aéreo deja más presupuesto disponible para gastar en el alojamiento, así pues, hoteles que han desarrollado un concepto definido, ya sean para familias, de diseño, de spa o de lujo representan un segmento al que se han aventurado los touroperadores, que han segmentado su oferta, haciendo especial mención a las fortalezas de los alojamientos ofrecidos, y han conseguido vender un 50 por ciento de su producción bajo alguna de las modalidades de su gama temática. Ving, con su concepto Sunprime, intenta captar parejas sin niños. Solresor con el nuevo producto "Eden Lifestyle" se dirige hacia familias con niños, para ello oferta canales infantiles de TV en sueco o servicio de cuidado de niños en horario de tarde.

Otras tendencias menores son las de viajes dentro de un área local, bien a otra región del país o a algún país del área como puede ser Letonia. Los cruceros también muestran un crecimiento muy dinámico, y los viajes de lujo a destinos de larga distancia como las Islas Maldivas o Mauricio o el simple hecho de disfrutar de un hotel de lujo incluso en la propia ciudad son todas tendencias que muestran un dinamismo considerable.

En cuanto a los destinos, Canarias y Mallorca son las referencias más tradicionales del invierno y verano respectivamente. Tailandia, el destino que mayor dinamismo ha mostrado en los últimos años, ha visto como en su misma área crecen Vietnam, Camboya y se espera que Malasia también se sume a los destinos del sudeste asiático. La favorable cotización del dólar ha estimulado las ganas de viajar a los Estados Unidos, Nueva York ha marcado cifras importantes de turistas y los operadores chárter han puesto sus ojos en Florida.

Egipto ofrece en el mar rojo un destino con una calidad más que aceptable y con unos precios realmente competitivos. Italia, un país que tradicionalmente ha ejercido una fuerte fascinación a los suecos. Ha visto incrementada su popularidad gracias al gran número de conexiones con líneas aéreas de bajo coste establecidas últimamente.

DINAMARCA

1. Coyuntura económica

A principios del año 2008 la hacienda pública danesa presentaban una situación de total saneamiento e incluso los factores coyunturales le eran favorables, pues se contemplaban menores gastos en la cobertura por desempleo, reducción del gasto financiero como resultado del descenso en la deuda pública y mayores ingresos por impuestos de sociedades debido al aumento del tejido empresarial.

Sin embargo, las previsiones del ministerio de finanzas danés cara a los próximos años indicaba situación de pleno empleo así como haber alcanzado el techo de la actividad productiva en 2008.

La economía danesa es una de las más dinámicas de Europa, fue quizá una de las primeras en notar plenamente los efectos de la crisis, pero por el contrario ha sido de las primeras en desarrollar medidas para minimizar los efectos de este periodo.

En el primer trimestre de 2008 ya se podía asegurar técnicamente que Dinamarca había entrado en recesión al encadenar dos trimestres con descenso en el PIB, este retroceso era en cierta medida esperado al ser uno de los más afectados por la escalada del precio del petróleo y el desplome inmobiliario que se daba en aquellas fechas.

La construcción, que había tenido un efecto dinamizador hasta el 2008, permitía un impulso del consumo gracias a la revaloración de los inmuebles. Cuando la situación se invirtió con el desplome de los precios de las viviendas unido a las dificultades para conseguir crédito y la inflación alcista movida por el precio del crudo hacen que el desarrollo económico y social de los hogares daneses se viera seriamente afectado.

Este panorama arrastró a sectores como el del automóvil y otros, en definitiva, el consumo privado se situó en regresión pero con una diferencia notable con respecto a la mayoría de los países de la zona euro: la tasa de paro en Dinamarca registra uno de los valores más bajos del mundo

Tras un breve periodo de la recesión, aproximadamente un trimestre, en septiembre de 2008 se hicieron públicos los datos del segundo trimestre indicaban un crecimiento del 0,6% y de esta manera escapar a la recesión, aunque fuera más en términos técnicos que reales.

Este breve periodo de crisis afectó al Roskilde Bank, una entidad financiera declarada insolvente y tuvo que ser intervenida por el Banco Nacional de Dinamarca.

El principal ingrediente para este cambio de tendencia fue el consumo privado, el sector servicios y el incremento de inversiones.

Dinamarca, pese a tener una alta dependencia de los mercados exteriores es uno de los países con un mayor desarrollo dentro del ámbito europeo. La agricultura danesa está tecnificada en alto nivel, la moderna economía de mercado permite altas rentabilidades y la estabilidad de la corona danesa (cuyo tipo de cambio se mantiene prácticamente estable en 7,4 coronas por euro).

Dinamarca tiene una balanza de pagos positiva y es un exportador neto de energía y productos alimenticios.

El volumen del comercio exterior supone dos tercios del PIB, no en vano el foro económico mundial (WEF) declaró en 2008 por segundo año consecutivo a Dinamarca como la economía más interconectada del mundo.

El top 10 de economías interconectadas (Network Readiness Index) estaba liderado por Dinamarca, Suecia, Suiza, EEUU, Singapur, Finlandia, Países Bajos, Islandia, Corea del Sur y Noruega.

Las transacciones comerciales se dirigen a otros países de la unión europea siendo los principales socios comerciales de Dinamarca: Alemania, Suecia e Inglaterra.

Una característica especial de Dinamarca es que tanto patronal como sindicatos van de la mano. Los convenios laborales que determinan los horarios y los salarios se negocian con una mínima implicación del gobierno.

Principales figuras macroeconómicas

- IPC: 0.3%
- Variación tasa desempleo (Diciembre. 2008): 2.1
- Índice de confianza de los consumidores (Enero. 2009): -9.1
- Índice de precios al consumo, variación 2008: 2.4
- Variación del PIB: 0.3 (Año 2008)

Detalle de índice de precios al consumo por grupos		
	Enero-2008	Diciembre-2008
00. Consumer price index	115.7	118.2
01. Food and non-alcoholic beverages	121.2	125.3
02. Alcoholic beverages, tobacco	103.1	106.7
03. Clothing and footwear	86.0	100.3
04. Housing, water, electricity, gas and other fuels	122.7	125.2
05. Furnishings, household equipment and routine maintenance of the house	111.3	114.4
06. Health	109.1	112.4
07. Transport	122.1	118.3
08. Communication	88.9	87.0
09. Recreation and culture	103.2	103.0
10. Education	157.5	162.9
11. Restaurants and hotels	121.3	127.0
12. Miscellaneous goods and services	123.8	126.0
13.1 Goods (total)	110.0	112.0
13.2 Services (total)	123.0	125.9

Fuente: Statistics Denmark.

2. Mercado turístico

2.1 Situación global y previsiones

Pese al cambio de ciclo económico en el período de otoño, donde se experimentó un crecimiento negativo de pasajeros en el tercer cuatrimestre, la turoperación se siguió beneficiando de las ganas de viajar presentes en el ánimo de los daneses. El verano, que estuvo antecedido por la mala climatología, impulsó las ventas de manera significativa superando incluso las expectativas de alguno de los principales touroperadores. Mallorca y Grecia han sido los destinos estrella.

Sin embargo, la noticia que sacudió al mercado turístico danés tuvo lugar ya entrado el otoño, se trata de la quiebra de la compañía Sterling:

Comentarios sobre la quiebra de Sterling.

La primera reacción tras la comunicación de la quiebra ha sido una gran expectativa sobre lo que sucederá con los clientes en ese momento fuera de sus países de origen.

Los pasajeros que hubieran reservado con Sterling pero que vuelaban con Norwegian en rutas de código compartido debían de contactar con la compañía noruega.

Para el 29 de octubre, SAS y Norwegian Air Shuttle agregaron asientos gratuitos (SAS exceptuando tasas y Norwegian Air Shuttle incluyéndolas) aunque en un número reducido.

Por otra parte, en la web de Sterling ha informado que se han visto obligados a declararse en quiebra como causa de la difícil coyuntura económica y del alza del precio del petróleo, pero estas teorías han sido contestadas desde distintos medios usando el argumento de que si la coyuntura era difícil ¿Porqué la empresa se embarcó en un plan de expansión?-

Lo que sí llama la atención es la diferencia de "voluntad" en comparación a cuando se ha producido una quiebra de un turoperador cubierto por algún fondo de garantía, en este caso no ha sido así, la gente que ha desembolsado su dinero y que iba a volar con Sterling lo ha perdido.

Fuentes del sector llegaron a comentar que la quiebra no era tan sorprendente, pues si Sterling tenía múltiples problemas durante la coyuntura favorable que ha habido años atrás, muchos más iba a tener en periodo de crisis.

Sterling estuvo hasta el momento de su quiebra en venta, y las negociaciones se llevaban en el más absoluto secreto, no ha trascendido ningún nombre, pero al ser interrogados los potenciales compradores como Finnair o SAS, todos lo negaban, el islandés Palmi Haraldsson, principal dueño de Sterling llegó a comunicar que tras la quiebra siguió teniendo abierta la posibilidad de venta de la compañía y se rumoró que el comprador podría ser ruso.

Rusia mantiene muy buenas relaciones con Islandia y de hecho es uno de los principales apoyos de ese país en el bache económico que actualmente están pasando tras la concesión de un crédito al gobierno islandés por un importe de 4.000 millones de euros.

Sobre Sterling:

Sterling Airlines A/S era una compañía de capital Islandés basada en Copenhague y cuya estructura actual data de 2005, Cuando tras ser vendida por la compañía noruega Fred Olsen se fusionaron Sterling European Airlines A/S (fundada en 1962) y Maersk Air A/S, que había sido comprada por el grupo de capital islandés "Fons Eignarhaldsdélag" pocos meses antes, un mes después de la fusión Sterling Airlines fue vendida a "FL Group" y en diciembre de 2006 fue nuevamente vendida a "Nordic Travel Holding". En esos momentos incluso se rumoreaba una fusión con Easy Jet.

Sterling tenía un Hub y su sede en el aeropuerto de Copenhague además de centros de rutas en los aeropuertos suecos de Estocolmo Arlanda, Gotemburgo Landvetter y Malmö así como en Oslo Gardermoen, Billund. Contaba con una flota de 27 aviones Boeing 737 cuya configuración más frecuente era la de 148 pasajeros, volaba a 39 destinos. De estos 39 aeropuertos, Barcelona, Gran Canaria, Málaga y Alicante fueron los destinos españoles que se vieron afectados por la quiebra súbita de la compañía.

Además, la OET de Copenhague emitió un comunicado relativo a la quiebra que reproducimos por su interés:

03/11/2008

Los abogados de Sterling aún no han podido dar una cifra exacta. Se calcula que Sterling había vendido en Escandinavia entre 200.000 y 300.000 billetes, muchos más de los 50.000 que se calculaban la semana pasada.

La cifra de 50.000 billetes vendidos que se anunciaba la semana pasada después de que Sterling quebrara la madrugada del miércoles 29 de octubre, correspondía sólo a los que se habían vendido a través de agencias de viajes.

Sin embargo, Sterling vendía la mayor parte de sus billetes directamente a través de su web, por lo que un nuevo recuento hace que la cifra de billetes vendidos sea de entre 200.000 y 300.000. Estos billetes se habrían vendido en todos los países escandinavos y quizás también en alguno de los países de destino. La suma de dinero que han perdido todos estos clientes de Sterling se calcula entre 240 - 450 millones de coronas (32,2 - 60,4 millones de euros), si bien los abogados que llevan este caso aún no han podido ofrecer cifras exactas.

Por otra parte, esta noche termina el tiempo concedido para pujar por la compra de Sterling. Según informan sus abogados, ya se han presentado varias empresas que anteriormente habían estado interesadas en comprar la aerolínea.

Si surgiera una nueva Sterling, su tamaño sería aproximadamente la mitad de lo que fue la empresa en quiebra, utilizando alrededor de 15 aviones de los 26 que tenía su flota y ofreciendo sólo las conexiones más rentables.

Esta nueva compañía podría estar funcionando esta misma semana. Los clientes que han perdido el dinero con Sterling no podrán reclamar a esta nueva empresa, ya que no absorberá la deuda producida por la quiebra.

Finalmente y ya entrado 2009 fue la aerolínea danesa Cimber Air la que se hizo con la mayoría de los activos de la desaparecida Sterling y pasó a llamarse Cimber Sterling.

2.2. Situación para España y Canarias

Mallorca e Ibiza, que regresan a los catálogos de verano, tuvieron una buena acogida, así como el resto de costas peninsulares. Canarias también tuvo una acogida favorable teniendo en cuenta que es un destino de mercado invernal y por consiguiente el verano es su temporada baja.

Las vacaciones de otoño, que se celebran a mediados de octubre también tuvieron una demanda superior a la esperada, entre los destinos favoritos para estas vacaciones encontramos a Chipre y Creta como extranjeros, y Mallorca, Gran Canaria y Fuerteventura entre los nacionales.

España fue el segundo mas ofertado por los touroperadores daneses el verano pasado, Grecia ocupó el primer lugar.

2.3. Situación para Gran Canaria

AEROPUERTO ESCALA	Pasajeros 2008						
	Total	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Total	25.816	2.456	2.392	3.037	2.253	2.379	13.299
COPENAGUE	15.462	1.743	1.654	2.012	1.537	1.659	6.857
BILLUND	9.278	713	738	1.025	716	720	5.366
AALBORG	1.076	--	--	--	--	--	1.076

AEROPUERTO ESCALA	Pasajeros 2007						
	Total	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Total	26.904	2.915	2.320	3.884	3.255	2.378	12.152
COPENAGUE	16.437	1.869	1.516	3.061	2.220	1.535	6.236
BILLUND	8.756	1.046	804	823	1.035	843	4.205
AALBORG	1.711	--	--	--	--	--	1.711

Los flujos daneses en verano hacia nuestra isla muestran un descenso del 4,1% como fruto de una disminución generalizada con la excepción del aeropuerto de Billund, segundo aeropuerto emisor hacia Gran Canaria, que aumenta ligeramente su aportación de turistas. Es de señalar que Dinamarca es un mercado con una fuerte estacionalización orientada al mercado invernal, por lo que este descenso no ha de corresponderse con la variación de la cifra anual de pasajeros.

En cuanto la parte que afecta a nuestro destino debido a la desaparición de la aerolínea Sterling, hay que señalar que la ruta Copenhague – Gran Canaria que venía operando en invierno ha sido asumida por la compañía Transavia, que vuela de octubre a mayo con una frecuencia de un vuelo semanal.

3. Destinos competidores

Tradicionalmente en verano, Grecia es el principal competidor de España y además ocupa el primer lugar dentro del ránking total. Grecia, Creta y Rodas son los destinos griegos favoritos.

España ocupa el segundo lugar, y el tercer lugar durante el verano de 2008 lo ocupó Turquía, que parece ir dejando atrás los episodios de la crisis de las caricaturas, que tan duramente afectaron a Dinamarca por ser el país más directamente involucrado en este suceso.

Entre los destinos minoritarios, Bulgaria, Italia, Chipre, Tailandia, Túnez o Croacia se reparten la oferta restante no copada por los grandes destinos.

4. Tendencias

Dentro del análisis de catálogos elaborado por la OET de Copenhague, se resaltan las siguientes tendencias viajeras una vez comparados los diferentes catálogos:

- Popularización de los viajes de SPA y Wellnes entre el público femenino.
- Introducción de hoteles para parejas sin niños.
- Aumento de la oferta de cruceros.
- Ofertas generalizadas a turistas del segmento señor, grupos, niños y bebés.

Se aprecia un aumento generalizado en la facturación de viajes por Internet pero no parece, a diferencia de perspectivas de años anteriores, que este aumento se producirá aumentos en las cifras de facturación en mayor medida que en aumentos porcentuales a costa de la venta por canales tradicionales, pues la cuota de viajes vendidos por Internet parece haberse estancado en el 50%-60% del total de las ventas.

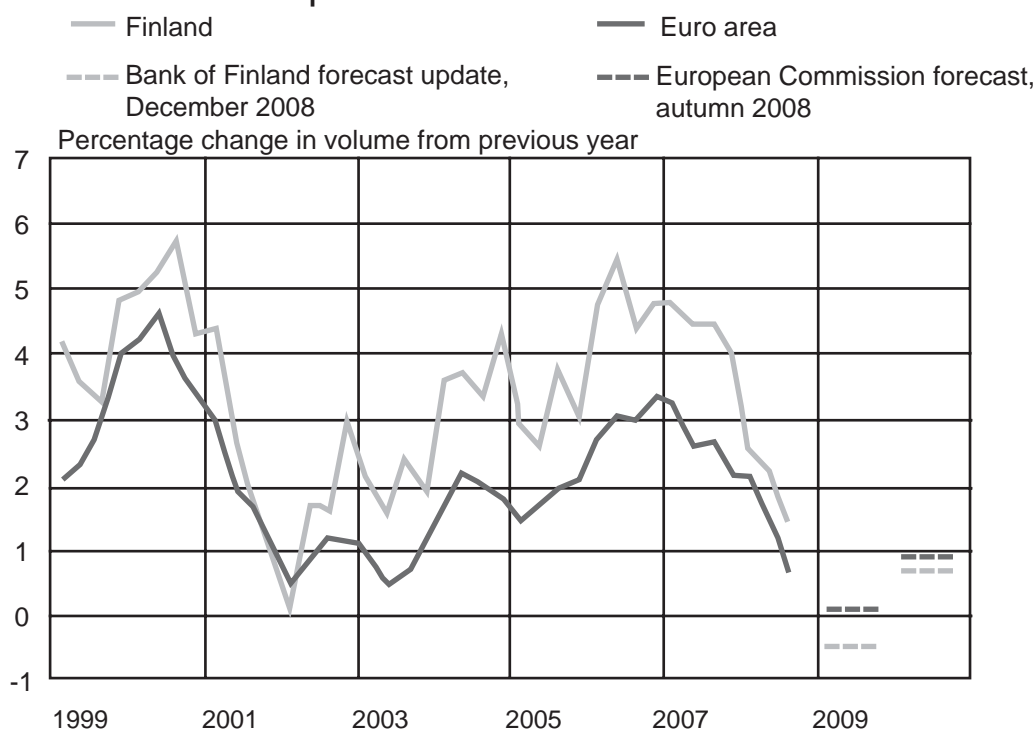
FINLANDIA

1. Coyuntura económica

- Variación del PIB -4.0% (11/08)
- Variación del IPC 3.5% (12/08)
- Desempleo 6.1% (12/08)

Producto interior Bruto, evolución y comparativa con la zona euro, se observa claramente la tendencia decreciente durante todo el año 2008, síntoma inequívoco de enfriamiento económico.

Gross domestic product

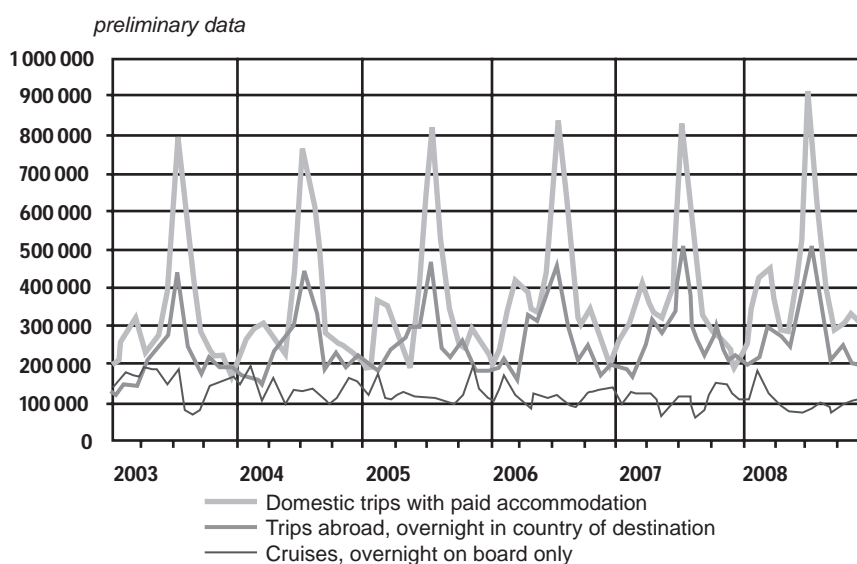


Sources: Statistics Finland, Bank of Finland, European Central Bank and European Commission.

Índice de precios al consumo, en la gráfica se aprecia claramente como se invierte la tendencia en el último tercio del año, coincidiendo con la confirmación de cambio de ciclo económico.

2. Mercado turístico

2.1. Situación Global y previsiones



La gráfica anterior, publicada por la Oficina Estadística de Finlandia muestra el comportamiento viajero de los finlandeses, la gráfica de viajes al extranjero es la que mas directamente afecta al mercado turístico emisor, se aprecia claramente como la temporada invernal ofrece tres picos con la excepción de los años 2005 y 2008.

Comportamiento del mercado turístico **finlandés** del año 2008.

A fecha de diciembre, los residentes en Finlandia habían realizado un total de 4.546.000 viajes de placer al extranjero, un tercio de estos viajes tuvieron como destino Estonia. La mayoría de los cruceros incluyendo pernотaciones a bordo fueron cruceros con destino a Suecia y Estonia. Estos datos corresponden a una encuesta efectuada por la Oficina Estadística de Finlandia entre 1.430 personas de entre 15 y 74 residentes en Finlandia y entrevistados en enero. Los viajes domésticos alcanzaron la cifra de 1,8 millones.

La distribución en el tiempo de estos viajes de placer al extranjero fue la siguiente:

Enero	307.000
Febrero	398.000
Marzo	431.000
Abril	381.000
Mayo	331.000
Junio	439.000
Julio	540.000
Agosto	473.000
Septiembre	299.000
Octubre	344.000
Noviembre	302.000
Diciembre	301.000
Total.	4.546.000

**Variaciones porcentuales en viajes de placer para los finlandeses en el año 2008.
Variación 2007 - 2008**

Viajes dentro del propio país incluyendo alojamiento pagado	52%
Viajes a la propia residencia de tiempo libre y a visitas de amigos y familiares.	-5%
Total de viajes en Finlandia	2%
Viajes al extranjero con pernoctación en el país de destino	-12%
- Estonia	26%
- Otros países	-21%
Cruceros con pernoctación a bordo.	-5%
- A Estonia	-28%
- A Suecia	7%
Viajes al extranjero, variación total	-9%
Viajes de placer, variación total	0

Fuente: Finnish Travel. Statistics Finland

En el caso concreto de Gran Canaria la tendencia ha sido positiva, pues de los 118.456 turistas finlandeses que visitaron la isla en 2007 se pasó a 121.691 en el 2008 suponiendo ello una variación porcentual del +2,65%, una cifra que hay que valorar en su contexto que no es otro que el referido -9% de variación en los viajes de placer al extranjero.

Para el Aeropuerto de Helsinki – Vantaa, el mas importante de Finlandia y principal suministrador de viajeros a Gran Canaria, el número de pasajeros superó los 13,4 millones, un 2,2% por encima del año anterior (esta cifra incluye llegadas, salidas y tránsitos).

Tras Helsinki – Vantaa, los siguientes aeropuerto más transitados fueron Oulu, Tampere-Pirkkala y Rovaniemi. El número de pasajeros usuarios del aeropuerto de Oulu fue de cerca de 800.000, un descenso del 4,5% sobre el año anterior, Tampere-Pirkkala aumentó un 3% para alcanzar los 700.000 usuarios. El número de pasajeros en Rovaniemi decreció un 11% y se situó en torno a 400.000 usuarios.

El tráfico hacia destinos asiáticos creció significativamente

El total del tráfico entre Asia y Finlandia (salidas, llegadas y pasajeros en tránsito) se incrementó un 16% sobre 2007, excediendo la cifra de 1,48 millones de pasajeros para dicho año. Hay que señalar que el aeropuerto de Helsinki-Vantaa es el principal nudo de tránsito hacia destinos asiáticos, en 2008 el número total de tránsitos se incrementó un 16% y alcanzó la cifra de 1.084.000, de esta cifra los tránsitos de pasajeros hacia Asia supusieron 458.000, un aumento del 18% en términos porcentuales.

Cuando combinamos tráfico regular y charter, los destinos más populares en Asia han sido China, Tailandia y Japón. Comparado con el año anterior, el número de pasajeros a China decreció un 7%, a Tailandia un 8,5% y a Japón un 7%.

El tráfico internacional de vuelos regulares a destinos europeos continuó creciendo: el número de pasajeros creció un 4,6% sobre 2007, cifra por encima de la media europea. El volumen de tráfico regular internacional se incrementó un 2,8% y hubo repetición entre los destinos mas populares, por este orden, Alemania, Suecia y Gran Bretaña.

En cuanto al mercado charter, el incremento supuso un 18,7% sobre 2007. El mayor número de pasajeros en vuelos chárter lo concentraron las Islas Canarias, Grecia y Gran Bretaña. El número de pasajeros a Canarias aumentó cerca de un 10% y a Grecia un 12%. El número de pasajeros a Gran Bretaña experimentó un aumento del 14%.

Finnair, aerolínea de referencia en Finlandia, que opera en una situación prácticamente de monopolio y también principal transportista de turistas a nuestro destino, tuvo una gran actividad el verano pasado en varios frentes. A continuación se hace un resumen cronológico de todo lo reseñable acontecido en Finnair la pasada temporada de verano (el hecho de hacer un resumen de noticias de Finnair nos da un reflejo aproximado de lo que fue el acontecer del sector viajero y turístico el verano pasado, precisamente por la situación de cuasi monopolio ya comentada):

Mayo 2008

- 8 mayo: Los factores de cabina de Finnair decrecieron.
- 9 mayo: Finnair dará imagen retro a un avión para celebrar sus 85 años de operaciones.
- 19 mayo: Finnair y Japan Airlines aumentaron su cooperación.
- 22 mayo: El precio del petróleo y el enfriamiento de la demanda podrían mermar los resultados de Finnair.

Junio 2008

- 2 junio: Finnair inició ese día vuelos hacia Seúl.
- 3 junio: La negociación con el colectivo de pilotos finalizó sin resultados.
- 10 junio: Se anuncia crecimiento del tráfico de Finnair, pero con peores factores de cabina.
- 12 junio: Finnair negociaba con su personal debido al alto precio del petróleo y la caída de la demanda.
- 19 junio: Se anuncia un acuerdo provisional con los pilotos de Finnair pero se continuó negociando.
- 27 junio: Se anuncia que el avión retro de Finnair se llamará "Silver Bird".

Julio 2008

- 1 julio: Finnair anunció el incremento de sus conexiones de larga distancia para el invierno 08/09.
- 2 julio: Finnair ahorra combustible y emisiones de CO2 lavando motores de aeronaves.
- 8 julio: Finnair anunció nuevamente descensos del factor de cabina.
- 28 julio: Silver Bird, el avión retro de Finnair comenzó a volar.

Agosto 2008

- 8 agosto: Las cifras del segundo cuatrimestre descendieron significativamente con respecto al mismo periodo de 2007.

Septiembre 2008

- 9 septiembre. El factor de cabina de Finnair volvió a crecer.
- 12 septiembre: Finnair abre una ruta a Estambul.
- 16 septiembre: Las negociaciones con el personal no alcanzaron un acuerdo sobre medidas de ahorro.
- 19 septiembre: Finnair abrió una tienda on line de servicios complementarios al viaje.

Octubre 2008

- 9 octubre: Finnair garantizó la continuidad de los vuelos directos a Tailandia tras los disturbios en ese país.
- 9 octubre: El factor de cabina creció pero el precio medio de los billetes descendió.
- 24 octubre: Se anuncia una mayor conectividad hacia destinos de larga distancia para el invierno 08-09.
- 28 octubre: Finnair lanza una campaña de imagen futurista con motivo de su 85 aniversario.
- 29 octubre: Finnair anunciaba la inminente recepción de siete aviones modelo Boeing MD-11.
- 31 octubre: Los resultados económicos de Finnair mostraban claros síntomas descendentes.

2.2. Situación para España y Canarias

La Oficina Española de Turismo en Helsinki, en su informe de coyuntura para el verano de 2008 informaba que la oferta de paquetes puestos a la venta para el verano pasado era similar al verano 2007. Estos paquetes estaban concentrados en los tres grandes touroperadores, Aurinkomatkat, filial de la aerolínea Finnair; Finnmatkat, perteneciente al grupo TUI y Tjäreborg, touroperador de la división nórdica de Thomas Cook. Estos tres touroperadores ofertaron el 80% de la oferta según informó la citada oficina.

Entre las novedades que se presentaron destacaron las siguientes:

Aurinkomatkat: Ibiza.

Finnmatkat: Cala Menor y Can Pastilla en Mallorca.

La inclusión de nuevos destinos baleares suponía un cambio de ciclo en un destino hasta ese momento en declive.

Turespaña también informaba del fuerte descenso del destino Barcelona, motivado por el cierre de la ruta que Clickair venía operando en los últimos años y la ausencia de interés en alguna otra aerolínea por asumir dicho trayecto, este dato provocó unas grandes variaciones en términos de número de turistas pero sobre todo de porcentajes hacia la España peninsular.

Como conclusión, Turespaña señala el trasvase de viajeros individuales a viajeros con paquete turístico hacia España, también se hacía referencia al nuevo impulso experimentado por Baleares tras un largo periodo de declive y finalmente el incremento de paquetes turísticos hacia Canarias.

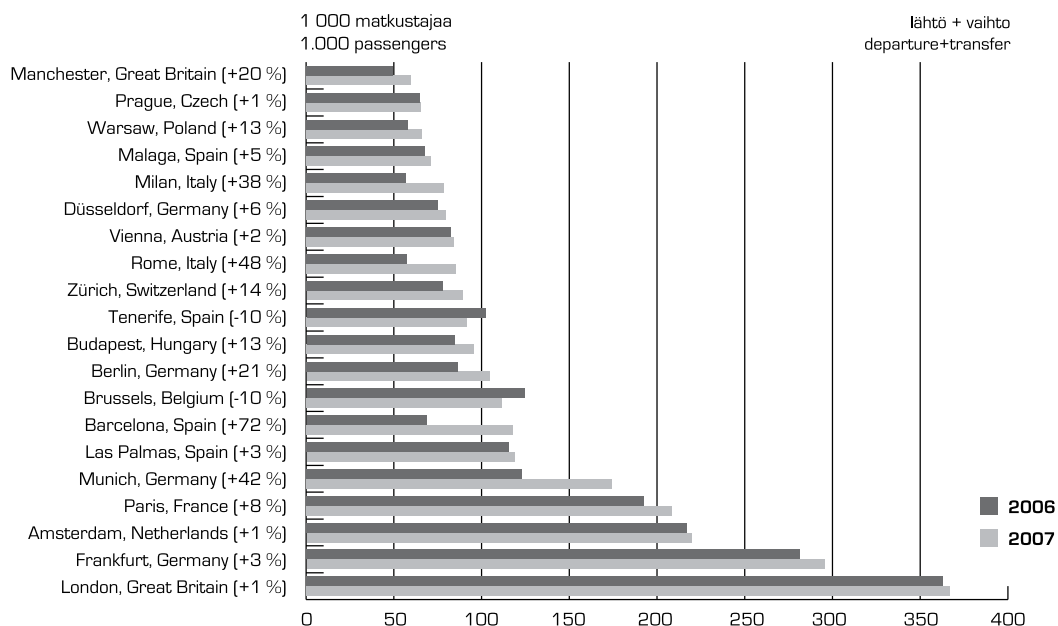
2.3. Situación para Gran Canaria

La siguiente gráfica de Finavia nos pone en antecedentes y sitúa en el contexto viajero a la Isla de Gran Canaria en el mercado finlandés.

Los 20 principales destinos europeos no escandinavos y bálticos en 2006-2007

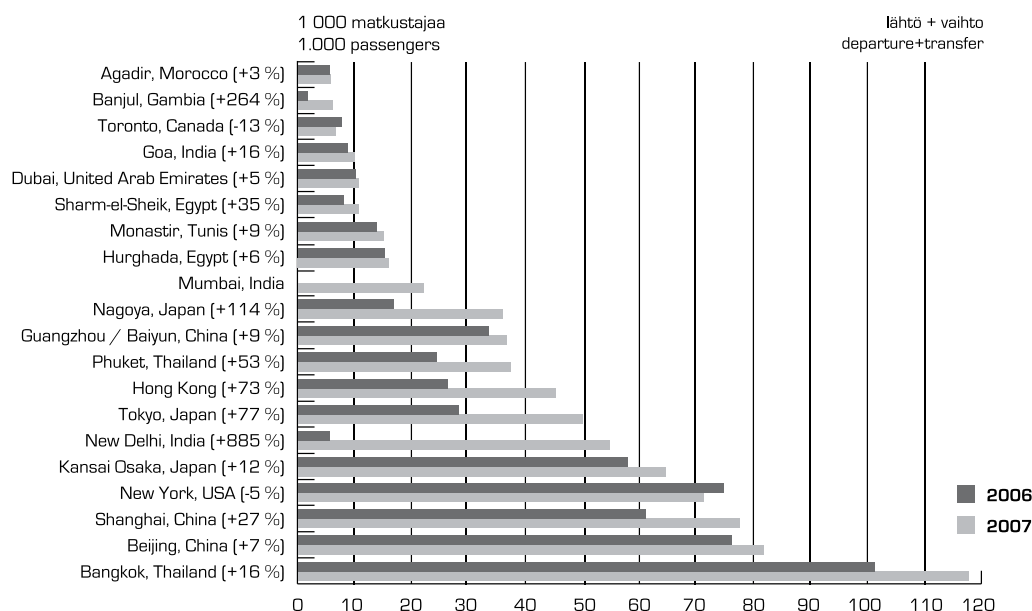
EUROOPAN SUOSITUIMMAT KOHTEET 2006-2007 TOP 20 DESTINATIONS IN EUROPE 2006-2007

(poislukien Skandinavia, Baltia ja Venäjä/Excluding Scandinavia, Baltic countries and Russia)



Gran Canaria ocupa un destacado sexto puesto entre los 20 principales destinos europeos (excluyendo destinos escandinavos y bálticos) y mostrando un crecimiento modesto en términos porcentuales pero apreciable en número de pasajeros. Gran Canaria ocupó el primer puesto entre los destinos españoles y superó a otros destinos competidores, principalmente a sus competidores directos en el mercado invernal, Bangkok o Phuket en Tailandia y Sharm el Sheik en Egipto. La gráfica que se muestra a continuación señala los volúmenes y tendencia de los destinos de larga distancia para 2006 y 2007, en 2008, a falta de publicación de las cifras anuales hay que adelantar que las cifras de Bangkok se vieron afectadas por los disturbios del otoño pasado y que afectaron severa y directamente a su aeropuerto.

MUIDEN KOHTEIDEN MATKUSTAJAT 2006-2007 PASSENGERS TO OTHER DESTINATIONS 2006-2007



Centrándonos en el tráfico hacia nuestra isla y acotándolo a la temporada de verano observamos un ligero incremento, pero quizá lo más llamativo sea la concentración de aeropuertos de origen, de los ocho aeropuertos emisores de 2007 se pasa a cinco aeropuertos en 2008.

Viajeros finlandeses verano 2008	Pasajeros						
	Total	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT
Total verano 2008	16.597	855	887	1.117	927	886	11.925
HELSINKI / HELSINKI-VANTAA	14.389	855	887	1.117	927	886	9.717
OULU	9.436	--	--	--	--	--	--
KUOPIO	852	--	--	--	--	--	852
TURKU	519	--	--	--	--	--	519
VAASA	837	--	--	--	--	--	837

Viajeros finlandeses verano 2007	Pasajeros						
	Total	MAY	JUN	JUL	SEP	OCT	
Total verano 2007	15.606	1059	875	618	889	12.165	
HELSINKI / HELSINKI-VANTAA	12.608	1.059	875	618	889	9.167	
OULU	455	--	--	--	--	455	
KUOPIO	802	--	--	--	--	802	
VAASA	580	--	--	--	--	580	
TAMPERE / TAMPERE-PIRKKALA	218	--	--	--	--	218	
TURKU	521	--	--	--	--	521	
LAPPEENRANTA	196	--	--	--	--	196	
ROVANIEMI	226	--	--	--	--	226	

Estas cifras, aunque modestas, (no hay que olvidar que Gran Canaria es un destino puramente invernal para el mercado finlandés), muestran que nuestra isla consolida una tendencia ascendente en verano tras una serie de años donde se alternaban veranos de modestas subidas con veranos de cifras negativas, aunque en cantidades no demasiado significativas. También hay que hacer notar que mientras la tendencia viajera general en Finlandia es de estancamiento, ya que aumentan los viajes domésticos pero retroceden un 9% los viajes de placer al extranjero, Gran Canaria muestra fortaleza suficiente para invertir la tendencia.

3. Destinos competidores

Acotando la definición de competidores a destinos chárter, lo que elimina muchas posibles distorsiones y sitúa en su correcto contexto a los competidores de Gran Canaria, observamos en la columna derecha del listado que se muestra a continuación la posición hegemónica de Canarias con 351.044 pasajeros (salidas y llegadas) en vuelo no regular, de esta cantidad de turistas finlandeses, 121.621 tuvieron como destino Gran Canaria.

Considerando el hecho de que Finnair y Thai Airways son consideradas aerolíneas regulares pero en muchos destinos vacacionales trasladan exclusivamente pasajeros chárter hay que tomar el ranking siguiente, fundamentalmente la columna de la derecha, como una orientación a la hora de definir tendencias más que como una fuente de cifras a tener en cuenta; así pues, observamos aumentos porcentuales de dos cifras para Canarias y Grecia y un fuerte repunte del resto de España dentro de los destinos europeos.

Dentro de los destinos mediterráneos se constata la recuperación de Turquía y la consolidación de Egipto.

En cuanto a destinos lejanos hay que fijarse fundamentalmente en el espectacular aumento de charters a Tailandia, es de señalar que esta cifra de 62.533 turistas a Tailandia en vuelo chárter supone solo una parte de los cerca de los cerca de 160.000 turistas finlandeses que visitaron el destino asiático.

Tráfico internacional Chárter desde Finlandia en 2008

	Month		Cumulative	
	Passengers	Change (%)	Passengers	Change (%)
EU TOTAL	197 997	-16,3	1 193 167	16,2
Netherlands	1 061	78,0	9 735	81,9
Spain	4 905	23,4	92 391	69,5
Great-Britain	110 108	-24,3	150 302	-14,2
Italy	1 755	-6,6	51 814	110,1
Canary Islands	56 800	-7,5	351 044	10,2
Greece	1 136	-20,1	257 085	11,9
Latvia	177	/0	10 670	1 261,0
Lithuania	11	450,0	379	-75,8
Portugal	4 886	131,3	37 047	52,2
Poland	795	40,5	2 098	185,4
France	5 682	8,6	27 695	3,6
Sweden	717	576,4	7 867	19,5
Germany	180	-51,9	3 889	-45,3
Denmark	717	774,4	12 722	160,1
Hungary	434	-41,4	3 424	141,3
Estonia	3	-98,3	5 266	183,0
NON-EU EUROPE TOTAL	6 679	-26,7	168 677	19,9
Croatia	125	37,4	14 588	43,2
Norway	27	145,5	1 928	-9,3
Switzerland	322	-36,2	5 711	81,9
Turkey	83	84,4	105 953	30,7
Ukraine	1 655	28,8	5 842	42,0
Russia	3 658	-44,4	26 229	-0,3
Serbia	809	40,5	7 297	36,6
NON-EUROPE TOTAL	52 210	16,1	270 836	36,3
South Korea	0	/0	16	700,0
India	2 215	-52,2	13 940	-23,2
China	0	/0	767	980,3
Thailand	18 937	29,4	62 533	70,7
Vietnam	445	-46,2	3 968	6,5
Brazil	1 117	-37,4	4 599	-65,4
Dominican Republic	1 318	48,1	3 317	-17,2
Cuba	448	-49,6	2 902	-35,3
Mexico	864	-60,7	4 598	-44,9
Panama	444	-50,3	2 436	-39,1
Venezuela	1 333	-28,3	5 568	-22,4
Egypt	15 336	102,3	71 266	136,6
Gambia	1 120	-32,0	7 675	-14,6
Kap Verde	1 090	11,2	4 360	258,0
Morocco	1 707	-3,3	10 919	-4,4
Mauritius	822	-13,0	3 745	238,0
Tunis	753	-40,4	36 889	31,2
United Arab Emirates	2 484	23,6	17 646	195,4
USA	8	-60,0	788	-18,4
GRAND TOTAL	256 886	-11,7	1 632 688	19,5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES PARA EL MERCADO NÓRDICO

Ante la cambiante situación económica internacional y por añadidura escandinava, las conclusiones y recomendaciones que podrían sacarse a la vista de los datos aportados en el informe de coyuntura de verano se hubieran quedado desfasadas a las pocas semanas de concluida la pasada campaña veraniega, pues fue en el otoño cuando comenzó a caer el precio del petróleo y la tan traída crisis se asentó en la práctica totalidad de sectores económicos comenzando a constatarse consecuencias reales a medida que se iban haciendo públicos los resultados anuales de grandes empresas así como de las cuentas públicas.

En este apartado merece mención especial el caso de Islandia, país que ha sufrido un colapso económico total y cuyas consecuencias en el sector turístico están todavía por ver, pues la situación de bancarrota que vive el país todavía no ha sido superada pese a los apoyos en forma de aportes de liquidez provistos por el resto de naciones escandinavas y Rusia.

Este negro panorama no llega a afectar al mercado turístico de Gran Canaria de manera tan intensa como a otros territorios, la respuesta es que el viaje de vacaciones, de momento, no se encuentra entre los gastos aplazables.

A la fecha de conclusión de este informe (enero 2009) existían indicios fiables de que este periodo de coyuntura económica desfavorable podría suponer una oportunidad para Gran Canaria, pues a ojos de los grandes turoperadores las políticas de concentración de volúmenes de clientes en destinos consolidados son una vía para reducir costes y en este sentido Gran Canaria tiene mucho que aportar.

El principal cambio de tendencia que se vislumbra para el próximo verano e invierno es un aumento en el gusto por viajes en la modalidad de "todo incluido", un producto que hasta ahora no se encontraba entre los favoritos de los nórdicos.

Cara al próximo verano es bastante probable que muchos turoperadores aumenten sus volúmenes a Gran Canaria buscando precisamente una mayor concentración de volúmenes y su consiguiente reducción de costes.

En el plano de las compañías aéreas y a pesar de la quiebra de Sterling, que ha supuesto la desaparición de la ruta que existía desde Gotemburgo y un descenso de las conexiones con Copenhague y Estocolmo, las previsiones son bastante optimistas, pues Norwegian Air Shuttle continuará ofertando la conexión desde Oslo también en el Verano 2009 y se ha anunciado que la conexión con Estocolmo, operada por la misma aerolínea, también va a mantenerse durante el verano. A estos buenos datos también hay que sumar una probabilidad bastante consistente de un aumento significativo de turistas finlandeses el próximo verano.



León y Castillo, 17
35003 Las Palmas de Gran Canaria
Tel: +34 928 219 600
Fax: +34 928 219 601
Email: dpromoc@grancanaria.com

www.grancanaria.com

Visita nuestra web

www.grancanaria.com/estudioseinformes

Un área para profesionales del sector turístico con información para descargar:

- Noticias
- Estudios
- Estadísticas
- Informes
- Etc.