

Informe de situación

Mercado sueco

Mercado sueco año 2007 y avance septiembre 2008

- > Situación general*
- > Perfil del turista nórdico*

Índice

1. Datos macroeconómicos y coyuntura económica de Suecia	4
2. Los viajes de los suecos y destinos competidores	5
3. Datos del mercado sueco en España y Canarias	11
4. El tráfico aéreo de Suecia con Tenerife.	14
4.1> Previsiones aéreas del mercado sueco	15
5. Datos del mercado sueco en Tenerife	16
6. Comportamiento por zonas turísticas de Tenerife	20
6.1> Zona Sur	20
6.2> Zona Norte	22
6.3> Zona Santa Cruz	24
6.4> Zona La Laguna-Bajamar-La Punta	24
7. La imagen de Canarias en el mercado sueco.....	25
8. Características del turismo nórdico que visita Tenerife 2007 y Acumulado enero-septiembre 2008	34
8.1> Edad	34
8.2> Acompañantes	35
8.3> Nivel de renta familiar	36
8.4> Gasto turístico	37
8.5> Fidelidad	38
8.6> Zona alojamiento.....	39
8.7> Alojamiento	39
8.8> Estancia media	40
8.9> Contratación de viaje a Tenerife.....	41
8.10> Internet	44
8.11> Antelación de las reservas	45
8.12> Escalas del vuelo a Tenerife	46
8.13> Transfer aeropuerto-alojamiento	46
8.14> Actividades realizadas durante la estancia	46
8.15> Visitas turísticas en la isla	48
8.16> Motivación del viaje	49
8.17> Índice de satisfacción general con el viaje a Tenerife.....	49
8.18> Los aspectos más satisfactorios	50
8.19> Los aspectos menos satisfactorios	51

8.20> Quejas	51
9. Perfil del turista nórdico según rango de edad	53
9.1> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 15 y 25 años	53
9.2> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 26 y 30 años	54
9.3> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 31 y 45 años	56
9.4> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 46 y 50 años	58
9.5> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 51 y 60 años	60
9.6> Turistas nórdicos con edad superior a los 60 años	61
10. Perfil del turista nórdico según nacionalidad	64
10.1> Turista finlandés	64
10.2> Turista noruego	64
10.3> Turista sueco	65
10.4> Turista danés	65

1. Datos macroeconómicos y coyuntura económica de Suecia

Superficie total: 449.964 km², dividido en 21 provincias.

Población: 9.234.209 habitantes (dato a 31 agosto 2008). 49,5% hombres y 50,5 mujeres.

Distribución por edad:

La media de edad de la población danesa es de 40,43 años de media. Hombres: 39,28 años; Mujeres: 41,56 años.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SUECA POR RANGOS DE EDAD (datos a 31 de diciembre 2007)

	habitantes	cuota
25 años y menos	2.832.828	30,96%
26 a 30 años	554.290	6,06%
31 a 45 años	1.897.951	20,75%
46 a 50 años	585.221	6,40%
51 a 60 años	1.198.008	13,10%
61 y más años	2.080.258	22,74%
Total	9.148.556	100,00%

Fuente: SCB STATISTICS SWEDEN
Elaboración: Turismo de Tenerife

Jubilación: La edad media de jubilación de los suecos es de 65 años.

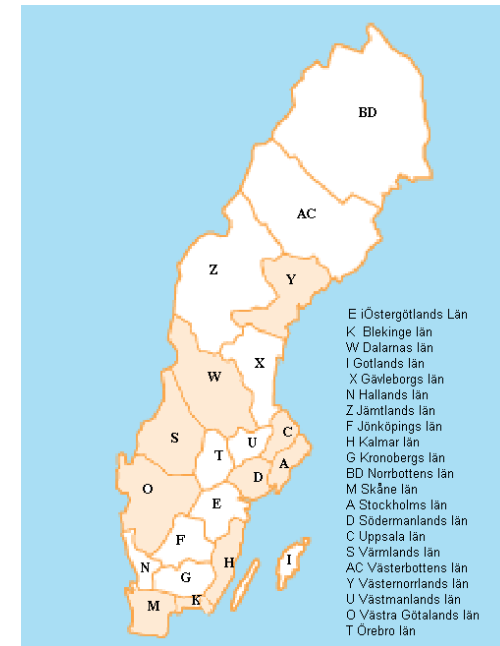
Expectativa de vida al nacer: *población total:* 80,74 años
hombres: 78,49 años, *mujeres:* 83,13 años (2008 est.)

Producto Interior Bruto (PIB) per capita: 30.300€ (2007 est.)

Crecimiento Producto Interior Bruto: +0,9% (II cuatrimestre 2008). Las previsiones de Eurostat apuntan un cierre del año 2008 con un crecimiento del PIB del 1,4%. En el año 2009 se produciría un estancamiento económico del que se espera salir a partir de 2010 con un incremento estimado del PIB del +1,8%

Tasa de inflación (precios al consumidor): 4,4% (septiembre 2008.)

Tasa de desempleo: 5,9% (septiembre 2008.)



2. Los viajes de los suecos y destinos competidores

Según datos de Swedish Civil Aviation Administration el número de pasajeros embarcados en los aeropuertos suecos en 2007 asciende a un total de 10,2 millones, tráfico que aumenta un 7,48% en ese año, y un +6,3% en 2006.

España es el tercer destino aéreo internacional en este mercado, con una cuota sobre el tráfico total de salida de un 10,13%, (1.034.663 de pasajeros embarcados con destino a España). Las salidas hacia España aumentaron en 2007 un 12,6%.

Por delante de España se sitúan, en primer lugar Alemania, con una cuota del 11,78% del total de pasajeros y un incremento del tráfico en 2007 de un 11,46%. En segundo el Reino Unido, con una cuota del 11,17% y manteniéndose prácticamente estable en relación a 2006, con un ligero descenso de 0,53%.

Los restantes países nórdicos constituyen destinos aéreos de peso en el mercado sueco, situándose en 4º, 5º y 6º posición. De ellos, pierde tráfico Finlandia y aumenta ligeramente Noruega y Dinamarca.

A los anteriores le siguen en peso otros países europeos tales como Francia, Holanda, Grecia o Italia, todos con un aumento del tráfico en 2007.

Turquía y Tailandia ostentan posiciones destacadas entre los destinos con mayor tráfico desde Suecia, aunque no se encuentran entre los diez principales. Ambos destinos con crecimiento en 2007, en especial Tailandia (+38,53%). A mucha distancia se sitúa Egipto aunque con un balance positivo en 2007.

También aumenta el tráfico con EEUU.

PASAJEROS EMBARCADOS EN AEROPUERTOS SUECOS (2005-2007)					
	2005	2006	2007	var interanual 07/06	Cuota 2007
Alemania	974.984	1.079.169	1.202.819	11,46%	11,78%
Reino Unido	1.171.877	1.146.583	1.140.505	-0,53%	11,17%
España	842.290	918.846	1.034.663	12,60%	10,13%
Dinamarca	916.928	889.004	889.221	0,02%	8,71%
Finlandia	640.278	676.926	654.884	-3,26%	6,41%
Noruega	525.683	600.863	607.496	1,10%	5,95%
Francia	474.279	528.233	582.802	10,33%	5,71%
Países Bajos	432.675	445.392	476.051	6,88%	4,66%
Grecia	304.848	353.691	369.156	4,37%	3,62%
Italia	269.292	284.003	333.442	17,41%	3,27%
Turquía	320.148	257.699	258.932	0,48%	2,54%
Polonia	89.152	169.837	239.200	40,84%	2,34%
USA	202.345	211.165	226.980	7,49%	2,22%
Tailandia	94.725	150.048	207.858	38,53%	2,04%
Bélgica	209.835	216.281	199.566	-7,73%	1,95%
Suiza	141.584	155.103	174.499	12,51%	1,71%
Austria	116.935	140.041	156.458	11,72%	1,53%
Chipre	83.512	91.107	117.605	29,08%	1,15%
Hungría	103.423	98.437	114.354	16,17%	1,12%
Irlanda	49.770	79.334	104.066	31,17%	1,02%
Letonia	71.106	78.831	100.130	27,02%	0,98%
Bulgaria	89.758	90.572	88.741	-2,02%	0,87%
Estonia	73.176	76.701	87.038	13,48%	0,85%
Rusia	82.681	88.624	86.110	-2,84%	0,84%
Portugal	78.019	82.142	84.741	3,16%	0,83%
Egipto	100.888	73.732	77.914	5,67%	0,76%
Islandia	58.792	65.296	74.581	14,22%	0,73%
República Checa	63.229	78.940	62.195	-21,21%	0,61%
China	25.829	29.460	60.622	105,78%	0,59%
Emiratos Arabes	29.114	38.940	54.538	40,06%	0,53%
Túnez	33.110	36.792	47.591	29,35%	0,47%
Croacia	40.982	45.470	46.840	3,01%	0,46%
Iran	36.368	33.160	31.471	-5,09%	0,31%
Servia y Montenegro	20.817	24.357	28.507	17,04%	0,28%
Lituania	14.366	31.169	25.712	-17,51%	0,25%
Malta	19.094	13.957	22.077	58,18%	0,22%
Otros países	135.608	120.339	141.858	17,88%	1,39%
Total	8.937.500	9.500.244	10.211.223	7,48%	100,00%

Fuente:SIKA / Swedish Civil Aviation Administration. Elaboración: Turismo de Tenerife

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

De los países de la antigua órbita soviética, destaca Polonia, también con un aumento destacable en el año. Todos estos países aumentan a salvo la República Checa Rusia y Bulgaria.

Aunque su cuota es pequeña, crece de forma significativa el tráfico con China y los Emiratos Árabes.

La información aportada por la OET de Estocolmo corrobora los datos anteriores de tráfico aéreo. Según su información sobre destinos vacacionales, los principales competidores de España en el mercado sueco son los propios países del entorno nórdico además de Alemania, destinos que por razones de proximidad y motivación viajera (negocios, visita a amigos o familiares) son visitados frecuentemente por los suecos.

España continúa siendo el principal destino vacacional de los suecos, habiendo incrementado su cuota de mercado 1,8 puntos. A cierta distancia se sitúan Grecia (incremento de cuota de mercado del 0,56 puntos), Gran Bretaña (que mantiene su cuota), Francia (incremento de 1 punto), Italia (decremento de -0,4 puntos) y Turquía. En una posición inferior en número de turistas, Bulgaria, Chipre y Egipto, serían los destinos de nuestro entorno más apetecidos por los turistas suecos.

En cuanto a destinos lejanos, Tailandia es el favorito de los suecos y sigue una dinámica de crecimiento imparable (incremento de 1,2 puntos en su cuota de mercado).

No se puede obviar que actualmente destinos como Tailandia, Vietnam o Camboya son los que reportan un mayor margen de beneficios para los operadores, lo que favorecerá la apuesta de estos agentes en perjuicio de otros destinos como Canarias.

The Swedish Agency for Economic and Regional Growth (NUTEK) aporta la siguiente información sobre destinos de los viajes de los suecos en 2007.

En el año 2007 los suecos realizaron un total de 12,7 millones de viajes al extranjero de más de una noche de estancia, con un ligero incremento del 0,7 % respecto a 2006. De estos viajes, 10,5 millones fueron vacacionales. Entre 2000 y 2005 los viajes al extranjero crecieron un 24%, en tanto que en 2006 el número de viajes fue prácticamente el mismo que en 2005.

PRINCIPALES DESTINOS DE LOS VIAJES DE LOS SUECOS EN 2007

PAÍS	%
FINLANDIA	10,48
DINAMARCA	10,20
ESPAÑA	9,62
ALEMANIA	8,33
NORUEGA	7,77
REINO UNIDO	5,58
FRANCIA	4,49
ITALIA	4,31
GRECIA	4,26
TAILANDIA	3,54
ESTADOS UNIDOS	2,44
TURQUÍA	2,33
RESTO	26,66

Fuente: NUTEK (The Swedish Agency for Economic and Regional Growth)

PRINCIPALES DESTINOS DE LOS VIAJES VACACIONALES LOS SUECOS EN 2007

PAÍS	MILES DE VIAJES	%
ESPAÑA	1.160	11,06
FINLANDIA	1.117	10,65
DINAMARCA	1.048	9,99
ALEMANIA	769	7,33
NORUEGA	722	6,88
GRECIA	531	5,06
GRAN BRETAÑA	508	4,84
FRANCIA	503	4,80
ITALIA	441	4,20
TAILANDIA	426	4,06
TURQUÍA	292	2,78
ESTADOS UNIDOS	236	2,25
AUSTRIA	214	2,04
ESTONIA	198	1,89
POLONIA	182	1,74
CROACIA	181	1,73
CHIPRE	128	1,22
BULGARIA	125	1,19
PORTUGAL	115	1,10
LETONIA	111	1,06
EGIPTO	111	1,06
OTROS	1.371	13,07
TOTAL	10.489	100,00

Fuente: Estudio Resurs AB. TDB Package: Abroad 2007

PRINCIPALES DESTINOS DE LOS VIAJES VACACIONALES DE LOS SUECOS EN 2006

PAÍS	%
FINLANDIA	15,1
DINAMARCA	11,7
ESPAÑA	9,2
ALEMANIA	7,2
NORUEGA	7,1
GRAN BRETAÑA	4,8
ITALIA	4,6
GRECIA	4,5
FRANCIA	3,8
TAILANDIA	2,9

Fuente: NUTEK (The Swedish Agency for Economic and Regional Growth)

Para los **viajes de negocios**, los destinos principales en 2007 han sido:

PRINCIPALES DESTINOS DE LOS VIAJES DE NEGOCIO DE LOS SUECOS EN 2007

PAÍS	MILES DE VIAJES	%
ALEMANIA	286	13,05
NORUEGA	264	12,04
DINAMARCA	245	11,18

PRINCIPALES DESTINOS DE LOS VIAJES DE NEGOCIO DE LOS SUECOS EN 2007

PAÍS	MILES DE VIAJES	%
FINLANDIA	212	9,67
REINO UNIDO	199	9,08
ITALIA	106	4,84
HOLANDA	79	3,60
ESTADOS UNIDOS	73	3,33
BÉLGICA	70	3,19
FRANCIA	67	3,06
ESPAÑA	60	2,74
RESTO	531	24,22
TOTAL	2.192	100,00

Fuente: Estudio Resurs AB. TDB Package: Abroad 2007

En el invierno 08/09, los destinos más populares de los turistas suecos están siendo:

1. Phuket, Thailand (1)
2. Las Palmas, Spanien (2)
3. Bangkok, Thailand (3)
4. Teneriffa, Spanien (4)
5. Hurghada, Egypten (6)
6. Krabi, Thailand (5)
7. Miami, USA (9)
8. Fuerteventura, Spanien (10)
9. Sharm El Sheikh, Egypten (Ny)
10. Goa, Indien (8)

Fuente:

[http://www.standbynews.com/5399.0.html?&tx_standbynews_pi1\[showUId\]=32536&cHash=5de8046e91](http://www.standbynews.com/5399.0.html?&tx_standbynews_pi1[showUId]=32536&cHash=5de8046e91)(Análisis de ventas realizado el 12.09.08 para las salidas entre el 01.1108 hasta el 31.03.09)

Gasto turístico: según datos de NUTEK, el gasto medio de los turistas suecos por persona y día en viajes al extranjero por motivos vacacionales fue en 2007 de 887 SEK (crecimiento del 5% con respecto al año anterior). En los viajes de negocios este gasto fue de 3.132 SEK (crecimiento del 4 %).

Motivación: El 82,7% de los viajes de los turistas suecos al extranjero son viajes de ocio. Las motivaciones principales en este tipo de viajes son las que refleja la tabla siguiente.

MOTIVOS DE LOS VIAJES DE OCIO AL EXTRANJERO

SALIR	40,1%
VISITA A FAMILIARES Y AMIGOS	29,4%
DESCANSO Y RELAX	24,7%
SOL Y PLAYA	21,5%
DIVERSIÓN Y ENTRETENIMIENTO	21,3%
EXPERIMENTAR COSAS NUEVAS	14,4%
GASTRONOMÍA	12,8%
CONOCER OTRA GENTE	9,3%

Fuente: NUTEK (The Swedish Agency for Economic and Regional Growth)
El % suma más de 100 al ser posibles varios motivos por viaje

Por lo que se refiere a los viajes al extranjero por trabajo o negocios, un 17,3 % del total de los viajes, sus principales motivaciones son las siguientes:

MOTIVOS DE LOS VIAJES DE TRABAJO Y NEGOCIO

NEGOCIOS	58,3%
CONFERENCIAS-CONVENCIONES	21,1%
TRABAJO	10,7%
ESTUDIOS	5,4%
FERIAS	3,7%
INCENTIVOS	0,8%

Fuente: NUTEK (The Swedish Agency for Economic and Regional Growth)

Estancia media: El 71,4 % de los viajes vacacionales de los turistas suecos dura entre 1 y 7 noches. El 20,5 % son viajes de 8 a 17 noches y un 8,1 % son viajes de más de 17 días. La estancia media de los viajes suecos es de 7,41 días (8,13 días para los viajes vacacionales y 3,98 para los viajes de negocios). (Fuente: Estudio Resurs AB-TDB Package: Abroad 2007).

Estacionalidad: La distribución de los viajes vacacionales por trimestre es la siguiente:

TRIMESTRE	%
PRIMERO	19,85
SEGUNDO	26,98
TERCERO	33,06
CUARTO	20,11
TOTAL	100,00

Fuente: Estudio Resurs AB. TDB Package: Abroad 2007

Aunque el tercer trimestre del año, en el que tienen lugar las vacaciones de verano, aglutina una tercera parte de los viajes al extranjero de los suecos, la importancia de los desplazamientos cortos a países limítrofes hace que la estacionalidad sea relativamente menor que en otros países. Los viajes de los suecos hacia España acentúan esta tendencia y tienden a distribuirse proporcionalmente durante todo el año. Esta característica se produce a causa de la posibilidad de los suecos de escoger las fechas de vacaciones y por la importancia de Canarias como destino de invierno para el turismo sueco.

Modo de transporte: De acuerdo con los datos de NUTEK, el 59,3 % de los viajes de los turistas suecos al extranjero por motivos vacacionales se realiza en avión, representando los vuelos chárter un 22,3 % del total. Para este tipo de viaje, el automóvil es el segundo medio de transporte más utilizado (21,4 %), seguido del ferry (10,1 %) y del autobús (5,8 %).

Organización del viaje: El 78 % de los turistas suecos realiza algún tipo de reserva en sus viajes vacacionales. En el 47% de los casos, las reservas se realizan directamente, de ellas, un 8 % a través de una agencia de viajes. El 30 % de los viajes vacacionales utilizan paquete turístico adquirido directamente a turoperador. (Fuente: Estudio Resurs AB-TDB Package: Abroad 2007).

Tipo de alojamiento: El 53,5 % de las pernoctaciones en los viajes de los turistas suecos tiene lugar en hoteles o similares, el 13,5 % en viviendas propias y, el 12,3 % en casa de familiares o amigos. (Fuente: Estudio Resurs AB-TDB Package: Abroad 2007).

Utilización de Internet: De acuerdo con los datos de la European Travel Commission, el 71 % de la población sueca dispone de banda ancha y una de cada dos compras se realiza por Internet. El 45% de los suecos utiliza Internet para buscar información sobre viajes y, el 28% de la población utiliza Internet para compras de billetes y alojamientos.

Perfil del viajero: La edad media del viajero sueco es de 41 años. Esta media varía en función del período del viaje, siendo menor en el período estival. La distribución de los viajes por edades es la siguiente:

EDAD	%
HASTA 30 AÑOS	28,90
DE 30 A 60 AÑOS	49,62
MÁS DE 60 AÑOS	21,48
TOTAL	100,00
Fuente: Estudio Resurs AB. TDB Package: Abroad 2007	

En general, **el grupo turístico** de los viajes vacacionales está compuesto por 2 personas de la propia familia. En el 84,85% de los casos los grupos se conforman por 1 a 3 personas y, en un 15,5%, por 4 a 6 miembros. Los viajes vacacionales de una sola persona representan el 39,2 % del total.

INGRESOS FAMILIARES VIAJEROS SUECOS	
RENTA	%
HASTA 400.000 SEK	28,43
ENTRE 400.000 Y 800.000 SEK	42,38
MÁS DE 800.000 SEK	14,63
NO CONTESTA	14,57
ingresos familiares medios de los viajeros suecos son 576.000SEK.	
Fuente: Estudio Resurs AB. TDB Package: Abroad 2007	

Distribución regional interna de la demanda: Los turistas suecos proceden fundamentalmente del sur del país (casi un 50 %). El área del gran Estocolmo genera casi un 28% de los viajes de los suecos, mientras que el centro y el norte aportan un 16% y un 6% respectivamente. (Fuente: Estudio Resurs AB-TDB Package: Abroad 2007).

3. Datos del mercado sueco en España y Canarias

Los datos de la encuesta de Frontur indican que el número de turistas suecos llegados a España en 2007 ascendió a 1.137.000 turistas, un 13,81% más que en 2006. En el ámbito del estado, este emisor ostenta una cuota de mercado de un 1,92% sobre el total de turismo extranjero que llega a España.

Para el periodo acumulado enero–septiembre 2008, aunque no se dispone de datos desagregados del mercado sueco en España, el total nórdicos registra una cifra de 2.715.272 turistas de estos países en nuestro país lo que ha supuesto un incremento del 7,4% con respecto a igual periodo de 2007.

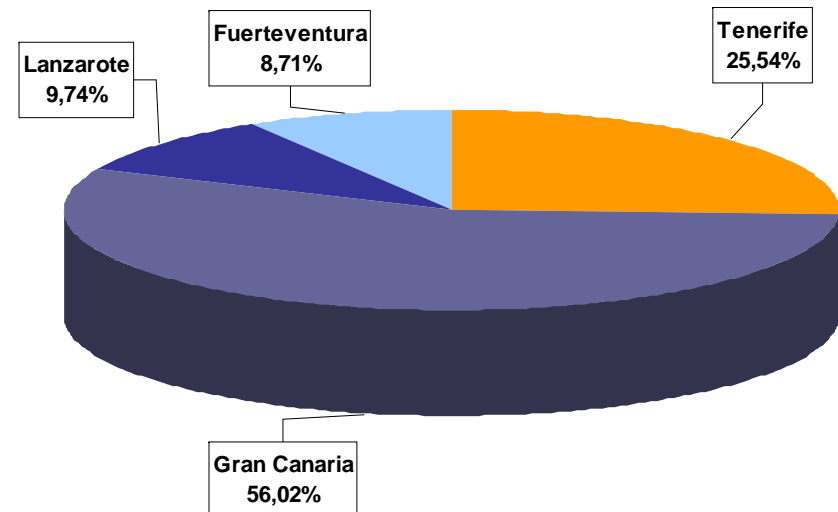
En el año 2007, el número de pasajeros suecos que llegaron a España por vía aérea ascendió a 1.019.136 pasajeros, un 14,9% más que en el año 2006. El número de pasajeros suecos que utilizó compañías de bajo coste en 2007 para realizar su viaje a España ascendió a 336.750 pasajeros, un 24,4% más que en 2006. Estas llegadas de pasajeros en compañías de bajo coste suponen el 33% sobre el total de pasajeros suecos llegados a España por vía aérea. El 67% restante, viajan a España en compañías tradicionales (682.386 pasajeros suecos), registrando un incremento del 10,9% respecto al año 2006.

En el período enero-septiembre de 2008, la cifra de pasajeros suecos llegados a España por vía aérea ha sido de 824.958, registrando un incremento del 12,6%. En compañías de bajo coste llegaron 293.068 pasajeros suecos (cuota del 35,5%), con un incremento del 15,5% respecto a igual período del año anterior. Las compañías tradicionales, con una cuota del 64,5% y un total de 531.890 pasajeros suecos transportados, incrementan su cifra de pasajeros un 11%.

En lo que se refiere a Canarias y en el año 2007 las islas recibieron un total de 356.949 pasajeros suecos, cifra que experimenta un incremento del +6,9% respecto al año 2006.

Del total de turistas suecos llegados a Canarias y al igual que sucede en los restantes mercados nórdicos, Gran Canaria ostenta la mayor cuota en este mercado con un 56%. Tenerife ostenta una cuota del 25,5%, mientras que Lanzarote un 9,7% y Fuerteventura un 8,7%.

DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS SUECOS POR ISLAS 2007



FUENTE: DGOPT Gobierno de Canarias. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

LLEGADA DE PASAJEROS POR AEROPUEROS PROCEDENTES DE SUECIA CON DESTINO CANARIAS E ISLAS 2006-2007				
	2006	2007	var. interanual	Cuota Insular
Tenerife	91.482	91.162	-0,3%	25,5%
Lanzarote	30.319	34.749	14,6%	9,7%
Gran Canaria	186.381	199.958	7,3%	56,0%
Fuerteventura	25.620	31.080	21,3%	8,7%
La Palma	0	0	-	0,0%
Canarias	333.802	356.949	6,9%	100,0%

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife-Investigación Turística

En 2007 Tenerife pierde un 0,3% de las llegadas de pasajeros suecos, siendo la única Isla que registra una caída. Fuerteventura aumenta un 21,3%, Lanzarote un 14,6% y Gran Canaria un 21,3%

En el acumulado a septiembre de 2008, el número de pasajeros suecos llegados a Canarias experimenta un aumento del +12,1% con un total de 226.729 pasajeros de este país.

Tenerife recibió en este periodo 55.222 de estos pasajeros, lo que supone el 24,4% del total de pasajeros suecos llegados a Canarias, y registró un incremento del 7,8% respecto al año anterior.

Gran Canaria, con una cuota del 56,7% y un total de 128.529 pasajeros suecos llegados a la Isla en los nueve primeros meses del año, registra un incremento de pasajeros del 9,4%.

Fuerteventura, con una cuota del 11,1%, registró 25.222 pasajeros suecos, lo que supuso un incremento de pasajeros procedentes de Suecia del 41,1%.

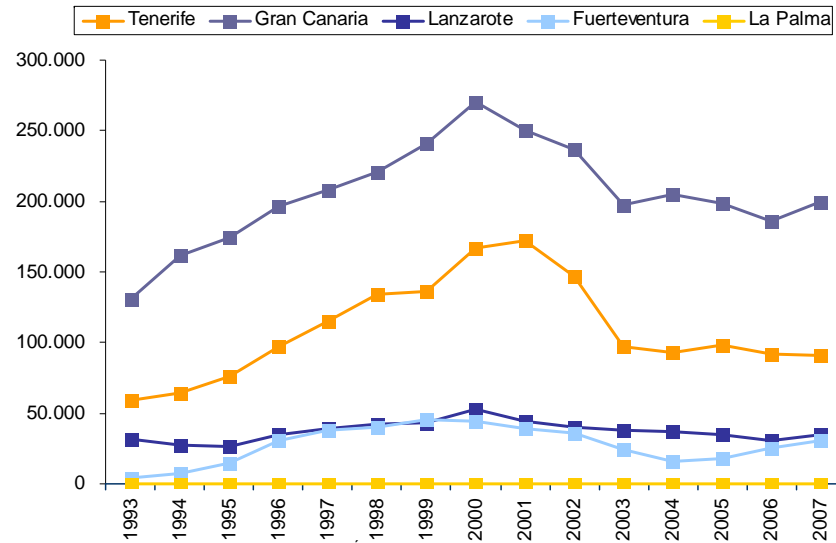
Fuerteventura, con una cuota del 13,1% y un total de 17.756 pasajeros en los nueve primeros meses del año, registró un incremento de pasajeros suecos del 13,1%

LLEGADA DE PASAJEROS POR AEROPUEROS PROCEDENTES DE SUECIA CON DESTINO CANARIAS E ISLAS acumulado a septiembre (2007 - 2008)					
	acumul. septiembre 2007	acumul. septiembre 2008	var. interanual	Cuota Insular	Peso del mercado
Tenerife	51.238	55.222	7,8%	24,4%	1,2%
Lanzarote	17.877	25.222	41,1%	11,1%	1,2%
Gran Canaria	117.440	128.529	9,4%	56,7%	3,5%
Fuerteventura	15.700	17.756	13,1%	7,8%	1,1%
La Palma	-	-	-	-	-
Canarias	202.255	226.729	12,1%	100,0%	1,8%

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

TURISTAS SUECOS POR ISLAS (1993 - 2007)



FUENTE: DGOPT Gobierno de Canarias. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

**EVOLUCIÓN DEL TURISMO SUECO (1993 - 2007)
CANARIAS - ISLAS**

	Canarias	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	La Palma
1993	226.146	59.573	131.378	31.298	3.897	0
1994	261.092	64.425	161.712	27.346	7.609	0
1995	291.858	76.584	174.065	25.939	15.270	0
1996	359.663	96.911	196.854	35.093	30.805	0
1997	399.740	115.559	207.862	38.652	37.667	0
1998	436.730	134.085	220.458	41.737	40.450	0
1999	464.999	135.947	240.624	43.394	45.034	0
2000	535.528	167.280	270.271	53.084	44.893	0
2001	506.394	172.208	250.741	44.151	39.242	52
2002	458.519	146.771	236.482	39.871	35.395	0
2003	357.650	97.312	197.930	37.603	24.805	0
2004	351.321	93.429	205.391	36.873	15.628	0
2005	349.933	98.550	198.991	34.560	17.832	0
2006	333.802	91.482	186.381	30.319	25.620	0
2007	356.949	91.162	199.958	34.749	31.080	0

FUENTE: DGOPT Gobierno de Canarias. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística.

4. El tráfico aéreo de Suecia con Tenerife.

Según datos de AENA, el número de pasajeros procedentes de Suecia en el año 2007 ascendió a 91.162 pasajeros, con una ligera reducción del -0,35% respecto al año 2005 siendo el aeropuerto de Tenerife Sur el que canaliza todo ese pasaje.

- > ESTOCOLMO/ARLANDA (45,3%)
- > GOTEBOG /LANDVETTER (25,4%)
- > MALMOE /STURUP (19,4%)
- > NORRKOPING /KUNGSANGEN (5%)
- > OREBRO /OREBRO-BOFORS (5%)

LLEGADAS DE PASAJEROS (REGULAR + CHARTER) A TENERIFE PROCEDENTES DE SUECIA Año (2006-2007)										
PAIS	aeropuerto	Datos	2006		Total 2006	2007		Total 2007		
			TFN	TFS		TFN	TFS			
SUECIA	ESTOCOLMO/ARLANDA	PASAJEROS LLEG_REG							0	
		PASAJEROS LLEG_CHAR							0	
		Total Pasajeros Reg+Chart	0	41.118	41.118	0	41.311	41.311	41.311	
		Variación pasajeros		-16,97%	-16,97%		0,47%	0,47%	0,47%	
		Operaciones de llegada		198	198		194	194	194	
		Variación operaciones llegada		-22,35%	-22,35%		-2,02%	-2,02%		
GOTEBOG /LANDVETTER		PASAJEROS LLEG_REG							0	
		PASAJEROS LLEG_CHAR	6	22.751	22.757	0	23.113	23.113	23.113	
		Total Pasajeros Reg+Chart	6	22.751	22.757	0	23.113	23.113	23.113	
		Variación pasajeros		-7,56%	-7,53%		-100,00%	1,59%	1,56%	
		Operaciones de llegada	1	85	86		98	98	98	
		Variación operaciones llegada		-23,42%	-22,52%		-100,00%	15,29%	13,95%	
MALMOE /STURUP		PASAJEROS LLEG_REG							0	
		PASAJEROS LLEG_CHAR							0	
		Total Pasajeros Reg+Chart	0	18.157	18.157	0	17.677	17.677	17.677	
		Variación pasajeros		-1,41%	-1,41%		-2,64%	-2,64%	-2,64%	
		Operaciones de llegada		112	112		107	107	107	
		Variación operaciones llegada		2,75%	2,75%		-4,46%	-4,46%		
NORRKOPING /KUNGSANGEN		PASAJEROS LLEG_REG							0	
		PASAJEROS LLEG_CHAR							0	
		Total Pasajeros Reg+Chart	0	4.801	4.801	0	4.531	4.531	4.531	
		Variación pasajeros		19,16%	19,16%		-5,62%	-5,62%	-5,62%	
		Operaciones de llegada		25	25		25	25	25	
		Variación operaciones llegada		8,70%	8,70%		0,00%	0,00%		
OREBRO /OREBRO-BOFORS		PASAJEROS LLEG_REG							0	
		PASAJEROS LLEG_CHAR							0	
		Total Pasajeros Reg+Chart	0	4.649	4.649	0	4.530	4.530	4.530	
		Variación pasajeros		136,35%	136,35%		-2,56%	-2,56%	-2,56%	
		Operaciones de llegada		24	24		24	24	24	
		Variación operaciones llegada		140,00%	140,00%		0,00%	0,00%		
PASAJEROS LLEG_REG SUECIA									0	
PASAJEROS LLEG_CHAR SUECIA			6	91.476	91.482		91.162	91.162	91.162	
Total Pasajeros Reg+Chart SUECIA			6	91.476	91.482	0	91.162	91.162	91.162	
Variación pasajeros SUECIA				-7,18%	-7,17%		-100,00%	-0,34%	-0,35%	
Operaciones de llegada SUECIA			1	444	445		448	448	448	
Variación operaciones llegada SUECIA				-12,60%	-12,40%		-100,00%	0,90%	0,67%	

FUENTE: AENA. ELABORACION: TURISMO DE TENERIFE

CUOTA DE LOS PRINCIPALES AEROPUERTOS SUECIA EMISORES DE PASAJEROS A TENERIFE Año 2007 y acumulado septiembre 2008			
		Año 2007	Ac. septiembre 2008
PAIS	aeropuerto		
SUECIA	ESTOCOLMO/ARLANDA	45,3%	45,1%
	GOTEBOG /LANDVETTER	25,4%	25,6%
	MALMOE /STURUP	19,4%	19,2%
	NORRKOPING /KUNGSANGEN	5,0%	4,2%
	OREBRO /OREBRO-BOFORS	5,0%	5,2%
	VISBY	-	0,7%
Total SUECIA		100,0%	100,0%

En el periodo enero-septiembre de 2008, el número de pasajeros procedentes de Suecia ascendió a 55.222 pasajeros, lo que supuso un incremento interanual del 7,78%. El 99,7% de este pasaje voló a la isla en vuelos charter y el 0,3% restante, en vuelo regular.

Los aeropuertos suecos con los que Tenerife mantiene conexiones así como sus cuotas son los siguientes:

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

LLEGADAS DE PASAJEROS (REGULAR + CHARTER) A TENERIFE, PROCEDENTES DE SUECIA Acumulado a septiembre 2007-2008								
PAIS	aeropuerto	Datos	2007		Total 2007	2008		Total 2008
			TFN	TFS		TFN	TFS	
SUECIA	ESTOCOLMO/ARLANDA	PASAJEROS LLEG_REG		0	0		183	183
		PASAJEROS LLEG_CHAR		24.288	24.288		24.704	24.704
		Total Pasajeros Reg+Chart	0	24.288	24.288	0	24.887	24.887
		Variación Pasajeros					2,47%	2,47%
		Operaciones de llegadas		109	109		121	121
		Variación Operaciones de llegadas					11,01%	11,01%
		GOTEBORG /LANDVETTER	PASAJEROS LLEG_REG				0	0
PASAJEROS LLEG_CHAR		12.550	12.550		14.156	14.156		
Total Pasajeros Reg+Chart	0	12.550	12.550	0	14.156	14.156		
Variación Pasajeros					12,80%	12,80%		
Operaciones de llegadas		51	51		60	60		
Variación Operaciones de llegadas					17,65%	17,65%		
MALMOE /STURUP	PASAJEROS LLEG_REG				0	0		
PASAJEROS LLEG_CHAR		9.429	9.429		10.604	10.604		
Total Pasajeros Reg+Chart	0	9.429	9.429	0	10.604	10.604		
Variación Pasajeros					12,46%	12,46%		
Operaciones de llegadas		60	60		60	60		
Variación Operaciones de llegadas					0,00%	0,00%		
NORRKOPING /KUNGSANGEN	PASAJEROS LLEG_REG				0	0		
PASAJEROS LLEG_CHAR		2.522	2.522		2.342	2.342		
Total Pasajeros Reg+Chart	0	2.522	2.522	0	2.342	2.342		
Variación Pasajeros					-7,14%	-7,14%		
Operaciones de llegadas		14	14		14	14		
Variación Operaciones de llegadas					0,00%	0,00%		
OREBRO /OREBRO-BOFORS	PASAJEROS LLEG_REG				0	0		
PASAJEROS LLEG_CHAR		2.449	2.449		2.874	2.874		
Total Pasajeros Reg+Chart	0	2.449	2.449	0	2.874	2.874		
Variación Pasajeros					17,35%	17,35%		
Operaciones de llegadas		14	14		14	14		
Variación Operaciones de llegadas					0,00%	0,00%		
VISBY	PASAJEROS LLEG_REG				0	0		
PASAJEROS LLEG_CHAR					359	359		
Total Pasajeros Reg+Chart	0	0	0	0	359	359		
Variación Pasajeros								
Operaciones de llegadas					3	3		
Variación Operaciones de llegadas								
PASAJEROS LLEG_REG SUECIA			0	0		183	183	
PASAJEROS LLEG_CHAR SUECIA				51.238	51.238		55.039	55.039
Total Pasajeros Reg+Chart SUECIA			0	51.238	51.238	0	55.222	55.222
Variación Pasajeros SUECIA						7,78%	7,78%	
Operaciones de llegadas SUECIA				248	248		272	272
Variación Operaciones de llegadas SUECIA						9,68%	9,68%	

Las compañías que operaron Tenerife con el mercado sueco en el año 2007 y en los nueve primeros meses del año 2008 fueron, en orden de importancia:

RANKING DE COMPAÑÍAS AÉREAS QUE HAN OPERADO CON TENERIFE DESDE SUECIA 2007 y acumulado septiembre 2008

2007	acumulado septiembre 2008
MYTRAVEL	MYTRAVEL
BRITANNIA AB	BRITANNIA AB
SPANAIR	JETX AIRLINES LIMITED
NOVA AIRLINES AB/ NOVA AIR	NOVA AIRLINES AB/ NOVA AIR
JETX AIRLINES LIMITED	SPANAIR
SCANDINAVIAN AIRLINES SYSTEM	AIR EUROPA
AIR EUROPA	IBERWORLD AIRLINES, S.A.
UKRAINE INTERNATIONAL AIRLINES	AUSTRIAN AIRLINES
KHORS AIRCOMPANY	NEOS SPA
HAMBURG INTERNATIONAL	
THOMAS COOK AIRLINES BELGIUM	

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: TURISMO DE TENERIFE

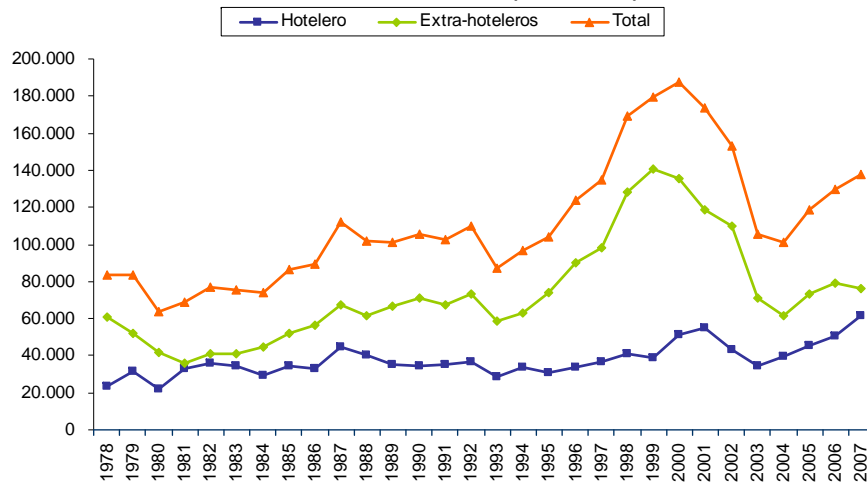
4.1 > Previsiones aéreas del mercado sueco

Las previsiones aéreas de AENA para el invierno 08/09 apunta un incremento de la capacidad aérea con Suecia del 5,3%, para una oferta total de plazas del 164.698 plazas. El número previsto de operaciones para el invierno entre ambos mercados ascenderían a 783, con un incremento respecto al invierno anterior del 4,12%. Las rutas previstas conectarían Tenerife con los aeropuertos de Estocolmo/Arlanda, Goteborg, Malmoe, Norrkoping, Orebro y Karlstad.

5. Datos del mercado sueco en Tenerife

Según los datos del Cabildo de Tenerife sobre turismo receptivo, la evolución del turismo sueco en Tenerife muestra hasta la década de los noventa, una tendencia ligeramente creciente, aunque caracterizada por un comportamiento altamente fluctuante entre un año y otro. Así, entre 1978 y el año 1993, los ritmos de crecimientos medios interanuales fueron del +0,3%. Es a partir del año 1993, cuando el turismo sueco inicia un despegue continuado en la isla hasta el año 2000, con ritmos de crecimientos interanuales del +11,5%. A partir del año 2000 y hasta el año 2004, se invierte esta tendencia, con descensos medios del 14,3%, para iniciar nuevamente una fase expansiva hasta la actualidad con ritmos de crecimientos medios del +10,7%.

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN TENERIFE SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (1978 - 2007)



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

Un total de 137.526 turistas suecos visitaron la Isla en el año 2007, con un incremento respecto a 2006 del 6,3% y una cuota en la Isla del 2,6% incrementándose ligeramente respecto a 2006 (+0,2 puntos porcentuales).

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN TENERIFE (2002-2007)											
	SUECOS										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var 03/02	Var 04/03	Var 05/04	Var 06/05	Var 07/06
Enero	27.543	17.455	12.791	18.807	23.392	20.958	-36,63%	-26,72%	47,03%	24,38%	-10,41%
Febrero	24.647	15.114	13.785	17.045	18.718	20.209	-38,68%	-8,79%	23,65%	9,82%	7,97%
Marzo	26.853	16.531	13.320	18.608	19.402	19.639	-38,44%	-19,42%	39,70%	4,27%	1,22%
Abril	10.858	8.330	9.218	9.935	11.284	10.438	-23,28%	10,66%	7,78%	13,58%	-7,50%
Mayo	1.884	1.940	274	977	363	381	2,97%	-85,88%	256,57%	-62,85%	4,96%
Junio	1.830	2.129	602	779	482	507	16,34%	-71,72%	29,40%	-38,13%	5,19%
Julio	2.351	2.148	991	802	853	735	-8,63%	-53,86%	-19,07%	6,36%	-13,83%
Agosto	1.965	647	1.012	700	723	621	-67,07%	56,41%	-30,83%	3,29%	-14,11%
Septiembre	2.323	929	875	998	802	737	-60,01%	-5,81%	14,06%	-19,64%	-8,10%
Octubre	10.309	8.591	13.348	12.784	14.094	15.832	-16,67%	55,37%	-4,23%	10,25%	12,33%
Noviembre	18.514	17.133	18.895	20.209	18.258	22.797	-7,46%	10,28%	6,95%	-9,65%	24,86%
Diciembre	23.705	14.725	16.156	17.190	20.965	24.672	-37,88%	9,72%	6,40%	21,96%	17,68%
Total Anual	152.782	105.672	101.267	118.834	129.336	137.526	-30,83%	-4,17%	17,35%	8,84%	6,33%

FUENTE: STDE Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo Tenerife - Investigación Turística

En el acumulado a septiembre de 2008, han llegado a Tenerife 81.556 turistas suecos, un +9,8% más que en el mismo periodo de 2007 y representando al 2% del total de turistas que visitaron la Isla.

El turismo sueco, en 2007, se decanta por el alojamiento extrahotelero (55,3%) frente al hotelero (44,7%). A pesar de la menor importancia del turismo sueco en los hoteles de Tenerife, los ritmos de crecimiento medios interanuales de los últimos cuatro años en esta modalidad, se sitúan en el +15,6%. Por su parte, los establecimientos extrahoteleros, muestran un comportamiento desfavorable, cambiando con la tendencia que venía presentando los años anteriores, registrando un descenso de -3,65% en el año 2007.

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN TENERIFE POR TIPOLOGÍA (2000 - 2007)

	Hotelero	Extra-hoteleros	Total	Var. Hotelero	Var. Extra-hoteleros	Var. Total
2000	51.527	135.841	187.368	32,54%	-3,18%	4,57%
2001	54.587	118.868	173.455	5,94%	-12,49%	-7,43%
2002	43.234	109.548	152.782	-20,80%	-7,84%	-11,92%
2003	34.330	71.342	105.672	-20,59%	-34,88%	-30,83%
2004	39.863	61.404	101.267	16,12%	-13,93%	-4,17%
2005	45.247	73.587	118.834	13,51%	19,84%	17,35%
2006	50.338	78.998	129.336	11,25%	7,35%	8,84%
2007	61.412	76.114	137.526	22,00%	-3,65%	6,33%

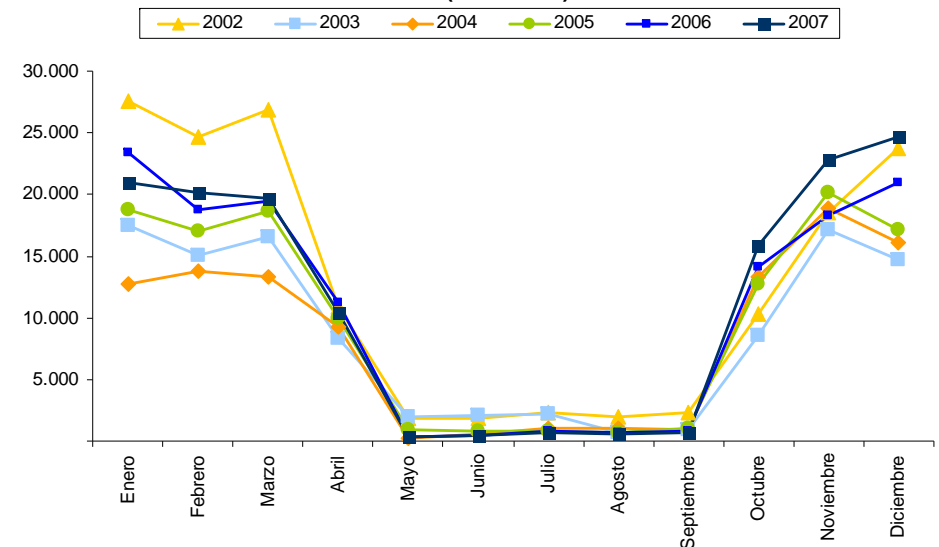
FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife.
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística.

En los primeros nueve meses de 2008, el 45,29% de los turistas suecos se han alojado en establecimientos hoteleros y en establecimientos extrahoteleros un 54,70%. Ambas tipologías alojativas han evolucionado positivamente en este periodo con incrementos de +12,52% en los hoteles y +7,78% en la tipología extrahotelera.

La evolución mensual del turismo sueco en los últimos años muestra una elevada estacionalidad, que se concentra en los meses no estivales. Con respecto a la temporada alta del turismo sueco, los meses de, febrero, octubre, noviembre y diciembre del año 2007 muestran un comportamiento muy positivo respecto al año anterior, con crecimientos que superan el +10% en el caso de los meses de octubre, noviembre y diciembre.

En los meses de verano (de mayo a septiembre) de 2008, el turismo sueco ha incrementado el número de turistas más de un 60%, a excepción del mes de agosto, donde el incremento fue de casi un 28%.

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN TENERIFE (2002-2007)



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

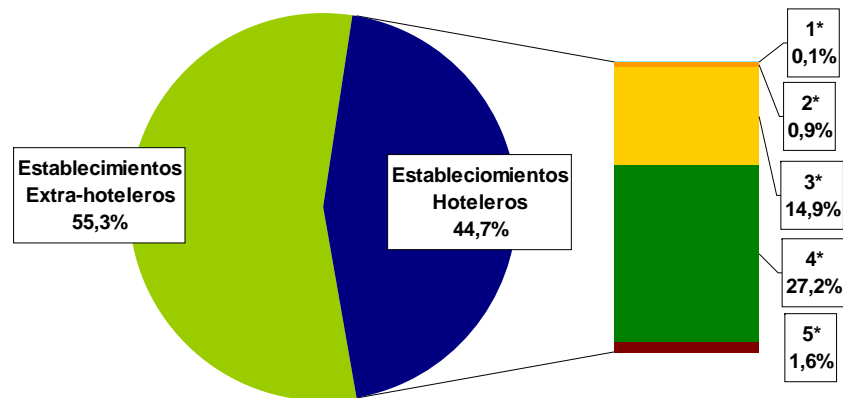
En 2007 el 3,5% de los turistas que se alojan en establecimientos extrahoteleros son suecos, mientras que en el sector hotelero representan el 2% del total de turistas que se alojan en esta tipología. Suecia, es de entre los emisores nórdicos, el país con una mayor cuota en Tenerife (2,6%), seguido de Finlandia (2,2%).

En el acumulado de los primeros nueve meses del año, del total de turistas alojados en los establecimientos extrahoteleros, el 2,74% son suecos y en el sector hotelero representan un 1,55%. Suecia (cuota 2,03%) es el primer mercado nórdico para Tenerife seguido de Dinamarca (1,94%).

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

En el año 2007, la distribución alojativa es la siguiente:

DISTRIBUCIÓN ALOJATIVA DEL MERCADO SUECO EN TENERIFE 2007



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

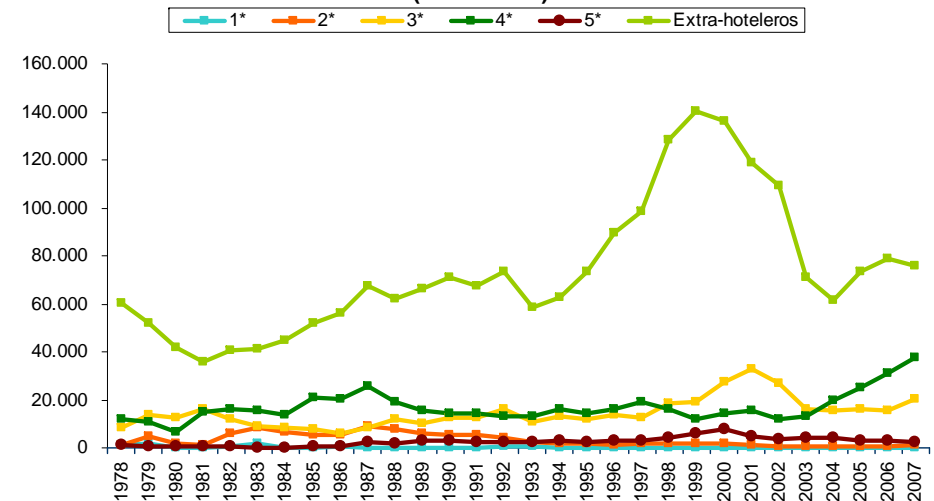
En el sector hotelero, los hoteles de 3* y 4* son los preferidos por parte de los turistas suecos, alojándose el 14,9% y 27,2% respectivamente. A pesar de que en general los turistas nórdicos presentan niveles de renta y de gasto en destino elevados, el establecimiento hotelero de 5 estrellas presenta una baja demanda entre este emisor, ya que tan sólo el 1,6% de los mismos, se alojan en este tipo de establecimiento.

En el acumulado enero-septiembre 2008, los hoteles de 3* y 4* continúan siendo los que tienen mayor cuota de este mercado

(17,08% y 26,18% respectivamente. Sólo el 1,51% de estos turistas se alojan en hoteles 5*.

La evolución del número de alojados suecos en la Isla de Tenerife en 2007, según la categoría y tipología del establecimiento es la siguiente:

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN TENERIFE POR CATEGORÍA (1978 - 2007)



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

Se constata en los últimos 4 años un incremento en el número de alojados suecos en establecimientos hoteleros, siendo lo más destacado por categorías, los incrementos de los alojados en categorías de 4 estrellas, con crecimientos medios interanuales para el período 2004-2007 del +24%.

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

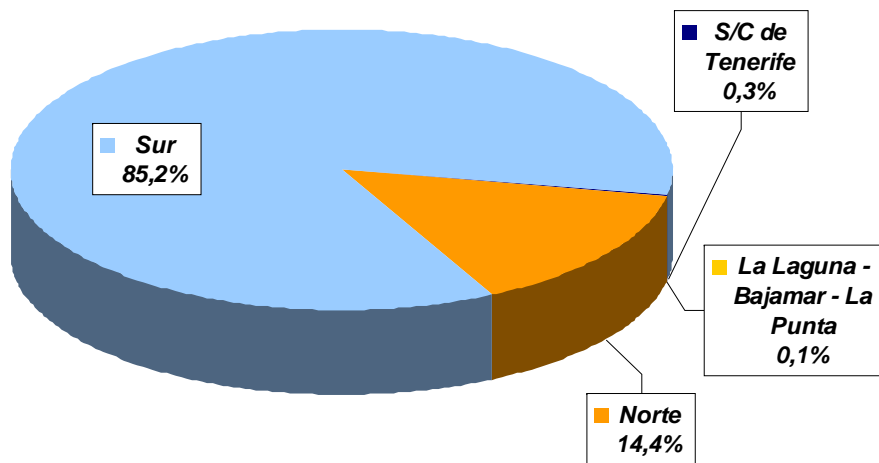
TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN TENERIFE POR CATEGORÍA (1978 - 2007)								
	Hoteleros					Total	Extra-hoteleros	Total
	1*	2*	3*	4*	5*			
1978	1.000	1.113	8.490	11.654	955	23.212	60.442	83.654
1979	1.843	4.882	13.566	10.619	825	31.735	51.664	83.399
1980	46	2.088	12.615	6.616	722	22.087	41.497	63.584
1981	45	1.399	15.865	15.154	689	33.152	35.607	68.759
1982	856	6.064	12.064	16.067	787	35.838	40.865	76.703
1983	1.649	8.170	8.745	15.752	255	34.571	40.905	75.476
1984	114	6.507	8.368	13.991	272	29.252	44.814	74.066
1985	278	5.094	7.915	20.959	384	34.630	52.169	86.799
1986	399	5.637	6.073	20.376	771	33.256	56.134	89.390
1987	33	8.858	8.087	25.867	2.135	44.980	67.250	112.230
1988	8	7.540	11.713	18.812	2.040	40.113	61.896	102.009
1989	122	5.936	10.229	15.575	2.951	34.813	66.383	101.196
1990	24	5.346	12.301	14.057	3.064	34.792	70.861	105.653
1991	16	5.516	12.512	14.428	2.646	35.118	67.265	102.383
1992	366	4.189	15.975	13.175	2.625	36.330	73.203	109.533
1993	477	2.677	10.448	13.099	2.105	28.806	58.461	87.267
1994	95	1.561	13.335	15.904	2.787	33.682	62.980	96.662
1995	47	1.701	11.932	14.418	2.655	30.753	73.636	104.389
1996	120	1.340	13.696	15.903	2.698	33.757	89.840	123.597
1997	113	1.645	12.731	18.981	3.186	36.656	98.471	135.127
1998	132	1.875	18.310	16.160	4.345	40.822	128.381	169.203
1999	134	1.522	19.191	12.175	5.854	38.876	140.298	179.174
2000	262	1.948	27.294	14.249	7.774	51.527	135.841	187.368
2001	293	1.195	33.108	15.386	4.605	54.587	118.868	173.455
2002	114	793	27.140	11.838	3.349	43.234	109.548	152.782
2003	157	538	16.362	13.275	3.998	34.330	71.342	105.672
2004	95	607	15.556	19.567	4.038	39.863	61.404	101.267
2005	123	631	16.353	25.229	2.911	45.247	73.587	118.834
2006	95	715	15.511	31.203	2.814	50.338	78.998	129.336
2007	70	1.201	20.509	37.435	2.197	61.412	76.114	137.526

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística.

6. Comportamiento por zonas turísticas de Tenerife

En 2007, el turismo sueco en Tenerife se aloja mayoritariamente en la zona Sur (85,91%) de la Isla, seguida de la zona Norte (14,4%), mientras que las zonas de Santa Cruz y La Laguna-Bajamar-La Punta no llegan al 1%

DISTRIBUCIÓN POR ZONAS TURÍSTICAS DEL MERCADO SUECO EN TENERIFE 2007



Zona 1: Capital. Zona 2: Laguna, Bajamar, Punta, Hidalgo, Tacoronte. Zona 3: Norte. Zona 4: Sur.
FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

En el acumulado a septiembre de 2008, el 86% de los turistas suecos se alojaron en la zona Sur, el 13,4% en la zona Norte y el restante 0,6% entre las zonas de Santa Cruz y La Laguna-Bajamar-La Punta.

6.1 > Zona Sur

Esta zona alojó en el año 2007 a 117.200 turistas suecos lo que representa el 85,2% de este emisor, esta cuota experimentó un descenso de 0,7 puntos porcentuales a favor de la zona norte que incrementó su cuota de este emisor en 1,2 puntos porcentuales para acaparar un 14,4%.

En el acumulado a septiembre 2008, la zona alojó 70.141 turistas suecos, es decir al 86% del total de estos turistas que visitaron la Isla. Incrementándose esta cuota (+0,77 puntos porcentuales) tras absorber parte de la pérdida experimentada por la zona Norte (-0,98 puntos porcentuales).

La zona experimenta en 2007 incrementos, por tercer año consecutivo, aunque cada vez más moderado, siendo este incremento en el último año de un 5,48%, crecimiento que se sitúa por debajo del crecimiento promedio de esta nacionalidad en el conjunto insular (6,3%). Este mercado representa para la zona Sur el 3% del turismo que se aloja en dicha zona, cifra que experimenta un ligero crecimiento respecto al año 2006 (+0,3 punto de cuota)

En el acumulado a septiembre 2008, vuelve a experimentar incrementos significativos, de un +10,87% con respecto a igual periodo de 2007. Este incremento que experimenta el mercado sueco en la zona sur es superior al de la zona para el total de nacionalidades en +7,23 puntos porcentuales. El mercado sueco representa el 2,32% del total de turistas alojados en la zona.

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

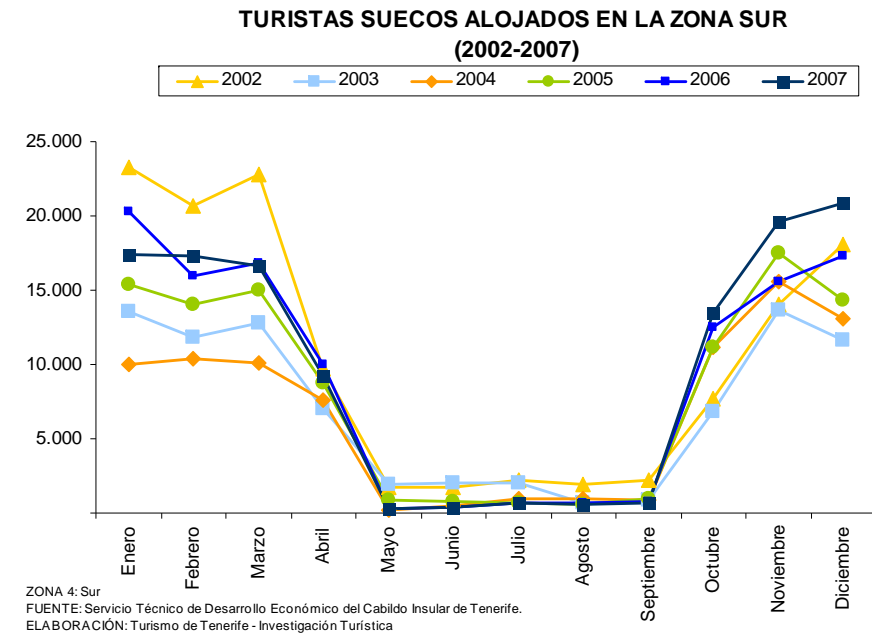
TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN LA ZONA SUR (2002-2007)											
	SUECOS										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var 03/02	Var 04/03	Var 05/04	Var 06/05	Var 07/06
Enero	23.317	13.567	10.018	15.426	20.257	17.429	-41,81%	-26,16%	53,98%	31,32%	-13,96%
Febrero	20.627	11.842	10.351	14.063	15.967	17.311	-42,59%	-12,59%	35,86%	13,54%	8,42%
Marzo	22.761	12.745	10.119	14.971	16.826	16.650	-44,01%	-20,60%	47,95%	12,39%	-1,05%
Abril	9.744	7.024	7.616	8.773	9.986	9.277	-27,91%	8,43%	15,19%	13,83%	-7,10%
Mayo	1.723	1.876	194	857	242	298	8,88%	-89,66%	341,75%	-71,76%	23,14%
Junio	1.693	2.036	528	722	357	419	20,26%	-74,07%	36,74%	-50,55%	17,37%
Julio	2.217	2.044	927	706	705	643	-7,80%	-54,65%	-23,84%	-0,14%	-8,79%
Agosto	1.903	628	982	547	671	575	-67,00%	56,37%	-44,30%	22,67%	-14,31%
Septiembre	2.249	868	829	951	726	660	-61,41%	-4,49%	14,72%	-23,66%	-9,09%
Octubre	7.734	6.786	11.111	11.156	12.492	13.490	-12,26%	63,73%	0,41%	11,98%	7,99%
Noviembre	14.054	13.648	15.546	17.507	15.550	19.590	-2,89%	13,91%	12,61%	-11,18%	25,98%
Diciembre	18.061	11.634	13.051	14.370	17.337	20.858	-35,58%	12,18%	10,11%	20,65%	20,31%
Total Anual	126.083	84.698	81.272	100.049	111.116	117.200	-32,82%	-4,04%	23,10%	11,06%	5,48%

ZONA 4: SUR
FUENTE: STDE Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo Tenerife - Investigación Turística

Al igual que ocurre a nivel del conjunto insular, la estacionalidad del turismo sueco y nórdico en general en los meses de invierno es notoria, tal y como se puede observar en el siguiente gráfico.

En el año 2007, los meses de febrero, mayo, octubre, noviembre y diciembre, fueron especialmente buenos para la zona sur, con incrementos respecto al año 2006, que han superado el 20%, como por ejemplo, en mayo, noviembre y diciembre.

En el año 2008, los mejores meses para la zona han sido febrero y marzo, con mayor número de turistas e incrementos de 8,21% y 36,25% respectivamente. Al igual que en el conjunto insular, los meses de verano (de mayo a septiembre) han sido muy buenos con incrementos superiores al 70% a excepción de agosto en el que el incremento fue de un 26%.



La evolución del turismo sueco alojado en la zona en los últimos años muestra un cambio de tendencia a partir del año 2005, donde se comienzan a registrar incrementos, tras años consecutivos de descensos. Este comportamiento se produce también en la tipología hotelera, dicha recuperación se inicia un año antes, mientras que en la extrahotelera, tras dos años consecutivos de incrementos en 2007 experimentó un descenso del -6,09%.

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN LA ZONA SUR POR TIPOLOGÍA (2000 - 2007)

	Hotel	Extra-H	Total	Var. Interanual Hotel	Var. Interanual Extrahotelera	Var. Interanual Total
2000	38.429	113.183	151.612	25,48%	-5,21%	1,05%
2001	44.886	97.944	142.830	16,80%	-13,46%	-5,79%
2002	34.823	91.260	126.083	-22,42%	-6,82%	-11,73%
2003	25.817	58.881	84.698	-25,86%	-35,48%	-32,82%
2004	30.757	50.515	81.272	19,13%	-14,21%	-4,04%
2005	37.769	62.280	100.049	22,80%	23,29%	23,10%
2006	44.117	66.999	111.116	16,81%	7,58%	11,06%
2007	54.282	62.918	117.200	23,04%	-6,09%	5,48%

Fuente: Estadísticas Turismo Receptivo Cabildo de Tenerife.
Elaborado: Turismo de Tenerife - Investigación Turística.

De los turistas suecos alojados en la zona Sur en 2007, un 53,68% lo hicieron en establecimientos extrahoteleros y el restante 46,32% lo hizo en establecimientos hoteleros. Los establecimientos extrahoteleros alojaron a 62.918 turistas suecos (-6,09%), mientras que los hoteles alojaron a 54.282 de estos turistas (+23,04%).

En el acumulado a septiembre, el 54,47% de los turistas suecos alojados en la zona Sur se alojaron en establecimientos extrahoteleros y un 45,53% en establecimientos hoteleros. Los turistas suecos alojados en establecimientos extrahoteleros asciende a 38.206 turistas con un incremento del +12,76%, mientras que los hoteles alojaron a 31.935 turistas suecos, +8,7% más que en igual periodo de 2007.

6.2> Zona Norte

En 2007 la zona aloja al 14,4% del turismo sueco que visita Tenerife, cuota que ha experimentado un incremento de 0,7 puntos respecto al año 2006, en detrimento de la zona Sur.

La zona Norte cierra el año 2007 con un total de 19.761 turistas suecos alojados, lo que supone un incremento respecto al año 2006 del 15,95%. El mercado sueco representa para la zona Norte una cuota del 1,8%.

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN LA ZONA NORTE (2002-2007)

	SUECOS										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var 03/02	Var 04/03	Var 05/04	Var 06/05	Var 07/06
Enero	3.830	3.454	2.185	3.058	3.002	3.469	-9,82%	-36,74%	39,95%	-1,83%	15,56%
Febrero	3.750	2.961	2.898	2.748	2.531	2.861	-21,04%	-2,13%	-5,18%	-7,90%	13,04%
Marzo	3.828	3.530	2.682	3.337	2.312	2.920	-7,78%	-24,02%	24,42%	-30,72%	26,30%
Abril	887	1.066	1.097	949	1.103	1.127	20,18%	2,91%	-13,49%	16,23%	2,18%
Mayo	128	51	70	102	85	49	-60,16%	37,25%	45,71%	-16,67%	-42,35%
Junio	102	61	62	31	103	75	-40,20%	1,64%	-50,00%	232,26%	-27,18%
Julio	96	87	36	78	113	79	-9,38%	-58,62%	116,67%	44,87%	-30,09%
Agosto	44	14	13	126	45	35	-68,18%	-7,14%	869,23%	-64,29%	-22,22%
Septiembre	54	50	28	27	52	56	-7,41%	-44,00%	-3,57%	92,59%	7,69%
Octubre	2.428	1.275	2.070	1.520	1.562	2.267	-47,49%	62,35%	-26,57%	2,76%	45,13%
Noviembre	4.040	2.901	3.042	2.449	2.561	3.073	-28,19%	4,86%	-19,49%	4,57%	19,99%
Diciembre	5.181	2.577	2.816	2.581	3.573	3.750	-50,26%	9,27%	-8,35%	38,43%	4,95%
Total Anual	24.368	18.027	16.999	17.006	17.042	19.761	-26,02%	-5,70%	0,04%	0,21%	15,95%

ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte

FUENTE: STDE Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo Tenerife - Investigación Turística

En el acumulado a septiembre de 2008, se alojan en la zona Norte de la Isla en 13,4% de los turistas suecos, 0,98 puntos porcentuales menos que en el mismo periodo de 2007. Este mercado representa para la zona el 1,37% del total de sus turistas.

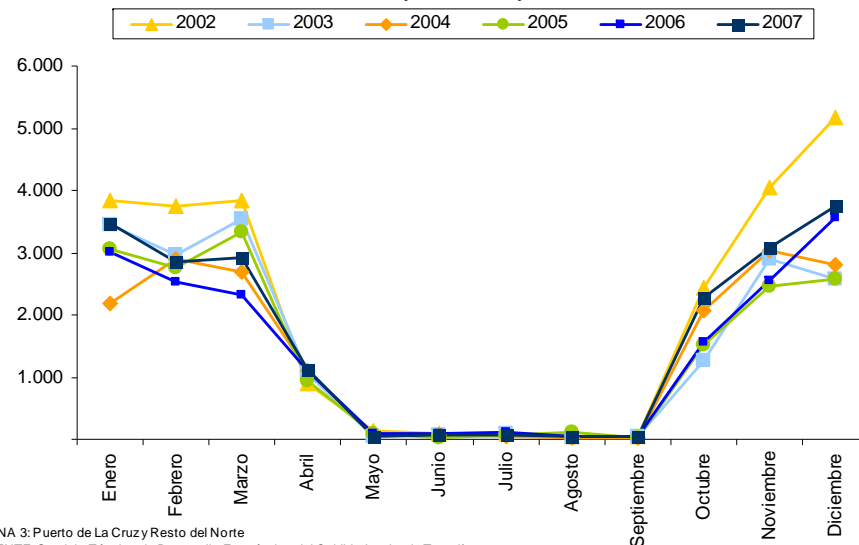
El total de turistas alojados en la zona, en el acumulado a septiembre 2008, ha sido de 10.934 turistas, incrementándose respecto al año anterior un +8,7%.

En la zona Norte, al igual que en el conjunto insular y en la zona Sur, la estacionalidad del mercado es característica en los meses de invierno, sin que se observe ningún patrón de desestacionalidad. El inicio del año 2007, con respecto al año 2006, comenzó de forma positiva pero en los meses de mayo a agosto experimentó descensos importantes de más del 20%, mejorando a partir del mes de septiembre hasta final de año cerrando el año con un incremento de 15,95%, este crecimiento contrasta con el 6,3% de este emisor en el conjunto de la isla.

(enero-abril) han tenido una evolución negativa, con descensos entre 1-5%, a excepción de marzo que obtuvo un incremento del 9%. Los meses de verano (mayo – septiembre), por el contrario, han sido muy positivos, con incrementos entre un 53% y un 98% en todos los meses a excepción de junio cuya evolución es negativa, con un descenso de -33%.

En el año 2007, del total de turistas suecos alojados en la zona Norte, el 66,43% se aloja en establecimientos extrahoteleros mientras que el 33,57% lo hace en hoteles.

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN LA ZONA NORTE (2002-2007)



ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte
 FUENTE: Servicio Técnico de Desarrollo Económico del Cabildo Insular de Tenerife.
 ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

En la evolución mensual de 2008, se produce la misma estacionalidad que en los años anteriores, aunque este año los meses de invierno

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN LA ZONA NORTE POR TIPOLOGÍA (2000 - 2007)

	Hotel	Extra-H	Total	Var. Interanual Hotel	Var. Interanual Extrahotelera	Var. Interanual Total
2000	7.680	22.579	30.259	23,12%	8,78%	12,09%
2001	6.540	20.920	27.460	-14,84%	-7,35%	-9,25%
2002	6.151	18.217	24.368	-5,95%	-12,92%	-11,26%
2003	5.616	12.411	18.027	-8,70%	-31,87%	-26,02%
2004	6.130	10.869	16.999	9,15%	-12,42%	-5,70%
2005	5.749	11.257	17.006	-6,22%	3,57%	0,04%
2006	5.093	11.949	17.042	-11,41%	6,15%	0,21%
2007	6.633	13.128	19.761	30,24%	9,87%	15,95%

Fuente: Estadísticas Turismo Receptivo Cabildo de Tenerife.
 Elaborado: Turismo de Tenerife - Investigación Turística.

La zona Norte alojó a 6.633 turistas suecos en establecimientos hoteleros, con un incremento del +30,24% respecto al año anterior, cambiando el comportamiento negativo que venía experimentando en los años anteriores, a excepción del 2004. Sin embargo, en establecimientos extrahoteleros, la cifra alcanzó los 13.128 turistas, con un incremento del +9,87%, cifra que ha evolucionado positivamente en los últimos tres años.

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

Para el acumulado a septiembre de 2008, el 58,54% de los turistas suecos utilizaron alojamientos extrahoteleros, el restante 41,46% se alojó en hoteles de la zona.

Los hoteles alojaron a 4.533 de estos turistas experimentando una evolución positiva respecto a 2007 con un incremento del +41,17%, por el contrario, los establecimientos extrahoteleros también perdieron turistas suecos, alojando un -14,20% menos que en igual periodo de 2007, en total alojó a 6.401 turistas.

6.3> Zona Santa Cruz

En 2007, la zona aloja al 0,3% del turismo sueco que visita Tenerife, cuota que ha experimentado un descenso de 0,5 puntos respecto al año 2006, a favor de la zona norte.

La zona de Santa Cruz, alojó en 2007 a un total de 466 turistas suecos, todos ellos en establecimientos hoteleros, lo que supone una reducción del -55,06% respecto al año 2006, este emisor viene experimentando en la zona, continuos descensos desde hace tres años.

En el acumulado hasta septiembre de 2008, la zona ha alojado al 0,46% de los turistas suecos que visitaron la Isla en este periodo. La zona ha alojado a 399 de estos turistas, incrementándose un 72% con respecto a igual periodo de 2007.

TURISTAS SUECOS ALOJADOS EN LA ZONA SANTA CRUZ (2002-2007)											
	SUECOS										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var 03/02	Var 04/03	Var 05/04	Var 06/05	Var 07/06
Enero	382	419	567	280	122	33	9,69%	35,32%	-50,62%	-56,43%	-72,95%
Febrero	263	296	536	219	203	32	12,55%	81,08%	-59,14%	-7,31%	-84,24%
Marzo	247	247	508	290	236	67	0,00%	105,67%	-42,91%	-18,62%	-71,61%
Abril	224	233	502	209	191	33	4,02%	115,45%	-58,37%	-8,61%	-82,72%
Mayo	18	10	10	14	29	21	-44,44%	0,00%	40,00%	107,14%	-27,59%
Junio	20	32	9	24	19	13	60,00%	-71,88%	166,67%	-20,83%	-31,58%
Julio	23	13	28	18	34	10	-43,48%	115,38%	-35,71%	88,89%	-70,59%
Agosto	16	5	17	27	7	5	-68,75%	240,00%	58,82%	-74,07%	-28,57%
Septiembre	11	7	15	20	24	18	-36,36%	114,29%	33,33%	20,00%	-25,00%
Octubre	144	514	166	103	25	55	256,94%	-67,70%	-37,95%	-75,73%	120,00%
Noviembre	420	576	296	247	107	127	37,14%	-48,61%	-16,55%	-56,68%	18,69%
Diciembre	456	507	288	235	40	52	11,18%	-43,20%	-18,40%	-82,98%	30,00%
Total Anual	2.224	2.859	2.942	1.686	1.037	466	28,55%	2,90%	-42,69%	-38,49%	-55,06%

ZONA 1: S/C de Tenerife
FUENTE: STDE Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo Tenerife - Investigación Turística

6.4> Zona La Laguna-Bajamar-La Punta

Esta zona acapara el 0,07% de los turistas suecos que se alojan en Tenerife, con un total de 99 turistas en el año 2007, cifra que experimenta descenso del -29,79%.

En el acumulado a septiembre de 2008, la zona aloja al 0,1% de los turistas suecos, en total 82 turistas, un +36,6% más que en igual periodo de 2007.

Las cifras tan reducidas de turistas procedentes de este emisor para esta zona, no permiten realizar un análisis desagregado como en el resto de zonas, por lo que en este apartado nos limitaremos a ofrecer las cifras analizadas en el párrafo anterior.

7. La imagen de Canarias en el mercado sueco

Para el turista sueco, los pensamientos espontáneos vinculados a viajes son experiencias muy positivas y giran, sobre todo, en torno a cuatro valores: Descanso (Tranquilidad, Desaparecer, Estar en compañía), Experiencias y aventuras (incluidas Naturaleza y Cultura), Buen tiempo (Sol, Playa, Calor) y Disfrutar (Buena comida, Ir de compras). Estas categorías son la base de los motivos más importantes para viajar.

Los viajes exclusivamente de sol y playa, no resultan especialmente interesantes, sobre todo entre los jóvenes y los jubilados. En todos los segmentos, los participantes expresan su deseo de combinar buen clima (sol y calor) con experiencias en forma de cultura, vida en la gran ciudad o naturaleza.

Para los jóvenes, el viaje ha de ayudarles a expresar su identidad: quieren ser originales visitando destinos diferentes. Además, quieren experimentar culturas y entornos diferentes, así como conocer gente interesante y genuina.

Para las familias (30-45 años con hijos menores de 15 años) los motivos para viajar son salir de viaje con mayor frecuencia, huir del día a día, pasar tiempo con la familia, vivir nuevas experiencias todos juntos y descansar.

Los objetivos más importantes del viaje para los miembros del grupo 30-55 años sin hijos menores de 15 años son: experiencias nuevas y diferentes de cultura y naturaleza, experimentar emociones y disfrutar de la gastronomía.

Los jubilados viajan, sobre todo, para cambiar de aires, tener nuevas impresiones, buen tiempo, la posibilidad de bañarse y para buscar

emociones. Quieren vivir la naturaleza y la cultura, experimentar una vida diaria diferente y acercarse a la población autóctona.

El modo en que los viajeros experimentan la calidad en el destino no está directamente relacionado con el lujo o la extravagancia, sino con conocer el destino tal cual es y con llevarse experiencias auténticas de vuelta a casa. No obstante, es importante que la población autóctona sea agradable y les reciba bien, así como que el alojamiento tenga una buena relación calidad-precio y esté limpio.

Los criterios generales más importantes a la hora de escoger un destino (válido para todos los segmentos) son:

- > No tantos turistas, sin explotar, sin turismo de masas
- > Naturaleza hermosa e interesante
- > Cultura bien preservada y lugares de interés
- > Buen tiempo (sol, baño, calor)
- > Nivel de precios (compras baratas, comida y bebida buena y barata, poder permitirse algún extra)
- > Población amable y acogedora, con un modo de vida propio independiente del turismo
- > No demasiado lejos (cuestión tanto de tiempo como de precio)

El grupo más **joven, 20-30 años**, declara elegir España como destino principalmente por Barcelona, que se percibe como una metrópoli interesante que ofrece una amplia abanico de diversión y experiencias: gente abierta y auténtica en un ambiente moderno e internacional, compras, comida y bebidas de calidad, lugares históricos y culturales, exposiciones de arte, bares y clubs, y ocio musical (como eventos, conciertos, festivales). Otra razón de los jóvenes para viajar a España es que les gusta el idioma. También muestran interés por conocer y explorar otras partes de la España continental.

Los más jóvenes no se declaran interesados por las Islas Baleares ni Canarias. A su parecer, estos destinos están relacionados con viajes organizados para todo el mundo, con un pobre poder diferenciador, lo cual se percibe como algo muy negativo.

La razón que se aduce para no viajar a España es principalmente por la imagen de un destino demasiado común con gran cantidad de turistas. Por ello declaran elegir a menudo destinos más lejanos y "exóticos".

El **grupo de mediana edad, 30-45 años con hijos menores** eligen España como destino, principalmente porque confían en la calidad y por el clima estable. Otras ventajas que se mencionan son la cercanía y la disponibilidad. Tanto las Islas Baleares como las Islas Canarias se describen como lugares de vacaciones seguras de "sol y playa" para toda la familia. Se percibe España como un país al que es fácil viajar con niños pequeños. Los servicios y las instalaciones (piscinas, alojamiento, equipamientos para niños, etc.) son fiables y suelen funcionar bien.

El clima resulta especialmente atractivo, al igual que la comida y la bebida, que son mejor valoradas en España que en Grecia por ejemplo. La gente del lugar es percibida como muy amable y de fácil trato.

La razón de no viajar a España que sale de este grupo es que se percibe como un destino demasiado caro en la actualidad. Han surgido nuevas alternativas interesantes y de menor coste como son: Croacia, Egipto, Turquía, Bulgaria y Tailandia. Además, el grupo de familias jóvenes con niños pequeños percibe España como un país demasiado saturado de turistas, lo que le resta atractivo.

El segmento de 30-55 años sin hijos menores, elige España como destino principalmente por la gran variedad de actividades y

experiencias combinada con un buen clima muy estable. Lo que más interés despierta en este grupo es la España peninsular, ya que las Islas Baleares y Canarias se asocian demasiado con viajes organizados (paquetizados) masificados.

En este segmento, se percibe España con una oferta más cultural, histórica y de experiencias en la naturaleza que Grecia, por ejemplo, que queda vinculada a "sol y playa" de manera más monotemática. Barcelona es muy apreciada por aquellos que la han visitado, la califican de "ciudad impresionante". Así mismo, la Comida y bebida son vistas como buenas razones para visitar España. Otro factor importante es que los españoles son percibidos como gente liberal, de mente abierta, amables y amigables.

La razón para no viajar a España en este grupo es, de nuevo, que se percibe como un destino bastante caro hoy en día. Por lo tanto piensan que pueden conseguir mayor calidad (buena gastronomía, cultura, historia y ambiente auténtico, etc.) por un coste muy parecido en Francia o Italia. Además, este grupo ve a España como un destino poco exótico, caracterizado por turismo masivo, lo que lo hace menos atractivo.

El **grupo de mayor edad, 55-70 años, jubilados y prejubilados**, elige España por el clima cálido, la gente amable y la sensación de un destino conocido (predecible) y seguro. También se aprecia de España la cercanía y la facilidad de viaje.

La razón de no viajar a España para este grupo es que lo asocian con al imagen "vieja/gastada" y negativa de haber sido el primer destino que se explotó masivamente en Europa para viajes organizados. Muchos participantes de este segmento han estado varias veces en España hace tiempo y, aunque no conozcan las Baleares ni las Canarias, ellos entienden que ya "han hecho" España. Perciben el país como un tanto obsoleto, no tan nuevo e interesante como otros

destinos. La imagen de una España que ofrece otras cosas diferentes al “sol y la playa” no está implantada en este grupo, lo que les lleva a escoger otros destinos que les resultan más desconocidos y exóticos.

Además, declaran que la España peninsular no es lo suficientemente cálida en invierno (que es cuando desean evadirse del frío sueco), y esto representa una desventaja.

En general, los principales competidores de España son: Italia, Francia, Grecia, Croacia, Bulgaria, Túnez, Turquía, Egipto y Tailandia.

España y Grecia son destinos que los participantes consideran se han encarecido en los últimos años. Los destinos considerados más caros son Italia y Francia. El más barato es Bulgaria, que principalmente ofrece sol y playa.

El punto fuerte de España es, entre otros, que los viajeros lo consideran un destino agradable, con buena comida y no tan caro como Italia y Francia. El punto débil de España es que se asocia menos con cultura, naturaleza hermosa o experiencias interesantes al mismo nivel que Francia o Italia. En este punto se podría promocionar una imagen de España diferente a la de únicamente sol y playa.

En comparación con Bulgaria, Turquía, Túnez o Egipto, España destaca como un destino caro y demasiado “corriente”. En este punto, España podría destacar la seguridad, la sencillez y la riqueza cultural.

Croacia y Grecia ocupan una posición fuerte en cuanto a sol y playa, con aguas claras y pueblecitos con encanto. Para mejorar su posición competitiva, España podría resaltar la desconocida vida rural, la vida en las grandes ciudades y los lugares culturales e históricos.

Los principales competidores de las Islas Canarias son Egipto y Tailandia, que todos los grupos consideran más exóticos y más

genuinos. En relación con Egipto, Canarias puede poner en valor una mayor seguridad. Con respecto a Tailandia, se puede destacar la proximidad de España con Suecia.

Internet es la principal fuente de información para todos los segmentos (excepto el de los jubilados) que, a pesar de todo, lo utiliza también con mucha frecuencia. Por esta razón, es muy importante el modo en que España se perfila tanto en páginas más oficiales como a través de la publicidad por Internet. También los testimonios personales en las comunidades web y los foros online desempeñan una función muy importante en la imagen de España como destino, sobre todo, entre los más jóvenes.

La imagen que tienen los suecos de España empieza a estar más matizada, y se ha despertado el interés por el país, y en este sentido, es muy importante la información e imagen que desde los medios de comunicación se proyecta del país. No obstante, todavía queda un cliché de España como país de viajes charter. Por esta razón, es conveniente un alejamiento y atenuación de su imagen de destino de sol y playa. España tiene muchas posibilidades para resaltar su lado cultural e histórico con entornos más genuinos. La España continental es la más atractiva y los suecos desconocen muchas de sus regiones.

La imagen y el argumentario a desarrollar tendrían que girar alrededor de la proyección de entornos bien preservados, las experiencias genuinas y la diversidad de las culturas y propuestas de acercamiento desde diferentes ángulos a la población española.

Dafo general del mercado sueco

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Clima: sol y bueno tiempo en invierno Naturaleza - emocionante y diversa con muchas montañas Playas bonitas Relativamente "cerca" (para tener calor en invierno) Accesible / sencillo Apto para niños Seguridad Buena comida	Turismo de masas/ Explotado Entornos demasiado "a la sueca" Sin cultura española genuina Sensación de "demodé"
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Naturaleza intacta Excursiones y actividades en la naturaleza, p. ej. Senderismo o ciclismo Promocionar como destino joven	Turismo de masas Egipto y tailandia son los principales competidores: se consideran más exóticos y genuinos

Las posibilidades de Canarias en el mercado sueco pasan en primer lugar por seguir comunicando los puntos fuertes que ya son relativamente conocidos, es decir, la cercanía al calor en invierno y la facilidad y lo barato de los viajes.

No obstante, también se pueden potenciar otros valores menos conocidos para ganar terreno a los competidores: una naturaleza hermosa e intacta, la posibilidad de realizar actividades (como por ejemplo senderismo) así como la buena comida y el vino. También podrían resultar atractivas las experiencias y las excursiones a volcanes. Del mismo modo, se podría comunicar la aptitud del destino para los niños.

La mejor oportunidad para Canarias es atraer a familias con hijos que buscan una vida sencilla y de gran calidad, además de calor y descanso en un lugar exótico, seguro y amable.

Los jóvenes de 20 a 30 años no están para nada interesados en las Islas Canarias y por eso les resulta difícil hacer propuestas sobre qué les podría atraer de ellas. Afirman que el "problema" es que es un destino demasiado común. Como quieren ser originales en sus viajes, viajar a Canarias no les parece interesante.

Para que Canarias resulte un destino atractivo al que querer viajar, es necesario que haya algo único.

Tienen la idea de que los que viajan a Canarias son, sobre todo, familias con hijos y jubilados. Por lo que a ellos respecta, Canarias no les interesa, sobre todo porque es un destino para personas normales y corrientes, y ellos no quieren viajar donde viajan "todos los demás".

Grupo de 30-45 años con hijos menores de 15 años ven como punto fuerte de Canarias su proximidad y el hecho de que cuente con sol y calor en cualquier época del año.

Asimismo, mencionan en numerosas ocasiones la belleza de la naturaleza de las islas y la oportunidad de resaltar el carácter exótico de las mismas.

El grupo de 30 a 55 años sin hijos menores de 15 años se demanda la autenticidad perdida de las islas y se plantean la existencia de una cultura verdaderamente genuina en Canarias. De ser así, consideran que el marketing de las islas debería reflejarlo más claramente.

Este grupo también considera que la fortaleza de las Islas Canarias es el sol y la playa, y afirman que es mejor aferrarse a este concepto y desarrollarlo al máximo: patrocinar Canarias como la experiencia

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

perfecta de tranquilidad, sol y playa en un entorno natural bonito y bien preservado.

El grupo de 55 a 70 años jubilados y prejubilados conocen Canarias y a los que les gusta consideran que hay que acabar con los prejuicios mostrando, por ejemplo, enclaves desconocidos y sin explotar.

Los jubilados que no conocen Canarias tienen la idea de que hay demasiados turistas y muchos jóvenes que se van de fiesta a lo loco. Apuestan por erradicar el turismo de masas.

La imagen asociada a destinos alternativos a España es la siguiente:

ITALIA:

Grupo 1 Jóvenes 20-30 años	Grupo 2 30-45 años con hijos menores	Grupo 3 30-55 años sin hijos menores	Grupo 4 55-70 años jubilados y prejubilados
Naturaleza bonita (montañas)	Buena comida	Caro	Edificios interesantes
Caro	Caro	Cercano	Ambiente
Población simpática	Viajes de esquí	Buena comida	Caro
Buena comida	Viajes de fútbol	Viñedos	Fútbol
Idioma bonito	Buen vino	Golf	Entornos genuinos
Fútbol	No sólo sol	Historia	Cultura
Café	Viajes temáticos	Cultura	Esquí, actividades
Mafia	Vacaciones al sol	Mucho que ver	Naturaleza bonita
Disfrutar la vida	Calidad	Sol y buen tiempo	Vino y comida
Historia	Playas bonitas	Población simpática	Estilo
Edificios interesantes	Idioma bonito	Viajes de esquí	
Compras			
Moda			
Originalidad			
Arte			
Arquitectura			
Asociaciones más positivas			
Ambiente	Ofrece variedad	Cultura	Cultura
Historia	Buena comida	Buena comida	Autenticidad
Asociaciones más negativas			
Caro	Caro	Caro	Caro

La imagen de Italia es unánime en todos los segmentos. Italia se vive como un destino clásico que “se ha hecho con la patente” del liderazgo en moda, arte, cultura, historia e incluso buena comida y bebida.

En comparación con España, Italia se considera un destino más variado que no sólo ofrece sol y playa, sino multitud de experiencias diversas. España es un destino más “encasillado” en sol y playa con una oferta de entretenimiento mayor que Italia, tal y como muestran también los resultados del estudio cuantitativo.

El aspecto negativo de Italia es que se considera un destino demasiado caro para los suecos, uno de los países más caros de Europa.

En lo que respecta a aspectos positivos, sólo hay pequeñas diferencias entre los grupos. El segmento más joven se centra más en el interés histórico, el ambiente auténtico y romántico vinculado a Italia. Los dos grupos de mediana edad aprecian de Italia que ofrezca actividades diversas al igual que buena comida. El grupo de mayor edad asocia Italia sobre todo con un ambiente auténtico y con cultura.

GRECIA:

Grecia es un destino clásico para los suecos y muchos conocen bien el país. Algunos tienen experiencias negativas de turismo de masas, mientras que otros tienen experiencias más genuinas y muy positivas.

Grecia se considera un destino que ofrece vacaciones sencillas de sol y playa a precios relativamente baratos. No obstante, piensan que se ha encarecido en los últimos tiempos.

Grecia se percibe como un destino de sol y playa más atractivo a un menor precio que España.

La principal diferencia entre grupos respecto a la percepción de Grecia es el hecho de que el segmento de jóvenes y el de mediana edad con

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

niños son algo más negativos respecto a Grecia que los otros dos segmentos. Mientras los segmentos de 30 a 55 años y de 55 a 70 años apenas establecen asociaciones negativas con Grecia, algunos participantes de los grupos de jóvenes y el de 30 a 45 años opinan que Grecia está sobreexplotada, y que está sufriendo un proceso de encarecimiento.

Grupo 1 Jóvenes 20-30 años	Grupo 2 30-45 años con hijos menores	Grupo 3 30-55 años sin hijos menores	Grupo 4 55-70 años jubilados y prejubilados
Sin tanta cultura Población simpática	Se ha encarecido La comida no es tan buena	Buena comida Sol y buen tiempo	Cultura Buen tiempo
Poca delincuencia	En las playas no hay tanta gente	Gente estupenda	
Vacaciones de sol Se habla inglés	Archipiélago	País seguro	Sol Playa, agua limpia y transparente
Buena comida	Playas bonitas	Relativamente barato	Población agradable
Islas, buenas playas	Sol y playa	Pueblos, no grandes ciudades	Buena comida
"Turístico" Paisaje feo Tratamiento a la sueca (negativo)	Idioma complicado	Autenticidad Menos turistas	Islas Se ha encarecido Idioma complicado
Asociaciones más positivas			
Vacaciones sencillas al sol	Sol y playa	Menos turistas	Agua limpia, buenas playas
Asociaciones más negativas			
"Turístico"	Ahora más caro	-	-

TURQUÍA:

Turquía es un destino nuevo ante el cual algunos se muestran escépticos. No obstante, los que ya lo han visitado suelen afirmar haberse sorprendido de forma positiva. Aprecian el bajo nivel de los

precios así como la comida, barata y sabrosa. El grupo que se muestra más positivo es el de 30-45 años con hijos menores de 15.

El segmento más joven, de 20 a 30 años, presenta más escepticismo ante el país por razones políticas.

Las demás asociaciones negativas con Turquía, en todos los segmentos, tienen que ver con la inseguridad por razones políticas. España es un destino con una mayor estabilidad social y política y con mejores infraestructuras, pero a precios menos asequibles.

Grupo 1 Jóvenes 20-30 años	Grupo 2 30-45 años con hijos menores	Grupo 3 30-55 años sin hijos menores	Grupo 4 55-70 años jubilados y prejubilados
Estambul / gran ciudad	Población simpática	Buena comida	Buen tiempo
Estado totalitario Persecución de los kurdos	Buena comida Barato	SPA Sol y playa	Sol y playa Inseguridad / Atentados
Inseguridad Población desagradable	Buen tiempo Inseguridad / Incertidumbre	barato Coches bomba	Suciedad Mercados
Nuevo destino turístico Barato	Novedad	Estado canalla	Buena comida
Diferente Fascista	Mucho que ver Llamada a la oración Peor calidad	Problemas gastrointestinales Dos continentes Mucha cultura	Se habla inglés Barato
Asociaciones más positivas			
Novedad	Barato	-	Barato Buena comida
Asociaciones más negativas			
Gobierno antipático	Inseguridad	Inseguridad	Inseguridad

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

FRANCIA:

Francia ocupa una posición fuerte y clara en todos los segmentos. Los participantes relacionan el país con cultura, buena comida y buen vino.

También los aspectos negativos son los mismos en todos los grupos: los franceses no quieren hablar inglés y por eso es difícil hacerse entender en el país. Además, los visitantes se sienten mal recibidos como turistas. Los participantes consideran que Francia es un país exclusivo en el que hacer turismo resulta caro.

Francia aventaja a España en la oferta cultural, natural y gastronómica, mientras que España es un destino más barato y cuenta con una población más agradable.

El grupo de personas de mayor edad, se muestra ligeramente más negativos en su percepción de Francia que los demás grupos.

Grupo 1 Jóvenes 20-30 años	Grupo 2 30-45 años con hijos menores	Grupo 3 30-55 años sin hijos menores	Grupo 4 55-70 años jubilados y prejubilados
Naturaleza bonita	Buena comida	Exclusivo	Idioma complicado
Población desagradable	Caro	Viajes de esquí	Viajes de esquí en los Alpes
Pueblos auténticos	Lujoso	Buena comida	La población no quiere hablar inglés
Edificios	Viajes de esquí	Población desagradable	Población arrogante
Viaje de idiomas	Vino	Caro	Caro
Buena comida y bebida	Mal servicio	Idioma complicado	Cultura
Cultura	Población desagradable	Indispensable hablar francés	Vino y comida
Idioma complicado	Sol y playa	Viñedos	Actitud negativa ante los turistas
	Playas bonitas	No tan cálido	
Asociaciones más positivas			
Cultura	Buena comida y bebida	Exclusividad Esquí Buena comida y bebida	Esquí Cultura
Asociaciones más negativas			
Población desagradable	Población desagradable Caro	Población desagradable	Población desagradable
		Idioma complicado	

CROACIA:

Croacia es un destino nuevo que atrae a muchos. El agua y las playas están limpias y se puede disfrutar de una naturaleza intacta. Todavía no está masificado, lo que es muy apreciado.

Lo común a todos los grupos es que se muestran muy interesados por Croacia, que es percibida como un destino poco explotado y nada caro.

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

Sin embargo no les resulta un destino bien conocido, por lo que la imagen del país descrita más arriba se deduce de los que tienen conocimiento del país.

Grupo 1 Jóvenes 20-30 años	Grupo 2 30-45 años con hijos menores	Grupo 3 30-55 años sin hijos menores	Grupo 4 55-70 años jubilados y prejubilados
No tan explotado Sol "Novedad" Cultura Montañas, paisaje bonito Alojamiento barato Cercanía	Barato Cercano Buena comida Sol y playa	Barato Playas limpias No tan explotado Malas carreteras	Auténtico Es posible navegar Buen tiempo Playa Aguas claras Costa bonita Buena comida Barato Desconocido / Emocionante Cultura Comunista
Asociaciones más positivas			
Nuevo destino	Barato	-	Barato Novedad
Asociaciones más negativas			
Poco conocido	Poco conocido	Poco ordenado Mala infraestructura	Poco conocido

EGIPTO

Los jóvenes de 20 a 30 años no tienen una imagen clara respecto de Egipto, aunque en algunos casos hayan mencionado que lo podrían ver como una alternativa a España.

Tampoco el grupo de 30-55 años sin hijos menores de 15 está especialmente interesado en Egipto.

Grupo 1 Jóvenes 20-30 años	Grupo 2 30-45 años con hijos menores	Grupo 3 30-55 años sin hijos menores	Grupo 4 55-70 años jubilados y prejubilados
El Cairo	Población agradable		Preocupación política
Tienen playas	Atractivo Alternativa para Canarias Experiencias Inseguridad / Amenaza de bomba Diferente Camellos Sol y playa Las pirámides Las tumbas El Mar Rojo como acuario Igual distancia que a Canarias Barato Problemas gastrointestinales		Sol y playa Alternativa para Canarias
Asociaciones más positivas			
-	Meteorología en invierno Destino nuevo Variación	-	Meteorología en invierno
Asociaciones más negativas			
-	Inseguridad	-	Inseguridad política

Por el contrario, el grupo 30-45 años con hijos menores de 15 presenta un gran interés por Egipto. Lo comparaban con Canarias porque el viaje tiene casi la misma duración y porque se puede ir a Egipto en pleno invierno y encontrar sol y buen tiempo.

El buen tiempo es una imagen compartida con el grupo de jubilados y prejubilados de 55 a 70 años.

SITUACIÓN DEL MERCADO SUECO

Todos los segmentos consideran que Egipto es más barato y que el país es más “novedoso” que Canarias, pero por otro lado, en el segmento de jubilados y prejubilados expresan su preocupación por las circunstancias políticas.

TAILANDIA

Todos los segmentos mencionan Tailandia en términos muy positivos, como un destino exótico y rentable. En comparación con los destinos europeos, lo ven como un viaje relativamente largo y caro, pero una vez que se está en destino, la vida es muy barata.

Asimismo, queda constatado que viajar a Tailandia hoy en día resulta más rápido y cómodo, lo que hace que Tailandia sea una alternativa totalmente realista para los viajes con destino a Europa. Tailandia resulta especialmente atractiva en invierno, con el sol y el buen tiempo, y constituye un competidor serio para Canarias.

Grupo 1 Jóvenes 20-30 años	Grupo 2 30-45 años con hijos menores	Grupo 3 30-55 años sin hijos menores	Grupo 4 55-70 años jubilados y prejubilados
Sol y playa Exótico Muchos turistas	Muchos van a Tailandia Muy buen servicio Cultura diferente	Barato Compras baratas	Cultura diferente Cálido en invierno Temperatura agradable todo el año Auténtico
Buceo Tsunami Gran ciudad: Bangkok Barato	Exótico Explotado Montar en elefante Golf		Pederastas Alternativa para Canarias Gente sonriente Buena comida
Espontaneidad	Sencillez Vivir en un hotel de lujo es asequible Barato Buceo		
Asociaciones más positivas			
Exótico	Exótico Rentable	-	Clima agradable
Asociaciones más negativas			
-	-	-	Pederastas

8. Características del turismo nórdico que visita Tenerife 2007 y Acumulado enero-septiembre 2008

Los datos de la Encuesta al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife para el año 2007 y los nueve primeros meses del año 2008, apuntan las siguientes características destacadas de los **turistas nórdicos en su conjunto** que han visitado la Isla.

8.1 > Edad

El turista nórdico está entre los turistas de mayor edad que visita la Isla (46,51 años), por detrás del turista alemán (47,30 años), francés (47,23 años) y británico (47,13 años). Sobrepasa la media de edad del total de nacionalidades en 2,49 años (44,02 años) y se reduce respecto al año anterior su media de edad (-0,7 años).

EDAD MEDIA DE LOS TURISTAS NÓRDICOS EN TENERIFE (años)			
	2006	2007	Diferencia
Finlandia	46,52	44,59	-1,92
Noruega	46,72	47,85	1,13
Suecia	49,44	47,18	-2,26
Dinamarca	45,91	46,38	0,47
Total nórdicos	47,21	46,51	-0,70

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

Atendiendo a los cuatro emisores nórdicos, el turista Noruego es el de mayor edad (47,85 años), no sólo entre el conjunto nórdico sino también entre todas las nacionalidades que nos visitan. Se incrementa su media de edad 1,13 años en 2007. Suecia, con una media de edad

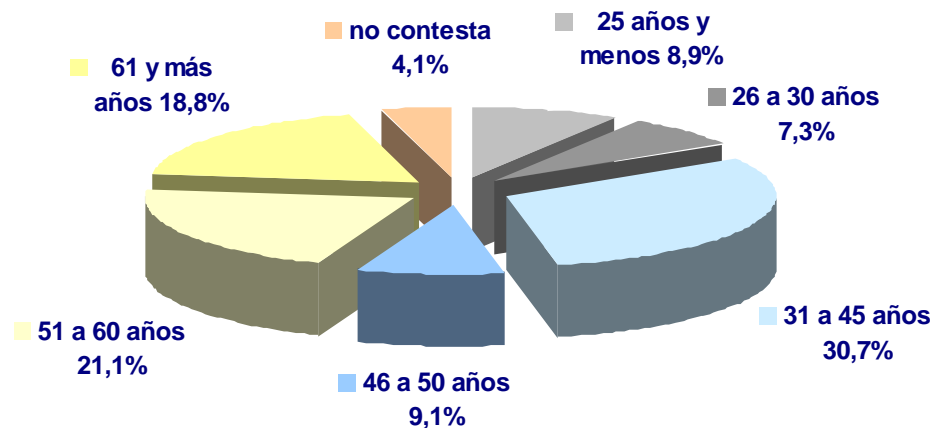
de 47,17 años, es el segundo emisor con más edad entre los nórdicos, con una reducción de 2,26 años en 2007. Finlandeses (44,59 años) y daneses (46,38 años) son los de menor edad entre los turistas nórdicos, situándose por debajo del promedio de edad nórdico, aunque superan al promedio de edad de todas las nacionalidades (44,02 años).

Sin embargo, en los nueve primeros meses del año 2008, la media de edad del turismo nórdico se incrementa 1,85 años, alcanzando los 48,92 años frente a los 47,07 del año anterior. Noruegos y suecos son los que tienen mayor edad, y junto a los turistas finlandeses, son los que contribuyen al incremento de la edad promedio nórdica.

EDAD MEDIA DE LOS TURISTAS NÓRDICOS EN TENERIFE (años) (acumulado enero-septiembre)			
	2007	2008	Diferencia
Finlandia	42,44	48,79	6,35
Noruega	47,84	51,38	3,54
Suecia	48,21	49,79	1,58
Dinamarca	47,99	46,56	-1,43
Total nórdicos	47,07	48,92	1,85

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

DISTRIBUCIÓN POR EDADES DE LOS TURISTAS NÓRDICOS EN TENERIFE (año 2007)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

8.2> Acompañantes

El 47,73% de los nórdicos realiza su viaje en pareja. Un 20,78% lo realiza con la pareja y los hijos, siendo el segmento familiar superior al de la media de todas las nacionalidades en 3,42 puntos porcentuales. Un 11,47% viaja acompañado de otros familiares, un 10,06% con amigos, un 2,81% con hijos/nietos sin pareja y un 2,71% viaja solo.

En general, los cuatro emisores nórdicos se caracterizan por viajar mayoritariamente acompañado de su pareja, si bien, cada uno de ellos

presenta características diferentes respecto al resto, que veremos a continuación:

- > El danés es el que más viaja con su pareja, superando al promedio. También supera ligeramente al promedio en viajar acompañado de otros familiares.
- > El turista finlandés supera al promedio nórdico en su viaje con pareja e hijos (27,98%) y con hijos/nietos pero sin pareja (4,15%).
- > El turista noruego destaca por encima del promedio nórdico en viajar solo (6,88%) y con hijos/nietos sin pareja, y se sitúa en torno a la media nórdica en viaje con amigos (10%).
- > El turista sueco supera al promedio en viajar acompañado de amigos (14,43%) y con otros familiares (12,75%).

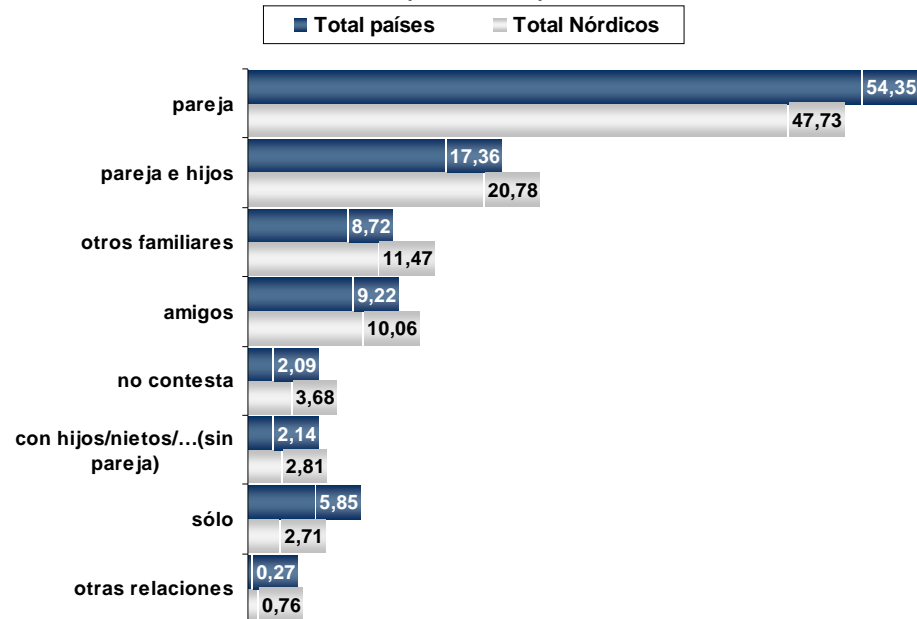
ACOMPAÑANTES TURISTAS NÓRDICOS AÑO 2007 (%)

	Total nórdicos	Finlandia	Noruega	Suecia	Dinamarca
sólo	2,71	1,04	6,88	2,68	1,47
con hijos/nietos/...(sin pareja)	2,81	4,15	3,75	2,01	2,20
pareja	47,73	41,97	45,63	45,97	54,95
pareja e hijos	20,78	27,98	19,38	19,13	18,32
otros familiares	11,47	11,40	8,75	12,75	11,72
amigos	10,06	9,33	10,00	14,43	5,86
otras relaciones	0,76	1,04	1,25	0,34	0,73
no contesta	3,68	3,11	4,38	2,68	4,76
Total	100	100	100	100	100

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

En el periodo enero-septiembre del año 2008 se incrementa un 4,24% la modalidad de viaje con pareja e hijos (20,89%) en el turismo nórdico. También se incrementa el viaje en pareja un 1,84% (51,11%), mientras que el viaje con otros familiares se reduce un 9,89%, situándose en un 10,6%. Son los turistas finlandeses, noruegos y suecos los que más viajan con pareja e hijos, mientras que los daneses destacan fundamentalmente por viajar con pareja e hijos, otros familiares, e hijos/nietos sin pareja.

**ACOMPAÑANTES (%)
(AÑO 2007)**



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

8.3> Nivel de renta familiar

El turista nórdico es el de mayor renta entre todas las nacionalidades que nos visitan, siendo ésta un 22,3% superior a la de la media de las nacionalidades.

La renta media familiar del turista nórdico es de 54.022,84€/año. Los daneses poseen el mayor nivel de renta (9,3% superior a la media

nórdica) mientras que los suecos disponen de la menor (7,9% inferior a la media nórdica).

**RENTA MEDIA DE LOS TURISTAS NÓRDICOS
EN TENERIFE (euros)**

	2006	2007	var. Interanual
Dinamarca	56.378,70	59.021,74	4,69%
Noruega	61.419,64	57.707,14	-6,04%
Total nórdicos	53.568,94	54.022,84	0,85%
Finlandia	47.359,09	50.475,90	6,58%
Suecia	53.632,98	49.750,00	-7,24%

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

En comparación con 2006 los turistas nórdicos han experimentado un alza en su renta media de 0,85% siendo los finlandeses (6,58%) y los turistas daneses (+4,69%) los que más han contribuido a esta subida. Por su parte, noruegos (-6,04%) y suecos (-7,24%) reducen sus ingresos familiares respecto al año 2006.

En los nueve primeros meses del año 2008, la renta media del turista nórdico alcanza los 54.964,29€, un 30,7% superior al promedio (41.491.91€). Noruegos y daneses son los que poseen mayores ingresos medios, con crecimiento notable para el primero y estabilidad en el danés. El nivel de ingresos del turismo sueco se incrementa respecto al año anterior, mientras que se reduce en el mercado finlandés.

PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO

RENTA MEDIA DE LOS TURISTAS NÓRDICOS EN TENERIFE (euros) (enero - septiembre)

	2007	2008	var. Interanual
Noruega	56.050,63	61.427,18	9,59%
Dinamarca	59.306,12	59.318,18	0,02%
Total nórdicos	54.237,89	54.964,29	1,34%
Suecia	49.758,62	52.912,50	6,34%
Finlandia	51.361,45	47.916,08	-6,71%

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

8.4 > Gasto turístico

El gasto total destinado a su viaje a Tenerife por parte del turista nórdico fue de 1.097,86€ en 2007, un 2,89% superior al de 2006. Son los noruegos los que destinan mayor gasto para sus vacaciones en la Isla (1.233,02€).

El gasto diario promedio de los turistas nórdicos en origen, es de 80,42€ por persona, experimentando un incremento del 10,48% en relación a 2006. El gasto diario en destino asciende a 41,92€ por persona, un 4,82% más que en 2006. Son los noruegos los que más gastan en la Isla (46,76€).

En relación al gasto diario en destino, la mayor partida de gasto del turista nórdico se destina a la comida en restaurantes (25,56€ más que el promedio de todas las nacionalidades), compra de comida (11,53€ más que el promedio) y en compras en general (5,35€ más que el promedio), coherente a una mayor tendencia al alojamiento extrahotelero.

GASTO MEDIO DIARIO DEL TURISTA NÓRDICO EN DESTINO SEGÚN CONCEPTO (€/persona/día)

	(€/persona)		Var. Interanual	Peso cada concepto 2007
	AÑO 2006	AÑO 2007		
Restaurantes	15,23	15,22	-0,03%	36,32%
Compras	7,25	8,78	21,09%	20,94%
Compras de comida	7,58	6,88	-9,27%	16,41%
Extras alojamiento	1,77	2,42	37,09%	5,78%
Excursiones organizadas	1,92	1,96	1,95%	4,67%
Alquiler de coche	1,31	1,46	11,18%	3,48%
Ocio/ diversión/ cultura	1,24	1,20	-2,88%	2,87%
Transporte público	0,82	0,92	12,76%	2,20%
Actividades deportivas	0,24	0,64	173,05%	1,54%
Ocio nocturno	0,96	0,57	-40,25%	1,37%
Alojamiento pagado en destino	0,66	0,53	-18,95%	1,27%
Otros servicios fuera del alojamiento	0,34	0,44	28,52%	1,05%
Time sharing	0,09	0,40	340,04%	0,96%
Tratamientos salud	0,27	0,32	17,81%	0,75%
Otros gastos	0,32	0,16	-48,79%	0,39%
Total gasto	39,99	41,92	4,82%	100,00%

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife.
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN GASTO MEDIO DE LOS TURISTA NÓRDICOS EN TENERIFE AÑO 2006-2007 (Euros)

	Gasto medio por turista								
	2006			2007			Var 07/06		
	origen	destino	Total	origen	destino	Total	origen	destino	Total
Noruega	734,39	441,24	1.183,22	758,29	479,66	1.233,02	3,25%	8,71%	4,21%
Finlandia	670,01	376,65	1.052,63	724,01	414,06	1.142,80	8,06%	9,93%	8,57%
Total nórdicos	690,32	372,43	1.067,05	722,28	373,83	1.097,86	4,63%	0,37%	2,89%
Dinamarca	628,38	383,59	1.023,93	707,76	358,17	1.068,47	12,63%	-6,63%	4,35%
Suecia	734,58	1.046,63	1.781,21	713,78	305,72	1.021,33	-2,83%	-4,36%	-2,42%
	Gasto medio diario por turista								
Gasto en origen	2006			2007			Var 07/06		
	origen	destino	Total	origen	destino	Total	origen	destino	Total
Dinamarca	74,72	45,45	122,14	84,45	42,52	127,32	13,02%	-6,44%	4,24%
Noruega	69,15	44,62	118,83	75,20	46,76	122,35	8,74%	4,79%	2,96%
Total nórdicos	72,79	39,99	113,95	80,42	41,92	122,26	10,48%	4,82%	7,30%
Suecia	81,39	34,77	115,83	84,50	36,24	120,88	3,82%	4,21%	4,36%
Finlandia	66,72	38,25	104,82	74,67	44,71	117,96	11,91%	16,89%	12,54%

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO

Durante los nueve primeros meses del año 2008, el gasto vacacional del turismo nórdico se ha incrementado un 1,58%, destinando un total de 1.112,99€ a sus vacaciones en Tenerife. Tanto el gasto en origen como en destino por turista se incrementa. Aunque se produce un incremento en el gato por persona, el gasto diario se reduce como consecuencia del aumento en la duración de la estancia.

En este período, el gasto diario en origen del turista nórdico alcanzó los 70,94€ por persona y día, reduciéndose un 9,47%. En destino el gasto fue de 40,59€ por turista y día, un -4,99% menor.

Se mantienen como principales partidas de gasto las siguientes: gasto en restaurantes, compras y compras de comida. Las dos primeras se reducen respecto al mismo periodo del año anterior, mientras que la compra de comida se incrementa considerablemente.

EVOLUCIÓN GASTO MEDIO DE LOS TURISTA NÓRDICOS EN TENERIFE (enero - septiembre) (Euros)									
Gasto medio por turista									
	2007			2008			Var 07/06		
	origen	destino	Total	origen	destino	Total	origen	destino	Total
Noruega	746,03	483,21	1.219,97	779,61	552,20	1.333,12	4,50%	14,28%	9,28%
Total nórdicos	706,36	382,74	1095,73	710,23	402,85	1.112,99	0,55%	5,25%	1,58%
Finlandia	672,37	454,99	1.148,01	715,46	390,54	1.110,58	6,41%	-14,17%	-3,26%
Dinamarca	706,20	370,78	1.080,72	727,71	389,88	1.104,74	3,05%	5,15%	2,22%
Suecia	702,65	307,08	1.015,12	639,59	329,31	974,51	-8,97%	7,24%	-4,00%
Gasto medio diario por turista									
	2007			2008			Var 07/06		
Gasto en origen	origen	destino	Total	origen	destino	Total	origen	destino	Total
Dinamarca	80,02	42,26	122,71	79,18	42,46	120,21	-1,05%	0,46%	-2,04%
Finlandia	70,68	50,67	120,67	72,02	39,85	111,79	1,90%	-21,36%	-7,36%
Total nórdicos	78,36	42,72	121,78	70,94	40,59	111,17	-9,47%	-4,99%	-8,71%
Suecia	84,58	36,81	122,20	72,85	37,95	110,99	-13,88%	3,10%	-9,17%
Noruega	73,46	45,72	120,73	59,00	42,06	100,89	-19,68%	-8,01%	-16,43%

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

GASTO MEDIO DIARIO DEL TURISTA NÓRDICO EN DESTINO SEGÚN CONCEPTO (enero - septiembre) (€/persona/día)

	(€/persona)		Var. Interanual	Peso cada concepto 2008
	2007	2008		
Restaurantes	15,60	15,42	-1,11%	38,00%
Compras	8,93	7,58	-15,13%	18,67%
Compras de comida	7,03	7,47	6,25%	18,39%
Extras alojamiento	2,34	1,83	-21,78%	4,51%
Excursiones organizadas	1,74	1,74	-0,19%	4,28%
Alquiler de coche	1,62	1,26	-22,12%	3,11%
Alojamiento pagado en destino	0,54	1,19	122,88%	2,94%
Transporte público	0,99	0,93	-6,60%	2,28%
Ocio/ diversión/ cultura	1,28	0,85	-33,55%	2,10%
Ocio nocturno	0,57	0,65	13,03%	1,59%
Tratamientos salud	0,37	0,51	37,76%	1,25%
Otros servicios fuera del alojamiento	0,44	0,43	-2,51%	1,06%
Actividades deportivas	0,69	0,40	-42,74%	0,98%
Otros gastos	0,14	0,17	27,39%	0,43%
Time sharing	0,45	0,09	-79,22%	0,23%
Casinos	0,00	0,08	-	0,19%
Total gasto	42,72	40,59	-4,99%	100,00%

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife.
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

8.5 > Fidelidad

En cuanto al nivel de repetición de visita a la Isla, el porcentaje de turistas nórdicos que manifiestan haber visitado la Isla con anterioridad es de un 56,6%, frente al 58,09% del promedio de turistas. No obstante su nivel de fidelidad aumentó 2,44 puntos con respecto a 2006 (54,16%).

Los finlandeses (63,21%) y noruegos (60%) fueron los turistas nórdicos más fieles al destino en el año 2007, superando incluso al promedio de nacionalidades. Suecia (55,7%) y Dinamarca (50,92%) se situaron por debajo de la media del destino (58,09%).

En los nueve primeros meses del año 2008 el índice de fidelidad del mercado nórdico continúa aumentando. Se situó en un índice del 61,23%, 5,9 puntos por encima del registrado en el mismo período del año anterior. La fidelidad del turista nórdico en el período supera al índice promedio del destino (56,04%) en más de 5 puntos.

En este período siguen siendo los turistas noruegos (65,81%) los más fieles al destino, seguidos por los daneses (61,14%), que a diferencia de los resultados del año 2007, incrementa su fidelidad en casi 10 puntos. En este período todos los emisores nórdicos superan al promedio de nacionalidades en índice de repetición.

8.6> Zona alojamiento

Las Américas es la principal zona donde se alojan los turistas nórdicos (57,9%), habiendo aumentado su preferencia por esta zona un 1,04% con respecto a 2006. Suelen también alojarse en el Puerto de La Cruz (12,88%) aunque esta zona experimenta un descenso del -19,48%. En Los Cristianos se alojó el 11,8% de los turistas nórdicos, registrando un incremento interanual del 15,64%. Un 8,44% se alojó en los Gigantes/Puerto Santiago (+19,69%) y en los centros secundarios del Sur un 8,23% (-1,05%).

Para los cuatro emisores nórdicos la zona de las Américas constituye su principal zona de alojamiento. Sin embargo, estos emisores presentan diferencias respecto al promedio nórdico. Así, los turistas finlandeses superan al promedio nórdico en la zona de Los Gigantes/Pto. Santiago y Puerto de La Cruz. Los turistas Noruegos se sitúan por encima del promedio nórdico en la zona de Los Cristianos. Los turistas suecos en Los Cristianos y Puerto de La Cruz, mientras que los turistas daneses, superan al promedio en su alojamiento en Centros secundarios del Sur, Los gigantes/Pto Santiago y Los Cristianos.

Durante los nueve primeros meses del año 2008, un 35,6% de los turistas nórdicos se alojaron en la zona de Las Américas-Arona (+0,87%), un 24,53% en la zona de Costa Adeje (+6,73%) y un 13,61% en el Puerto Cruz/Valle Orotava (+7,28%). En Los Gigantes/Puerto Santiago/Abama, se alojó el 11,55% (+18,56%), en Los Cristianos el 9,18% (-15,38%) y en los Centros Secundarios del Sur el 4,59% (-41,95%).

La presencia de estos mercados es superior, tanto en el año 2007 como en 2008, en las zonas de las Américas-Arona, Los Gigantes/Pto. Santiago/Abama y en Los Cristianos.

8.7> Alojamiento

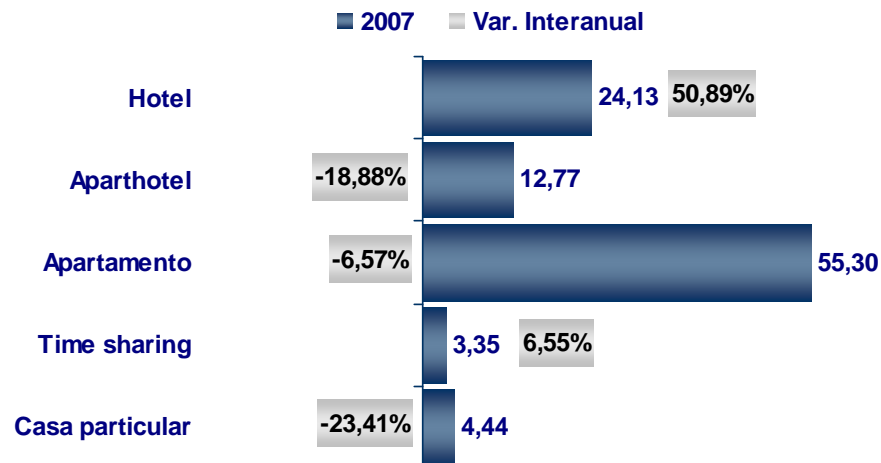
Como ya se detalló en los datos alojativos, en el año 2007 la presencia de turistas nórdicos supera al promedio en las modalidades alojativas de apartahotel y apartamentos. Un 55,30% de los turistas nórdicos se decantan por los establecimientos extrahoteleros, frente al 19,39% en el promedio. Sin embargo, esta modalidad alojativa se reduce un -6,57% respecto al año 2006, al igual que lo hace el apartahotel, que experimenta un descenso del -18,88% y donde se aloja el 12,77% de los turistas nórdicos.

Es el establecimiento hotelero quien se beneficia de los descensos en las modalidades anteriores, registrando un incremento del +50,89% y alojando al 24,13% de los turistas nórdicos. Un 16,45% elige los establecimientos hoteleros de 4* (+53,66%), un 4,22% los de 3* (+45,7%) y un 2,92% se aloja en hoteles de 5* (+65,7%). Sin embargo, en ninguna de estas categorías los turistas nórdicos supera al promedio.

En los nueve primeros meses del año 2008, se mantiene la preferencia por los apartamentos y apartahoteles. Así, el 57,9% de los turistas

nórdicos se alojaron en apartamentos, aumentando esta tipología un +1,3%. Un 15,82% se alojó en apartahoteles, registrando un incremento del +30,42%. Sin embargo y al contrario de lo que sucedió en 2007, reduce su presencia en establecimientos hoteleros un -19,78%, modalidad donde se aloja el 19,78% de estos turistas.

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS NÓRDICOS DE TENERIFE (%)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Tanto en el año 2007 como en los nueve primeros meses del 2008, los cuatro mercados nórdicos se alojaron mayoritariamente en apartamentos, superando al promedio de nacionalidades en esta modalidad.

En el año 2007 cada uno de los cuatro emisores nórdicos mantiene diferencias con respecto al promedio nórdico. En este sentido, el turista finlandés tiene una presencia superior al promedio nórdico en la

modalidad de time sharing y casa particular. El turista noruego tiene mayor peso en apartamentos y casa particular respecto al promedio nórdico. El turista sueco supera al promedio en su alojamiento en establecimientos hoteleros, apartahotel y time sharing. El turista danés, supera al promedio nórdico, además de en apartamentos, también en su elección de apartahoteles.

Sin embargo, en lo que llevamos de año 2008, el turista finlandés reduce drásticamente su presencia en time sharing, y casa particular, aumentando su presencia en apartahoteles y apartamentos.

El turista noruego incrementa su elección por los establecimientos hoteleros, apartahoteles y time sharing.

El turista sueco reduce su presencia en hoteles y apartamentos a favor de los apartahoteles y la casa particular. Por último, el turista danés incrementa su presencia en apartahoteles y apartamentos y reduce el alojamiento en hoteles y casa particulares.

8.8 > Estancia media

Los turistas nórdicos permanecen en la Isla 8,92 días de media (0,63 días menos que la media de las nacionalidades), experimentando un descenso de -0,5 días en relación a 2006. El turista nórdico que más tiempo permanece en la isla es el noruego (10,24).

ESTANCIA MEDIA EN TENERIFE. AÑO 2007 (días)

	2006	2007	Diferencia
Alemania	12,03	12,48	0,45
Suiza + Austria	10,83	12,25	1,42
Italia	9,54	11,11	1,57
Bélgica	10,15	10,64	0,49
Noruega	10,52	10,24	-0,28
Resto del Mundo	9,44	10,02	0,58
Holanda	9,77	9,84	0,07
Británicos	9,68	9,69	0,00
Todos los países	9,44	9,55	0,11
Francia	9,81	9,54	-0,27
Finlandia	9,85	9,27	-0,58
Irlanda (Eire)	8,61	9,11	0,50
Total nórdicos	9,42	8,92	-0,50
Suecia	9,18	8,44	-0,75
Dinamarca	8,46	8,41	-0,05
España	7,08	6,85	-0,23

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

Entre enero-septiembre 2008, la media de estancia del turista nórdico se sitúa en los 9,93 días de media, frente a los 9,35 días de estancia del conjunto de turistas que visitan Tenerife. La estancia del turista nórdico se incrementa en Tenerife casi un día más que en el mismo período del año anterior, mientras que la estancia promedio insular se reduce 0,33 puntos. Son los turistas noruegos los que mayor tiempo permanecen en la isla (13,13 días).

ESTANCIA MEDIA EN TENERIFE. enero-septiembre (días)

	2007	2008	Diferencia
Suiza + Austria	12,69	10,23	-2,46
Alemania	12,65	12,00	-0,66
Rusia	12,32	12,40	0,08
Italia	11,75	9,06	-2,69
Bélgica	11,16	10,58	-0,58
Noruega	10,61	13,13	2,52
Holanda	10,02	10,61	0,59
Británicos	9,85	9,71	-0,14
Todos los países	9,68	9,35	-0,33
Irlanda (Eire)	9,45	8,86	-0,59
Francia	9,19	9,57	0,38
Resto del Mundo	9,13	9,39	0,26
Finlandia	8,98	9,80	0,82
Total nórdicos	8,97	9,93	0,95
Dinamarca	8,79	9,18	0,40
Suecia	8,34	8,68	0,34
España	7,04	6,80	-0,24

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

8.9> Contratación de viaje a Tenerife

Un 78,68% de los turistas nórdicos contrata su viaje a Tenerife bajo la modalidad de paquete turístico, frente a un nivel promedio de contratación de esta modalidad del 53,85%. Es el turista danés el de mayor preferencia del paquete turístico entre los turistas nórdicos, si bien el resto de emisores nórdicos también superan al promedio global.

PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO

CONTRATACIÓN DE PAQUETE TURÍSTICO SEGÚN NACIONALIDADES Año 2007 (%)

	2007
Dinamarca	84,98
Total nórdicos	78,68
Suecia	78,52
Finlandia	77,20
Holanda	76,45
Alemania	75,77
Noruega	70,00
Italia	65,99
Bélgica	65,19
Suiza + Austria	61,54
Francia	56,68
España	56,47
Resto del Mundo	54,83
Todos los países	53,85
Irlanda (Eire)	41,89
Británicos	35,28

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del
Cabildo Insular de Tenerife
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Hay que destacar en estos emisores, que aunque la mayor parte contrata su alojamiento en agencias de viajes convencionales (45,45% frente al 49,12% promedio), también un notable 41,13% lo hace a través de webs de viajes online (frente al 19,34% promedio).

En relación al vuelo, la contratación suele realizarse fundamentalmente a través de agencia online (54,11% frente al 19,23% promedio).

FORMULA DE CONTRATACIÓN DEL ALOJAMIENTO* DE LOS NÓRDICOS (%)

	2006	2007	var. Interanual 07/06
Agencia de viajes real (origen)	*	45,45	*
Web de viajes (origen)	*	41,13	*
Web del alojamiento	*	3,90	*
Agencia real o inmobiliaria (origen)	*	0,00	*
Directamente fax, phone etc.	*	0,97	*
En Tenerife	*	0,11	*
Propietario	*	1,41	*
Cesión gratuita	*	2,60	*
Cesión pagada	*	0,22	*
Intercambio	*	1,73	*
Premio/regalo	*	0,43	*
no contesta	*	2,06	*

Nota: Esta variable ha sido modificada en el cuestionario de 2007, los datos no se pueden comparar con los de 2006
FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

FORMULA DE CONTRATACIÓN DEL VUELO Y ALOJAMIENTO* DE LOS NÓRDICOS (%)

	2006	2007	var. Interanual 07/06
Contrata vuelo y alojamiento como servicios independientes	*	17,32	*
Paquete turístico	*	78,68	*
ns/nc	*	4,00	*

Nota: Esta variable ha sido modificada en el cuestionario de 2007, los datos no se pueden comparar con los de 2006
FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO

FORMULA DE CONTRATACIÓN DEL VUELO* DE LOS NÓRDICOS (%)

	2006	2007	var. Interanual 07/06
Agencia de viajes real (origen)	*	21,21	*
Web de viajes (origen)	*	54,11	*
Agencia de viajes a través fax, phone etc.	*	15,37	*
Personalmente en la compañía aérea	*	0,43	*
Web de la compañía aérea	*	5,74	*
Compañía aérea a través fax, phone etc.	*	0,22	*
no contesta	*	2,92	*

Nota: Esta variable ha sido modificada en el cuestionario de 2007, los datos no se pueden comparar con los de 2006
 FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife
 ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Dado que se trata de un turista esencialmente extrahotelero, los servicios más contratados por los turistas nórdicos suelen ser el vuelo y el alojamiento sin pensión (56,39% frente al 29,21% promedio), si bien esta modalidad experimenta un descenso del 15,69% respecto al año 2006 de acuerdo a la reducción que también se constata en el alojamiento extrahotelero.

Los nórdicos también superan al promedio en la contratación de vuelo-alojamiento con desayuno (16,99% frente al 5,77% promedio), contratación que experimenta un incremento interanual del 9,68%. Un 10,28% contrató media pensión (+36,06%), un 8,44% contrató todo incluido, duplicando las cifras del año anterior, y tan sólo un 1,84% contrató pensión completa, registrando esta modalidad también un incremento.

SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN POR LOS TURISTAS NÓRDICOS (%)

	2006	2007	var. interanual
Sólo vuelo	4,79	6,06	26,63%
Total vuelo y alojamiento	95,21	93,94	-1,34%
Vuelo-sólo alojamiento	66,88	56,39	-15,69%
Vuelo-alojamiento y desayuno	15,49	16,99	9,68%
Vuelo-alojamiento y media pensión	7,56	10,28	36,06%
Vuelo-alojamiento y pensión Completa	1,51	1,84	21,74%
Vuelo-alojamiento y todo incluido	3,78	8,44	123,42%
Servicios complementarios			
Alquiler de coche	6,80	9,85	44,81%
Excursiones	0,88	0,76	-14,07%
Viaje combinado	0,50	0,22	-57,03%
Crucero	0,00	0,00	-

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife
 ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

En el período enero-septiembre del año 2008, la contratación de paquete turístico alcanzó el 78,64% frente al 56,61% del promedio de turistas que lo contrata. En el caso del turismo nórdico, la demanda de paquete se mantuvo estable (-0,5%), mientras que el promedio de visitantes se incrementa un 4,45%.

Destacar el incremento de la contratación independiente de los servicios del viaje entre los turistas nórdicos (18,99%), alcanzando un incremento del 14,7% respecto al mismo período del año 2007. En este período, además de los daneses, también los turistas finlandeses y suecos superan al promedio nórdico en la contratación de paquete turístico.

CONTRATACIÓN DE PAQUETE TURÍSTICO SEGÚN NACIONALIDADES (enero - septiembre) (%)

	2007	2008	var. Interanual 08/07
Holanda	76,47	81,51	6,59%
Finlandia	77,66	81,25	4,62%
Suecia	78,65	81,11	3,13%
Dinamarca	85,79	80,00	-6,75%
Suiza + Austria	61,06	79,83	30,74%
Total nórdicos	79,04	78,64	-0,51%
Bélgica	64,39	78,45	21,84%
Alemania	76,24	72,92	-4,34%
Noruega	67,42	69,23	2,69%
Italia	63,27	66,48	5,07%
España	57,93	60,17	3,85%
Rusia	69,11	60,00	-13,18%
Francia	60,20	56,84	-5,58%
Todos los países	54,20	56,61	4,45%
Resto del Mundo	47,77	55,21	15,57%
Británicos	36,18	39,89	10,24%
Irlanda (Eire)	40,52	10,95	-72,98%

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

8.10> Internet

El 75,76% de los nórdicos que visitaron Tenerife en 2007 usaron Internet para organizar su viaje, frente al 64,09% de promedio. Se incrementa el uso de Internet entre los turistas nórdicos un 4,79%,

siendo los turistas noruegos y daneses los que más uso hacen de esta tecnología, por encima tanto del promedio nórdico como del global.

NIVEL DE USO DE INTERNET DE LOS TURISTAS DE TENERIFE (%)

	2006	2007	var. Interanual 07/06
Noruega	72,66	81,88	12,69%
Irlanda (Eire)	78,52	77,03	-1,90%
Dinamarca	72,00	76,92	6,84%
Total nórdicos	72,29	75,76	4,79%
Británicos	67,38	74,77	10,96%
Finlandia	77,18	74,09	-4,00%
Suecia	67,11	72,48	8,00%
Holanda	63,76	65,41	2,58%
Todos los países	58,81	64,09	8,98%
Suiza + Austria	56,41	62,82	11,36%
Alemania	57,85	58,80	1,65%
Bélgica	58,89	58,15	-1,26%
Resto del Mundo	55,20	55,73	0,97%
España	43,13	48,73	13,00%
Francia	37,55	46,96	25,08%
Italia	40,00	45,92	14,80%

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife.
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Un 41,56% de los nórdicos realizó la compra de alguno de los servicios del viaje a través de Internet, dato que experimenta un incremento del 7,48% respecto al año 2006. Además de superar al promedio en la realización de compra (30,24% promedio), su nivel de reservas, que

PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO

se sitúa en el 12,55% y registra un incremento interanual del 46,59%, también supera al promedio (10,08% promedio).

NIVEL DE USO DE INTERNET DE LOS TURISTAS NÓRDICOS DE TENERIFE (%)			
	2006	2007	var. interanual
Usó internet	72,29	75,76	4,79%
Sólo consultas	25,06	21,65	-13,64%
Para reservar	8,56	12,55	46,59%
Para comprar	38,66	41,56	7,48%
No usó internet	24,43	21,43	-12,30%
No contesta	3,27	2,81	-14,07%

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife.
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

En el período a acumulado a septiembre 2008, la utilización de Internet entre los emisores nórdicos se incrementa un 6,5%, situando su uso en un 84,38%, frente al 67,63% del promedio.

Un 42,72% de estos turistas realizó la compra por esta vía (+2,38%) y un 15,03% realizó la reserva (+6,20%). Un 23,10% únicamente realizó consultas de información (+15,29%). En este período, destacan por su elevado uso de Internet los turistas daneses y finlandeses, retrocediendo los turistas noruegos respecto a los datos del año 2007 e incrementando el uso de Internet los turistas finlandeses.

NIVEL DE USO DE INTERNET DE LOS TURISTAS NÓRDICOS DE TENERIFE (enero - septiembre) (%)			
	2007	2008	var. Interanual 08/07
Irlanda (Eire)	80,17	90,51	12,90%
Dinamarca	77,60	85,14	9,73%
Finlandia	74,47	84,38	13,30%
Total nórdicos	75,92	80,85	6,50%
Británicos	74,30	77,90	4,85%
Suecia	68,54	76,67	11,86%
Noruega	88,76	76,07	-14,30%
Suiza + Austria	66,37	74,79	12,68%
Todos los países	63,24	67,63	6,93%
Alemania	58,35	64,91	11,24%
Holanda	67,45	64,15	-4,89%
Resto del Mundo	57,09	60,28	5,60%
Rusia	52,85	59,33	12,28%
Bélgica	59,02	57,46	-2,65%
España	47,83	55,11	15,23%
Francia	46,77	52,63	12,54%
Italia	45,58	47,80	4,89%

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife.
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

8.11 > Antelación de las reservas

El turista nórdico reserva el alojamiento con una antelación media de 79,13 días (frente a los 78,71 días de promedio) y el vuelo con una antelación de 75,43 días (frente a los 75,43 días del promedio), siendo el más previsora el turista finlandés, con 101,38 días de antelación para el alojamiento y 99,9 días para el vuelo.

Respecto al año 2006, el turista nórdico reduce su antelación en la reserva del viaje entre 3 y 4 días.

Sin embargo, en los nueve primeros meses del año 2008, los datos apuntan a una mayor antelación en la reserva de vuelo y alojamiento por parte del turista nórdico, lo que parece deberse, según apuntan algunas fuentes, al mal tiempo en origen en temporadas anteriores, que ha motivado la realización de reservas con mayor antelación. Incrementa en 4 días su antelación en la reserva del vuelo y 6 días el alojamiento, situando la antelación en 80 días.

En este período, los mercados de mayor antelación de reserva han sido los noruegos y daneses.

8.12 > Escalas del vuelo a Tenerife

El 5,47% de los turistas nórdicos que visitaron la isla de Tenerife en 2007 realizaron escala en otro aeropuerto, cifra que les sitúa por debajo del 9,49% del promedio de turistas que realiza escala. Destaca el turista sueco con un 10,07% que debe realizar escalas en su viaje, superando tanto al promedio nórdico como al promedio del total de turistas de Tenerife.

Durante los nueve primeros meses del año 2008, la realización de escalas por parte del turista nórdico en su viaje a Tenerife se ha reducido a más de la mitad, con tan sólo un 3% que señala haber realizado escalas, a diferencia del total de nacionalidades, con un 10% de escalas.

8.13 > Transfer aeropuerto-alojamiento

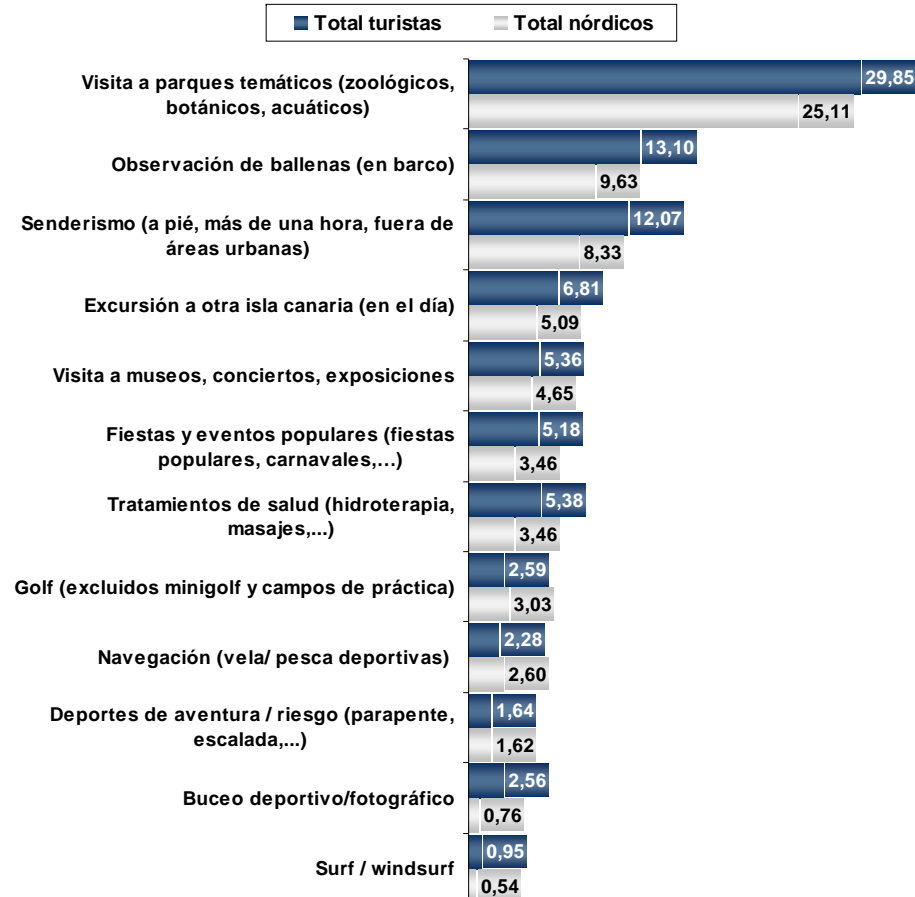
La mayoría de los turistas nórdicos realizan el transfer entre el aeropuerto y el alojamiento en bus turístico (73,48%). Del resto, lo realiza en taxi un 13,31%, en coche privado o de alquiler un 8,44%, por último, y en bus regular un 4,98%.

En el periodo enero a septiembre 2008, el bus turístico sigue siendo la modalidad principal de transfer (73,26%). Sin embargo, pierde peso, al igual que el coche privado o alquiler, el taxi, en beneficio del Bus Regular, que casi duplica su peso.

8.14 > Actividades realizadas durante la estancia

El turista nórdico es menos activo que la media de turistas que visitan la Isla, con sólo un 45,35% que realizan alguna actividad frente a un 53,56% promedio. A ello se une el descenso de un 15,28% en el número que realizan actividades en el año 2007.

ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS NÓRDICOS DURANTE LA ESTANCIA EN TENERIFE (% realiza actividades)(AÑO 2007)



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

Las actividades más realizadas por los turistas nórdicos, aunque con pesos inferiores a la media, son: la visita a parques temáticos (25,11%), la observación de ballenas (9,63%) y el senderismo (8,33%). La única actividad en la que destaca por encima de la media de nacionalidades, es la práctica de golf, la cual realiza un 3,03% de los turistas nórdicos que nos visitan, superando al total de nacionalidades en algo más de un punto porcentual.

De acuerdo con los datos de greenfees vendidos en Tenerife en el año 2007 a no residentes, los turistas nórdicos ocupan el cuarto lugar en la compra de greenfees (cuota del 8,8%), experimentando un descenso de ventas del -10,23%, frente al incremento del 3,29% que se produce a nivel global en la venta de greenfees a no residentes.

EVOLUCIÓN DE GREEN FEES VENDIDOS A NO RESIDENTES POR NACIONALIDADES

	2006	2007	var 07/06
Reino Unido	85.911	85.750	-0,19%
Alemanes	53.070	58.814	10,82%
Espanoles	32.722	33.442	2,20%
Nórdicos	22.038	19.784	-10,23%
Resto mundo	24.148	27.268	12,92%
Total	217.889	225.058	3,29%

FUENTE: Campos de Golf. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife - Investigación Turística

El turismo nórdico que nos ha visitado durante los nueve primeros meses del año 2008 posee un perfil más activo que el que nos visitó en el año 2007, ya que un 51,42% realizó actividades en su visita a la Isla, porcentaje que se incrementa un 9,7% respecto al mismo período del año anterior. A pesar de este incremento, el nivel de realización de actividades del turismo nórdico continúa siendo inferior al promedio (56,92%).

Continúan siendo las actividades más realizadas en este período la visita a parques temáticos, que experimenta un descenso respecto al año anterior, el senderismo, con un incremento notablemente respecto al año 2007 y la observación de ballenas, que se reduce significativamente. En este período, la práctica de senderismo (15%) supera al promedio (12,76%)

8.15> Visitas turísticas en la isla

El 52,27% de los turistas nórdicos han visitado algún lugar de interés turístico de la Isla, frente al 55,23% promedio. De entre los emisores nórdicos, son los turistas daneses y los finlandeses los que más visitas realizan a lugares de interés turístico durante su estancia en la Isla. A pesar de situarse por debajo de la media, este mercado nórdico incrementa la realización de visitas turísticas un 6,42% respecto al año 2006.

Las visitas que más realizan suelen ser al Teide, Puerto de La Cruz, a Santa Cruz y a lugares paisajísticos como Los Gigantes y Masca. Sin embargo, en todas ellas se sitúa por debajo de la media.

EXCURSIONES REALIZADAS POR LOS NÓRDICOS DURANTE LA ESTANCIA EN TENERIFE (% realiza excursiones)			
	2006	2007	var. interanual
Realiza visitas	49,12	52,27	6,42%
El Teide	31,15	32,79	5,28%
Puerto de la Cruz	20,84	24,84	19,22%
Santa Cruz (ciudad)	19,29	17,97	-6,89%
Acantilado de los Gigantes	8,94	10,99	22,92%
Garachico/Icod de los Vinos	8,19	10,61	29,56%
Barranco de Masca	8,56	10,28	20,05%
La Laguna (ciudad)	7,69	7,79	1,30%
La Orotava (centro urbano)	6,68	6,06	-9,21%
Playa de las Teresitas	3,40	4,00	17,76%
Candelaria	3,53	3,90	10,48%
Anaga/Taganana	3,78	3,68	-2,61%
Barranco del Infierno	2,02	3,46	71,86%
No realiza visitas	38,41	33,33	-13,22%
No contesta	12,47	14,39	15,44%

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife
Elaboración: Turismo de Tenerife

Estas excursiones suelen realizarlas en coche de alquiler (26,62%) y a través de excursiones organizadas (19,70%).

Las excursiones con las que se sienten más satisfechos los turistas nórdicos son: Anaga /Taganana, Barranco de Masca y el Teide.

En el período enero-septiembre de 2008, un 50,16% de los turistas nórdicos realizan alguna visita a lugares de interés turístico de la Isla, porcentaje que se reduce un 7,8% respecto al mismo período del año anterior. Los cuatro emisores nórdicos reducen sus visitas a estos lugares.

8.16 > Motivación del viaje

La principal motivación del turista nórdico, para venir a Tenerife es la temperatura (84,09% señalan este motivo), seguida de sol y playa (67,75%) y viajar con familia (33,66%). Ello también quedó patente en el estudio de imagen de Canarias, donde el clima y temperatura apareció como el factor que mejor define a las Islas. Además de las anteriores, los nórdicos superan a la media en el viaje de novios/aniversario.

El turista finlandés se muestra más motivado que el resto de los turistas nórdicos por la temperatura y considerar a Tenerife como destino de su viaje de novio/aniversario y destino ideal para viajar con la familia. El turista noruego destaca por encima del resto en su motivación por disfrutar del sol y la playa.

En los nueve primeros meses del año 2008, poco cambian las motivaciones del turista nórdico. Sin embargo, la búsqueda de sol y playa, así como de tranquilidad, se afianzan entre sus motivaciones en comparación con el mismo periodo del año anterior. Por el contrario, la motivación de viaje con la familia, experimenta en cambio un descenso.

El turista nórdico se diferencia del resto de nacionalidades por una mayor atracción hacia el clima, el sol y playa y el viaje en familia. No obstante, su principal motivación gira en torno a estos factores, además del paisaje natural de la Isla y la tranquilidad y el descanso, aunque estos factores no les diferencia del resto.

FACTORES MOTIVACIONALES DE LOS NÓRDICOS PARA LA ELECCIÓN DE TENERIFE COMO DESTINO TURÍSTICO*

	2006	2007	var. Interanual 07/06
La temperatura cálida	*	84,09	*
Disfrutar del sol y de la playa	*	67,75	*
Visita a familiares/amigos	*	33,66	*
El paisaje natural/la naturaleza	*	24,89	*
Viajar con la familia/con los hijos	*	20,87	*
Tranquilidad/descanso	*	15,91	*
Actividades en la naturaleza (senderismo, observación de	*	6,17	*
El precio barato de este viaje (oferta)	*	5,95	*
Vida nocturna/diversión	*	5,41	*
Realizar el viaje de novios/de aniversario	*	4,98	*
Tratamiento de salud	*	3,79	*
Turismo rural	*	3,03	*
Actividades y visitas culturales (museos, iglesias, lugares	*	2,49	*
Practicar el golf	*	1,52	*
Disponer de alojamiento gratis (cesión, propiedad,...)	*	1,30	*
Practicar otros deportes	*	1,19	*
Deportes marítimos (buceo deportivo, windsurf, vela,...)	*	1,08	*
Principalmente disfrutar de un crucero	*	1,08	*
Viaje de negocios/profesional	*	0,43	*
Asistencia a congresos/ferias	*	0,32	*
Otro motivo	*	2,06	*
No contestan	*	5,74	*

Nota: Esta variable ha sido modificada en el cuestionario de 2007, los datos no se pueden comparar con los de 2006
 FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife
 ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

8.17 > Índice de satisfacción general con el viaje a Tenerife

La satisfacción del turista nórdico en su visita a la Isla en una escala del 1 al 10 se sitúa en 7,38 sin que se produzcan cambios respecto al año anterior. Sin embargo, la satisfacción media del turismo nórdico es inferior a la satisfacción del total de turistas que visitaron la isla en 2007 (7,57).

PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO

Entre los turistas nórdicos, el más satisfecho con el destino es el finlandés (7,87), el cual supera la satisfacción media del destino (7,57), y el menos satisfecho es el sueco (7,05), que se convierte en el menos satisfecho del conjunto de nacionalidades, seguido por el turista noruego (7,12). También por debajo de la media se sitúa el turista danés (7,50), aunque más satisfecho que el conjunto nórdico.

En el acumulado a septiembre 2008, la satisfacción del emisor nórdico con el destino se sitúa en 7,40 puntos frente a los 7,35 puntos del año anterior. En conjunto, los nórdicos se mantienen por debajo de la satisfacción media del destino (satisfacción media 7,53 puntos). Destaca el incremento de satisfacción del turista finlandés, que le sitúa en el emisor más satisfecho tanto entre los nórdicos como del conjunto de emisores que visitan Tenerife.

8.18 > Los aspectos más satisfactorios

Para el turista nórdico los elementos de mayor satisfacción con su viaje son: los elementos ambientales (temperatura y sol), la seguridad personal, la asistencia médica, los servicios de alquiler de coche. En estos factores, su satisfacción supera al promedio. Otros factores como el transporte público, el trato en el alojamiento y la hospitalidad local suponen gran satisfacción para el turista nórdico, si bien, su satisfacción es inferior al promedio.

En los primeros nueve meses del año 2008, los factores ambientales, la seguridad personal y el transporte público son los elementos de mayor satisfacción para el turista nórdico. Sin embargo, a diferencia del año anterior, su satisfacción se sitúa por debajo de la media en cada uno de los aspectos citados.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS NÓRDICOS CON DIFERENTES ASPECTOS DEL VIAJE (escala de satisfacción de 1 a 10)

	2006	2007	Dif. interanual
ÍNDICE MEDIO DE SATISFACCIÓN	7,38	7,38	-0,00
Factores ambientales	7,64	7,59	-0,05
calidad ambiental de la zona turística (ruidos, contaminación, etc.)	6,90	6,92	0,02
Limpieza pública (calles, locales,...)	7,52	7,57	0,05
La estética / paisaje urbano del centro de vacaciones	7,26	7,29	0,02
Tranquilidad / relax	7,21	6,93	-0,28
Paisaje natural / naturaleza	7,68	7,48	-0,20
El sol	8,24	8,39	0,15
La temperatura	8,72	8,62	-0,10
El baño en el mar	7,64	7,55	-0,09
Las playas	7,41	7,35	-0,06
Factores genéricos	6,96	6,84	-0,11
Hospitalidad de la población local	7,80	7,65	-0,15
Elementos de identidad local (tradiciones culturales, patrimonio, folklore, etc.)	6,69	6,44	-0,25
Precios en general en Tenerife	6,44	6,45	0,01
Factores alojativos	7,46	7,49	0,03
Calidad alojamiento	7,60	7,62	0,02
Trato alojamiento	7,91	7,68	-0,23
Calidad de la comida/ bebida en el alojamiento	7,31	7,25	-0,06
Precios del alojamiento	6,90	7,20	0,30
Piscinas del alojamiento	7,48	7,64	0,16
Oferta de restauración	7,25	7,12	-0,13
Calidad de restaurantes y bares	7,48	7,28	-0,20
Oferta de productos y gastronomía local	7,07	7,03	-0,04
El trato del personal	7,63	7,38	-0,25
Los precios de comidas y bebidas en bares y restaurantes	6,81	6,78	-0,03
Servicios e infraestructuras	7,69	7,83	0,14
Seguridad personal	8,06	8,26	0,20
Asistencia médica-sanitaria	7,73	8,04	0,32
Transporte público (taxis, autobuses)	7,87	7,86	-0,02
Servicio de alquiler coches	8,00	8,02	0,02
Estado de las carreteras	7,42	7,57	0,15
Información y señalización turística en Tenerife	7,23	7,40	0,17
Oferta de actividades y ocio	6,92	7,00	0,08
Actividades en la naturaleza	7,36	7,53	0,16
Instalaciones / actividades deportivas	6,74	6,83	0,09
Oferta de ocio nocturno	6,72	6,52	-0,20
Instalaciones / recreo para niños	6,88	7,22	0,34
Actividades culturales	6,71	6,65	-0,07
Oferta comercial	6,86	6,91	0,05
Calidad y variedad del comercio de alimentación	7,17	7,11	-0,07
Calidad y variedad del resto del comercio	6,97	7,00	0,03
Precio del comercio	6,44	6,62	0,18

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

8.19> Los aspectos menos satisfactorios

Los elementos de menor satisfacción para los turistas nórdicos son: la identidad local, los precios en Tenerife, el ocio nocturno, precio del comercio y las actividades culturales. En estos aspectos es más crítico que el resto de emisores.

En el acumulado a septiembre 2008, los elementos de menor satisfacción continúan siendo los mismos y en todas ellos, su satisfacción está por debajo de la media. Sin embargo, respecto al año anterior, su satisfacción con el ocio nocturno se incrementa. También está más satisfecho con los precios de Tenerife, con las actividades culturales, con la identidad local y con el comercio en general

8.20> Quejas

En el año 2007, un 41,67% del turismo nórdico emite alguna queja referida a su viaje a Tenerife frente a un 58,9% de promedio insular. Sus principales quejas están relacionadas con los siguientes aspectos: el alojamiento, el medioambiente urbano, aspectos generales de Tenerife, la venta callejera y el clima. Pese a que su satisfacción media con el destino es inferior a la media, el nórdico se queja en menor medida que la media, de forma que, en ninguna de las quejas citadas, destaca por encima del promedio.

Veamos con más detalle los elementos de mayor queja citados anteriormente:

Alojamiento (14,72%; var +7,2%):

Durante el año 2007 un 14,72% de los turistas nórdicos emitió alguna queja relativa al alojamiento, frente al 17,45% del promedio de turistas.

Sus principales motivos de quejas tienen que ver con la comida y bebida del alojamiento, los ruidos en general, la mala calidad del alojamiento, sus piscinas y la suciedad del mismo.

En los nueve primeros meses del año 2008, el 20,73% de los turistas nórdicos se quejan de su alojamiento, incrementándose un 48,37% respecto al mismo período del año anterior.

Medioambiente urbano (13,10%, var +14,26%):

El 13,10% de los turistas nórdicos emite alguna queja relativa al medioambiente urbano, cifra inferior al promedio (19,3%).

Los elementos que motivan estas quejas son: la masificación turística existente, los ruidos, la saturación de tráfico y la suciedad en general.

De enero a septiembre de 2008, el 12,03% de los turistas nórdicos se queja del medio ambiente urbano, quejas que se incrementan un 7,24% respecto al año anterior.

Aspectos generales de Tenerife (7,25%, var -2,42%)

Un 7,25% de los turistas nórdicos que visitaron Tenerife en el año 2007 se ha quejado de aspectos generales de la Isla, dato inferior al promedio (8,38%). Los aspectos más destacados con este grupo de quejas están relacionados con los precios elevados, el trato en general y la falta de limpieza.

En los nueve primeros meses del año, un 9% emitió quejas relacionadas con aspectos generales de la Isla, cifra que se incrementa un 29,11% respecto al mismo período del año anterior.

Restaurantes/ Pubs (6,60% , var +13,95%)

Un 6,6% se queja de los restaurantes y pubs, situándose en torno al promedio en este aspecto (6,75%). En este caso, las quejas están relacionadas con la comida, mala calidad de los restaurantes, el trato de los camareros, los precios elevados, falta de variedad y la escasez de comida típica.

De enero a septiembre de 2008, el 7,12% de los turistas nórdicos se quejan de los restaurantes y Pubs, cifra que se incrementa un 17,38% respecto al año anterior.

Venta callejera (5,74%, var -20,12%)

El 5,74% se queja de la venta callejera frente al 12,57% del promedio. Motivan estas quejas los vendedores ambulantes, los promotores y ganchos de restaurantes y pubs y vendedores de time sharing.

En lo que llevamos de año 2008 (enero-septiembre), el 8,07% se queja de la venta callejera, registrando un incremento del 56,78%.

Playas y mar (4,44%, var +46,8%)

El 4,44% de los nórdicos se queja de las playas y el mar en su estancia en Tenerife. Estas quejas están motivadas principalmente por el mal estado general de las playas, la presencia de vendedores, temperatura del agua, precios elevados de los servicios de playa (hamaca, sombrilla), suciedad de la arena y no presencia de socorrista.

En los nueve primeros meses del año 2008 el 3,32% de los turistas nórdicos se queja de las playas y del mar, con un incremento del 20,5% de los nórdicos que se quejan por este motivo.

Actividades (2,92%, var +10,48%)

El 2,92% de los nórdicos se han quejado de aspectos relacionados con la oferta de actividades, entre las que destacan las colas y precios a la hora de realizar actividades, calidad de las excursiones organizadas, la mala señalización, la oferta cultural y deportiva.

En los nueve primeros meses del año 2008 un 2,69% de los nórdicos emite quejas relativas a actividades, reduciéndose un 8,54% respecto al mismo período del año anterior.

Información y Comunicación (2,49%, var -14,07%)

El 2,49% de los turistas nórdicos se queja de aspectos relacionados con la información, frente al 2,3% del promedio. Destacan en este apartado las quejas relativas a carencia de idiomas, la disponibilidad de mapas, mala señalización y escasez de prensa.

En el año 2008, tan sólo un 1,42% de los nórdicos se queja de este aspecto aunque se incrementa respecto al mismo período del año anterior un 10,67%.

En las restantes quejas que emiten los turistas nórdicos, la cifra es inferior al 2%, no destacando por encima de la media en ninguna de ellas.

9. Perfil del turista nórdico según rango de edad

Los datos de la Encuesta al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife para el año 2007, apuntan las siguientes características destacadas de los diferentes segmentos de edad de los turistas británicos.

9.1 > Turistas nórdicos con edad comprendida entre 15 y 25 años

- > Representan el 8,9% del turismo nórdico que visita Tenerife. Finlandeses y noruegos tienen un mayor peso en este segmento de edad que el resto de nórdicos.
- > Menor nivel de renta de entre todos los segmentos de edad (33.573,53 euros, frente a los 54.022,84 del promedio nórdico)
- > Viaja fundamentalmente en parejas (43,9%) pero superan a la media en el viaje con otros familiares (25,6%) y amigos (18,3%).
- > Tienen un bajo nivel de fidelidad con el destino, ya que su índice de repetición alcanza apenas el 36,6% frente al 56,6% del promedio nórdico. Este bajo nivel de fidelidad sólo es superado por el segmento de 26 a 30 años, con un 31,3% de repetidores
- > Es el segmento de edad que permanece menos tiempo en la isla (7,51 noches de estancia) frente a las 8,92 noches del promedio del turismo nórdico.
- > Se aloja fundamentalmente en las Américas-Arona (32,9%), en Costa Adeje (29,3%) y Puerto de la Cruz/Valle Orotava (14,6%). Son en las zonas de Costa Adeje y Puerto de La Cruz donde este segmento supera al promedio.
- > Presencia destacada en la modalidad de apartamentos (67,1% frente al 55,3% del promedio), siendo el segmento con mayor presencia en las categorías de 2 y 3 llaves.
- > Alta contratación de paquete turístico (81,7% frente al 78,7% promedio nórdico), sólo superado por el segmento de 26 a 30 años (82,1% contrata paquete turístico).
- > Contrata el alojamiento a través de webs de viajes (51,2%), lo que le convierte en el segmento con mayor uso de esta modalidad. En cuanto a la contratación del vuelo, suele hacerse principalmente a través de agencia por Internet (56,1%), y un 24,4% personalmente en agencias convencionales. En ambas conductas superan al promedio.
- > El transfer entre el aeropuerto y el alojamiento lo realizan en bus turístico, modalidad que tiene un mayor peso que en el resto de segmentos de edad.
- > Es el perfil de edad menos previsor en la reserva de su vuelo (56 días de antelación frente a los 80 días del promedio) así como del alojamiento, cuya reserva la realiza con una antelación de 53 días (frente a los 79 días del promedio).
- > Es el segmento de edad que menos utiliza coche de alquiler durante su estancia en la Isla (20,7% frente al 29% del promedio nórdico).
- > Este segmento alcanza un grado de utilización de Internet del 85,4%, convirtiéndose en el segmento de edad que más utiliza Internet entre los turistas nórdicos. Por detrás, el segmento de 31 a 45 años, con un grado de utilización de Internet del 81,7%. El segmento de edad entre los 15 y 25 años utiliza Internet para la

realización de compras (50%) y la realización de consultas de los servicios del viaje (28%), superando al promedio en ambas modalidades.

- > El gasto total destinado a su viaje a Tenerife alcanzó los 969,74 euros por persona en el año 2007, gasto total inferior al promedio nórdico en un 11,7%. El gasto diario total, 128,90 euros persona y día del segmento joven, supera al del promedio en un 5,4%. El gasto diario en Tenerife (47,04 euros persona y día) es el mayor de entre los distintos segmentos de edad, mientras que el gasto diario en origen (82,3 euros persona y día) es sólo ligeramente superior al promedio (2,3%). En destino, las principales partidas de gasto se centran en comidas en restaurantes, compras, excursiones organizadas, extras en el alojamiento y en ocio y diversión.
- > Se sitúa en torno al promedio en la realización de actividades (46,3% realiza actividades frente al 45,3% promedio). La actividad más demandada es la visita a parques temáticos (32,9% frente al 25,1% promedio), aunque por detrás del segmento de edad de 31 a 45 años (34,9%). Asimismo, destacan por encima del promedio en deportes de aventura, submarinismo, surf/windsurf (aunque las muestras son muy bajas)
- > Supera al promedio en la realización de visitas turísticas (57,3% frente al 52,3% promedio), siendo el segmento de edad que más visita la isla durante su estancia. Estas visitas las suelen realizar fundamentalmente en excursiones organizadas (mayor peso de entre los distintos segmentos) y en transporte público. Destacan las visitas al Teide, Puerto de La Cruz y Santa Cruz.
- > Entre las motivaciones para elegir Tenerife, destaca el disfrutar del sol y la playa (76,83%), la tranquilidad (24,39%), el precio barato del destino (es el segmento que en mayor medida señala esta motivación, dado que al disponer de una menor renta, dan prioridad

a este factor respecto a otros segmentos de edad), la diversión (13,41%) y la práctica de deportes en general y marítimos en particular (7,32%). Sin embargo, a pesar de que el sol y la playa es su factor principal de motivación, un 15,9% no se baña en el mar, siendo el segmento de edad en el que más se destaca este comportamiento.

- > Sus quejas superan al promedio nórdico en las relativas al alojamiento, las playas y el mar, la venta callejera, las actividades, el clima, el transporte público, las carreteras y tráfico urbano, y el ocio y vida nocturna.

9.2> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 26 y 30 años

- > Representan el 7,2% del turismo nórdico que visita Tenerife. En este segmento tienen un mayor peso los turistas suecos y finlandeses.
- > Este segmento de edad dispone de un nivel de ingresos familiares de los más bajos entre la población turística nórdica que visita Tenerife (48.774,19 euros, un 9,7% inferior al ingreso promedio nórdico), por detrás del segmento más joven.
- > Se trata de un turista que viaja suele viajar en pareja (49,3%), con amigos (18,3%) o con otros familiares (17,9%), en las tres modalidades superando al promedio nórdico.
- > Es el segmento de edad con el menor índice de fidelidad hacia el destino, con un índice de repetición del 31,3% frente al 56,6%

promedio nórdico. Su tiempo de estancia en la isla es de 7,6 días, frente a los 8,92 días del promedio nórdico.

- > En su visita a Tenerife se alojan en la zona de Las Américas-Arona (37,3%) y en Costa Adeje (26,9%), zonas en las que su presencia supera al promedio. También se decanta por el Puerto de la Cruz (13,4%) y por los Centros secundarios del Sur (10,4%), superando también en esta última zona al promedio.
- > Aunque suele alojarse en apartamentos (47,8%), su presencia en establecimientos hoteleros alcanza el 34,3%, diez puntos superior al del promedio nórdico, convirtiéndolo en el segmento de mayor demanda hotelera. También para este segmento la modalidad de apartahotel tiene un peso relevante (13,4%), sólo superado por el segmento de 51 a 60 años (16,9%). Por categorías, superan al promedio en establecimientos hoteleros de 4*, seguidos de los apartahoteles de 3*.
- > Es el segmento entre los turistas nórdicos con mayor demanda de paquete turístico entre los turistas nórdicos. Un 82,1% contrató paquete turístico en su viaje a Tenerife. Junto con el segmento de edad superior a 60 años, es el grupo que más suele contratar el alojamiento y vuelo en agencias de viaje convencional y el que menos contrata estos servicios a través de webs de viajes.
- > Supera al promedio en la contratación de todo incluido (11,9% frente al 8,4% promedio) y también en la modalidad de alojamiento y media pensión (11,9% frente al 10,3% promedio).
- > Su transfer entre el aeropuerto y el alojamiento lo realiza en bus turístico (79,1%), asociado al paquete turístico si bien, también supera al promedio en la utilización de bus regular (7,5% frente al 5% promedio).
- > Es el segundo segmento menos previsor en la reserva de su vuelo y del alojamiento (68 días), sólo superados por el segmento de 15 a 25 años (donde la antelación de la reserva se sitúa entre los 53-56 días).
- > Su utilización de Internet le sitúa en el segundo puesto en utilización de esta tecnología (73,1% frente al 75,8% promedio), detrás del segmento de mayores de 60 años, que utiliza Internet el 63,2%. Aunque la utilización que hace de Internet suele ser para comprar (aunque por debajo del promedio), superando al promedio en la realización de consultas a través de este medio.
- > El gasto total realizado en su viaje a Tenerife es inferior al promedio (1.021,14€ por persona), frente a los 1.097,86€ promedio), lo que le hace ocupar la segunda posición entre los nórdicos en gasto total en su viaje, superado por el segmento más joven.
- > Sin embargo, y como resultado de su menor estancia media en la isla el gasto diario total es el segundo mayor (132,77 € frente a los 122,26€ del promedio). En Tenerife, el gasto diario es de 45,23€ por persona y día (el más elevado entre los turistas nórdicos) y en origen su gasto diario alcanza los 88,51€ por persona y día, sólo superado por el segmento de 46 a 50 años (97,34 euros).
- > Uno de los segmentos nórdicos más activos, ya que el 50,7% realiza actividades (frente al 45,3% promedio), sólo superado en la realización de actividades por el segmento de 31 a 45 años (51,4%). La actividad que más practica es la visita a parques temáticos (22,4%), aunque en menor medida que el promedio de visitantes. Sin embargo, sí supera al promedio nórdico en la práctica de senderismo (14,9%), la observación de ballenas (11,9%), la

demanda de tratamientos de salud (7,5%), la visita a otras islas (7,5%), participación en fiestas populares (6%) y la práctica de surf y otros deportes de aventura (3%).

- > Es el segmento que más visitas realiza a lugares de interés turístico durante su estancia en Tenerife (59,7% frente al 52,37% promedio), excursiones que realiza en coche de alquiler (29,9% frente al 26,6% promedio), en excursión organizada (22,4% frente al 19,7% promedio) y en bus/taxi (17,9% frente al 14,4% promedio). Esto le convierte en el segmento de edad con mayor demanda de transporte público para las excursiones. Entre las excursiones más realizadas destaca la visita al Teide (41,79%), a Santa Cruz (23,88%), y también superando al promedio, destacan las excursiones al Barranco de Masca (13,43%) y Barranco del Infierno (8,96%).
- > Entre las motivaciones de la elección del destino destacan en este segmento el clima (94,03%), la tranquilidad (19,4%), la diversión (11,94%), el precio barato (11,94%), las actividades en la naturaleza (7,46%), y el viaje de novios/aniversario/cumpleaños (5,97%).
- > Es el segundo segmento con menor satisfacción con el destino (valoración 7,11 puntos). Su menor satisfacción está relacionada con factores del alojamiento, la oferta de restauración, la oferta comercial y factores genéricos (identidad local y precios en Tenerife). Sin embargo, supera al promedio en su satisfacción con la oferta de ocio.
- > Sus principales quejas se centran en el alojamiento (segmento con más quejas en este apartado), quejas relativas a los restaurantes y pubs (145,93%), el medio ambiente natural (7,46%), el transporte regular (4,48%), playas y venta callejera.

9.3> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 31 y 45 años

- > Representan el 30,7% del turismo nórdico que visita Tenerife. Destacan por su mayor peso en este segmento los turistas finlandeses y daneses.
- > El nivel de renta familiar de este segmento de edad alcanza los 57.843,37€ año, la segunda más elevada de los nórdicos por detrás del segmento de 46 a 50 años (58.297 euros). Su nivel de renta del es un 7,1% superior a la media nórdica.
- > Es el segmento de edad que más viaja acompañado de pareja e hijos (40,1%) frente al 20,8% de media, lo que le convierte en un segmento potencial dentro del turismo familiar en la Isla.
- > Permanece en Tenerife 7,91 días de media, estancia inferior al promedio (8,92 días). Su nivel de fidelidad, un 45,4%, es inferior al de la media nórdica (56,6%).
- > Destaca su presencia en la zona de las Américas-Arona (38%), así como en los Gigantes / Puerto Santiago (10,6%) y centros secundarios del Sur (10,2%), zonas en las que suele alojarse en apartamentos (56,3%), time sharing (3,5%) y casas particulares (6,7%).
- > Este es de los segmentos de menor contratación de paquete turístico, situándose en torno a la media (78,5%). Su alojamiento suele contratarlo en web de viajes, más que el promedio. También supera al promedio en la disponibilidad de alojamiento gratuito (3,2%) así como en la modalidad de intercambio (2,1%).

- > Segmento que destaca por encima del resto de turistas nórdicos en la contratación de todo incluido (12,3% frente al 8,4% promedio).
- > La contratación del vuelo la efectúa, principalmente, a través de web de viajes (62%).
- > El transfer entre el aeropuerto y el alojamiento lo suelen realizar en menor medida que la media, en Bus turístico (69,7%), si bien, también es el segmento que más utiliza coche privado o de alquiler para realizar este desplazamiento (11,3% frente al 8,4% de media). En general, es junto al segmento de 46 a 50 años, el segmento de edad que más utilizan coche de alquiler en la isla (33,8% frente al 28,2% de media), con una duración del alquiler próxima a los 4 días de media.
- > Es un turista previsor entre los turistas nórdicos, reservando su vuelo y alojamiento con una antelación de 88 días de media, frente a los 80 días del promedio.
- > Junto con el segmento de edad más joven (15-25 años), es el segundo que más utilizó Internet a la hora de organizar su viaje a Tenerife (81,7% frente al 75,8% de media), uso que destina en mayor medida que el resto de segmentos a realizar la compra (46,8%) o la reserva (14,4%) de los servicios del viaje.
- > Su gasto diario total alcanza los 130,49€ por persona (frente a los 122,26 euros diarios del promedio nórdico). De esa cantidad, 43,72 euros al día los gasta en Tenerife, por encima de los 41,92€ al día del promedio) y 87,98 euros al día corresponden a gasto en origen, también superior a los 80,42 euros día del promedio nórdico). Sus principales partidas de gasto en destino corresponden a gasto en restaurantes, compras de comida y compras no alimenticias. Supera el gasto promedio en las compras no alimenticias, en ocio y diversión y excursiones organizadas.
- > Turista más activo entre los nórdicos (51,4% realiza actividades frente al 45,3% promedio). Entre sus principales actividades destaca, por encima de la media, en la visita a parques temáticos (+34,9%, dada la alta presencia de niños en el grupo familiar), la observación de ballenas (13%), la práctica de navegación (3,9%) y de golf (3,9%), así como de submarinismo (1,4%).
- > En cuanto a la realización de excursiones por la isla, supera al promedio (53,5% realiza excursiones), destacando en las visitas al Puerto de la Cruz, Garachico/Icod de los Vinos y Acantilados de los Gigantes. Para la realización de estas excursiones utiliza el coche de alquiler y las excursiones organizadas. En ambas modalidades superando al promedio.
- > Entre sus principales motivaciones para elegir Tenerife como destino de sus vacaciones destacan la temperatura (85,56%, el sol y playa (70,7%) y el viajar con la familia (53,87% frente al 33,6% de media), aspecto en el que sobresale por encima del resto de segmentos de edad nórdicos.
- > Su satisfacción con el destino alcanza 7,41 puntos sobre 10, satisfacción que supera al promedio nórdico. Se muestra más satisfecho que el promedio con los factores alojativas y medioambientales, oferta de ocio e infraestructuras. Sin embargo, se muestra menos satisfecho que la media en la oferta de restauración y en la oferta comercial, elementos en los que desembolsa un mayor gasto. Del mismo modo, sus quejas superan al promedio en las relacionadas con los restaurantes/pubs, el medio ambiente urbano, la oferta de actividades y las playas y el mar.

9.4> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 46 y 50 años

- > Representa el 9,1% de los turistas nórdicos que visitan Tenerife, con peso destacado de turistas finlandeses y daneses.
- > Este segmento de edad es el que más ingresos medios familiares tiene entre los turistas nórdicos, alcanzando los 58.297,3€ anuales, un 7,9% superior al promedio nórdico. El 47% de este segmento se sitúa en unos niveles de ingresos superior a los 60.000 euros anuales.
- > Segundo segmento que más viaja con pareja e hijos pequeños (37,5% frente al 20,8% promedio nórdico), sólo superado por el segmento de 31 a 45 años (40,1%). También supera al promedio nórdico en el viaje con otros familiares y en el viaje en solitario
- > Es el segundo segmento de edad nórdico más fiel al destino. Un 66,7% de estos turistas han repetido visita a Tenerife. Sólo es superado por el segmento de más de 60 años (78,7% repetidor). El 29,7% de los turistas de este segmento repite visita en un intervalo inferior a los 2 años.
- > Su tiempo medio de estancia en la isla, 7,73 días, es inferior a la media de estancia del conjunto nórdico (8,92 días).
- > Destacada presencia en las Américas–Arona (35,7%, frente al 34,4% promedio) y en los Centros secundarios del Sur (13,1% frente al 8,2% promedio). Un 22,6% se aloja en la zona de Costa Adeje, un 11,9% en los Cristianos, un 9,5% en Puerto Cruz/Valle Orotava y un 7,1% en los Gigantes/Pto. Santiago.
- > Su alojamiento es destacado en apartamentos (60,7% frente al 55,3% promedio), principalmente el de 3 llaves. Comparte el primer puesto en la modalidad de Time Sharing (3,6%) con el segmento de 51 a 60 años. También, es el segundo segmento de edad que más utiliza casa particular (4,8%), por detrás del segmento de 31 a 45 años (6,7%)
- > Es el segmento que menos utiliza paquete turístico (77,4%), unido a una mayor utilización de casa particular, time sharing y apartamentos en sus viajes, lo que se asocia con una contratación independiente de los servicios del viaje y un mayor uso de Internet, entre los que destaca por encima del resto de nórdicos. Sin embargo, pese a situarse por debajo de la media nórdica en contratación de paquete, su nivel es alto en relación al promedio de turistas que visitan la Isla.
- > Es un segmento que destaca por encima del resto en la contratación del alojamiento a través de la propia web del establecimiento. También supera al promedio en la contratación en agencias convencionales (46,4% frente al 45% promedio). Sin embargo, en la contratación del vuelo destaca por encima del promedio en la contratación en agencia vía fax/teléfono, y en la contratación directa con la compañía a través de su web, aunque su principal fórmula de contratación de vuelo es a través de portales de viaje de Internet (50%, aunque 4 puntos inferior al promedio).
- > Es el segmento más previsor en la contratación del vuelo, adelantándose en su reserva 90 días y en alojamiento 87 días, hábito condicionado por las características de su grupo de viaje (presencia de hijos y otros familiares).

- > Es el segmento que más utiliza coche (privado o de alquiler) durante su estancia en la Isla. Sin embargo, su transfer lo suele realizar en bus turístico.
- > El uso de Internet se sitúa en torno a la media, (un 75% utiliza Internet en la organización de su viaje), si bien, destaca por encima del promedio en la realización de consultas y reservas pero no así en compra de los servicios del viaje.
- > Es el tercer segmento de mayor gasto en sus vacaciones a Tenerife, un total de 1.108,77 euros por persona, un 1% superior al promedio de gasto de los turistas nórdicos.
- > Su gasto total por persona y día es el más elevado (143,34 euros frente a los 122,26 euros del promedio). En origen gasta 97,34€ por persona y día frente a los 80,42€ promedio, mientras que en destino, su nivel de gasto diario 43,88€ por persona y día, también supera al promedio (41,92 euros). Las partidas a las que destina mayor gasto diario en destino son: comida en restaurantes, compras generales y compras alimenticias, superando al promedio en estas dos últimas. El alquiler de coche es otra de las partidas importantes para este segmento, siendo el que más gasta en ella por día, al igual que ocurre en gasto relativo a cuotas de time sharing/gastos de mantenimiento o reforma de apartamentos particulares, alojamientos en los que, como se señalaba anteriormente, se sitúa por encima del promedio.
- > Supera al promedio en la realización de actividades (47,6% frente al 45,3% promedio). Las más usuales son la visita a parques temáticos, la observación de ballenas y el senderismo. En la primera, supera al promedio nórdico y en las restantes se sitúa en torno a la media.
- > Es el segundo segmento nórdico menos proclive a las excursiones por detrás de los de 51 a 60 años (50% realiza excursiones). Entre los que sí realizan excursión el medio de transporte más utilizado es el coche de alquiler, superando al resto de segmentos de edad nórdicos. Los lugares más visitados son el Teide, El Puerto de La Cruz y Santa Cruz. Sin embargo, sólo en la visita al Teide se sitúa en torno a la media, mientras que en el resto de visitas el porcentaje es inferior al promedio.
- > Entre sus motivaciones destaca por encima del resto de segmentos, en el disfrute de sol y playa y viajar con la familia. Asimismo, es el segmento que más menciona el viaje de novios/aniversario entre las motivaciones de su viaje. La visita a familiares y amigos y la disponibilidad de alojamiento gratuito, son otros de los motivos en los que supera al resto de turistas nórdicos.
- > Su nivel de satisfacción con el destino (7,24 puntos) es inferior al promedio nórdico (7,38 puntos). Aunque muestran niveles de satisfacción notables, están menos satisfechos que la media en factores relativos al ocio, la oferta comercial, la oferta de restauración y los factores alojativos. Sin embargo, están más satisfechos que el promedio nórdico en los factores relativos a las infraestructuras de la Isla. Destaca por encima de la media en las quejas relativas al medio ambiente urbano, los restaurantes/pubs, la venta callejera y la oferta de actividades

9.5> Turistas nórdicos con edad comprendida entre 51 y 60 años

- > Representa el 21,1% de los turistas nórdicos que visitan Tenerife. Destaca la presencia en este segmento los turistas noruegos y suecos.
- > Su nivel de ingresos medios familiares, 56.479,04€ anuales, le sitúan en el tercer segmento de edad con mayores ingresos, superando los ingresos medios de los turistas nórdicos en un 4,5%. Un 43% de estos turistas posee niveles de ingresos superiores a 60.000 euros anuales.
- > Este segmento de edad ocupa el segundo lugar en viaje en pareja (65,1%), sólo superado por el segmento de más de 60 años. También se sitúa por encima del promedio en el viaje con hijos y nietos pero sin pareja, aunque esta situación tan sólo se da en el 3,1% de este segmento.
- > Es el tercer segmento de edad más fiel al destino (64,6% es repetidor), por detrás de los mayores de 60 años (78,7% repetidor) y del segmento de 46 a 50 años (66,7%).
- > Su permanencia en la isla es de 9 días de media, sólo superado por los 12 días de estancia del segmento de más de 60 años.
- > Destaca su presencia en la zona de Costa Adeje (26,7%), Los Gigantes/Pto. Santiago (11,3%) y en el Puerto de La Cruz/Valle Orotava (14,9%). Es el segmento que más demanda los apartahoteles (16,9%) y time sharing (3,6%), y el segundo segmento por su peso en alojamiento en hoteles (26,7%). En apartamentos se aloja el 49,7%, aunque se sitúa por debajo de la media (55,3%) en esta modalidad alojativa. Un 3,1 utiliza casa particular, frente al 4,4% promedio.
- > Bajo la modalidad de apartahotel se decanta por los establecimientos de 3 estrellas, mientras que en hoteles, la categoría más demandada es la de 4*. Sin embargo, es el segmento que mayor presencia en los hoteles de 5* frente al resto de turistas nórdicos. Se suele alojar principalmente en apartamentos de 3 y 2 llaves, aunque supera al promedio nórdico en los apartamentos de 1 llave.
- > Es el turista nórdico que más utiliza paquete turístico (80,5%). Su desplazamiento del aeropuerto al lugar de alojamiento lo suele hacer en bus turístico (72,8%), aunque destaca por encima de la media nórdica en la utilización de taxi (15,9%) y coche privado o alquiler (9,2%).
- > Contrata principalmente vuelo y alojamiento sin régimen alimenticio (56,4%) al igual que el promedio nórdico. Sin embargo, supera al promedio nórdico en la contratación de alojamiento con desayuno (17,4%) y media pensión (12,3%).
- > Su antelación en la reserva del vuelo y alojamiento se sitúa en 72 días, lo que le convierte en un segmento de edad menos previsor que la media del turista nórdico.
- > Un 76,4% utiliza Internet en la organización de su viaje a Tenerife (frente al 75,8% promedio). Un 40,5% efectúa la compra por Internet de algún servicio del viaje, un 12,3% realiza la reserva y un 23,6% sólo utiliza Internet para realizar consultas, siendo en

esta última modalidad en la que supera al promedio de turismo nórdico.

- > Su gasto medio total en las vacaciones en Tenerife es de 1.121,06€, un 2,1% superior al promedio nórdico, y el segundo más elevado entre los distintos segmentos de edad. El gasto diario total por turista y día en sus vacaciones es de 122,85 euros, similar al promedio.
- > En destino, el gasto diario por turista asciende a 44,24 euros, superior al gasto por turista y día promedio (41,92 euros). Sus principales partidas de gasto en destino se dedican a gasto en restaurantes/cafeorías/bares, a compras no alimenticias, y a compras de comida. Tanto en éstas como en time sharing realizan un gasto superior al del promedio nórdico.
- > El gasto en origen por turista y día es de 77,39 euros, inferior a los 80,42 euros del promedio.
- > El 41,5% realiza algún tipo de actividad durante su estancia, porcentaje que le sitúa en el segundo segmento de edad menos activo. Supera al promedio en la realización de tratamientos de salud, visitas a museos-conciertos-exposiciones y en las excursiones a otra isla canaria.
- > Es el segmento que menos visitas realiza a los lugares de interés turístico de la Isla (48,2% realiza alguna visita frente al 52,3% promedio). Supera al promedio en la visita a Candelaria, La Laguna, Anaga/Taganana, La Orotava, Acanalado de los Gigantes y Barranco del Infierno.

- > Destaca por encima del resto de turistas nórdicos en su motivación por poder disfrutar del paisaje natural, la tranquilidad, así como, poder disfrutar de actividades en la naturaleza, turismo rural y los tratamientos de salud. El precio barato del destino es otro de los elementos que condicionan la elección de Tenerife como destino para sus viajes.
- > Es el segundo segmento, por detrás de los mayores de 60 años, que más satisfecho está con el destino (valoración de 7,54 puntos frente a los 7,38 puntos del promedio). Tanto en los factores alojativos, como de ocio, infraestructuras, medioambiente, restauración y oferta comercial, su satisfacción supera al promedio. Es el más satisfecho con los factores alojativos y con las infraestructuras de la Isla. Todo ello, le convierte en el turista nórdico que menos se queja del destino, seguido por los mayores de 60 años.

9.6> Turistas nórdicos con edad superior a los 60 años

- > Representa el 18,8% de los turistas nórdicos que visitan Tenerife. Peso destacado en este segmento de los turistas noruegos, suecos y daneses.
- > Su nivel de ingresos familiares, 54.528,17€, se sitúan próximos al promedio. El 54,6% de los mismos cuentan con unos ingresos entre los 36-60 mil euros anuales.
- > Es el turista nórdico que más viaja en pareja, un 69% frente al 47,7% promedio y también el que más viaja sólo a Tenerife (5,2% frente al 2,7% promedio).

- > Es el de mayor fidelidad al destino, con un índice de repetición del 78,7%, donde un 37,4% repite visita en un periodo inferior a los dos años. Su permanencia en la isla en cada viaje se sitúa en una media de 12 días, la más alta de todos los turistas nórdicos.
- > Suele alojarse en la zona de Las Américas-Arona (32,8% frente al 34,4% promedio), aunque es el segmento con presencia más destaca en Los Cristianos (14,9% frente al 11,8% promedio) y en la zona del Puerto de La Cruz/Valle Orotava (20,7% frente al 13% promedio). Un importante 19,5% se aloja en Costa Adeje (frente al 23,5% promedio), un 5,2% en los centros secundarios del sur y un 6,9% en el resto Sur.
- > Peso superior al promedio en la elección de establecimientos hoteleros (25,3%) y de apartahoteles (13,8%). Sin embargo, en su elección de apartamentos (54,6%) se aproxima al promedio nórdico (55,3%). Destaca su presencia en hoteles de categoría superior (4* y 5*). En apartamentos prefiere los de 3 llaves (35,1%) pero supera a la media en la elección de apartamentos de 2 llaves (16,1% frente al 12,1% promedio). En casa particular se aloja el 3,4% (inferior al promedio).
- > El 79,3% contrata su viaje bajo la modalidad de paquete turístico, superando ligeramente al promedio (78,7%). En contratación independiente de los servicios del viaje, se sitúa por debajo de la media. Suele usar las agencias convencionales para contratar su alojamiento (52,3%), y vuelo (25,3% frente al 21,2% promedio). Destaca la contratación del vuelo vía fax, teléfono con la agencia de viajes (17,2% frente al 15,4% promedio).
- > Ocupa el primer lugar en contratación de vuelo y alojamiento con régimen de desayuno (20,7%), con media pensión (13,2%) y con pensión completa (2,9%). Sin embargo, al igual que el turista nórdico medio, su fórmula de contratación principal es la de vuelo y sólo alojamiento (51,7%), aunque la contrata en menor medida que el promedio.
- > Su transfer entre el aeropuerto y el alojamiento lo realiza en bus turístico (77% frente al 73,5% promedio), mientras que es el segundo de mayor uso de taxi (15,5%). El uso de coche de alquiler en la isla es el segundo más bajo entre los distintos segmentos de edad nórdicos.
- > Se encuentra entre los turistas más previsores a la hora de reservar su vuelo y alojamiento, con una antelación que ronda los 83-85 días, superando los aproximadamente 80 días del promedio.
- > Es el segmento de edad que menos uso hace Internet a la hora de organizar su viaje (63,2% frente al 75,8% promedio). Un 13,8% utiliza Internet para realizar consultas, un 15,5% para reservar y 33,9% para comprar. En la reservas por Internet supera al promedio nórdico (12,6%).
- > Su gasto diario total es el más bajo de todos los nórdicos (102,10 euros), lo cual se explica por ser el segmento de edad que más días permanece en la Isla (12 días).
- > Su gasto diario en origen por turista (68,39€) es inferior al promedio, al igual que ocurre con el gasto diario por turista en Tenerife (34,65 €). Las partidas en las que más gasta en destino son las relativas a gasto en restauración (restaurantes, bares, cafeterías), en compra de comida y compras no alimenticias y en extras del alojamiento. Sin embargo, de todas ellas solamente su gasto diario en compras de comida supera al promedio.

- > Es el turista menos activo entre los nórdicos. Sólo un 36,2% realiza actividades frente al 45,3% de media nórdica. Las más destacadas en las que supera al promedio son: la práctica de senderismo, la visita a museos-conciertos-exposiciones, participación en fiestas populares y la realización de excursiones a otra isla canaria. Su máxima satisfacción se la ofrece el senderismo y su participación en fiestas populares.
- > Las visitas a los lugares de interés turístico (51,7%) le sitúa en torno a la media, condicionado sin duda por los viajes anteriores de estos lugares, dado su elevado nivel de fidelidad con el destino. Supera al promedio en la realización de visitas en transporte público (taxi y bus) y excursión organizada. Las excursiones en las que destaca por encima del promedio son: la visita a Santa Cruz, a Candelaria, La Laguna, Anaga / Taganana, el Puerto de La Cruz, Los Gigantes y Barranco de Masca.
- > Con respecto al resto de segmentos, en éste destacan las siguientes motivaciones en la elección del destino Tenerife: la temperatura, el paisaje natural, la práctica de actividades en la naturaleza, las actividades culturales, el poder disfrutar de tratamientos de salud y la práctica de golf.
- > Es el segmento de turismo nórdico más satisfecho con el destino, con una puntuación de satisfacción de 7,59 puntos frente a los 7,38 del promedio. Es el segundo segmento que menos quejas tiene del destino (60,92% no tiene queja alguna con el destino). Sin embargo, entre sus quejas supera al promedio en las relativas a infraestructura urbana, carreteras y tráfico, y en algunos aspectos del clima, el cual constituye una de sus principales motivaciones para la elección del destino.

10. Perfil del turista nórdico según nacionalidad

A continuación se detallan las principales diferencias de cada nacionalidad respecto al promedio nórdico.

10.1 > Turista finlandés

- > Es el turista nórdico más joven que nos visita.
- > Es el turista que más viaja con pareja acompañado de hijos.
- > Su nivel de renta está por debajo del promedio
- > Su nivel de gasto diario por encima del promedio
- > Es el turista más fiel al destino.
- > Peso destacado en el Puerto de La Cruz y los Gigantes/Puerto Santiago.
- > Es el que más contrata time sharing y de los que más se aloja en casa particular.
- > Supera al promedio en su estancia en Tenerife.
- > Supera al promedio en la contratación independiente de los servicios del viaje.
- > Supera al promedio en la contratación del alojamiento vía Internet.
- > Supera al promedio en la contratación del vuelo online.
- > Supera al promedio en la contratación de sólo vuelo, de vuelo+sólo alojamiento, alojamiento +desayuno y en media pensión.
- > Supera al promedio en la realización de reservas online en relación a los servicios del viaje. Por debajo de la media de uso de Internet.
- > Turista de los más previsores en la contratación de vuelo y alojamiento (ronda los 100 días).

- > Es el turista que más utiliza en su transfer coche de alquiler y bus regular.
- > Es el turista más activo en la realización de actividades y el segundo que más visitas realiza.
- > Supera al promedio en su motivación de viajar con la familia, disfrutar de la temperatura, viaje de novios, realizar crucero y practicar algún deporte.
- > Es el turista más satisfecho con el destino
- > Es el turista que menos quejas señala del destino.

10.2 > Turista noruego

- > Es el turista nórdico con mayor media de edad que nos visita.
- > Es, tras el turista danés, el de mayores ingresos familiares, y el turista que más gasta diariamente en su visita a Tenerife.
- > Su nivel de fidelidad supera al promedio.
- > Es el turista nórdico con mayor presencia en las Américas y Los Cristianos.
- > Se decanta fundamentalmente por el apartamento y supera al promedio también en el uso de casa particular.
- > Es el que más tiempo permanece en la isla en su viaje a Tenerife.
- > Es de los turistas nórdicos el que más contrata su viaje de forma independiente, y a través de agencias por Internet.
- > Es el emisor nórdico que más contrata sólo vuelo y vuelo+sólo alojamiento. Supera al promedio en la contratación de pensión completa.

- > Su nivel de uso de Internet es el mayor entre los nórdicos, siendo el que más realiza compra de los servicios del viaje a través de este medio.
- > Es de los turistas más previsores en la reserva del vuelo, no así en el alojamiento, lo que viene determinado por el uso de casa particular y de apartamento.
- > Gran demanda en su transfer de transporte público (Taxi)
- > Supera al promedio en su motivación de elección por el destino en factores climáticos, sol y playa, la práctica de tratamientos de salud y de otros deportes.

10.3> Turista sueco

- > Supera al promedio nórdico en media de edad
- > Destaca por realizar su viaje con otros familiares y amigos.
- > Es el turista que dispone de menos ingresos familiares
- > Supera al promedio en su alojamiento en las Américas, Puerto de La Cruz y Los Cristianos, en este último con mayor presencia de entre el resto de nórdicos.
- > Es el turista de entre los nórdicos con menor presencia en apartamentos y mayor presencia en alojamiento hotelero. Supera también al promedio en apartahoteles y time Sharing.
- > Es el turista con menor contratación independiente del viaje y se sitúa en torno al promedio en la contratación de paquete.
- > Supera al promedio en alojamiento con régimen de media pensión y de todo incluido.
- > Es el turista con menor uso de Internet . Es el turista que más utiliza Internet para la realización de consultas, y de los menos, para reservar y comprar.
- > Es el emisor que más escalas realiza en su viaje a Tenerife.

- > Supera al promedio en la realización de transfer en bus turístico.
- > Entre sus motivos de visita, tiene un peso destacado en poder viajar con la familia, búsqueda de sol y playa, disfrutar de tratamientos de salud y elegir Tenerife como destino de viaje de novio/aniversario.

10.4> Turista danés

- > Destacada presencia de otros familiares a la hora de realizar su viaje.
- > Es el turista con mayores ingresos familiares y supera al promedio en gasto en destino.
- > Es el turista menos fiel con el destino.
- > Destacada presencia en Las Américas, los Cristianos, Los Gigantes, Centros secundarios del sur fundamentalmente.
- > Es de los emisores que más utiliza apartamento y el que más uso hace de los apartahoteles.
- > Es el que más paquete turístico contrata y el de menor contratación independiente de los servicios del viaje.
- > Es el turista nórdico que más contrata pensión completa y todo incluido en su régimen alimenticio.
- > Es de los turistas nórdicos que más usan Internet, superando al resto de emisores en la búsqueda de información y reservas.
- > Es el que más utiliza bus turístico en su transfer aeropuerto-alojamiento, vinculado a la contratación de paquete turístico.
- > Es un turista que supera al promedio en la realización de excursiones y el que más visitas realiza, favorecido por su menor fidelidad al destino que el resto de turistas nórdicos.

- > Supera al promedio nórdico en su motivación por disfrutar del turismo rural, si bien, contrasta con el uso que hace de este alojamiento.
- > Es de los turistas más satisfechos, a pesar de ser el que menos fidelidad tiene con el destino. Se sitúa entre los emisores que menos se quejan del destino.