

## 1. Descripción del mercado emisor y perfil del turista (I)

### El mercado finlandés

El 85,2% de los finlandeses ha visitado un país extranjero y el 39,9% ha visitado alguna vez las Islas Canarias. Si tenemos en cuenta el resto de mercados emisores, la atraktividad del mercado finlandés es media-baja, al igual que la posición competitiva de Canarias. En 2011, Canarias recibió el 3,8% de los finlandeses que viajaron al exterior (unos 267.000 turistas), aunque la tendencia en los últimos años ha sido creciente.

### El turista finlandés de Canarias

Viene a Canarias para descansar, evadirse de la rutina y aliviar el stress aunque también les motiva disfrutar y compartir el tiempo con familia y amigos y visitar lugares confortables. Es un turista al que le motiva viajar a lugares adecuados para niños, la seguridad y el clima más que la media de turistas de Canarias. Planifica el viaje con bastante antelación, el 75,2% con más de dos semanas. Contrata solamente vuelo y alojamiento, y en menor porcentaje con desayuno o en todo incluido. Se decantan por establecimientos extrahoteleros o alojamientos de 1,2,3 y 4 \*. El gasto diario y la estancia media toman valores próximos a la media, suponiendo una facturación por turista ligeramente superior (1.038 € vs 1.015 €), habiendo un mayor gasto en destino (38,59 € vs 36,9 €). Tras la visita a las islas realizan una valoración muy positiva de su estancia, aunque por debajo de la media, y la cuota de repetidores es algo superior (78,9% vs 76%).

### Datos básicos del mercado emisor

	Finlandés	Total mercados
Población (millones)	5.375.276,0	579,5
PIB per cápita (€, 2009)	32.300	23.500
% población que ha visitado país extranjero	85,2%	87,2%
% población que ha visitado Islas Canarias	39,9%	29,7%
Volumen turismo emisor (millones)	7,0	459,7
Intensidad viajera al extranjero (viajes/hab.)	0,00	0,79
% población (mín. 3 viajes >4días fuera región)	20,0%	12,3%

### Principales Operadores

**TTOO:** Air Finland Holidays, Aurinkomatkat, Apollomatkat, Finnmatkat, Lomamatkat, Select Travel, y Tjäreborg.

**Aerolíneas:** Finnair, MyTravel Airways, Norwegian, Air Finland, TUIFly Nordic, Primera Air, Iberworld.

### Destinos competidores

#### Destinos competidores y posicionamiento de Canarias (2010):

Península, **Canarias**, Grecia, Tailandia, Turquía, Egipto, Croacia, Baleares, Túnez, Caribe y Marruecos.

#### Tres últimos destinos visitados:

- **encuesta en origen:** Escandinavia, España y Alemania. Islas Canarias es el destino más visitado de España.

- **encuesta en destino:** Islas Canarias, Francia y Asia.

**Destino ideal:** Asia, Oceanía, América Central y España.

**Destinos alternativos para este viaje:** Asia, resto de España y América del Norte.

### Vacaciones de los finlandeses en España y Canarias

	España	Canarias
Nº de turistas (millones)	0,56	0,27
Estancia media (días)	9,7	9,7
Gasto medio diario (€)	119,77	119,77
Gasto por viaje	1.161	1.038
Cuota en el mercado emisor	8,1%	3,8%
Cuota finlandés en destino	1,0%	2,2%

### ¿Qué les motiva a viajar? (escala 1-10)

	Finlandés	Total mercados
Hacer cosas emocionantes	8,08	6,89
Descansar y relajarse	7,90	7,83
Conocer lugares nuevos y diferentes	7,88	7,65
Evadirse de la rutina diaria	7,69	7,61
Disfrutar con la familia o amigos	7,37	7,40

### ¿Qué les motiva a viajar a Canarias? (escala 1-10)

	Finlandés	Total mercados
Descansar y relajarse	8,24	8,38
Evadirse de la rutina diaria	8,05	8,20
Aliviar el stress y la tensión	7,77	7,96
Disfrutar con la familia o amigos	6,78	6,32
Confort y buenos hoteles y restaurantes	6,02	6,63

### ¿Cómo eligen el destino de vacaciones?

#### Cualquier destino

#### ¿Cuántos usan redes sociales para informarse sobre su destino?

	Finlandés	Total mercados
	44,8%	45,9%

#### ¿En qué redes sociales se informan? \*

	Finlandés	Total mercados
Wikipedia	29,9%	20,6%
Facebook	25,8%	20,2%
Youtube	15,8%	13,1%
Tripadvisor	6,3%	8,2%
Twitter	3,2%	3,1%
Myspace	2,2%	2,5%

### Vacaciones a Canarias

#### ¿Qué fuentes de información consultan? \*

	Finlandés	Total mercados
Catálogos de turoperadores	33,7%	25,5%
Agentes de viajes	27,0%	24,3%
Amigos y/o familiares	34,8%	32,6%
Guías turísticas de viajes	27,0%	19,7%
Noticias, artículos, reportajes, documentales...	4,5%	1,9%
Web oficial del destino (o subdestinos)	13,5%	13,1%
Otras páginas de internet	15,7%	10,4%
Otros	1,1%	2,6%
En Redes Sociales *:		
Wikipedia	11,2%	7,3%
Tripadvisor	9,0%	10,2%
Facebook	5,6%	4,9%
Youtube	5,6%	4,2%
Twitter	2,2%	0,8%
Otros	3,4%	4,2%

#### ¿Quién se encarga de buscar información del destino?

	Finlandés	Total mercados
Yo	51,1%	39,9%
Mi pareja	8,0%	16,4%
Ambos	17,0%	24,4%
Mis amigos	2,3%	7,8%
Entre varios, incluido yo	18,2%	5,3%
Otros	3,4%	6,2%

#### ¿Qué aspectos influyen en la elección del destino Islas Canarias? \*

	Finlandés	Total mercados
Clima / sol	93,8%	90,3%
Playas	34,4%	33,7%
Tranquilidad / descanso / relax	33,7%	41,8%
Paisajes	20,8%	21,5%
Precio	17,4%	15,2%
Un lugar adecuado para niños	16,2%	7,8%
Seguridad	13,9%	5,6%

\* Pregunta multirrespuesta

## 1. Descripción del mercado emisor y perfil del turista (II)

### ¿Quién toma la decisión?

	Finlandés	Total mercados
Yo	38,6%	31,6%
Mi pareja	6,8%	9,6%
Ambos	28,4%	41,2%
Mis amigos	3,4%	5,7%
Entre varios, incluido yo	14,8%	6,0%
Otros	8,0%	5,9%

### ¿Cómo de importantes son sus vacaciones a Canarias?

	Finlandés	Total mercados
Vacaciones principales	40,9%	36,7%
Unas vacaciones secundarias	47,7%	49,1%
Visita a familiares y amigos	8,0%	9,7%
Otros	3,4%	4,5%

### ¿Con cuánta antelación reservan su viaje a Canarias?

	Finlandés	Total mercados
El mismo día de partida	0,6%	0,6%
De 2 a 7 días	10,6%	10,3%
De 8 a 15 días	13,6%	11,9%
De 16 a 30 días	19,0%	18,2%
De 31 a 90 días	28,9%	32,1%
Más de 90 días	27,2%	27,0%

### ¿Qué compran en origen?

Conceptos pagados en origen	Finlandés	Total mercados
- Sólo vuelo	7,8%	11,2%
- Vuelo y alojamiento	46,2%	25,2%
- Vuelo, alojamiento y desayuno	18,8%	6,8%
- Vuelo + media pensión	9,1%	22,3%
- Vuelo + pensión completa	2,1%	4,4%
- Vuelo + todo incluido	15,8%	29,8%
Utilización líneas de bajo coste	10,1%	35,5%

### ¿Cómo compran?

Reserva del alojamiento	Finlandés	Total mercados
<b>Al turoperador</b>	80,0%	48,6%
- A través de su web	85,4%	70,3%
<b>Al establecimiento directamente</b>	2,9%	11,8%
- A través de su web	61,2%	76,0%
<b>A una agencia de viajes</b>	5,8%	20,0%
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	6,5%	11,9%
<b>No le hizo falta</b>	4,7%	7,7%

Reserva del vuelo	Finlandés	Total mercados
<b>Al turoperador</b>	83,7%	56,9%
- A través de su web	84,7%	69,0%
<b>A la compañía aérea</b>	3,9%	17,3%
- A través de su web	95,2%	95,1%
<b>A una agencia de viajes</b>	4,9%	16,8%
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	7,5%	9,0%

### ¿Dónde se alojan?

	Finlandés	Total mercados
- Hotel 5*	1,4%	6,8%
- Hotel/ Apartahotel 4*	25,3%	40,0%
- Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	17,8%	17,2%
- Extrahoteleros	51,4%	27,7%
- Vivienda propia o de amigos/ familiares	2,8%	5,3%
- Otros tipos de alojamiento	1,2%	3,0%

### ¿Cuánto gastan?

Gasto	Finlandés	Total mercados
Gasto medio diario	119,77	119,16
. en origen	81,18	82,22
. en Canarias	38,59	36,94
Estancia media	9,7	9,5
Facturación / turista (€)	1.038	1.015
Facturación total (millones)	277	12.231
Cuota s/ facturación total turistas	2,3%	100%

### ¿Cómo son?

Sexo	Finlandés	Total mercados
Porcentaje hombres	43,8%	49,4%
Porcentaje mujeres	56,2%	50,6%

### Edad

	Finlandés	Total mercados
Edad media (turistas a partir de 16 años)	44,9	43,9
Desviación típica	15,2	14,9

### Intervalos de edad

De 16 a 24 años	10,3%	9,1%
De 25 a 30 años	10,3%	13,7%
De 31 a 45 años	33,8%	34,1%
De 46 a 60 años	26,1%	26,2%
Mayores de 60 años	19,5%	17,0%

### ¿Con quién vienen?

Acompañantes *	Finlandés	Total mercados
Menores de 13 años	24,1%	16,7%
Pareja	73,6%	73,3%
Hijos	32,3%	22,7%
Otros familiares	11,9%	10,5%
Amigos	11,7%	9,6%
Compañeros de trabajo	0,9%	0,6%
Otros	0,2%	0,2%

\* Pregunta multirrespuesta

### ¿Cómo nos valoran?

Impresión sobre el viaje	Finlandés	Total mercados
Buena o muy buena (% turistas)	87,4%	92,7%
Valoración media ( escala 1-10)	8,33	8,75

### ¿Cuántos son fieles al destino Islas Canarias?

Nivel de fidelidad	Finlandés	Total mercados
Turistas repetidores	78,9%	76,3%
Enamorados (más de 10 visitas)	13,5%	15,6%
Intención de visita en prox. 2 años (1-10)	3,39	4,56

### Procedencia de los turistas

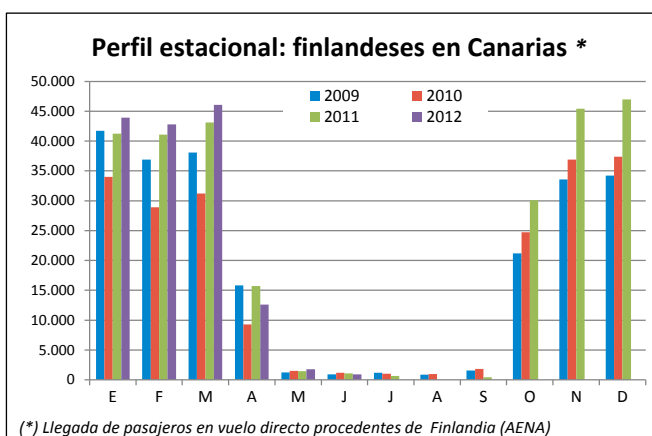
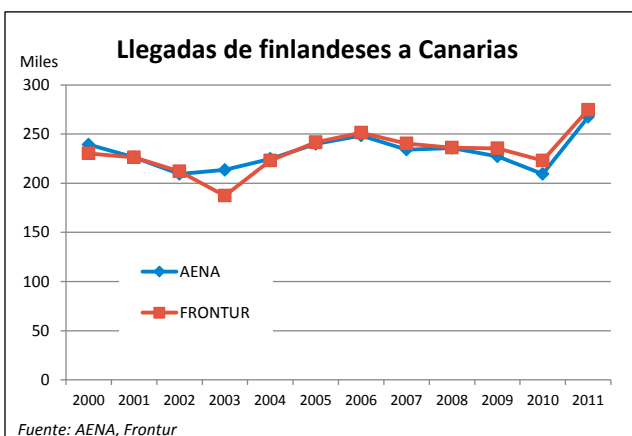
#### Principales aeropuertos de origen (2011)

Helsinki Vantaa (82%), Oulu (7,6%), Turku (3,4%), Vaasa (2%), Kuopio (1,9%), Tampere Pirkkala(1,8%).

## 2. Importancia del mercado Finlandés en Islas Canarias

### Afluencia de finlandeses a Canarias por islas

	Canarias	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	La Palma
<b>Cuota sobre finlandeses en España</b>	47,3%	18,5%	23,8%	3,2%	1,9%	0,0%
<b>Llegada de turistas (pasajeros en vuelos directos desde Finlandia, AENA)</b>						
2010	208.893	77.990	112.441	12.420	6.042	0
2011	267.251	104.472	134.336	17.943	10.500	0
Diferencia	58.358	26.482	21.895	5.523	4.458	0
Diferencia %	27,9%	34,0%	19,5%	44,5%	73,8%	--
<b>Distribución por islas (2011)</b>						
	100,0%	39,1%	50,3%	6,7%	3,9%	0,0%
<b>Evolución reciente:</b>						
Enero - julio 2011	144.334	58.070	71.896	10.175	4.193	0
Enero - julio 2012	148.020	58.843	76.126	5.836	7.215	0
Diferencia	3.686	773	4.230	-4.339	3.022	0
Diferencia %	2,6%	1,3%	5,9%	-42,6%	72,1%	--



Nota: Aena registra los **pasajeros** que llegan a Canarias en vuelos directos desde Finlandia mientras que FRONTUR estima el número de **turistas** finlandeses en Canarias (los que llegan en vuelos directos más otros que pueden haber llegado a través de otros aeropuertos).

### Islas

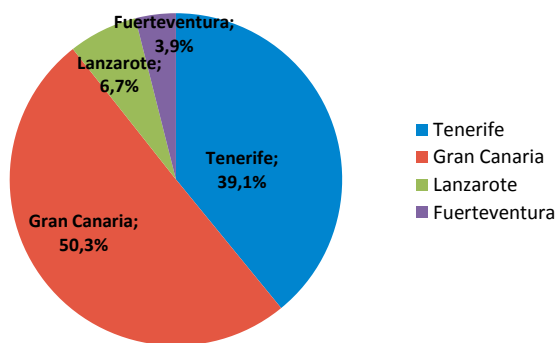
#### Secuencia de visita a las islas

- Primera visita: Gran Canaria.
- Segunda visita: Tenerife .
- Tercera visita: Lanzarote y La Palma.

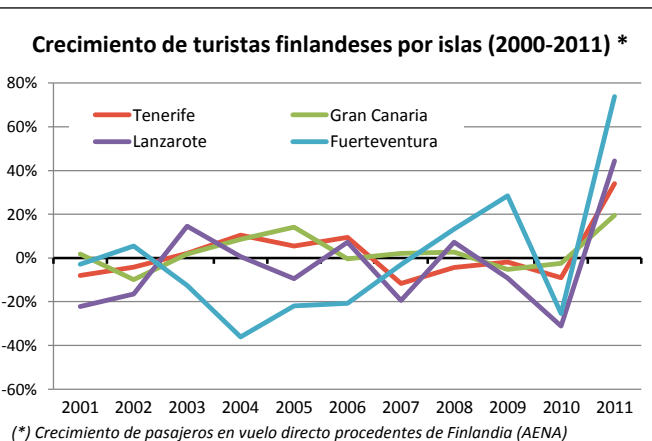
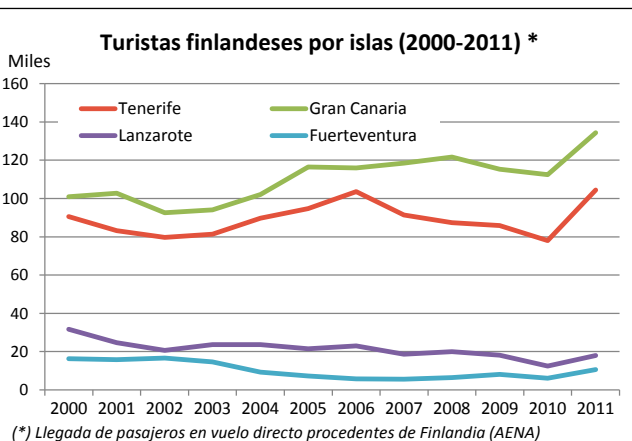
#### Tipos de vacaciones asociadas por el turista a cada isla

- Descanso y tranquilidad: El Hierro (45%) y La Gomera (35%).
- Ocio nocturno: Gran Canaria (23%) y La Palma (13%).
- Disfrute con la familia: Fuerteventura (21%) y Tenerife (16%).
- Tenerife: disfrutar con la familia (16%) y ocio activo (16%).
- Gran Canaria: Ocio nocturno (23%) y ocio activo (19%).
- Lanzarote: descanso y tranquilidad (29%) y cultura y tradición (17%).
- Fuerteventura: disfrutar con la familia (21%) y descanso y tranquilidad

#### Distribución de la llegada de turistas por islas (2011) \*



(\*) Llegada de pasajeros en vuelo directo procedentes de Finlandia (AENA)



## 3. Notoriedad e imagen de Islas Canarias

### En origen

#### Barreras para venir a Canarias

##### Para la primera visita:

Por razones económicas (47,0%), ser demasiado turístico (45,7%), no se lo había planteado como destino (34,0%), etc.

##### Para la repetición de la visita:

Preferencia por otros destinos (26,8%), razones económicas (15,9%), imposibilidad para viajar (9,1%), etc.

##### Para elegir Canarias frente a otros destinos:

Ha estado y quiere conocer otros destinos, considera que se trata de un destino demasiado turístico o piensa que



#### Notoriedad

##### Grado de conocimiento declarado de Canarias (escala 1-10)



##### Islas con marca más reconocida

Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote. No hay diferencias significativas entre las dos primeras, las cuales predominan sobre la última

##### % población que ha visto información promocional de Canarias



#### Imagen global

##### Imagen global (escala 1-10)



##### Características distintivas de Canarias

Mar y playas; sol y buen tiempo; turistas y volcanes.

##### Asociaciones libres con la imagen de Canarias



#### Imagen funcional (en comparación con competidores)

##### Imagen funcional de Canarias (escala 1 - 10)

- Aspectos mejor valorados: clima (6,16), destino familiar y de niños (5,09), hospitalidad (5,04), fácil acceso (4,92) y playas (4,88).
- Aspectos peor valorados: más masificación (3,33), poca oferta histórico-cultural (3,81), peor situación medioambiental (3,90), poca estabilidad político-social (3,99) y poca limpieza (4,00).



#### Imagen afectiva

##### Imagen afectiva del destino Canarias

- Aspectos positivos: destino alegre y estimulante.
- Aspectos negativos: destino poco sostenible y poco auténtico.



### En destino

#### Imagen global

##### Imagen global (escala 1-10)



##### Comparación de imagen: turista antes de la visita a Canarias vs. después de la primera visita a Canarias: mejora en 2,2 puntos



#### Imagen funcional (en comparación con competidores)

##### Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- Aspectos mejor valorados: paisajes (7,08), clima (6,83), accesibilidad (6,79), para familias y niños (6,66), estabilidad político-social (6,66) y situación ambiental (6,61).
- Aspectos peor valorados: poca oferta histórico-cultural (5,27), menos de moda (5,29), pocas tradiciones y costumbres (5,32), menos lujo (5,39) y menos compras (5,62).

##### Comparación de imagen: turista que no ha estado en Canarias vs. turista de primera visita:

- Supera las expectativas: estabilidad político-social, paisajes, asequible, situación medioambiental, accesibilidad, seguridad, limpieza y no demasiado masificada.

- Cubre las expectativas: destino de moda, ambiente nocturno, compras, clima agradable, costumbres y tradiciones, oferta deportiva, sitios de interés histórico-cultural y alojamientos.

##### Comparación de imagen: turista de primera visita vs. turista repetidor de Canarias:

- Mejor imagen del repetidor: compras, lujo, noches, oferta deportiva, destino de moda.

- Peor imagen del repetidor: peor precio, peores accesos, menos exótico, menos variedad y personal menos profesional.

##### Familiaridad (escala 1 - 10)

- Aspectos más familiares: idioma (6,81) y ambiente (6,13).
- Aspectos menos familiares: gastronomía (4,93) e inseguridad (5,61).



#### Imagen afectiva

##### Imagen afectiva del destino Canarias

- Aspectos positivos: destino alegre y estimulante.
- Aspectos negativos: destino poco auténtico y poco auténtico.

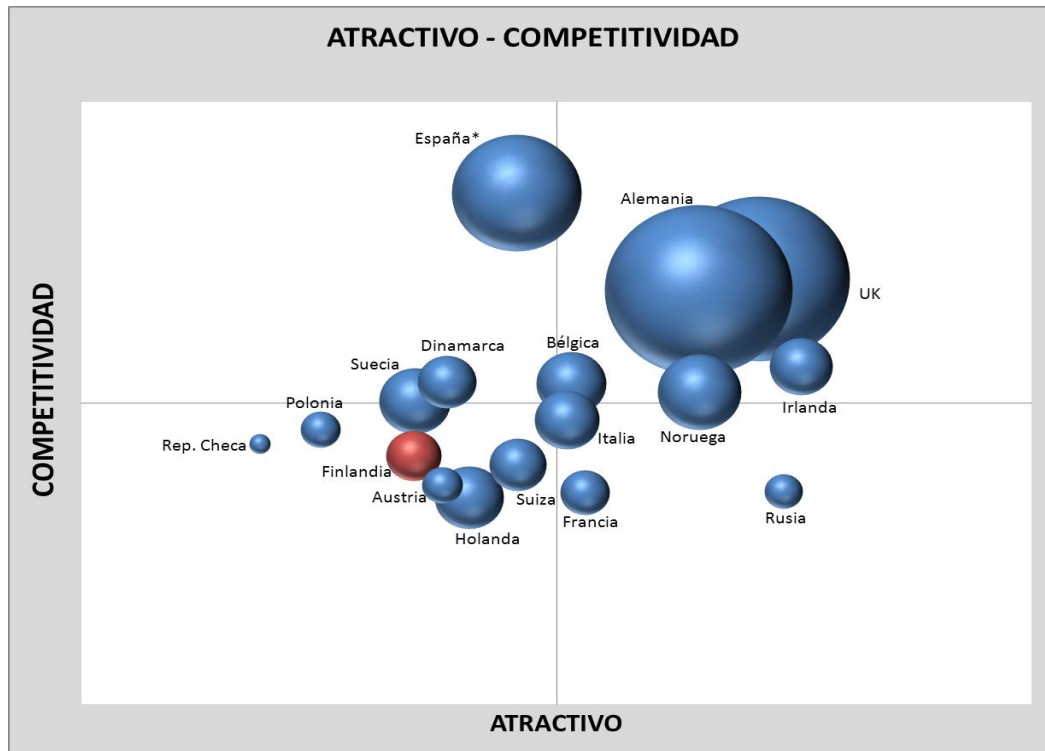


#### Recomendaciones de mejora



#### 4. Posicionamiento

##### Atractivo del mercado y competitividad del destino Islas Canarias (2011)



##### Índice de capacidad de compra por habitante:

