

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

SUECIA 2025

Estructura del Sector Turístico

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

El mercado de viajes sueco es un mercado maduro y altamente digitalizado con una fuerte propensión a viajar, tanto nacional como internacionalmente. A pesar de la población relativamente pequeña de Suecia (aproximadamente 10,5 millones de habitantes), el país se sitúa entre los primeros de Europa en términos de viajes internacionales per cápita.

El mercado de viajes de ocio está dominado por unos pocos grandes grupos y consorcios integrados verticalmente, como TUI Nordic y Ving (propiedad de Nordic Leisure Travel Group), que producen y distribuyen productos de viaje a través de sus propias plataformas y redes de venta. Las agencias de viajes tradicionales siguen desempeñando un papel, sobre todo en los viajes más complejos o de larga distancia, pero su cuota de mercado no ha dejado de disminuir en favor de la reserva directa on line.

4

El viajero sueco está bien informado, es consciente de los precios y domina el mundo digital. Una gran proporción investiga por su cuenta y reserva sus viajes por Internet, a menudo directamente con los proveedores o a través de sitios de comparación de precios. La sostenibilidad y la flexibilidad son cada vez más importantes desde la pandemia, aunque esto es más evidente en el segmento de los viajes de negocios. Hoy en día, muchas empresas tienen claros requisitos medioambientales en sus políticas de viajes, que afectan a la elección del transporte, el alojamiento y los proveedores. En los viajes de ocio, las consideraciones medioambientales son menos pronunciadas: solo el 12 % tiene en cuenta el medio ambiente y la sostenibilidad a la hora de planificar sus vacaciones.

Los viajes de negocios siguen siendo una parte importante del mercado sueco de viajes. En 2023, las ventas de viajes de negocios ascendieron a 16.100 millones de coronas suecas, lo que representa casi el 30% de la facturación total del mercado, que fue de 54.300 millones de coronas suecas. A pesar de un declive durante la pandemia, los viajes de negocios se han recuperado gradualmente. Las empresas dependen en gran medida de las agencias de viajes y las plataformas digitales de reservas para gestionar los viajes de negocios de forma estructurada y trazable.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

El sector de la producción en Suecia está formado por una combinación de operadores turísticos tradicionales, grupos de viajes integrados verticalmente y operadores que ofrecen paquetes dinámicos. Entre los principales operadores figuran:

- Ving / Nordic Leisure Travel Group (NLTG): Junto con TUI, uno de los mayores operadores de Suecia, ofrece vacaciones chárter, escapadas urbanas y paquetes dinámicos. Opera con las marcas Ving, Globetrotter y Spies, y es propietaria de la aerolínea Sunclass Airlines. Las ventas de Ving en Suecia alcanzaron los 5.450 millones de coronas suecas en 2023, lo que corresponde al 25% del mercado.

- TUI Nordic: Filial del grupo internacional TUI. Ofrece servicios totalmente integrados que incluyen aerolínea propia, alojamiento y experiencias. TUI Suecia registró unas ventas de 5 550 millones de coronas suecas, lo que corresponde al 25% del mercado.

- Apollo (DER Touristik): Se centra en el chárter y los viajes activos. Venden tanto directamente como a través de socios y son propietarios de la aerolínea Novair. Apollo facturó 2.500 millones de coronas suecas, lo que equivale al 11% del mercado.

- Operadores especializados: Empresas como Rolfs Flyg & Buss (926 millones de SEK, 4,2%), Temaresor, Grand Tours etc atienden a segmentos especializados, como los viajes culturales, para mayores y en grupo. Otros operadores más pequeños, como Nazar, STS Alpresor y Sunweb (antes Airtours), también están establecidos en sus respectivos nichos.

En total, unos 120 operadores turísticos suecos facturaron más de 10 millones de coronas suecas en 2023, lo que indica que el sector sigue siendo amplio y polifacético. Los tres operadores más importantes -Ving, TUI y Apollo- representaron en conjunto más del 61% de las ventas suecas de viajes combinados en 2023.

En los últimos años, la demanda de paquetes flexibles que combinan dinámicamente vuelos y hoteles ha crecido significativamente, creando más oportunidades para los especialistas más pequeños y los actores centrados digitalmente.

Los datos de esta sección se basan en las estadísticas del sector de SRF y en la recopilación de ingresos de las empresas realizada por Travel News a partir de los informes anuales de 2023

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

El sector de la distribución ha experimentado cambios significativos debido a la digitalización y a la evolución del comportamiento de los consumidores. Entre las características clave se incluyen:

6 | - Canales integrados verticalmente: Los grandes turoperadores distribuyen principalmente a través de sus propias webs y apps. Por ejemplo, la mayoría de las reservas de Ving y TUI se realizan a través de sus propios canales digitales. En 2024, aproximadamente el 35% de los suecos reservaron al menos un viaje a través de una plataforma de operador turístico (Barómetro sueco de viajes de ocio, 2024 - Nordic Bench).

- Agencias independientes de viajes de ocio: A pesar de la disminución de la presencia física de las agencias en los últimos años, varias agencias activas siguen manteniendo ventas significativas. Ticket es, con diferencia, el mayor operador entre las agencias tradicionales e híbridas, con unas ventas de aproximadamente 3.990 millones de coronas suecas en 2023, lo que corresponde al 23% de la cuota de mercado total dentro del segmento de las agencias de ocio. Ticket sigue operando una extensa red de oficinas físicas con 49 tiendas en toda Suecia, pero también genera una gran parte de sus ventas en línea. Resecentrum en Estocolmo y AOB Travel registraron unas ventas de 1.490 y 1.360 millones de coronas suecas, respectivamente, lo que corresponde a unas cuotas de mercado del 9% y el 8%. Select Travel también contribuye con un volumen menor pero notable. Este segmento totalizó unas ventas de 17.500 millones de coronas suecas en 2023. Además, alrededor de otras 40 agencias declararon ingresos anuales superiores a 10 millones de coronas suecas, lo que pone de relieve la presencia continua de actores más pequeños y a menudo especializados. Estas agencias son especialmente importantes para grupos de mayor edad, reservas más complejas y clientes que buscan un servicio personalizado.

Las cifras presentadas en esta sección se refieren a agencias de viajes de ocio tradicionales e híbridas con presencia física o mixta. Las agencias de viajes en línea (OTA) puras, como Etraveli Group AB, no se incluyen en las descripciones anteriores, se tratan en la sección 4. Como referencia, las ventas nacionales ajustadas de Etraveli ascendieron a 4.680 millones de coronas suecas en 2023, lo que supone una cuota del 27% del mercado total de agencias de viajes de ocio, la más alta de todas las empresas.

- Agencias de viajes de negocios: Las agencias de viajes siguen desempeñando un papel importante en los viajes de negocios debido a la necesidad de cumplimiento de políticas, informes y soluciones integrales. El mercado está dominado por unos pocos grandes operadores, cuyas relaciones con los clientes suelen basarse en contratos marco y corporativos, más que en reservas individuales. Las ventas se realizan principalmente a través de portales corporativos, herramientas de autorreserva (SBT), servicio personal y, ocasionalmente, integraciones API con los sistemas de la empresa. La facturación suele realizarse mensualmente mediante facturas consolidadas, a menudo integradas con los sistemas de contabilidad y gastos de viaje.

GBT Sweden AB (American Express GBT) es el mayor operador, con unas ventas aproximadas de 2.800 millones de coronas suecas (16% de cuota de mercado). Gestiona los viajes de muchas de las empresas y organizaciones más importantes de Suecia. GBT también opera Agencia Sweden AB (11% de cuota de mercado), que se dirige a pequeñas y medianas empresas a través de plataformas digitales. American Express GBT está actualmente en proceso de adquirir CWT Sverige AB, que posee alrededor del 11% de cuota de mercado.

BCD Travel Sweden AB es el segundo operador, con 2 600 millones de coronas suecas de ventas (15%). BCD también se centra en soluciones de reservas digitales, asistencia centralizada e informes de viajes integrados.

Big Travel Sweden AB, con unos 1.000 millones de SEK en ventas de viajes de negocios (6%), combina los viajes corporativos con las ventas de viajes de ocio. Su modelo es más descentralizado, con presencia local y contacto personal con el cliente.

Además, unas 20 agencias de viajes de negocios más pequeñas tienen ventas anuales superiores a los 10 millones de coronas suecas, a menudo con un enfoque más especializado o regional. Estas agencias complementan el mercado ofreciendo flexibilidad, servicio personal y experiencia local.

Los datos de esta sección se basan en las estadísticas del sector de SRF y en la recopilación de ingresos de las empresas realizada por Travel News a partir de los informes anuales de 2023.

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

Las plataformas online dominan el panorama sueco de reservas de viajes. La digitalización ha transformado tanto el comportamiento de los consumidores como los modelos de negocio y, en la actualidad, la mayoría de los viajes se reservan en línea. Según el Barómetro Sueco de Viajes de Ocio de 2024, más del 80% de los suecos que habían viajado en el último año utilizaron al menos un canal digital para reservar su viaje.

Las principales categorías de canales en línea incluyen:

- Sitios de reserva de hoteles:

Servicios como Booking.com dominan especialmente las reservas de hoteles. Trivago, Agoda y Hotels.com también se utilizan con frecuencia. En 2024, el 43% de los viajeros utilizó alguno de estos servicios.

- Sitios de comparación de precios (Metabúsqueda):

Servicios como Momondo, Flygresor.se y Google Flights se utilizan para comparar precios de vuelos. El 24% de los viajeros declaró haber utilizado un sitio de comparación de este tipo en el último año.

- OTA suecas y nórdicas:

Etraveli Group AB es el mayor operador sueco de reservas en línea. La empresa opera sitios como Supersavertravel, Gotogate y Flygvaruhuset.se, y también está bien establecida a nivel internacional. Las ventas en Suecia ascendieron a 4.680 millones de coronas suecas en 2023, lo que representa el 12% del total de ventas de viajes de ocio y el 27% del total de ventas de agencias de ocio.

- Reservas directas con aerolíneas y hoteles

Aerolíneas como SAS, Norwegian y Ryanair registran una cuota creciente de reservas a través de sus propias apps y webs: el 45% reserva directamente con una aerolínea. El 30% reserva directamente a través de los sitios web de cadenas hoteleras o de alojamiento como Scandic y Choice.

- Paquetes dinámicos:

9

Varios operadores ofrecen soluciones a medida en las que el cliente combina vuelos, hoteles y servicios complementarios. Esto aumenta la flexibilidad y permite organizar viajes más personalizados.

- Plataformas de contratación:

Son sistemas técnicos e intermediarios que permiten la distribución de productos de viaje a través de múltiples canales mediante contratos con hoteles, aerolíneas y otros proveedores. Proveedores internacionales como Amadeus, Sabre y Travelport son utilizados habitualmente entre bastidores por muchas agencias de viajes suecas, sobre todo en viajes de negocios y paquetes dinámicos. Entre ellas, Amadeus es la plataforma dominante utilizada por las agencias suecas para la gestión de reservas e inventarios.

Aunque las cifras exactas de ingresos de algunas plataformas internacionales no están disponibles públicamente, el sector estima que más del 80% de todos los viajes de ocio se reservan ahora en línea, una cuota que sigue aumentando con la digitalización en curso y los cambios generacionales en el comportamiento de los viajeros.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

Hay varias organizaciones clave del sector que representan a diversas partes del mercado turístico sueco:

- Asociación Sueca de Agencias de Viajes y Turoperadores (SRF): La mayor organización de agencias de viajes y operadores turísticos. Trabaja en temas como regulación, educación y asuntos públicos.

- Visita: Representa al sector hostelero en general, incluidos hoteles y restaurantes.

- Empresas de transporte - Aviación: Representa a las compañías aéreas y otros agentes de la aviación en Suecia.

10

- Apoyo a los viajes: Red cooperativa que ofrece apoyo técnico y comercial a las agencias de viajes independientes de Suecia, incluidos sistemas de reserva compartidos, acuerdos con proveedores y apoyo empresarial.

- SBTA (Asociación Sueca de Viajes de Negocios): Representa a compradores y proveedores del sector de viajes de negocios, centrándose en la educación, las mejores prácticas y la creación de redes.

- ANTOR Suecia: La Asociación de Representantes de Oficinas Nacionales de Turismo de Suecia, que promueve la cooperación entre las oficinas de turismo extranjeras activas en el mercado sueco.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 