

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

SUECIA 2026
Estructura del Sector Turístico

2

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 sector maduro, altamente digitalizado y con una marcada cultura viajera, tanto en el ámbito nacional como internacional. A pesar de contar con una población relativamente reducida —aproximadamente 10,5 millones de habitantes—, Suecia figura entre los países europeos con mayor número de viajes per cápita.

El segmento de viajes de ocio está dominado por unos pocos grandes grupos y consorcios verticalmente integrados, como TUI Nordic y Ving (propiedad de Nordic Leisure Travel Group), que desarrollan, comercializan y distribuyen sus propios productos turísticos a través de plataformas digitales y redes de venta propias.

Aunque las agencias de viajes tradicionales continúan teniendo relevancia, especialmente en viajes complejos, personalizados o de larga distancia, su cuota de mercado ha disminuido progresivamente en favor de la reserva directa online. Este cambio ha sido impulsado por el elevado nivel de digitalización de los consumidores suecos, así como por la creciente preferencia por soluciones de autoservicio y plataformas de reserva digitales.

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.

Las ventas totales de viajes en Suecia aumentaron ligeramente entre 2023 y 2024, un incremento de alrededor del 2 %. Tras la fuerte recuperación de 2022-2023, el sector se encuentra ahora en una fase más estable, con un crecimiento moderado y volúmenes normalizados. Los viajes privados aumentaron el 3%, en 2025 mientras que los viajes de negocios disminuyeron ligeramente. La mayoría de las empresas informan de una demanda sólida y sostenida, pero también de una mayor presión sobre los precios y un comportamiento de reserva más selectivo, especialmente en los viajes corporativos.

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. A finales de 2024 operaban un total de 426 empresas como turoperadores, lo que demuestra la presencia de numerosos actores pequeños en el mercado. Al mismo tiempo, las ventas siguen estando muy concentradas en un reducido número de grandes empresas. Entre los principales operadores figuran:

- Ving / Nordic Leisure Travel Group (NLTG): 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 6.169 millones de coronas suecas en 2024, 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 6.107 millones de coronas suecas en 2024, 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 2.554 millones de coronas suecas, lo que equivale al 10% del mercado.

- Operadores especializados: Empresas como Rolfs Flyg & Buss (1.213 millones de SEK, 5%), 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.

Las ventas de los operadores turísticos ascendieron a 24.400 millones de coronas suecas, frente a los 22.600 millones del año anterior, lo que supone un crecimiento de alrededor del 8%. Los tres operadores más importantes -Ving, TUI y Apollo- representaron en conjunto el 60% de las ventas suecas de viajes combinados en 2024.

El crecimiento se explica principalmente por la demanda estable de viajes internacionales entre los consumidores suecos, así como por el continuo aumento de las ventas en línea. Al mismo tiempo, la situación económica ha propiciado que más personas opten por viajes más cortos dentro de Europa, lo que beneficia a los organizadores de viajes organizados a destinos cercanos.

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 este informe se basan en las estadísticas del sector de SRF (Informe 2025) y en la recopilación de ingresos de las empresas realizada por Travel News a partir de los informes anuales de 2024.

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 2025, 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, - 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 3.931 millones de coronas suecas en 2024, 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 1.446 y 1.414 millones de coronas suecas, respectivamente, lo que corresponde a unas cuotas de mercado del 9% y el 8. Este segmento totalizó unas ventas de 17.100 millones de coronas suecas en 2024. Las agencias especializadas en viajes de negocios se situó en 15.200 millones.

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 5.013 millones de coronas suecas en 2024, lo que supone una cuota del 29% 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 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. Pueden destacarse GBT Sweden AB (American Express GBT), BCD Travel Sweden AB y Big Travel Sweden AB

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.

7

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 5.013 millones de coronas suecas en 2024, 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:

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.
- 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

