

## INDICADORES TURÍSTICOS

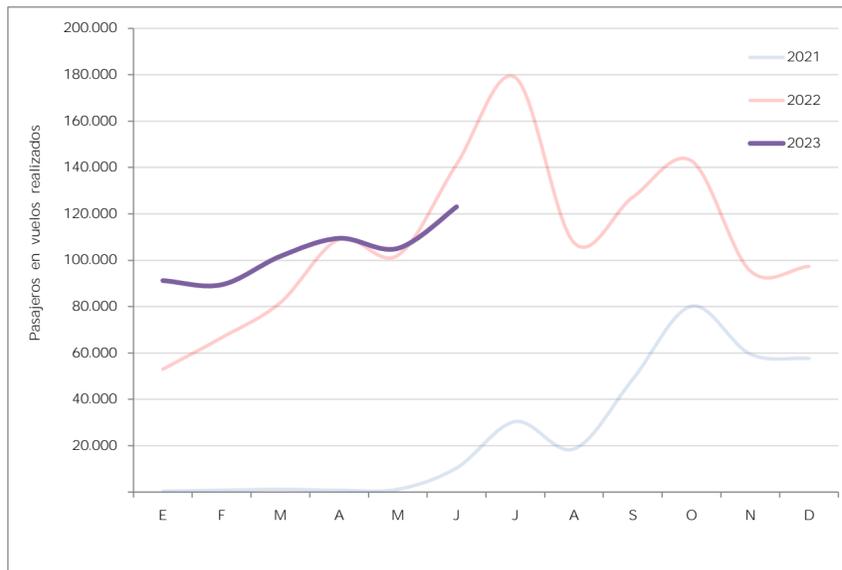
### LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)

AÑO 2022	Total internacional	71.659.281	Principales	C. Valenciana	29
	Noruega	0	Destinos 2022	Canarias	23
	Cuota de mercado (%)	0,0	(%)	Andalucía	18

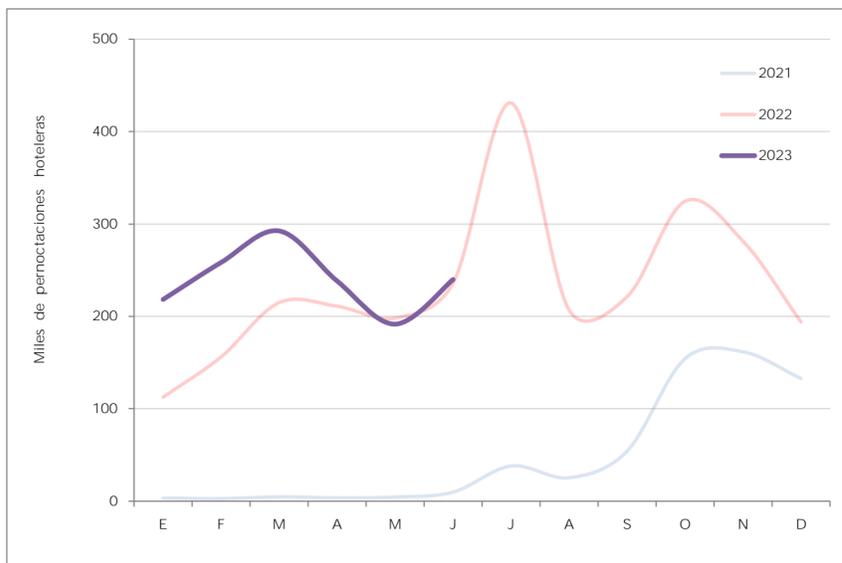
### GASTO TOTAL (millones de euros) - Egatur (INE)

AÑO 2022	Total internacional	87.138,2	Principales	Canarias	13,0
	Noruega	1.889,7	Destinos 2022	Andalucía	11,5
	Cuota de mercado (%)	2,2	(%)	Comunidad Val	5,2

### PASAJEROS EN LLEGADOS EN VUELOS DIRECTOS - AENA



### PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2022	Total internacional	200.763.081	Principales	Canarias	36
	Noruega	2.787.626	Destinos 2022	Baleares	23
	Cuota de mercado (%)	1,4	(%)	Andalucía	14

## NORUEGA

Última actualización - Agosto 2023

Hace unas semanas comenzó un despliegue por parte de las autoridades noruegas para intentar convencer a la población para que este verano no pasen las vacaciones en el extranjero. La recomendación se basa en la debilidad de la moneda, que ha hecho que los precios relativos a la hora de salir fuera sean superiores. A ello se añade los muy elevados precios de los vuelos, que casi duplican los del año pasado. Por el contrario, los operadores de receptivo locales (hoteles, campings, atracciones) prevén un gran verano por el efecto sustitución.

Consultados algunos de los grandes turoperadores chárter, confirman que las ventas para las vacaciones de la primavera superaron todas las expectativas, pero que durante las últimas semanas de junio, coincidiendo con unas semanas de climatología fantástica (y con el inicio de la mencionada campaña disuasoria) las ventas se ralentizaron, empezando a tener problemas para llenar ciertos aviones, y ajustando vía precio. Había cierta preocupación por los resultados definitivos en julio. Las cifras de ocupación eran similares a las del año pasado, pero con una capacidad era algo mayor.

Frontur confirma la tendencia observada en los meses previos: las cifras señalan que los volúmenes son un 20% inferiores a lo de 2019. La falta de capacidad aérea se está dejando notar claramente (tanto en volúmenes como en precio).

El pasado 6 de julio la cía. aérea Norwegian anunció que está en negociaciones para adquirir la aerolínea regional Widerøe. Presumimos que la idea de Norwegian, aparte de ganar tamaño y acorralar a su gran rival SAS en este mercado, es iniciar un proceso de integración vertical y así reorganizar el programa de vuelos (posiblemente sustituyendo algunas conexiones directas por conexiones vía los mayores aeropuertos). Las autoridades de la competencia deberán pronunciarse.

Los principales competidores de España, en cuanto a volumen, son los propios países del entorno -Suecia y Dinamarca-, además de Reino Unido, Alemania y Francia que, por razones de proximidad geográfica, cultural y por motivación viajera (negocios, amigos o familiares), son visitados frecuentemente por los noruegos. Sin embargo, los verdaderos competidores específicos -por producto mayoritario- se ubican en la cuenca mediterránea (Francia, Grecia, Italia y Turquía).

El turista noruego es un viajero experimentado que considera las vacaciones más como un bien necesario que como un producto de lujo, y la sostenibilidad medioambiental es un factor que cada vez va cobrando mayor importancia a la hora de decidir sus viajes.

Respecto a los turistas noruegos que visitaron España, el año 2022 se cerró con una robusta recuperación interanual, con una tendencia a retornar hacia valores prepandémicos: el número de turistas (+328%), el gasto (+215,6%), y las pernoctaciones hoteleras (+386,7%) mostraron incrementos de tres cifras, y, para el caso del gasto corriente, sus números ya frisan el nivel alcanzado en 2019.

En 2022, visitaron España alrededor de 1,25 millones de turistas noruegos, lo que representó el 1,8% del total de turistas recibidos, realizando un gasto de 1.514 millones de euros (1,7% del total), lo que situó a Noruega en el puesto 13 como mercado emisor de turistas hacia España y en el 13 con respecto al gasto efectuado. El gasto medio por persona fue de los más elevados entre los mercados europeos (1.403 euros); el gasto medio diario se situó en 142 y la estancia media en 9,9 noches, también entre la más en el ámbito europeo.

En 2022, la principal motivación de los turistas noruegos que visitaron España fue el ocio (91% del total). Pese a que pernoctaron mayoritariamente en hoteles (58%), este mercado destaca por ser, tras Suecia, el mercado que en mayor medida se utilizó el alojamiento en vivienda propia (17%), hecho que explica el alto grado de fidelidad que presentan los turistas noruegos. Principalmente viajaron sin paquete turístico (76%) y sus destinos favoritos fueron la Comunidad Valenciana (29%), Canarias (23%) y Andalucía (18%). Predominaron los turistas con estudios superiores (85%), de clase media (45%), así como los que viajaron en pareja (34%), seguidos de aquellos que viajaron en familia (28%). Las principales actividades que realizaron fueron disfrute de la playa (74%), visitas a ciudades (61%) y realizar compras (58%). La edad media de los turistas noruegos se situó entre las más altas, 47 años, por encima de la media de edad del total de turistas de (43 años) (estimación Turespaña basada en microdatos INE).

En el acumulado hasta junio (dos primeros trimestres) el mercado noruego registra relevantes crecimientos respecto a 2022, tanto en el flujo de turistas (+19,8%) como en el gasto (+24,0%) (Turespaña a partir de microdatos INE).

### INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos jun. 2023

% Variación de pasajeros en vuelos realizados	Año 2023		
	Año 2022	Jun. 2023	Acumulado jun. 2023
sobre el mismo periodo año previo	3,2	-12,9	12,0

AECFA - Datos julio 2023

% Variación de asientos en vuelos previstos	Agosto 2023
	sobre el mismo mes año previo

## INDICADORES ECONÓMICOS

	2020	2021	2022	2023 <sup>Previsión</sup>	2022 - 3T	2022 - 4T	2023 - 1T	2023 - 2T
PIB (% variación) <sup>1</sup>	-1,3	3,9	3,3	2,1	1,2	0,0	0,2	-
IPC (% variación) <sup>2</sup>	1,2	3,9	6,2	4,9	7,7	6,3	7,3	6,8
TASA DE DESEMPLEO	4,6	4,4	3,3	3,5	3,2	3,3	3,8	-

<sup>1</sup> Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales

<sup>2</sup> Variación interanual del último mes del trimestre

Fuentes: Eurostat, FMI y autoridades nacionales

### CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - Finance Norway & TSN Gallup



### TIPO DE CAMBIO (EUR/NOK). Dato: tipo de cambio medio mensual

