

INDICADORES TURÍSTICOS

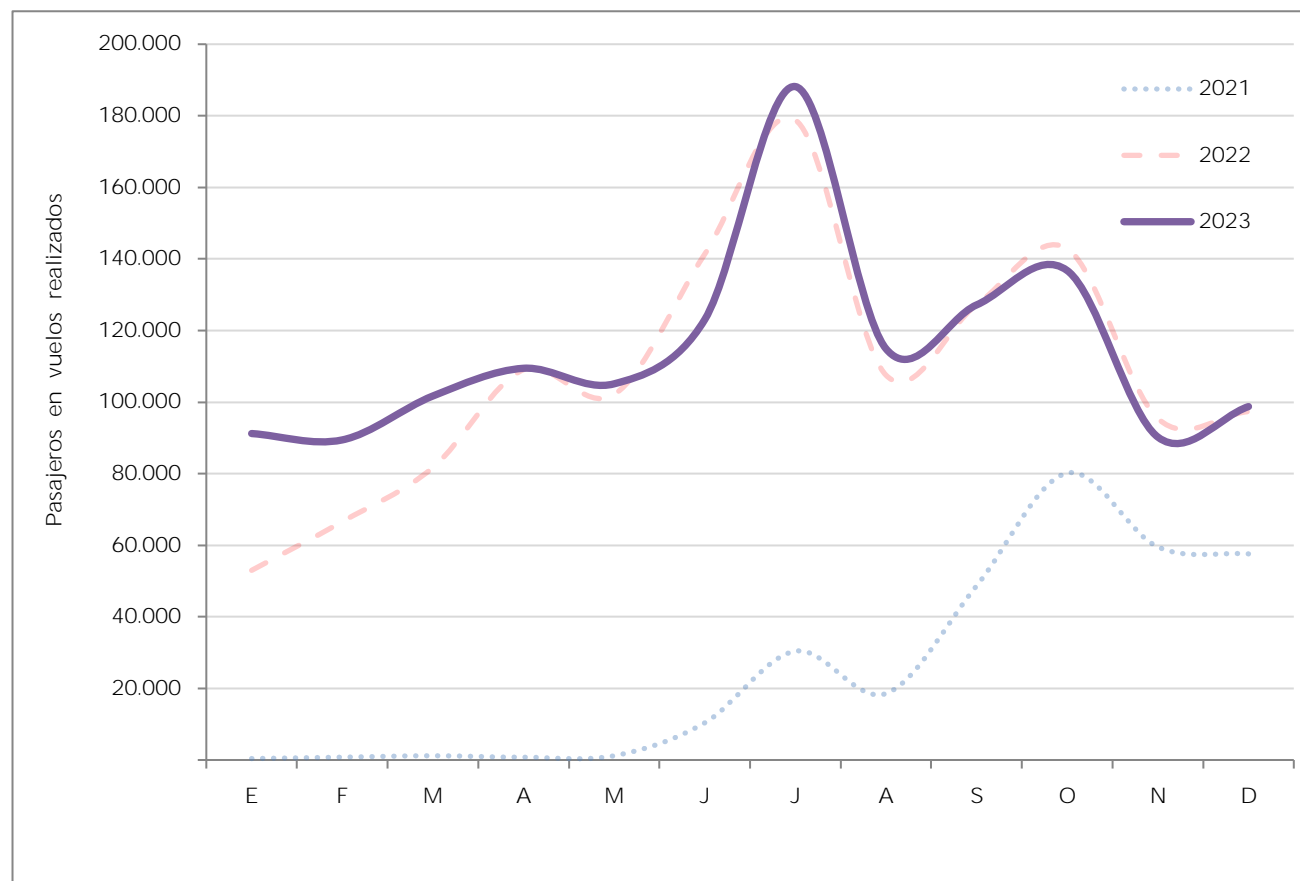
LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)

AÑO 2023	Total internacional	85.056.528	Principales	Canarias	30
	Noruega	1.377.011	Destinos 2023	C. Valenciana	26
	Cuota de mercado (%)	1,6	(%)	Andalucía	18

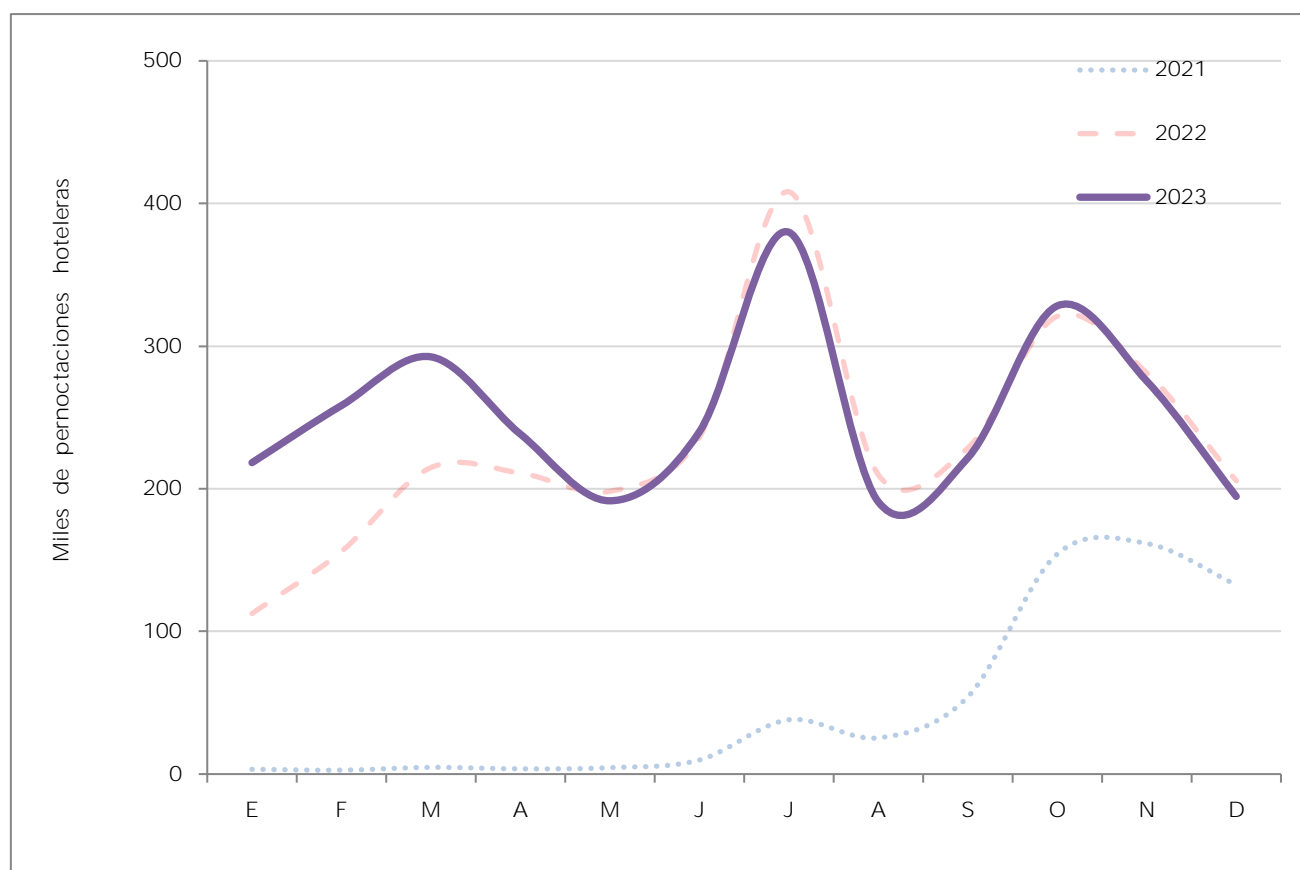
GASTO TOTAL (millones de euros) - Estimación de Turespaña a partir de datos INE

AÑO 2023	Total internacional	108.662,5	Principales	Canarias	34
	Noruega	2.083,1	Destinos 2023	C. Valenciana	27
	Cuota de mercado (%)	1,9	(%)	Andalucía	18

PASAJEROS EN LLEGADOS EN VUELOS DIRECTOS - AENA



PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2023	Total internacional	225.576.354	Principales	Canarias	43
	Noruega	3.029.791	Destinos 2023	Baleares	21
	Cuota de mercado (%)	1,3	(%)	Andalucía	12

Las cifras de turistas noruegos que llegan a España siguen siendo inferiores a las de 2019. Sin embargo, los turoperadores chárter están bastante contentos con el resultado de las ventas de la temporada otoño/invierno, con variaciones de 2 cifras en algún caso.

Las últimas encuestas aparecidas son optimistas: a pesar de los retos de la economía, los noruegos mantienen los viajes de ocio entre sus principales prioridades, siendo los que planean realizar más viajes al extranjero entre sus vecinos nórdicos (2,3 viajes/año frente a 2,0 de media). La dureza de esta temporada invernal permite soñar en una 'sobreactivación' de los viajes hacia destinos más cálidos.

No se prevén aumentos notables de la capacidad, que es lo que verdaderamente lastra la recuperación. Las principales compañías aéreas, Norwegian y SAS, siguen dando pasos de una manera cautelosa. Aunque sí para otros mercados, no han anunciado conexiones nuevas significativas para el mercado noruego.

Norwegian consiguió el pasado 21 de diciembre, tras muchas dudas iniciales, la esperada autorización para la adquisición de la aerolínea local Widerøe. Aún no ha afectado a las respectivas operativas.

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. El precio es importante (27%), pero lo es más la confianza y la seguridad en el destino (55%). España encabeza la lista de los destinos más interesantes de cara a los próximos 12 meses.

Respecto a los turistas noruegos que visitaron España, el año 2023 se cerró con un significativo crecimiento interanual del número de turistas (+9,8%) y del gasto estimado (+15,7%) y las pernoctaciones hoteleras (+8,9%). Tanto el gasto nominal estimado como las pernoctaciones ya han rebasado las cifras a la pandemia; el volumen de turistas queda aún un poco por debajo de las cifras de 2019.

En 2023, visitaron España alrededor de 1,37 millones de turistas noruegos, lo que representó el 1,6% del total de turistas recibidos, realizando un gasto estimado de 2,08 millardos de euros (1,9% del total). El gasto medio por persona fue de 1.513 euros; el gasto medio diario se situó en 154 y la estancia media en 9,8 noches.

La principal motivación de los turistas noruegos que visitaron España fue el ocio (91% del total). Pese a que pernoctaron mayoritariamente en hoteles (56%), este mercado destaca el alto porcentaje de utilización de alojamiento en vivienda propia (16%), hecho que explica la gran fidelidad que presentan los turistas noruegos. Principalmente viajaron sin paquete turístico (72%) y sus destinos favoritos fueron Canarias (30%), la Comunidad Valenciana (26%) y Andalucía (18%). Predominaron los turistas con estudios superiores (78%), de clase media (47%), así como los que viajaron en pareja (32%), seguidos de aquellos que viajaron en familia (28%). Las principales actividades que realizaron fueron disfrute de la playa (73%), visitas a ciudades (62%) y realizar compras (61%). La edad media de los turistas noruegos se situó entre las más altas, 48,7 años, más de cuatro años por encima de la media de edad del total de turistas de (44,1 años). (Estimación Turespaña basada en microdatos INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

<i>AENA - Datos dic. 2023</i>			
% Variación de pasajeros en vuelos realizados	Año 2023	Dic. 2023	Acumulado dic. 2023
sobre el mismo periodo año previo	0,1	1,43	5,6

<i>AECFA - Datos enero 2024</i>	
% Variación de asientos en vuelos previstos	Febrero 2024
sobre el mismo mes año previo	-0,8

INDICADORES ECONÓMICOS

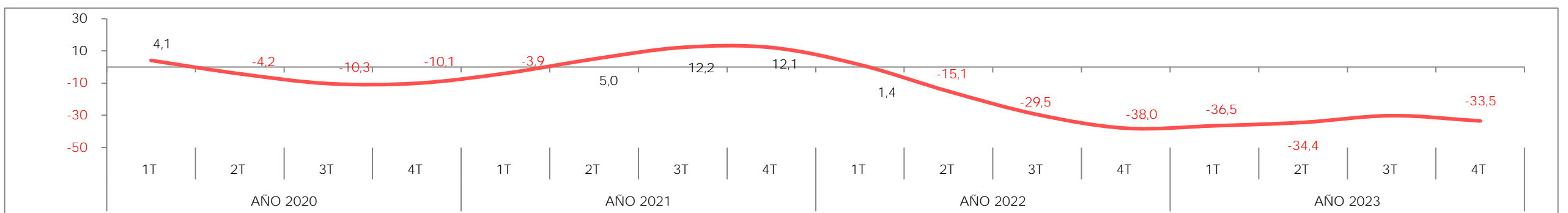
	2021	2022	2023	2024 prev	2023 - 1T	2023 - 2T	2023 - 3T	2023 - 4T
PIB (% variación) ¹	3,9	3,0	-	1,5	0,3	0,0	-	-
IPC (% variación) ²	3,9	6,2	5,8	3,7	7,3	6,8	2,8	4,7
TASA DE DESEMPLEO	4,4	3,3	3,6	3,8	3,8	3,4	3,5	-

¹ Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales

² Variación interanual del último mes del trimestre

Fuentes: Eurostat, FMI y autoridades nacionales

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR - Finance Norway & TSN Gallup



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

