

# INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



## LITUANIA 2024 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es)



### TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

---

Análisis del mercado emisor hacia España

---

Conclusiones y valoración de la situación

---



El mercado turístico emisor de Lituania ha mostrado un crecimiento notable en los últimos años, destacándose como un mercado emergente en Europa. La economía lituana, caracterizada por una creciente estabilidad y un aumento en el nivel de ingresos de sus ciudadanos, ha facilitado una mayor propensión al gasto en viajes internacionales. Este crecimiento se refleja en las cifras macroeconómicas, donde se proyecta una recuperación económica, así como una disminución controlada de la inflación. Estas condiciones económicas favorables, junto con la estabilidad en el mercado laboral, crean un ambiente propicio para el aumento del turismo emisor. Los turistas lituanos muestran un interés creciente por destinos que ofrezcan una combinación de ocio y oportunidades culturales, buscando experiencias diversificadas que incluyan actividades recreativas, deportivas y culturales. Además, la conectividad aérea ha mejorado significativamente, permitiendo un acceso más fácil y variado a diversos destinos europeos. En este contexto, España se destaca como uno de los destinos preferidos, compitiendo con otros países mediterráneos como Italia, Grecia, Turquía y Egipto.

## ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

### Características básicas del mercado

Lituania, ubicada en la región báltica de Europa, es un mercado emergente en términos de turismo emisor. Los viajeros lituanos suelen buscar destinos que ofrezcan tanto ocio como oportunidades culturales. La moneda local es el euro (EUR, €), y el nivel de ingresos de los ciudadanos está en aumento, lo que facilita un mayor gasto en viajes internacionales.

### CUADRO MACRO

	2023	Previsión 2024	Previsión 2025
<b>PIB REAL</b> (Tasa de variación interanual)	-0,3%	2,0%	2,9%
<b>INFLACIÓN</b> (Tasa variación interanual)	8,7%	1,9%	1,8%
<b>DESEMPLEO</b> (Sobre el total de la Población Activa)	6,9%	7,0%	6,9%

Fuente: Comisión Europea

La economía lituana está experimentando un crecimiento este año, a diferencia de la ligera contracción experimentada en 2023. El índice de precios al consumidor también muestra un control tras la distorsión de 2023 con un 8,7% influenciado por los costes energéticos y la inestabilidad geopolítica en la región. Las previsiones de cara a este 2024 y el próximo 2025 muestran un binomio crecimiento-inflación en el rango deseado el consenso de políticas macroeconómicas de la Unión Europea. El marco macroeconómico se ve beneficiado también por las infraestructuras públicas financiadas por la UE.

El empleo se mantiene estable con tasas de desempleo que pivotan en torno al 7,0%.

### Segmentos de turistas

El perfil del turista lituano se puede dividir en cuatro segmentos. Se trata de los segmentos habituales dentro de la mayor parte de los mercados turísticos tradicionales.

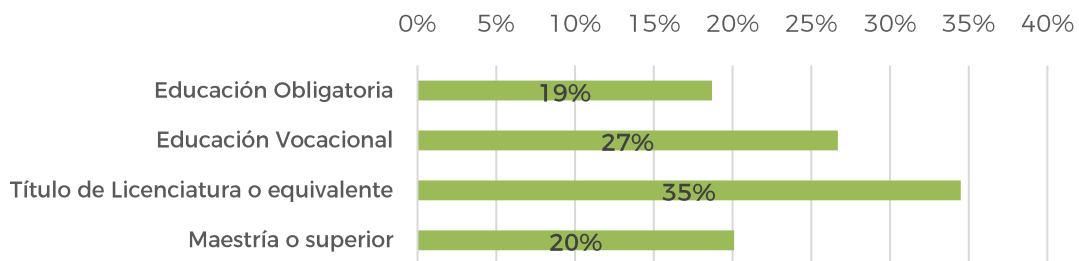
### 6

- **Familias:** Buscan destinos con actividades para niños, resorts todo incluido y playas seguras. Las familias suelen priorizar destinos que ofrezcan una combinación de actividades recreativas y educativas para los niños.
- **Jóvenes y Solteros:** Prefieren destinos con una vibrante vida nocturna y actividades deportivas. Los jóvenes valoran las experiencias únicas y aventureras, buscando destinos que ofrezcan actividades como el senderismo, deportes acuáticos y una vida nocturna activa.
- **Viajeros de Negocios:** Este segmento está en crecimiento debido a la internacionalización de las empresas lituanas. Los viajeros de negocios suelen elegir destinos que ofrezcan buenas instalaciones para conferencias y una conectividad eficiente. Además, combinan sus viajes de negocios con actividades de ocio, aumentando así su estancia en el destino.
- **Adultos Mayores:** Buscan destinos con buen clima y servicios de salud accesibles. Este segmento tiende a preferir destinos tranquilos con buenos servicios médicos y actividades culturales. Las estancias más largas y los paquetes de todo incluido son populares entre los adultos mayores.

### Perfiles del turista

Según los datos<sup>1</sup>, el 20.1% de los turistas provienen de Kaunas, y 25.9% de Vilnius, indicando una fuerte representación de estas áreas.

### Estudios de la población



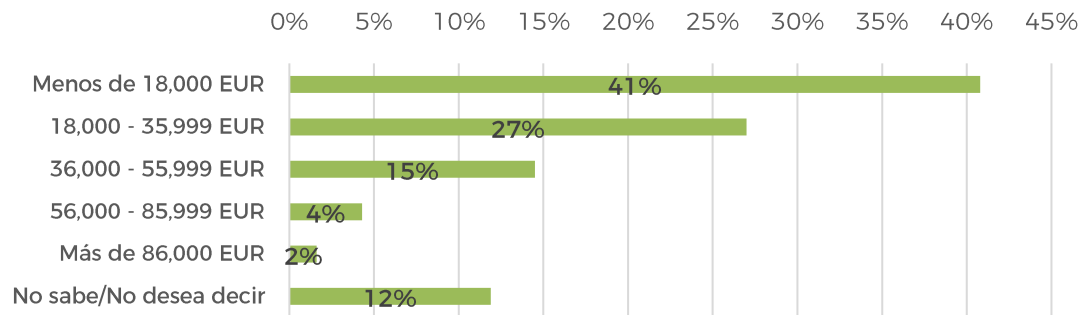
Fuente: Related

<sup>1</sup> Estudio de Related para la OET de Copenhague

Se observa una población en la que el mayor grupo poblacional es el de Licenciatura o equivalente, con más de un 50% del total con títulos universitarios o superiores. Algo menos del 50% tiene cualificación vocacional u obligatoria.

Habitualmente se han observado correlaciones entre niveles de estudios terminados y poder adquisitivo.

### Ingresos del hogar



7

Fuente: Related

2 de cada 5 hogares no llegan a los 18.000€ anuales, lo que invita a observar una capacidad económica limitada en comparación con otros países europeos. No obstante, el grupo de entre 18.000€ y 35.999€ es bastante numeroso, llegando a una cuarta parte del total de los encuestados.

### Fuentes usadas como inspiración de viaje



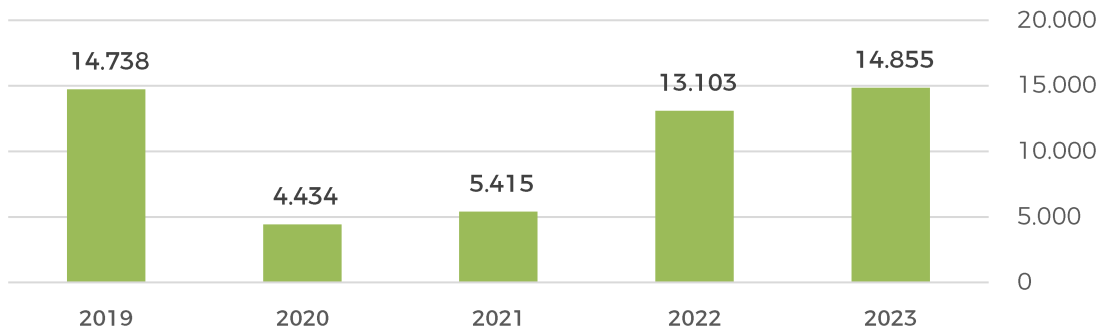
Fuente: Related. Pregunta: *¿Dónde encuentra inspiración online cuando elige destino para sus vacaciones?* Respuesta múltiple.

Como fuente de inspiración para viajar en plataformas destacan Facebook (50.8%), YouTube (38%), TikTok (25.3%). Los datos reflejan una importante orientación hacia las plataformas digitales internacionales por delante de los medios locales, como aquellos asociados a compañías de viaje, diarios o revistas locales.

El número de pernoctaciones y turistas ha retomado las cifras previas a la pandemia desde 2023, dándose por concluido el paréntesis en los viajes internacionales que supuso este periodo. Se aventura que las cifras mantengan el crecimiento natural tendencial preexistente durante los próximos años.



### Número de pernoctaciones de los turistas lituanos (miles)



Fuente: Instituto de Estadísticas de Lituania

### Destinos de viaje preferentes

9

A la hora de analizar los principales destinos a los que viajan los lituanos, nos centramos en el pool conformado por los destinos europeos de sol y playa, descartando el largo radio y aquellos del centro y el norte de Europa y que, por sus productos turísticos ofertados, no son plenamente comparables al mercado español.

Dentro de este set de competidores de España se pone el foco en Italia, Grecia, Turquía y Egipto. Estos destinos tienen en común con España un enfoque mediterráneo y la combinación de los productos sol y playa e histórico-artístico.

Para este análisis se parte de la encuesta realizada a más de 1.000 participantes lituanos sobre su percepción de los países anteriormente mencionados. Los resultados son los siguientes para los 5 países:

**España. Puntuación total ponderada: 113.7**

España es un destino altamente conocido y apreciado por los turistas lituanos. Con un alto porcentaje de conocimiento y una fuerte intención de visita, España se posiciona como un destino preferido. La alta satisfacción y repetición de visitas refuerzan su popularidad.

*Categorías Destacadas:*

Mayor conocimiento del país (85.5%)

Alta intención de visitar en los próximos 3 años (68.1%)

Alta satisfacción entre quienes han visitado (98.2%)

Alta tasa de repetición de visitas (28.1%)

### Italia. Puntuación total ponderada: 117.1

Italia destaca por su alta puntuación en conocimiento y una intención de visita considerable. La satisfacción entre los visitantes es alta, y una proporción significativa de turistas desea repetir la experiencia, lo que hace de Italia un competidor fuerte para España.

#### *Categorías Destacadas:*

Mayor conocimiento del país (86.8%)

Alta intención de visitar en los próximos 3 años (66.5%)

Alta satisfacción entre quienes han visitado (94.1%)

Alta tasa de repetición de visitas (30.1%)

### Turquía. Puntuación total ponderada: 115.2

Turquía tiene un buen nivel de conocimiento y una intención de visita razonable. La satisfacción entre los turistas es alta, aunque la intención de visitar nuevamente no es tan fuerte como en los otros destinos mencionados.

#### *Categorías Destacadas:*

Conocimiento del país (84.2%)

Intención de visitar en los próximos 3 años (59.0%)

Satisfacción entre quienes han visitado (89.7%)

Tasa de repetición de visitas (27.3%)

### **Grecia. Puntuación total ponderada: 109.2**

Con un conocimiento sólido y una buena intención de visita, Grecia se mantiene como un destino atractivo. La satisfacción de los visitantes es notable, aunque ligeramente inferior a la de España e Italia.

#### *Categorías Destacadas:*

Conocimiento del país (83.4%)

Intención de visitar en los próximos 3 años (65.3%)

Alta satisfacción entre quienes han visitado (92.6%)

Tasa de repetición de visitas (27.0%)

### **Egipto. Puntuación total ponderada: 94.7**

Aunque Egipto tiene una menor puntuación en conocimiento y en intención de visita comparado con otros destinos, sigue siendo relevante debido a la alta satisfacción de aquellos que lo han visitado.

#### *Categorías Destacadas:*

Conocimiento del país (77.1%)

Intención de visitar en los próximos 3 años (50.6%)

Satisfacción entre quienes han visitado (84.1%)

Tasa de repetición de visitas (22.6%)

### Conectividad aérea

La conectividad aérea de Lituania ha mejorado significativamente en los últimos años:

Retomando los 5 países anteriores, realizamos un análisis ahora de la posición desde el punto de vista de capacidades aéreas (oferta). Para ello se toma la distribución de asientos y frecuencias de viaje entre los 5 países objeto de estudio y se comparan por la cuota de capacidad aérea existente (asientos y frecuencias).

Como notas comunes para los cinco mercados:

**Incremento de Frecuencias y Asientos:** Se observa un incremento general en la oferta de asientos y frecuencias de vuelos de 2023 a 2024 hacia destinos clave como España, Italia, Grecia y Turquía. Este crecimiento refleja una mayor demanda y la expansión de las aerolíneas en el mercado lituano.

**Principales Aerolíneas:** Ryanair y Wizz Air son las aerolíneas dominantes, proporcionando la mayor capacidad en términos de asientos y frecuencias. Ambas aerolíneas han incrementado sus operaciones en Lituania, introduciendo nuevas rutas y aumentando la frecuencia de vuelos en rutas populares.

Entrando en detalle para cada país:

**Italia:** Con una alta frecuencia de vuelos a ciudades como Roma, Milán y Nápoles, representando un 37.3% de los asientos y un 35.7% de las frecuencias en 2023, y un 42.5% de los asientos y un 41.1% de las frecuencias en 2024.

**España:** Con destinos populares como Barcelona, Alicante y Tenerife, representando un 27.9% del total de asientos y un 27.6% de las frecuencias en 2023, y un 28.2% de los asientos y un 28.1% de las frecuencias en 2024.

**Turquía:** Popular por sus resorts en Antalya e Estambul, representando un 21.8% de los asientos y un 24.3% de las frecuencias en 2023, y un 15.1% de los asientos y un 17.4% de las frecuencias en 2024.

**Grecia:** Con destinos como Atenas, Creta y Rodas, representando un 10.2% de los asientos y un 10% de las frecuencias en 2023, y un 8.8% de los asientos y un 9.1% de las frecuencias en 2024.

**Egipto:** Favorecido por sus destinos de playa en Hurghada y Sharm El-Sheikh, representando un 3.3% de los asientos y un 3.1% de las frecuencias en 2023, y un 5.3% de los asientos y un 4.3% de las frecuencias en 2024.

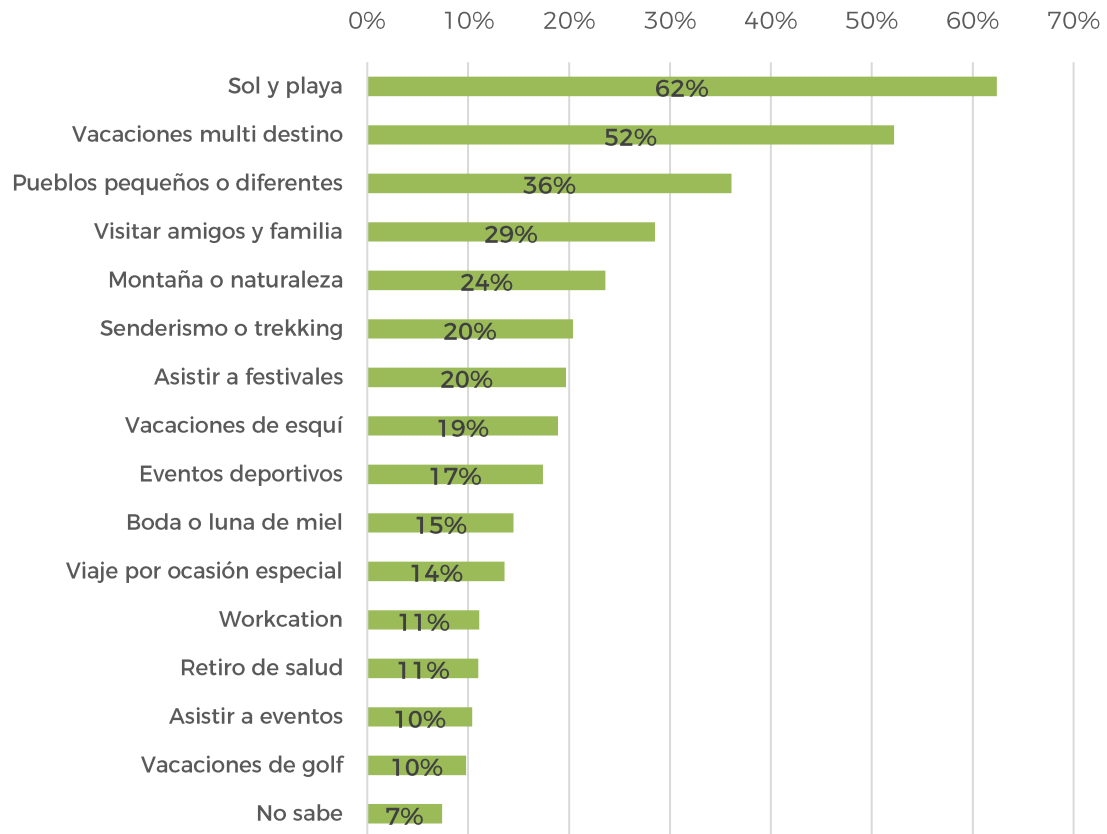
### Tendencias y previsiones

Analizando la tendencia existente en cuanto al **tipo de viaje** a realizar, observamos que el Sol y playa se mantiene como la finalidad principal. En los países bálticos, como en los nórdicos, independientemente de las circunstancias sociales o los cambios de tendencia de consumidores, la propia latitud y clima de los territorios fuerzan necesariamente a una búsqueda preferencial de destinos de sol y playa. A pesar de ser Lituania un territorio con región costera, su extensión es limitada y se encuentra muy focalizada a determinados meses del año.

## 13

Por otro lado, las vacaciones multidesino, la mayor presencia de la naturaleza o los destinos menos poblados se encuentran presentes con mayor peso tras la pandemia y parece ser una tendencia que continuará en los próximos años. Destaca también la presencia del golf, que parece ser un producto que se puede instaurar en el futuro de forma consolidada al estilo de lo que ocurre con sus vecinos nórdicos.

### Tipo de vacaciones deseadas

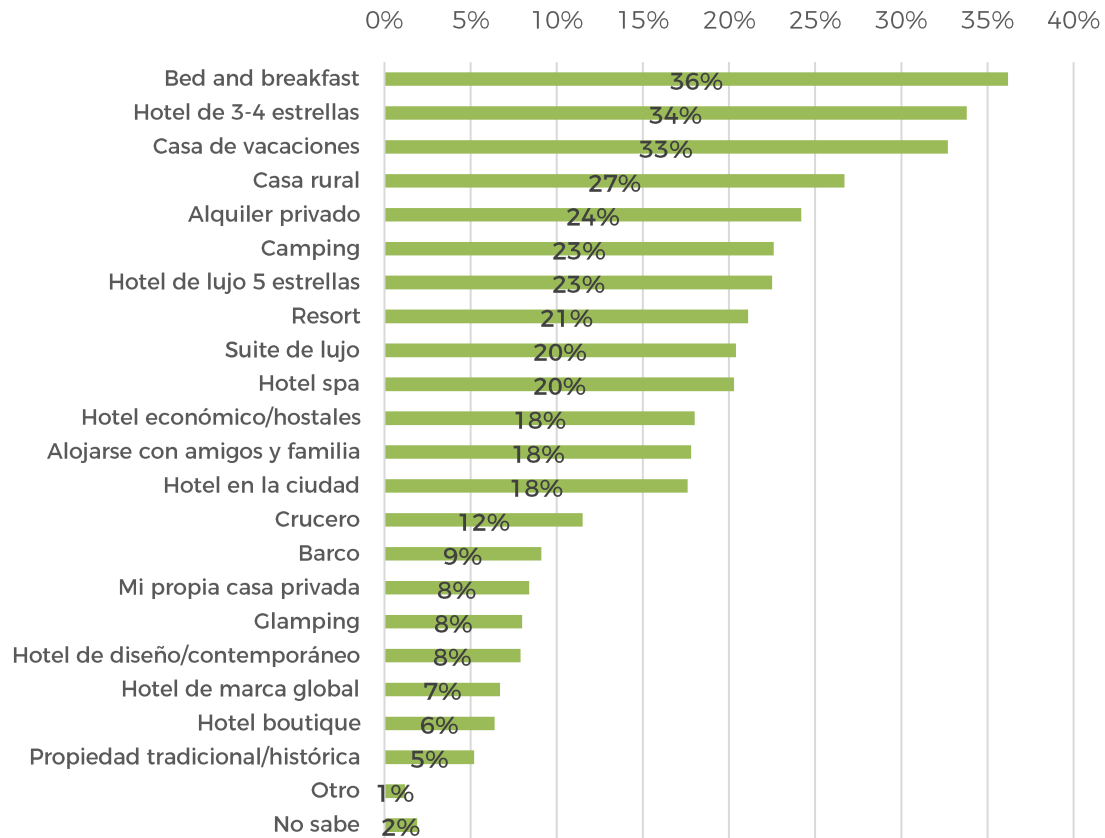


14

Fuente: Related

Entrando en detalle sobre el **alojamiento**, las tendencias muestran una clara inclinación hacia opciones cómodas y no tan dominadas por los grandes operadores tradicionales. Los Bed and Breakfast y los hoteles de 3-4 estrellas lideran las preferencias (estos siendo la excepción a lo anteriormente mencionado), seguidos por casas de vacaciones y casas rurales. Alojamientos como alquileres privados y campings destacan, reflejando una tendencia hacia experiencias de viaje personalizadas y diversas. En un tercer nivel, las opciones de lujo también tienen una presencia significativa, con muchos turistas optando por hoteles de 5 estrellas y resorts, pero lejos de los anteriores.

### Tipo de alojamiento buscado



15

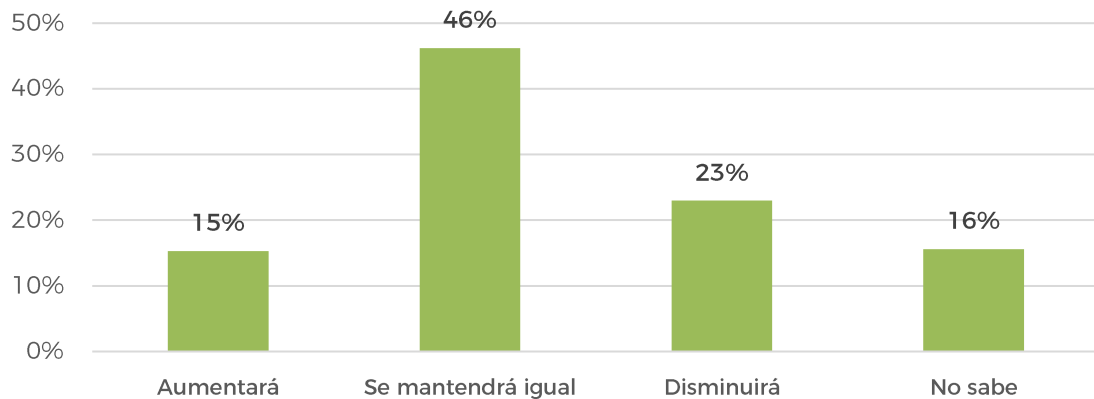
Fuente: Related

Por último, las **previsiones de gasto y presupuesto en viajes** de cara al próximo ejercicio 2025 son ligeramente negativas.

A pesar de las previsiones de estabilización macroeconómica en Lituania para 2024 y 2025, la percepción del consumidor respecto al gasto en viajes no muestra señales de una recuperación robusta. Según los datos, el 46.2% de los turistas lituanos espera que su presupuesto de vacaciones se mantenga igual en 2025, mientras que un 23.0% prevé una disminución y solo un 15.3% anticipa un aumento. Esta tendencia negativa puede estar influenciada por el decrecimiento económico y la alta inflación que se experimentaron en 2023, factores que han afectado significativamente la confianza del consumidor.

La incertidumbre económica y el aumento del costo de vida han llevado a los lituanos a ser más cautelosos con sus gastos, particularmente en áreas no esenciales como los viajes. A pesar de las señales de recuperación económica y estabilización en el horizonte, el impacto de la inflación y la desaceleración económica del año anterior ha dejado una marca en la mentalidad de los consumidores. Esta reticencia a aumentar el gasto en viajes refleja una preocupación continua por la estabilidad financiera personal y una prudencia frente a posibles fluctuaciones económicas futuras.

### Presupuesto de vacaciones 2025



Fuente: Related

En resumen, aunque las perspectivas macroeconómicas para Lituania son positivas, la percepción del consumidor sigue siendo conservadora, influenciada por las dificultades económicas recientes. Esto sugiere que la recuperación del gasto en viajes podría ser más lenta de lo esperado, ya que los consumidores priorizan la estabilidad financiera sobre el ocio.

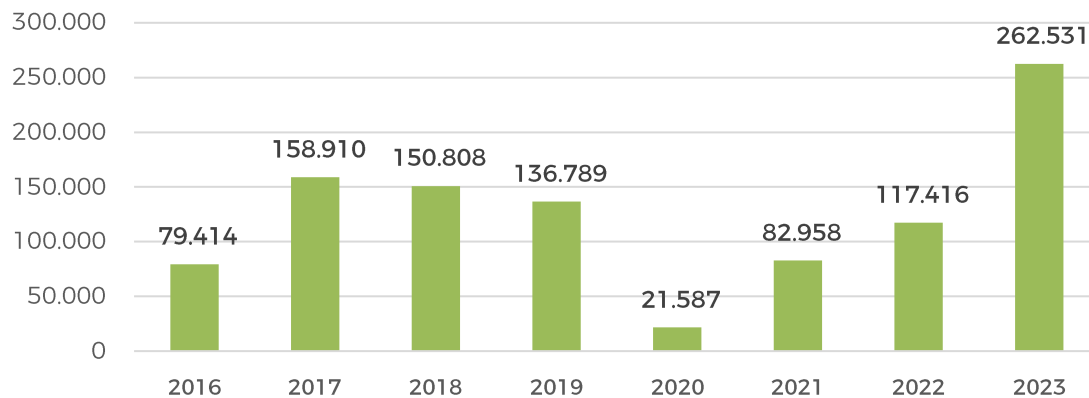


## ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

### Llegadas de turistas a España

El turismo lituano a España ha experimentado fluctuaciones significativas en los últimos años, con un crecimiento constante hasta 2019, seguido de una disminución drástica durante la pandemia en 2020. La recuperación comenzó en 2021 y continuó en 2022, alcanzando niveles récord en 2023. Esta evolución refleja la resiliencia del mercado turístico y la creciente preferencia de los lituanos por España como destino.

### Turistas lituanos anuales



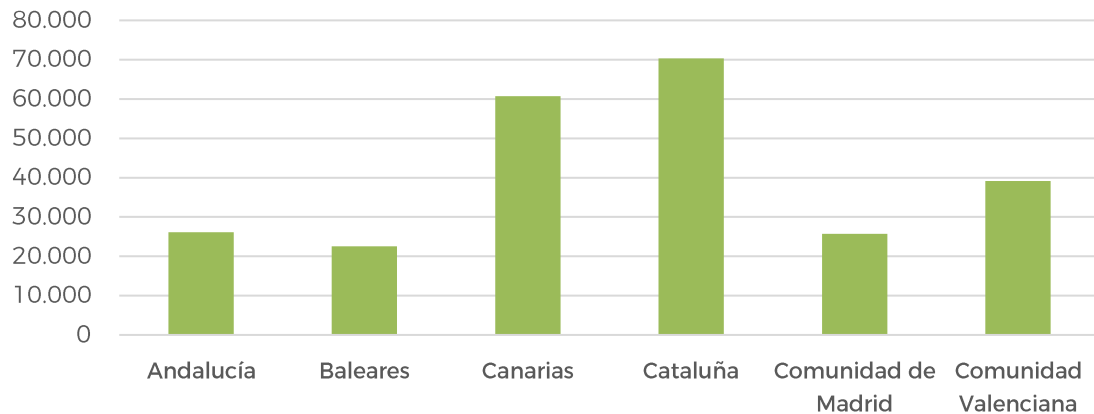
17

Fuente: Frontur (INE)

De cara a los próximos años, la tendencia parece ser positiva, con expectativas de un crecimiento continuo en el número de llegadas de turistas lituanos. La recuperación económica y la estabilización tras la pandemia, junto con la alta satisfacción y repetición de visitas, sugieren que España seguirá siendo un destino popular. Además, la mejora de la conectividad aérea y la oferta diversificada de experiencias turísticas en España podrían contribuir a mantener y potenciar esta tendencia al alza en el turismo lituano.

En el análisis de las llegadas de **turistas lituanos a España por CC.AA.**, se observa una distribución variada entre las diferentes Comunidades Autónomas.

### Turistas - 6 principales CC.AA.

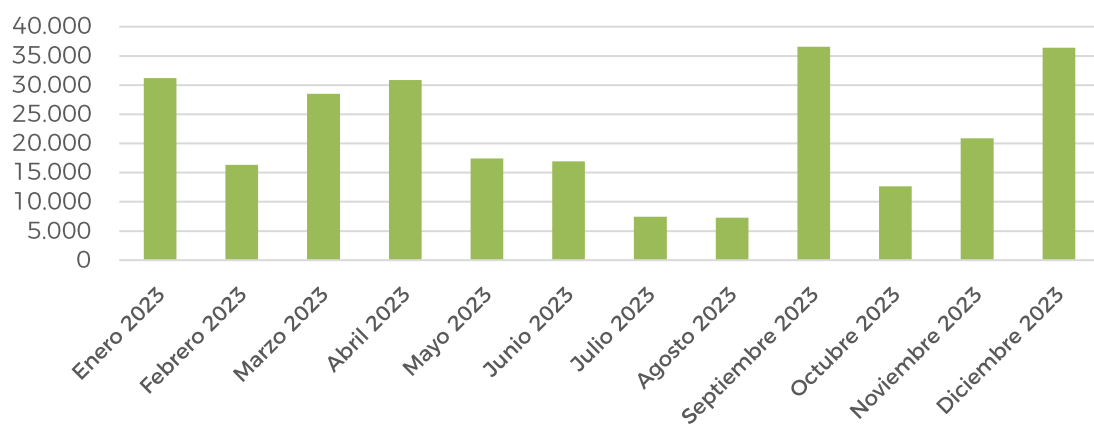


Fuente: Frontur (INE)

18

Cataluña y Canarias destacan como los destinos más populares, atrayendo el mayor número de visitantes lituanos. Cataluña lidera, seguida de cerca por Canarias, indicando una clara preferencia por estos destinos. La Comunidad Valenciana también muestra una significativa afluencia de turistas lituanos, seguida por Andalucía y la Comunidad de Madrid, que tienen cifras similares. Baleares, aunque es una región turística muy conocida, recibe un número notable de turistas lituanos, aunque menor en comparación con las otras regiones mencionadas. Mencionar la importante colonia lituana existente en la C. Valenciana.

### Estacionalidad turistas lituanos a España



Fuente: Frontur (INE)

El análisis de la **estacionalidad** de las llegadas de turistas lituanos a España en 2023 muestra una distribución notable a lo largo del año. A diferencia de muchos mercados turísticos, donde la temporada alta se centra en el verano, los turistas lituanos prefieren viajar a España durante el otoño y la primavera. Esto puede deberse a las condiciones geográficas y climáticas de ambos países. Los meses de invierno, especialmente enero y marzo, y los meses de primavera, como abril, muestran un alto volumen de llegadas. En contraste, los meses de verano, julio y agosto, registran menos actividad turística. Sin embargo, en otoño, septiembre y diciembre vuelven a mostrar un incremento significativo en el número de turistas, subrayando una preferencia por viajar en estas estaciones.

### Capacidades aéreas

La conectividad aérea entre Lituania y España ha mostrado una evolución significativa de 2023 a 2024, con un notable aumento tanto en el número de asientos disponibles como en la frecuencia de vuelos.

#### *Orígenes y Destinos*

En 2023, los principales aeropuertos de salida en Lituania fueron Kaunas y Vilnius. Los destinos en España incluyeron Alicante, Madrid, Málaga, Palma de Mallorca, Valencia, Barcelona, Gran Canaria y Tenerife. Barcelona y Tenerife se destacaron como los destinos más populares, con una alta cantidad de asientos disponibles.

Para 2024, se observa una expansión en las rutas con un aumento en la frecuencia y capacidad. Nuevas rutas y más vuelos hacia destinos como Barcelona, Málaga, y Tenerife indican una mayor demanda y una mejor conectividad. Esta expansión no solo facilita el turismo, sino que también refuerza los vínculos comerciales entre ambos países.

#### *Principales Aerolíneas*

**Ryanair** ha sido una de las aerolíneas más activas, operando múltiples rutas desde Kaunas y Vilnius hacia varios destinos españoles. En 2023, Ryanair ofreció una gran cantidad de asientos y frecuencias, y esta tendencia continúa en 2024 con una ampliación de su capacidad.

**Air Baltic Corporation** también juega un papel importante, especialmente con sus vuelos desde Vilnius hacia destinos como Barcelona, Gran Canaria y Málaga. La

aerolínea ha incrementado su capacidad y frecuencia, lo que refleja su compromiso con el mercado español.

**Wizz Air** es otra aerolínea significativa, con una fuerte presencia en rutas hacia Barcelona y Málaga. Su capacidad y frecuencia han aumentado en 2024, mostrando una estrategia de expansión agresiva en la región.

**FlexFlight ApS** y **Air Nostrum** también contribuyen al aumento de la conectividad, aunque en menor medida, enfocándose en rutas específicas como Palma de Mallorca y Valencia.

En términos generales, de 2023 a 2024, se ha registrado un aumento en el total de asientos y frecuencias de vuelos entre Lituania y España. Este crecimiento es indicativo de una demanda creciente y una recuperación robusta del sector turístico post-pandemia. Las aerolíneas están respondiendo a esta demanda con más vuelos y rutas, mejorando así la accesibilidad y opciones de viaje para los turistas lituanos. Bajo esta óptica, se debe seguir monitoreando estas tendencias y ajustando las estrategias de promoción turística para maximizar los beneficios de esta conectividad mejorada.

20

### Tendencias y previsiones

El turismo lituano a España ha experimentado una notable recuperación tras la pandemia, alcanzando niveles récord en 2023. A medida que la economía se estabiliza y las restricciones de viaje ya fueron eliminadas totalmente, se espera que el número de llegadas de turistas lituanos continúe creciendo en los próximos años. Este crecimiento será impulsado por varios factores clave, incluida la mejora de la conectividad aérea, la diversificación de la oferta turística y la alta satisfacción de los visitantes con sus experiencias en España.

Los principales riesgos que podrían afectar a las previsiones de crecimiento generalizadas son derivados del propio contexto económico lituano. La inflación, aunque moderada, podría repuntar debido a shocks en los precios de la energía, afectando el poder adquisitivo<sup>1</sup>. El crecimiento del PIB podría verse limitado por la débil demanda externa y la inversión lenta. El mercado laboral enfrenta presiones, con disparidades salariales y la afluencia de desplazados. Además, el déficit fiscal creciente

<sup>1</sup> Allianz, informe de país ([https://www.allianz.com/en/economic\\_research/country-and-sector-risk/country-risk/lithuania.html](https://www.allianz.com/en/economic_research/country-and-sector-risk/country-risk/lithuania.html))

podría restringir la capacidad de respuesta del gobierno<sup>1</sup>. Finalmente, la proximidad y las relaciones comerciales con Rusia añaden incertidumbre (Allianz).

La distribución de los turistas lituanos entre las diferentes Comunidades Autónomas muestra que Cataluña y Canarias seguirán siendo los destinos más populares debido a su amplia oferta cultural y de ocio. La Comunidad Valenciana también atraerá a un número significativo de turistas, especialmente aquellos que tienen conexiones familiares en la región.

En términos de estacionalidad, las tendencias probablemente se mantendrán, ya que los viajeros buscan evitar las multitudes y beneficiarse de mejores condiciones climáticas y precios más bajos fuera de la temporada alta. Los meses de invierno y primavera, especialmente enero, marzo y abril, seguirán viendo un alto volumen de llegadas, mientras que julio y agosto continuarán siendo meses de menor actividad turística.

21

La tendencia de expansión en la conectividad aérea previsiblemente continuará, con nuevas rutas y más vuelos programados para satisfacer la creciente demanda. Las parejas de Origen-Destino marcarán las regiones en las que será más interesante enfocarse en el turista lituano, al ser limitadas con respecto a otros mercados más maduros y de mayor volumen.

En resumen, las previsiones para el turismo lituano a España son positivas. Se anticipa un crecimiento continuo en el número de llegadas, impulsado por la recuperación económica, la mejora de la conectividad aérea y la diversificación de la oferta turística. Las estrategias de promoción turística deberán adaptarse para capitalizar estas tendencias y asegurar que España siga siendo un destino preferido para los turistas lituanos en los próximos años.

---

<sup>1</sup> Comisión Europea. Previsiones económicas para Lituania ([https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-surveillance-eu-economies/lithuania/economic-forecast-lithuania\\_en](https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-surveillance-eu-economies/lithuania/economic-forecast-lithuania_en))

## CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

Las previsiones y tendencias para los viajes de los turistas lituanos a España en los próximos años son optimistas. Se espera que el número de llegadas continúe creciendo, impulsado por una combinación de factores económicos y mejoras en la conectividad aérea. Sin embargo, es crucial tener en cuenta ciertos riesgos económicos que podrían influir en el poder adquisitivo de los lituanos. La inflación, aunque se ha moderado, sigue siendo una preocupación, especialmente si se producen nuevos aumentos en los precios de la energía. Además, el crecimiento del PIB podría verse afectado por la débil demanda externa y la inversión lenta, lo que podría limitar el gasto en viajes. A pesar de estos desafíos, la alta satisfacción de los turistas lituanos con sus experiencias en España y la diversificación de la oferta turística son factores positivos que apoyan la continuidad del crecimiento.

22

Las tendencias estacionales muestran que los lituanos prefieren viajar a España durante el otoño y la primavera, lo que podría deberse a las condiciones climáticas y a la búsqueda de evitar las multitudes de la temporada alta. Los destinos como Cataluña y Canarias seguirán siendo populares, con una notable afluencia también hacia la Comunidad Valenciana, Andalucía y la Comunidad de Madrid. La mejora en la conectividad aérea, con un aumento en la frecuencia y capacidad de vuelos, refuerza la posición de España como un destino accesible y atractivo para los turistas lituanos.

En términos de estrategias de promoción, es esencial capitalizar estas tendencias y adaptar las ofertas turísticas para satisfacer las preferencias cambiantes de los viajeros lituanos. La atención a las experiencias personalizadas, la promoción de destinos menos congestionados y la oferta de opciones de alojamiento diversificadas serán clave para atraer a este mercado. En resumen, aunque existen riesgos económicos que deben ser monitoreados, las perspectivas para el turismo lituano a España son positivas, y con las estrategias adecuadas, España puede mantener y aumentar su popularidad como destino preferido para los turistas lituanos en los próximos años. No obstante, se debe estar alerta a los importantes esfuerzos y resultados de competidores como Italia.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

