



NORUEGA Temporada de verano 2023

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

NORUEGA Temporada de verano 2023

7

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de OSLO

NIPO: 115-22-008-5

Abril 2023



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica		
Factores político-sociales		
Evolución reciente de la demanda turística		
Indicadores de prospectiva		
Principales conclusiones		





NORUEGA Temporada de verano 2023

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACRO			
	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación Interanual)	3,3	1,30	1,49
RENTA DISPONIBLE (nok per cápita)	1.597.530	1.588.258	1.763.294
TASA DE AHORRO (% s/ ingreso disponible)	9,4	9,4	9,4
GASTO DEL CONSUMIDOR (% s/ PIB)	27,8	27,1	29,2
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	2.855,6	2.903,9	2.970,3
TASA DE DESEMPLEO (% s/ poblac. activa)	3,23%	3,34%	3,49%
INFLACIÓN (Tasa de variación interanual)	5,764	4,603	2,405
IPC (2012=100)	130,73	136,74	140,03
	2021	2022	2023*
DIF. INFLACIÓN (Tasa mensual interanual diciembre menos tasa anual española). * Últimos mes publicado	3.02	0.06	3.20

Fuente: Euromonitor e INE

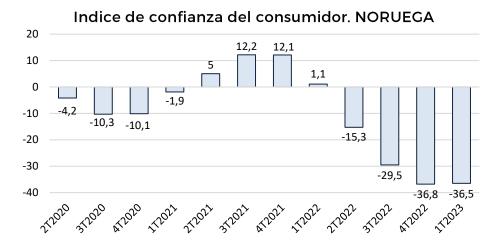
La economía continental de Noruega (excluidos los sectores del petróleo y del cabotaje) ha superado un pico cíclico. El crecimiento del PIB continental se ha mantenido mejor de lo esperado, a pesar del pesimismo generalizado entre los hogares. Mientras tanto, los indicadores de actividad económica se han deteriorado aún más, lo que apunta a una recesión en el futuro. Eso sí, parece que esa ralentización se materializará más tarde de lo que se preveía a finales del año pasado, aunque será más abrupta. El consumo privado se ha visto hasta ahora respaldado por un sólido crecimiento del empleo y por las notables reservas de ahorro de los hogares acaparado durante la pandemia. Pero este nivel de consumo no es sostenible, debido a una caída de la renta disponible de las familias, del propio ahorro y de las condiciones de financiación, lo que ya ha provocado una caída en el precio de la vivienda. Los aumentos de los salarialos nominales, a pesar de las duras negociaciones sindicales, no han logrado revertir una significativa pérdida del poder adquisitivo.



NORUEGA Temporada de verano 2023

La inflación seguirá elevada a principios de 2023, dejándose notar, sobre todo, en la cesta de la compra, a lo que coadyuva la notable debilidad de la corona noruega. La estricta política monetaria y fiscal producirá, si cabe, más obstáculos para el crecimiento este año. Se espera una última subida de los tipos de interés esta primavera.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado a partir de datos de Finans Norge. Se observa el deterioro progresivo durante el último año, alcanzando máximos en los dos últimos trimestres.



Fuente: Trading Economics.com / Fiinans Norge & Kantar TNS

FACTORES POLÍTICO-SOCIALES

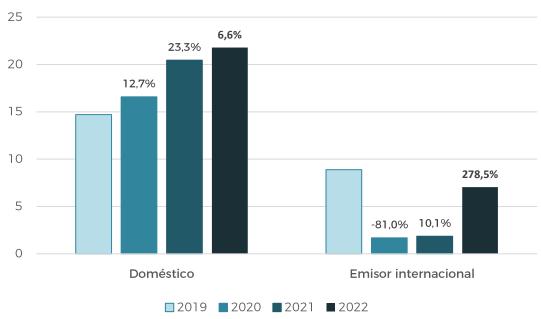
La elevada inflación y la progresiva pérdida de poder adquisitivo está empezando a notarse a nivel social. Ya durante este invierno pasado se observó una clara diferencia de comportamiento de la población a la hora de enfrentarse a los muy elevados costes energéticos. Las centrales sindicales (LO) están planteando unas negociaciones duras con la patronal (NHO) con el fin de lograr una revisión adecuada de los salarios. Se han anunciado a mediados de abril movilizaciones y huelgas importantes. Posible intensificación.



EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

El Instituto de Estadística de Noruega (SSB.no) mantuvo durante la pandemia su encuesta turística, por lo que podemos contar con datos sobre cómo han evolucionado estos años anteriores los viajes realizados por los residentes en Noruega

N° de viajes realizados 2019 a 2022 y variación (%) Domestico/Internacional (millones)



Fuente: https://www.ssb.no/

En cuanto al nº de viajes realizados, se observa un claro incremento de los viajes domésticos durante los dos años de la pandemia (acorde con las recomendaciones al respecto emitidas por las autoridades locales) y un descenso muy notable de los viajes internacionales, más evidente en 2021 que en 2020.

Durante 2022 ha continuado la tendencia creciente en lo que a viajes domésticos se refiere, aunque moderando el ritmo. A la vez se observa una clara recuperación de los viajes al exterior, aunque sin alcanzar los niveles de entonces (entre otras causas debido a que durante el primer mes y medio persistían gran parte de las restricciones por la pandemia) y después se produjo el parón súbito tras el inicio de la guerra de Ucrania.

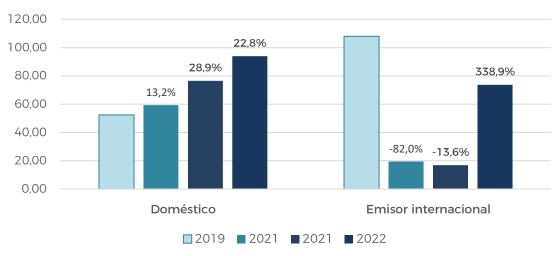
En lo que se refiere al gasto realizado en viajes, de acuerdo con la encuesta turística de SSB, el turismo doméstico durante el 2022 ha tenido un grandísimo comportamiento, no sólo mejorando sensiblemente los resultados de 2021 (+22,8%), dejando muy lejos



6

los registros prepandemia del 2019. Habrá que ver si este salto cualitativo en el turismo interior se mantiene o vuelve a la senda anterior. No en vano, algunos medios están proponiendo vacaciones locales para hacer frente a la tremenda bajada de la moneda.

Estimación de gasto en viajes (miles de millones de NOK y tasa de variación interanual (%)



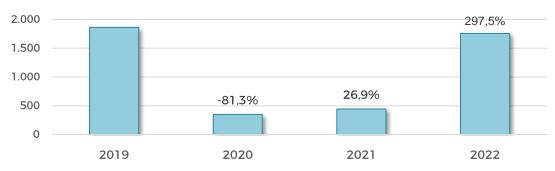
Fuente: SSB.no

Mientras tanto, el comportamiento del turismo emisor ha sido lógicamente más irregular: negativo durante los años 2020 [descendió un 82,2% respecto al de 2019, y eso gracias a que el 1T2020 pudo considerarse como cuasi normal] y 2021 [con un descenso adicional de 13,6%]. En 2020, tal como hemos indicado con anterioridad, la recuperación ha sido notable, pero no total: las cifras alcanzadas suponen aproximadamente un 68% del gasto de 2019, cuando las cifras de viajes superan claramente ese porcentaje (79,2%), lo que implica un gasto medio claramente inferior. Sin entrar en otros análisis más detallados, el porcentaje creciente de viajes realizados a destinos cercanos, como Suecia y Dinamarca, es uno de los factores que minora ese gasto medio.



NORUEGA Temporada de verano 2023





Fuente: Estimación de Turespaña a partir de datos INE (Egatur y Frontur).

Según estimación de Turespaña a partir de datos del INE (combinando Frontur (INE) y gasto medio por persona de Egatur (INE)), el gasto nominal de los noruegos en España en 2022 no alcanza los mismos niveles que tuvo en 2019, pero ha recuperado gran parte del terreno perdido. Aunque el nº de turistas en el último año ha sido aproximadamente un 15,5% inferior al de 2019, el gasto total apenas ha descendido un 6%; el motivo radica en el aumento del gasto medio por persona hacia España de un 11,5% (derivado principalmente del aumento de precios).

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

La percepción general de España como destino turístico en Noruega se mantiene en niveles muy altos ocupando siempre los primeros lugares y superando en la mayor parte de las ocasiones las cifras anteriores.

España es el primer *destino considerado* a la hora de planear un futuro viaje al extranjero entre los principales competidores: más del 46% de los encuestados la incluyen en el índice de consideración, superando las cifras del año pasado en un 7%. Los indicadores de consideración de viaje de los principales competidores -Grecia e Italia- han aumentado también, pero menos que las cifras de España.

En cuanto a *intención de viaje*, España sigue en primera posición con un 20,2% de menciones como destino favorito para su próximo viaje, lo que corrobora la posición de España como principal destino turístico vacacional. Entre los competidores destaca el importante aumento de intención de compra de Grecia, que pasa de un 10% de menciones hace un año a un 12,8%.



ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN				
Ranking	Destino	2023 (%)	2021 (%)	
1	España	46,1	39,1	
2	Grecia	35,4	30,3	
3	Italia	30,5	28,3	
4	Francia	19,9	18,2	
5	Portugal	17	19,1	

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE				
Ranking	Destino	2023	2022	
		(%)	(%)	
1	España	20,2	19,3	
2	Grecia	12,8	10,0	
3	Italia	10,7	9,0	
4	Portugal	2,4	3,3	
5	Francia	2,3	2,2	

Fuente: https://es.yougov.com/

En cuanto al índice de satisfacción, España pierde la primera posición frente a Grecia, el único de los grandes destinos en los que aumenta este indicador. Muy destacable es el descenso que presenta Portugal, tras caer este sentimiento más de un 17%

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN				
Ranking	Destino	2023	2022	
		(%)	(%)	
7	Grecia	66,4	59,8	
2	España	62,8	69,6	
3	Italia	56,2	61,1	
4	Portugal	49,6	66,7	
5	Francia	43,5	43,7	

Fuente: https://es.yougov.com/

Previsiones de vuelos

NORUEGA. Asientos programados para la temporada de



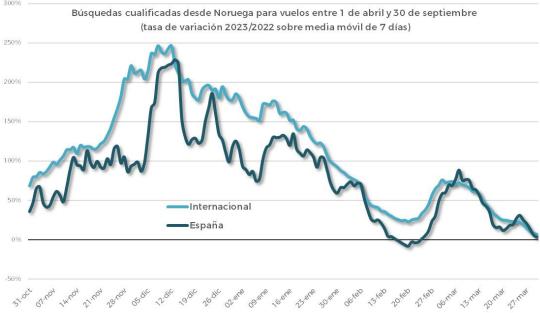
Fuente: OAG Schedules Analyser



Las capacidades programadas para España para la temporada de verano de 2023 (entre el 1 de abril y el 30 de septiembre) más que duplican las programadas hacia el mayor competidor en volumen, en este caso Francia. Sin embargo, hay una gran diferencia: mientras que los asientos programados a España caen un 9% respecto a los de hace un año, los programados a los principales competidores – Francia, Italia, Turquía y Grecia- aumentan. Especial es el caso de Turquía y Grecia, los principales rivales chárter de verano, con aumentos de dos dígitos.

A este respecto cabe mencionar que la quiebra y desaparición de la aerolínea Flyr en febrero ha dejado un hueco muy notable en las conexiones a España, hueco que tardará mucho en ser rellenado. Dos son los motivos para ello: la ya conocida falta de capacidad del sistema aeronáutico (europeo en general y noruego en particular) y los magníficos resultados que están obteniendo con esta táctica de contención las dos mayores aerolíneas de este mercado -Norwegian y SAS-, pues vuelan con los aviones prácticamente completos con precios que duplican los anteriores.

Búsquedas y reservas



Fuente: https://www.partners.skyscanner.net/

Aunque el motor de búsqueda de Skyscanner no es hegemónico en Noruega, puede ilustrar aceptablemente la distribución de las búsquedas de vuelos a lo largo del período. Las búsquedas de vuelos internacionales de ida y vuelta durante este semestre mantuvieron hasta navidades una tendencia creciente (multiplicando por casi 3,5 las búsquedas del año pasado), para después seguir un camino descendente, tendencia rota tras el mínimo de finales de febrero por las búsquedas de cara a la Semana Santa.



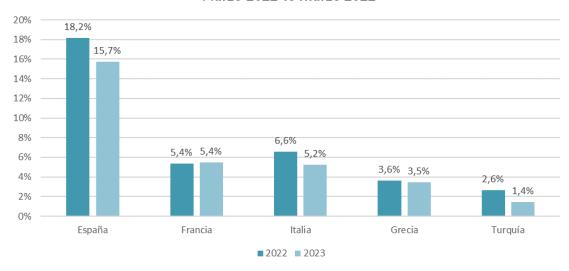


NORUEGA Temporada de verano 2023

Las búsquedas a destinos españoles han seguido en líneas generales los mismos pasos que las búsquedas internacionales, aunque menos amortiguadas. Se puede observar que durante gran parte del período han superado en más de un 50% las búsquedas del año pasado, pero a partir de febrero y salvo el repunte de las búsquedas para la Semana Santa, el aumento sobre las búsquedas de 2022 se va extinguiendo.

En lo que a alojamiento se refiere, en el gráfico siguiente se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y los 4 principales destinos competidores en lo que va de año. Se observa la posición destacada de España, destino que supone más del 15,7% de las búsquedas, seguido a una distancia considerable por Francia (5,4%), Italia (5,2%), Grecia (3,5%) y Turquía (1,4%).

Cuota de búsquedas de alojamiento. Marzo 2022 vs marzo 2022



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

Cabe mencionar que, aunque no están incluidos en este gráfico por no tratarse competidores directos, los países vecinos -Suecia y Dinamarca- presentan siempre niveles de búsqueda muy significativos (en este caso, de 18,5% y 11;4% respectivamente). A parte de la proximidad, el tipo de producto demandado -cabaña y bungalows rurales-, conforman los principales motivos para obtener tales guarismos.



11

NORUEGA Temporada de verano 2023

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Varias son las ideas fuerza que podemos destacar.

- 1. Inflación. Tras la pandemia, se produjo una recuperación económica bastante rápida. Sin embargo, desde finales de 2022 se está observando una ralentización económica que puede desembocar a medio plazo en una recesión. La situación derivada de la guerra de Ucrania, los altos precios energéticos en 2022, la debilidad de la moneda y el vaciamiento de los ahorros domésticos han empeorado notablemente las perspectivas, a lo que ha contribuido la fuerte inflación de aquéllos derivada. La baja relativa de los salarios ha desembocado en un endurecimiento de las negociaciones laborales para recuperar el poder adquisitivo perdido.
- 2. Ganas de viajar. A pesar de este panorama, la población noruega quiere viajar y seguir disfrutando de las vacaciones, aunque los precios hayan aumentado. Así, en marzo, los principales turoperadores chárter manifestaban que las ventas de las vacaciones de verano se habían acelerado en enero y que eran más altas no sólo que las de 2022, sino que las de 2019. Desde este lado, las perspectivas son muy positivas.
- 3. Primer destino vacacional. España sigue posicionada, con diferencia, como el primer destino vacacional de Noruega. Obviamente no contamos con Suecia, que siempre disputa a España esta posición, pero que por producto y circunstancias no es un competidor directo de los destinos españoles.
- 4. Falta de capacidad aérea. La crónica falta de capacidad aérea que se padece en Europa es especialmente fuerte en Noruega y en especial en las rutas hacia España. La quiebra de la aerolínea Flyr a primeros de febrero, cuya apuesta principal de conectividad internacional era con los destinos españoles, se ha notado mucho.
- 5. Falta de competencia aérea. Flyr había roto el duopolio de facto de las dos principales compañías aéreas escandinavas -SAS y Norwegian-, quienes ahora aprovechan la situación para genera un importante flujo de caja: los aviones alcanzan notabilísimas ratios de ocupación y los precios se han casi duplicado. Ninguna de estas compañías está interesadas en variar el statu quo actual.
- 6. Preocupación de las agencias y operadores locales por la entrada en vigor del RD 933/2021, de 26 de octubre, por el que se establecen las obligaciones de registro documental e información de las personas físicas o jurídicas que ejercen actividades de hospedaje y alquiler de vehículos a motor.

12







MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

