

# INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



## NORUEGA Temporada de primavera/verano 2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

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

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Oslo

NIPO: 219-24-018-5

Abril 2024



### TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

### COYUNTURA ECONÓMICA

El siguiente cuadro resume las principales magnitudes macroeconómicas:

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2022	2023	2024 (previsión)
<b>PIB real</b> (% variación interanual)	3,17	0,38	0,46
<b>PIB nominal per cápita (euros)</b>	100.113,5	79.503,78	80.895,3
<b>Gasto consumidor</b> (% variación interanual)	12,6	-6,19	6,65
<b>Población empleada (miles)</b>	2848,6	2877,59	2889,12
<b>Tasa de desempleo</b> (% sobre población activa)	3,25	3,54	3,64
<b>IPC</b> (% variación interanual)	5,76	5,54	2,88
<b>Tasa de hogares de clase media (%)</b>	86,78	86,71	86,75

Fuente: Oxford Economics.

	2022	2023	2024*
<b>TIPO DE CAMBIO (Euro/NOK)</b>	10,7611	11,4248	11,699

2022 y 2023: media anual  
2024\*: último día del último mes completo (28 marzo).

Fuente: Eurostat.

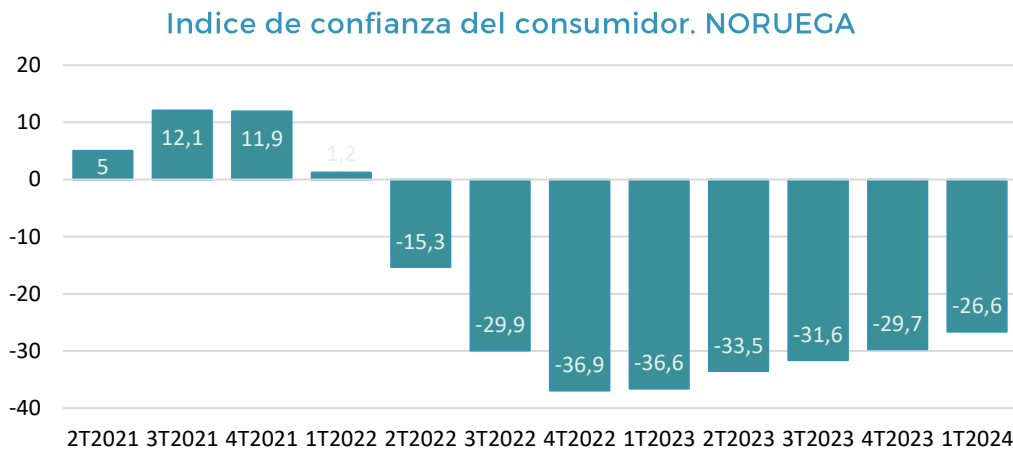
La evolución de la economía continental de Noruega (excluidos los sectores del petróleo y del cabotaje) ha sido mediocre a lo largo de 2023. Este mal desempeño ha tenido entre sus principales causas la debilidad de la demanda interna, en particular, la fuerte caída en las inversiones en capital de la economía continental. El bajo consumo de los hogares frenará aún más la actividad a corto plazo, pudiendo acabar el primer trimestre, de acuerdo con Norges Bank, en valores negativos.

Sin embargo, se espera que la mejora del ingreso real disponible, la reducción de la inflación y la flexibilización de la política monetaria apuntalen la demanda interna en 2025, por lo que se anticipa que el PIB continental se recupere un 0,5% en 2024 y un 1,4% en 2025. El PIB total (continental + petróleo y fletes) estará respaldado por la fortaleza de la actividad del sector petrolero, por lo que se prevén aumentos del 2,1% y del 1,6% en 2024 y 2025 respectivamente.

El gobierno apuesta por un gasto público responsable, no expansivo. El sentimiento empresarial conjunto es débil, aunque con importantes variaciones entre sectores. A pesar de la debilidad de la corona (que mejora la competitividad exterior), las expectativas de exportación son modestas. En otoño se esperaba una corrección notable de los precios en el sector inmobiliario, pero la caída ha sido prácticamente nula, lo que denota una gran resistencia. El mercado laboral, según NAV (el equivalente a nuestro INEM) se está enfriando, aunque muy gradualmente (apenas ha aumentado el desempleo un 0,2% en 2023). Los salarios aumentaron un 5,5% en 2023, lo que supone un tercer año más de pérdida de poder adquisitivo. La confianza del consumidor, tal como vamos a ver en el siguiente gráfico, sigue deprimida, lo que se ha traducido en un débil consumo a finales de 2023. La inflación de 2023 ha quedado muy por encima del objetivo para el año (2%). No se esperan recortes de tipo de interés hasta bastante después del verano, máxime tras las importantes actualizaciones de los salarios pactadas recientemente entre patronal y sindicatos, lo que complica el objetivo de la reducción de la inflación. La corona muestra tal debilidad que tampoco descartaríamos una postrera subida de tipos de interés.

5

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor en el mercado noruego. Aunque hay una clara mejora tras los mínimos de 2022, está siendo muy lenta. La pérdida de poder adquisitivo es clave en este comportamiento.



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

## FACTORES POLITICO SOCIALES

No hay grandes cuestiones de Estado que estén sobre la mesa ni dificultades reseñables en lo que a gobernabilidad y elaboración de los presupuestos se refiere.

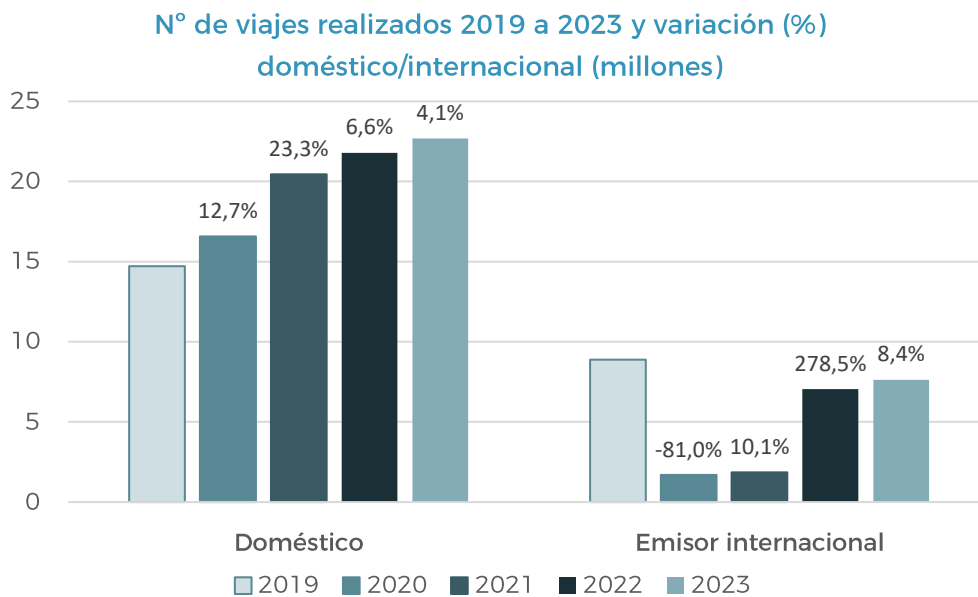
Cabe destacar que el partido en el poder, el Arbeiderpartiet (Izq.) atraviesa los niveles más bajos de popularidad desde que formó Gobierno. Quizás la causa reside en el goteo de casos de corrupción e irregularidades que lo ha salpicado y que ha dejado apenas al partido sin candidatos para ser ministros.

Por otro lado, cabe mencionar que el otrora partido gobernante, Venstre (Dcha.), ha planteado la posibilidad de volver a votar la incorporación de Noruega a la Unión Europea.

## 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

6



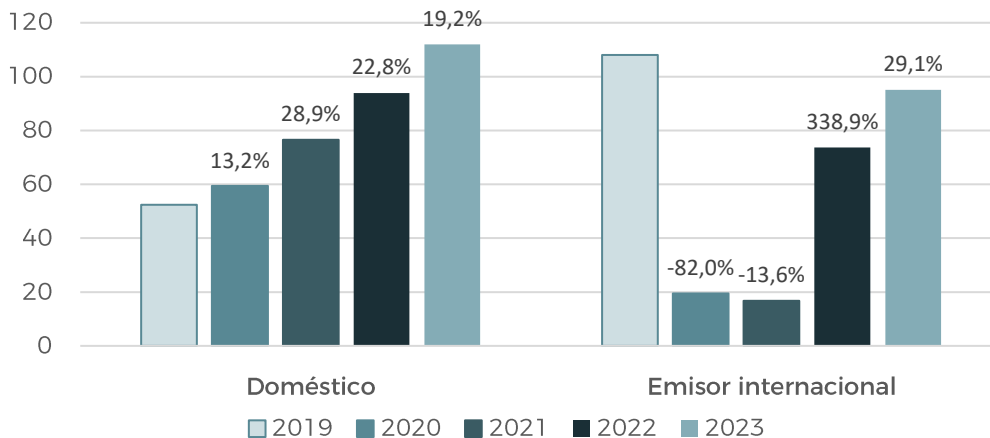
Fuente: SSB. Encuesta turística

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 2022-2023 ha continuado la tendencia creciente en lo que a viajes domésticos se refiere, aunque moderando el ritmo. A la vez se observa una cierta recuperación de los viajes al exterior, aunque sin

alcanzar los niveles de entonces. Podemos pensar que, en cierto modo, se ha producido un efecto sustitución (viajes locales en vez de viajes al exterior), siendo estos efectos más evidentes en los destinos cercanos, como Dinamarca y, sobre todo, Suecia, ya que los productos ofrecidos son prácticamente idénticos (vacaciones en cabaña en entorno natural) y, por tanto, fácilmente sustituibles.

En lo que se refiere al gasto realizado en viajes, nos encontramos con lo siguiente:

**Gasto en viajes 2019 a 2023 y variación (%)  
Doméstico/Internacional (millardos de NOK)**



De acuerdo con la encuesta turística de SSB, el gasto en turismo doméstico durante 2023 ha continuado con un gran comportamiento, volviendo a superar los resultados de 2022 en un 19,2% (en términos nominales), dejando muy lejos los registros prepandemia del 2019.

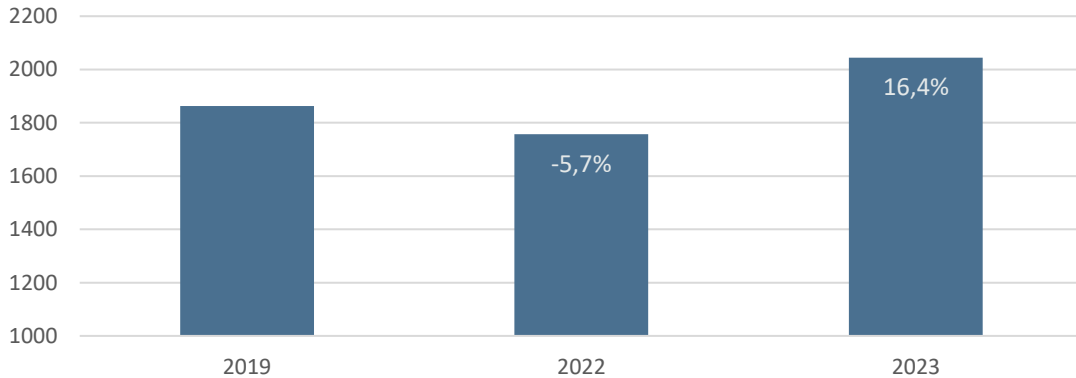
Mientras tanto, el comportamiento del gasto en turismo emisor ha sido más irregular: fue negativo durante la pandemia y con unas recuperaciones considerables en 2022 y 2023 (con un  $\Delta=29,1\%$  respecto a 2022), pero sin alcanzar, ni siquiera en términos nominales, las cifras de gasto de 2019. Esto implica un gasto medio claramente inferior. Sin entrar en otros análisis más detallados, los viajes realizados a destinos cercanos, como Suecia y Dinamarca, la realización de viajes de menor duración y la adquisición de servicios de menor calidad pueden ser algunos de los factores que minoran ese gasto medio.

No dejaremos de insistir en la extrema preocupación del ciudadano noruego por la situación económica –elevados precios e importante pérdida de poder adquisitivo en el exterior por la debilidad de la corona–, lo que supone ajustes relevantes en la contratación de las vacaciones en el exterior.

¿Y cómo han quedado las cifras de gasto en España? Mediante una estimación a partir de los datos de INE (combinando Frontur y gasto medio por persona de la encuesta

Egatur), el gasto de los noruegos en España ha superado los niveles que tuvo en 2019, incrementando en más de un 16% el gasto realizado en 2022.

**Gasto de los turistas noruegos en España (millones € corrientes) y tasa de variación interanual (%)**

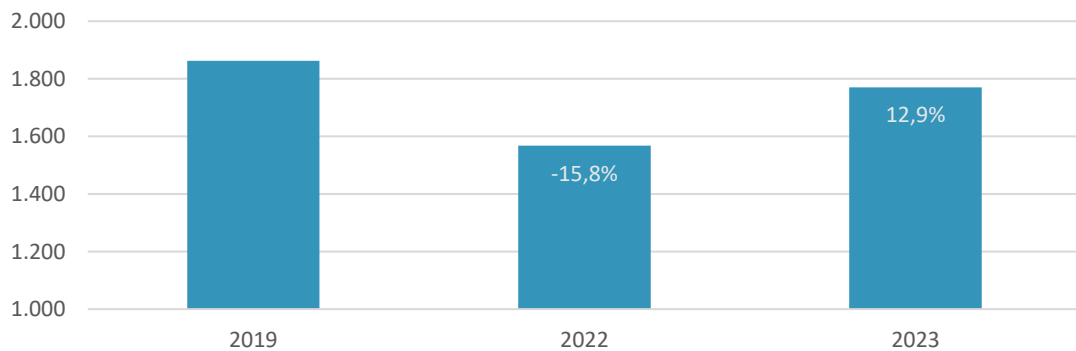


Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE

### 8

Sin embargo, para obtener una visión mucho más realista, es preciso emplear cifras de gasto deflactadas para eliminar los efectos de la alta inflación de los años 2022 y 2023. Este ejercicio podría hacerse con los datos del IPC de Noruega, del IPC de España o con un índice compuesto. Para esta ocasión, empleamos datos del IPC de España, aunque hemos de señalar que los resultados con los datos noruegos no difieren.

**Gasto de los turistas noruegos en España (M€ constantes de 2019) y tasa de variación interanual (%). IPC de ES**



Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE

La conclusión es clara: no se ha recuperado aún el nivel de gasto real de 2019.



### 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, aunque no se puede hablar de una mejora clara respecto de las cifras de 2023.

España es el primer **destino considerado** a la hora de planear un futuro viaje al extranjero entre los principales competidores: más del 40,2%, aunque sin superar las cifras del año pasado. Este primer puesto coincide con el resultado de las encuestas realizadas en el mercado noruego. Los indicadores de consideración de viaje de los principales competidores –Grecia e Italia– han disminuido también en cuantía similar, no así Francia y Portugal, que ascienden un poco.

En cuanto a **intención de viaje**, España sigue en primera posición con un 15,9% de menciones como destino favorito para su próximo viaje, lo que se alinea con lo mencionado en el párrafo anterior, aunque con un descenso significativo respecto a 2023. Entre los competidores, Grecia se mantiene, Italia desciende; Portugal y Francia, que hace un año no iban muy bien, ascienden.

9

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN				ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE			
Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)	Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	40,2	45,5	1	España	15,9	20,4
2	Grecia	30,7	35,6	2	Grecia	13,6	13,0
3	Italia	28,7	32,1	3	Italia	6,8	11,4
4	Francia	21,4	20,2	4	Portugal	4,5	2,1
5	Portugal	21,1	18,0	5	Francia	3,7	2,3

En cuanto al índice de Satisfacción, España recupera la primera posición frente a Grecia, destino que el año pasado funcionó muy bien pero que, de acuerdo a lo aparecido en algún medio, está perdiendo algo de fuerza.

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN			
Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	65,4	62,6
2	Grecia	62,7	66,5
3	Italia	60,8	57,1
4	Francia	58,0	49,9
5	Portugal	44,1	45,9

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

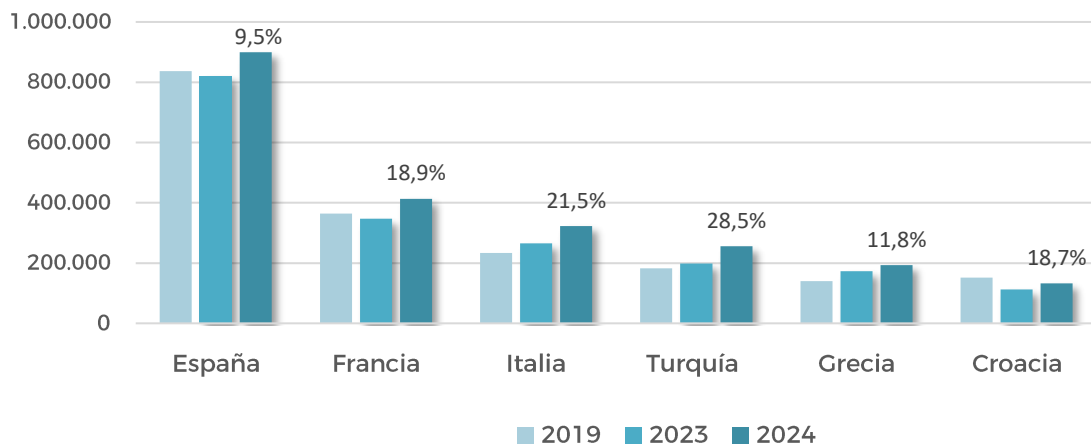


Los otros destinos competidores aumentan significativamente la satisfacción de quienes hasta ellos han viajado.

### Previsiones de vuelos

Las capacidades programadas para España para la temporada de verano de 2024 (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.

NORUEGA. Asientos programados. Temporada de verano  
Variación 2024/2023



Fuente: OAG Schedules Analyser

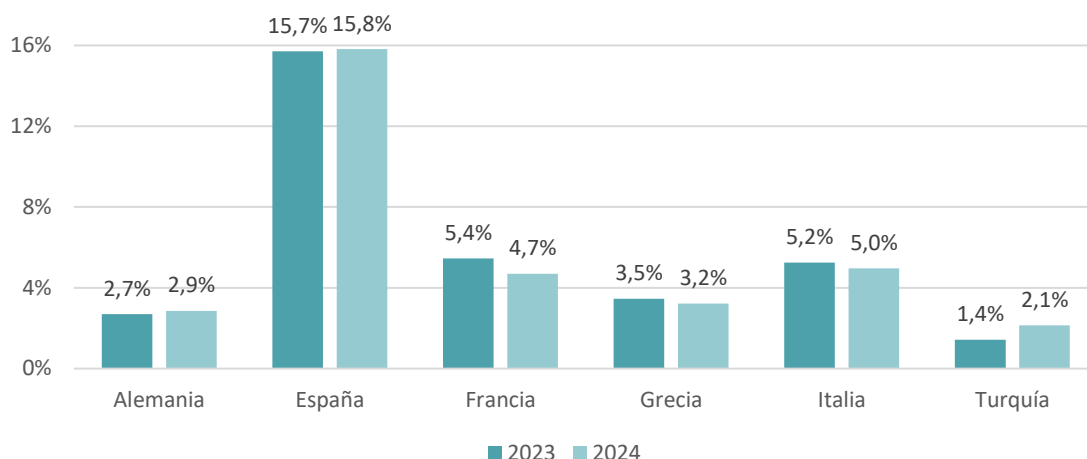
Ya hace un año sucedía esto mismo, pero con una gran diferencia: mientras que las cifras de asientos programados a España entonces caían respecto de las del año anterior, mientras que en los principales destinos competidores subían, de cara al verano de 2024 España se suma al resto de competidores a esta tendencia, aunque con un porcentaje inferior. Se ha añadido una columna adicional con los datos de los asientos programados en 2019 para verificar que las cifras de entonces quedan superadas significativamente.

### Búsquedas y reservas

En lo que a alojamiento se refiere, en el gráfico siguiente se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y 5 de los principales destinos competidores en el mes de marzo de 2024, comparado con el mismo mes de 2023 (se han utilizado todos los datos de búsqueda de ese mes). Se observa la posición destacada de España, destino que supone más del 15,8% de las búsquedas, seguido a

una distancia considerable por Italia (5,2%), Francia (4,7%), Grecia (3,5%) y Turquía (1,4%). Respecto a las búsquedas de 2023, el aumento de las búsquedas en España es ligerísimo, mientras que en los principales competidores disminuye. Por falta de datos, este gráfico no incluye los resultados de los destinos que, junto a España, presumiblemente son los más populares: los vecinos Suecia y Dinamarca.

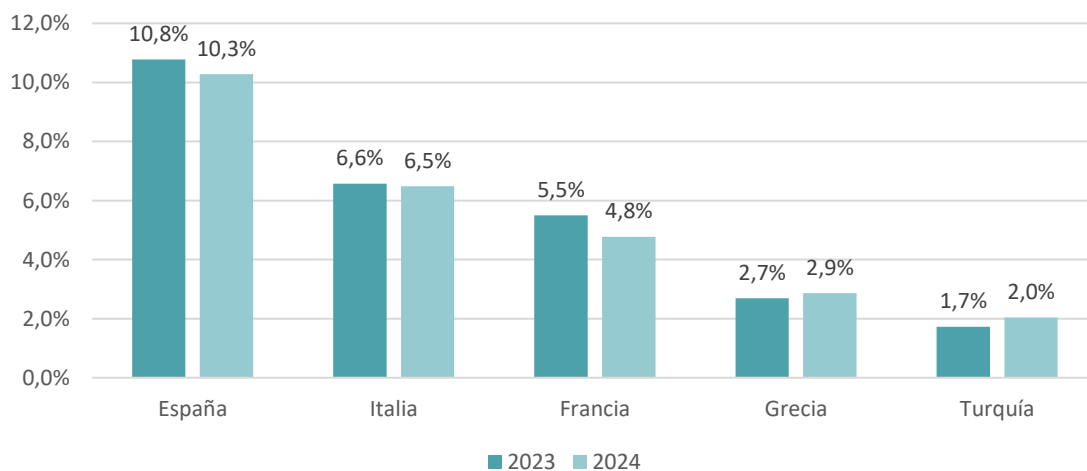
### Cuota de búsquedas de alojamiento. Marzo 2023 vs marzo 2024



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

Los datos de búsquedas de vuelos a destinos españoles en marzo ofrecen resultados similares en cuanto a distribución y variación.

### Cuota de búsquedas de vuelos. Marzo 2023 vs marzo 2024



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña



### PRINCIPALES CONCLUSIONES

Varias son las tendencias que queremos destacar:

1. Poder adquisitivo. La inflación en 2023 ha sido muy elevada y el descenso previsto a lo largo de 2024 va a ser más lento de lo esperado. La preocupación de los noruegos con el elevado nivel de precios es máxima. La pérdida de poder adquisitivo ha sido notable y se ha traducido en el endurecimiento de las negociaciones laborales para recuperar ese poder adquisitivo perdido. El reciente acuerdo salarial es una gran noticia a corto plazo, pero puede ralentizar la consecución de los objetivos de inflación y tipos de interés para este año. La debilidad de la corona coadyuva en esta misma dirección.
2. Ganas de viajar. A pesar de esta situación, las recientes encuestas muestran que el disfrute de unas vacaciones en el extranjero es una de las prioridades de las familias noruegas, a pesar de que los precios hayan aumentado.
3. España sigue posicionada, con diferencia, como el primer destino vacacional de Noruega. Aproximadamente la cuarta parte de los viajes reservados en algunos operadores en enero y febrero son a España. Obviamente no contamos a Suecia, que siempre disputa a España esta posición, pero que por producto y circunstancias no es un competidor directo de los destinos españoles.
4. El grupo de edad preponderante a la hora de viajar es el “seniors ampliado” (+50). Tienen el tiempo y el dinero.
5. Falta de capacidad aérea. La falta de capacidad aérea que se padecía en Europa se ha cronificado en Noruega, aunque se están dando los pasos para soslayar este problema.

Por un lado, estamos a la espera de ver la evolución de SAS tras la reciente salida de la quiebra (aprobación del Cap. 11 en los tribunales de EEUU), los efectos de la entrada en el accionariado de Air France-KLM y del refuerzo de la posición del Estado danés frente al sueco en la compañía que, sin duda, traerá movimientos relevantes.

Por otro, aunque no se ha publicado nada al respecto, estamos atentos a las consecuencias de la integración de la aerolínea local Widerøe en la estructura de Norwegian. No resultaría extraña una reorganización de los vuelos internos en Noruega (el verdadero talón de Aquiles de la cía.) que permitiera la liberación de varias aeronaves ahora dedicadas al tráfico local y la adopción de sistemas de concentración de líneas y transbordos en los aeropuertos principales.

6. Sostenibilidad. Aun siendo importante, a la hora de planificar los viajes, el factor verdaderamente limitativo es el precio.



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

