TURESPAÑA

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO

NORUEGA
Temporada de otoño/invierno 2026-2027

Instituto de Turismo de España (Turespaña)
www.tourspain.es

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de Oslo
NIPO: 219-26-001-4.
Octubre 2026

TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2024	**2025**	**2026 (previsión)**
PIB real (% variación interanual)	1,4	1,2	1,2
PIB nominal per cápita (euros)*	83.131	83.883	93.792
Gasto consumidor (% variación interanual)	3,3	5,2	11,8
Población empleada (miles)	2.888	2.903	2.915
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	4,0	4,5	4,7
IPC (% variación interanual)	3,2	3,0	3,3
Población Total	5.577.790	5.613.830	5.643.330
Tasa de hogares de clase media (%)	88,4	88,9	89,2

Fuente: Oxford Economics.

*El aumento previsto del PIB nominal per cápita en euros en 2026 responde principalmente al efecto del tipo de cambio: crece un 11,8 %, frente al 5,1 % si se hubiera calculado en coronas noruegas.

	2024	**2025**	**2026***
TIPO DE CAMBIO (Corona Noruega/euro)	11,6290	11,7173	10,9015

2024 y 2025: media anual
2026*: Dato del 30 de septiembre de 2026.

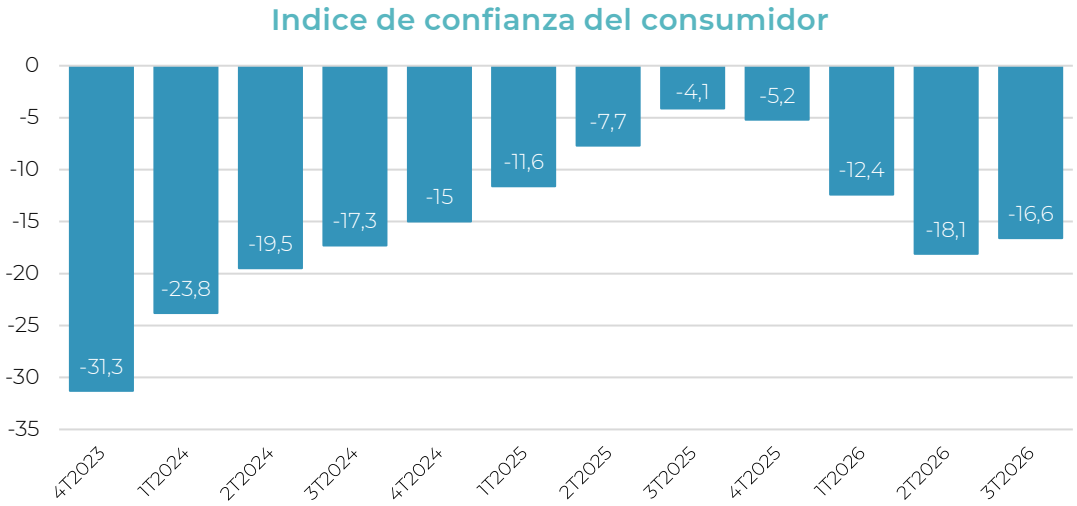
Fuente: Banco Central Europeo.

La economía noruega afronta el otoño/invierno 2026–2027 con un crecimiento moderado. Según Statistics Norway (SSB), el PIB continental [1]aumentó un 0,3 % real en el segundo trimestre respecto al anterior. El gasto público sostiene la actividad, mientras los tipos elevados siguen frenando la construcción. El encarecimiento del petróleo y el gas eleva los ingresos del país, pero buena parte corresponde al Estado y no se traslada directamente al presupuesto de las familias.

El Banco de Noruega (Norges Bank) prevé un crecimiento continental del 0,9 % en 2026 y del 1,0 % en 2027. Los ingresos familiares mejoran, aunque el consumo sigue débil. Según las cuentas de SSB actualizadas en septiembre, la renta disponible real de los hogares aumentó un 3,9 % en el segundo trimestre respecto al anterior y la tasa de ahorro pasó del 5,0 % al 8,4 %. El consumo, en cambio, descendió un 0,1 %.

[1] En Noruega se distingue entre PIB total y PIB continental. Este último excluye la extracción de petróleo y gas, el transporte por tuberías y el transporte marítimo internacional, lo que permite analizar por separado la evolución del resto de la economía. Según SSB, en 2025 el PIB total creció un 1,1 % real y el continental, un 1,7 % (datos provisionales). La cifra de PIB total difiere ligeramente de la estimación de Oxford Economics recogida en el cuadro (1,2 %).

La inflación de agosto alcanzó el 3,3 % interanual. En septiembre, Norges Bank elevó el tipo oficial del 4,25 % al 4,50 % y anticipó que permanecería elevado durante un tiempo. Para los viajes a España, la apreciación de la corona, superior al 7%, abarata los gastos en euros, a igualdad de precios, pero los mayores intereses siguen presionando a los hogares endeudados.



Fuente: Trading Economics / Finans Norge & Verian

La confianza de los consumidores sigue siendo baja. El indicador ajustado de la patronal financiera noruega, Finans Norge, y la empresa de investigación Verian mejoró de −18,1 a −16,6 entre el segundo y el tercer trimestre. Ahorrar y amortizar préstamos fueron las principales prioridades ante una mejora de la situación económica. No obstante, la prudencia económica no implica necesariamente renunciar a las vacaciones[1]. El interés por viajar se mantiene, pero el precio pesa más en la planificación de las vacaciones.

FACTORES POLITICO SOCIALES

La economía familiar sigue en el centro del debate político [2]. En la apertura parlamentaria del 2 de octubre, la primera presidida por Haakon VIII como rey tras el fallecimiento de Harald, el discurso del Gobierno destacó el compromiso de mejorar la situación económica de los ciudadanos [3]. La guerra y la inestabilidad mundial preocupan al 48 % de los encuestados por Opinion.

[1] Según Ticket Collection otoño/invierno 2026–2027, el 51 % declara que la situación económica no afecta a sus planes, pero el 57 % menciona el precio como factor de planificación, frente al 52 % del año anterior.
[2] La encuesta de Opinion publicada el 30 de septiembre sitúa al Partido del Progreso (Fremskrittspartiet) en el 32,6 %, su mayor apoyo en esta serie desde 2008, aunque las variaciones mensuales no son significativas.
[3] El proyecto de presupuestos para 2027 se presentará el 7 de octubre; entre los anuncios previos figura una propuesta de algo más de 120 millones de NOK para inteligencia artificial en servicios públicos y seguridad tecnológica.

La conectividad regional también centra el debate territorial. Un estudio elaborado por Oslo Economics, por encargo del Ministerio de Transportes, plantea reorganizar las rutas aéreas subvencionadas del norte de Noruega para 2028–2033, aunque todavía no existe una decisión tomada. Para España, estas conexiones podrían cobrar mayor importancia comercial si Norwegian completa la adquisición de Nordic Leisure Travel Group (NLTG), propietario de Ving, y se combinan los vuelos regionales de Widerøe con la oferta de vuelos y paquetes hacia España.

La energía y el clima también generan debate. Opinion registra un apoyo del 54 % a la energía nuclear (en Noruega no existe ningún reactor nuclear en funcionamiento), mientras que el apoyo a la instalación de más centros de datos alcanza el 13%. Por su parte, la encuesta internacional Worldviews de WIN, realizada en Noruega por Opinion, señala que el 75 % considera el calentamiento global una amenaza grave, pero solo el 13 % cree que las autoridades hacen lo suficiente para proteger el medioambiente.

La inseguridad influye en las decisiones de viaje. Según Ticket Collection otoño/invierno 2026–2027, informe de la agencia de viajes Ticket, el 28 % evita determinados destinos por el contexto internacional y el 18 % afirma que la cobertura de incidencias le hace más proclive a elegir paquetes. El estudio Reisepuls verano 2026 de Virke, organización empresarial noruega, señala que el 78 % de quienes planeaban vacaciones o escapadas considera importantes la estabilidad política y la seguridad del destino. Para España, ofrecer información clara sobre la asistencia ante incidencias y las condiciones de contratación refuerza el atractivo de la oferta.

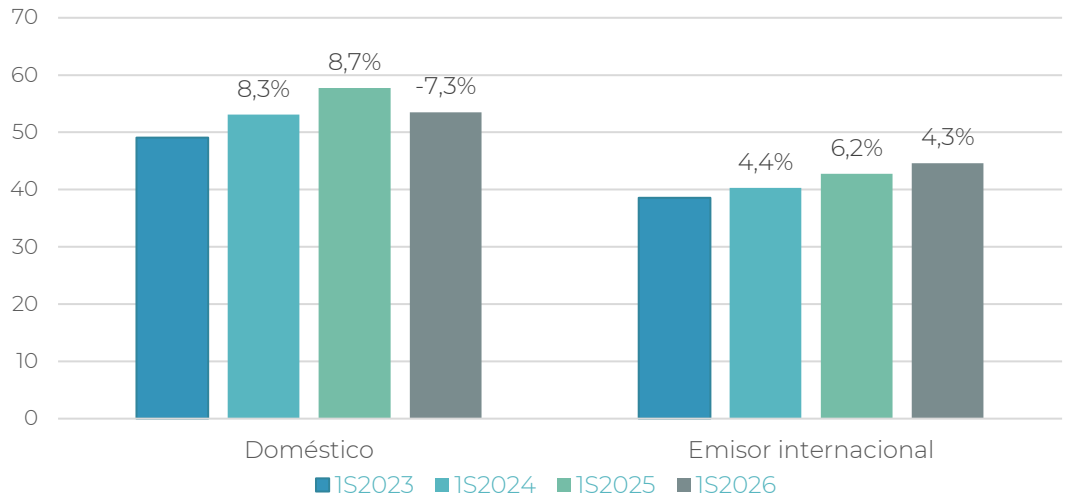
EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Según SSB, los viajes vacacionales de los noruegos al extranjero aumentaron un 9,9 % interanual en el primer semestre de 2026 y su gasto, un 9,3 %. Las pernoctaciones crecieron un 13,4 %, con una duración media ligeramente mayor, mientras el gasto nominal por viaje permaneció prácticamente estable (−0,6 %). La evolución vacacional fue más favorable que la del conjunto del turismo emisor, cuyo gasto aumentó un 4,3 %, lastrado por la caída del 19,4 % del gasto en los viajes de negocios. En contraste, el gasto en viajes dentro de Noruega descendió un 7,3 %, pese al aumento del 4,0 % en su número.

España registró, sin embargo, 534.000 viajes vacacionales desde Noruega en el primer semestre de 2026, un 4,3 % menos interanual, y su cuota descendió del 19,0 % al 16,5 %. Los viajes aumentaron un 20,9 % en el primer trimestre, pero cayeron un 25,3 % en el segundo, en ambos casos respecto al mismo periodo de 2025. Esta caída contrarrestó el avance de comienzos de año: mientras crecían los viajes vacacionales de los noruegos al extranjero, España recibía menos y perdía cuota.

Según Ticket Collection otoño/invierno 2026–2027, las reservas para viajar entre junio y agosto crecieron un 14 % en conjunto y un 4 % hacia España. El país mantuvo el primer puesto en las ventas estivales de este intermediario.

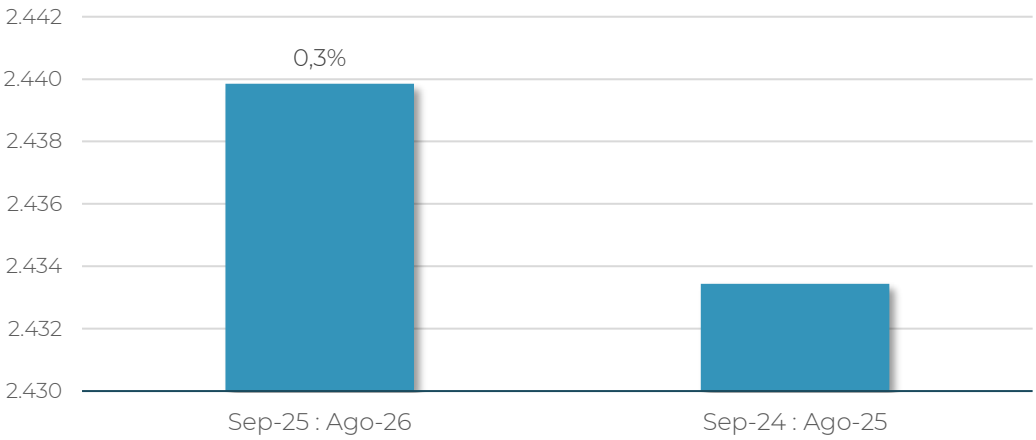
Estimación de gasto en viajes (miles de millones de NOK) en el primer semestre (enero-junio) 2023-2026 y tasa de variación interanual (%)



Fuente SSB.

7 Según la estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE, el gasto de los turistas noruegos en España alcanzó los 2.440 millones de euros entre septiembre de 2025 y agosto de 2026, un 0,3 % más que en los doce meses anteriores. El resultado muestra un gasto prácticamente estable en términos nominales. Esta estabilidad en el conjunto de los doce meses convive con el descenso de los viajes vacacionales hacia España registrado por SSB en el primer semestre de 2026, aunque ambas fuentes miden aspectos y periodos distintos.

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



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Consideración, intención del viaje y satisfacción.

Según YouGov, España mantiene el primer puesto en consideración e intención de viaje entre los cinco destinos comparados, aunque pierde ventaja frente a Grecia. La consideración baja sobre 3 puntos porcentuales (p.p.) y la intención de viajealgo más de 2 p.p., mientras ambos indicadores aumentan en Grecia. La satisfacción con España mejora de 56,6 a 60,9 puntos, pero el mayor avance de Italia sitúa a España en cuarto lugar, por detrás de Italia, Grecia y Portugal. El resto de datos cualitativos por otras fuentes también son moderadamente positivos para España[1].

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	**España**	**37,0**	**40,1**
2	Grecia	31,1	30,2
3	Italia	30,9	29,8
4	Portugal	22,0	19,7
5	Francia	19,0	18,3

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	**España**	**15,9**	**18,2**
2	Grecia	10,9	10,4
3	Italia	8,3	8,7
4	Portugal	4,6	3,0
5	Francia	4,1	3,1

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

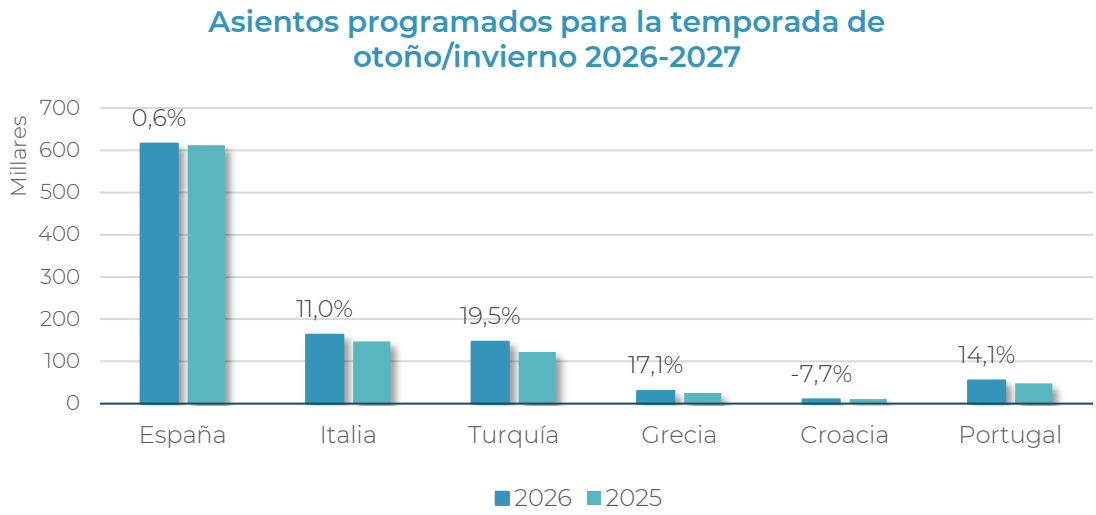
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	Italia	63,5	55,0
2	Grecia	63,3	60,5
3	Portugal	61,3	63,2
4	**España**	**60,9**	**56,6**
5	Francia	43,9	44,4

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

[1] Los datos del estudio de consumo y medios Forbruker & Media 26/2, facilitados por Schibsted Insights, muestran estabilidad en los planes hacia España/Baleares, con un 11,4 %, y un descenso hacia Canarias del 7,0 % al 6,3 %. Entre quienes contemplan Canarias, el 70,5 % tiene al menos 50 años y el 83,9 % expresa interés por viajes chárter o paquetes turísticos. Las entrevistas abarcan el segundo semestre de 2025 y el primero de 2026 y preguntan por los doce meses siguientes; sus resultados no son una previsión específica para este invierno.

Previsiones de vuelos

Según OAG, la capacidad desde Noruega hacia España entre octubre de 2026 y marzo de 2027 alcanza supera los 600.000 asientos, un 0,6 % más interanual. España mantiene una amplia ventaja entre los destinos comparados. Turquía, Grecia, Portugal e Italia aumentan más, aunque desde volúmenes inferiores.



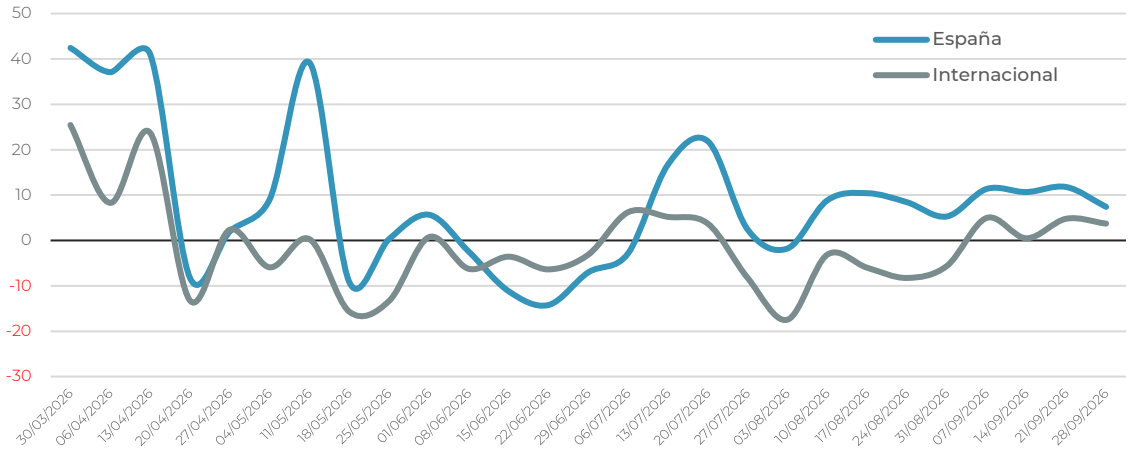
Fuente: OAG Schedules Analyser

La adquisición acordada de NLTG, propietario de Ving y Sunclass Airlines, por Norwegian podría reforzar la comercialización conjunta de vuelos, hoteles y paquetes. Los accionistas aprobaron la operación en julio; la actualización de Norwegian de ese mes todavía mantenía pendiente la autorización europea de competencia. La compañía identifica la España peninsular como oportunidad de crecimiento, combinando su red con las conexiones regionales de Widerøe. Se trata de una posibilidad estratégica, no de capacidad adicional anunciada para este invierno.

Búsquedas y reservas

Las búsquedas realizadas en Skyscanner entre abril y septiembre de 2026 para vuelos de ida y vuelta desde Noruega en octubre de 2026–marzo de 2027 aumentan un 7,4 % hacia España, frente al descenso del 2,1 % del conjunto de destinos internacionales. FINN Reise también sitúa a España al frente de los destinos extranjeros para las vacaciones escolares de otoño: los clics aumentan un 22,1 % interanual, con avances cercanos al 30 % hacia Alicante y Málaga, según la actividad registrada entre el 10 de agosto y el 8 de septiembre.

Búsquedas desde Noruega para vuelos entre 1 de octubre de 2026 y 31 de marzo de 2027 (tasa de variación interanual por semanas)



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

10 Las reservas recogidas en Ticket Collection[1] otoño/invierno 2026–2027 hasta el 6 de septiembre muestran un avance más moderado hacia España: un 1 %, frente al 11 % del conjunto, aunque mantiene el primer puesto. Tailandia y Reino Unido crecen un 41 % y un 47 %, respectivamente. Dentro de España, Barcelona avanza un 23 %, mientras Alicante, Tenerife y Málaga retroceden un 5 %, un 13 % y un 4 %.

[1] La encuesta de Ticket Collection otoño/invierno 2026–2027 muestra una mayor preferencia por escapadas urbanas en otoño, 42 %, frente al 39 % de sol y playa, y el predominio del sol y playa en invierno, 46 %, frente al 34 % que prefiere escapadas urbanas. La gastronomía y la cultura, presentes entre los intereses recogidos en Virke Reisepuls verano 2026, pueden complementar ambas propuestas

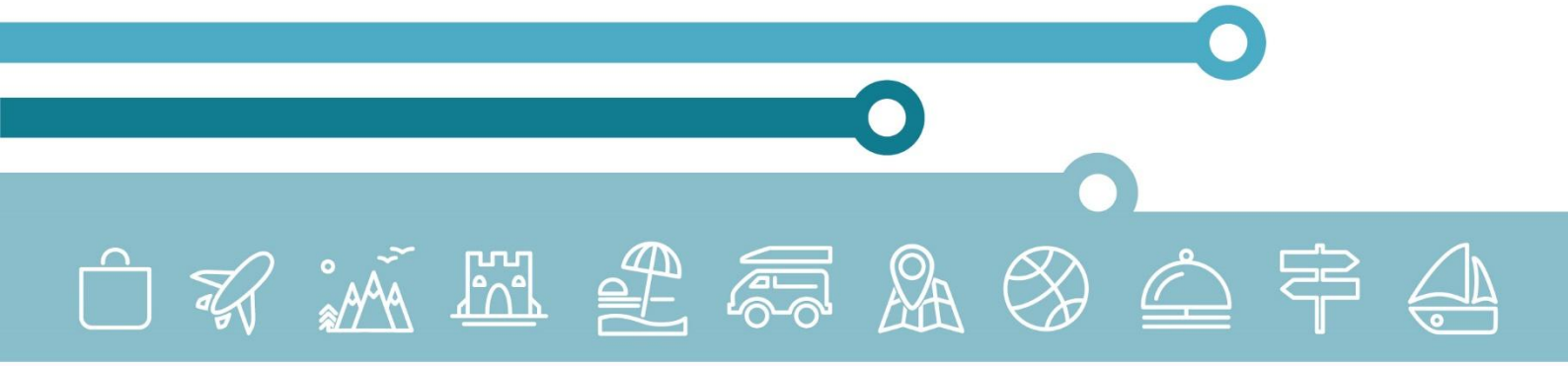
PRINCIPALES CONCLUSIONES

España mantiene una posición destacada en el mercado noruego, aunque las perspectivas para el otoño/invierno 2026–2027 son presentan diferentes aristas. El aumento de las búsquedas en portales de vuelos convive con avances modestos de la capacidad aérea y de las reservas hacia España. Los datos cualitativos de encuestas muestran, además, menor consideración e intención de viaje, pese a la mejora de la satisfacción. El reto para España es mantener ese interés en un contexto de mayor competencia y atención al precio.

La apreciación de la corona abarata los gastos en euros, a igualdad de precios, mientras los tipos elevados y la baja confianza mantienen la presión sobre el presupuesto. Sin embargo, los datos de SSB muestran más viajes vacacionales al extranjero y estancias ligeramente más largas durante el primer semestre. En este contexto, conviene destacar el precio total del viaje, las conexiones y la asistencia disponible ante incidencias. Las oportunidades varían por destino y temporada: las escapadas urbanas destacan en otoño y el sol y playa en invierno[1]. La gastronomía y la cultura pueden complementar tanto las escapadas urbanas como las vacaciones de sol y playa.

Los competidores presentan cifras muy positivas interanualmente, por lo que aspectos como la capacidad aérea y la oferta de alojamiento serán decisivos para el mantenimiento por parte de España de su posición privilegiada como destino líder en el extranjero para los noruegos. La prioridad debe ser convertir la elevada intención de viaje y la conectividad disponible en reservas, reforzando la calidad de la experiencia, la diversificación de productos y la oferta fuera de temporada.

[1] En Canarias, los datos facilitados por Schibsted Insights aconsejan prestar especial atención a los viajeros de 50 años o más y al interés por los paquetes turísticos



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO
SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO
TURESPAÑA