

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2. FINLANDIA 2024 Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

De acuerdo con Statistics Finland, los finlandeses realizaron 6.9 millones de viajes de ocio al extranjero en 2023, un incremento del 21 % en comparación con los 5.7 millones de 2022. Este número es notablemente mayor que los 1.9 millones de viajeros en 2021, representando un aumento del 263 % en relación con 2023. Sin embargo, todavía no se alcanzan las cifras de 2019, cuando hubo 8.1 millones de viajeros.

En 2023, el número de viajes de ocio con pernoctación en Finlandia disminuyó un 13.6% en comparación con el año anterior. Los residentes finlandeses realizaron 21.3 millones de estos viajes, lo que representa un 17.12% menos que en 2019. El número total de viajes con pernoctación en 2023, incluyendo tanto viajes de ocio como de negocios en Finlandia y en el extranjero, fue de 31.2 millones. Los viajes de negocios con pernoctación disminuyeron un 6.2% en ese año.

4

Un total de 18.3 millones de pasajeros utilizaron los aeropuertos finlandeses durante 2023, lo que representa un aumento del 18.7% respecto al año anterior, según datos de Finavia. El número de pasajeros en vuelos internacionales aumentó un 22.4%, mientras que en vuelos nacionales creció un 5.5%. En total, 15.3 millones de pasajeros pasaron por el aeropuerto de Helsinki, y 2.9 millones lo hicieron por otros aeropuertos nacionales. El aeropuerto de Helsinki concentró el 84% de todos los pasajeros en aeropuertos finlandeses.

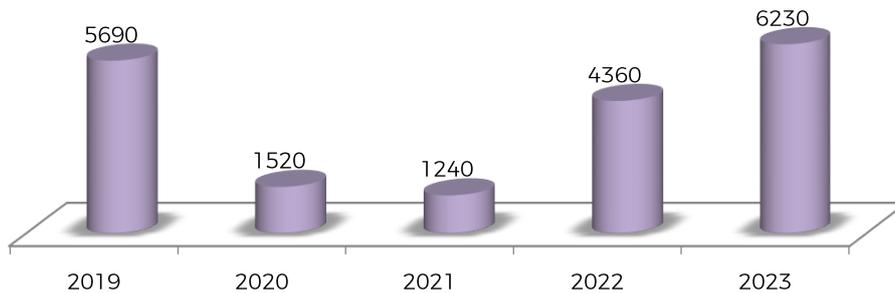
Según datos de Travellyze, más del 80% de los finlandeses son conocedores de España como destino turístico, y más del 60% han estado previamente en España, configurándose como un mercado consolidado. El sector está compuesto por una gran variedad de agentes, aunque predomina un régimen concentrado en el que unas pocas empresas, turoperadores, dominan la mayor parte del mercado, dejando a las demás con una cuota reducida. Además, no hay una distinción clara entre agencias mayoristas y minoristas, ya que la mayoría tiene un carácter mixto.

Según datos de Frontur (INE), en 2023 hubo un aumento del 26.2% en el número de turistas finlandeses que visitaron España en comparación con 2022, alcanzando un total de 588,550 viajeros. Las estadísticas de Statistics Finland sobre turismo emisor en 2023 indican que aproximadamente 790,000 turistas finlandeses viajaron a España por ocio, lo que representa un incremento del 38.6% en comparación con el año anterior.

Volumen del mercado por gasto

Según datos de Oxford Economics, el gasto estimado en viajes internacionales para el mercado finlandés en 2023 es de 6.200 millones de dólares, un 42.8 % más que en 2022 y un 9.5% más que en 2019.

Gasto Total (Millones de euros)



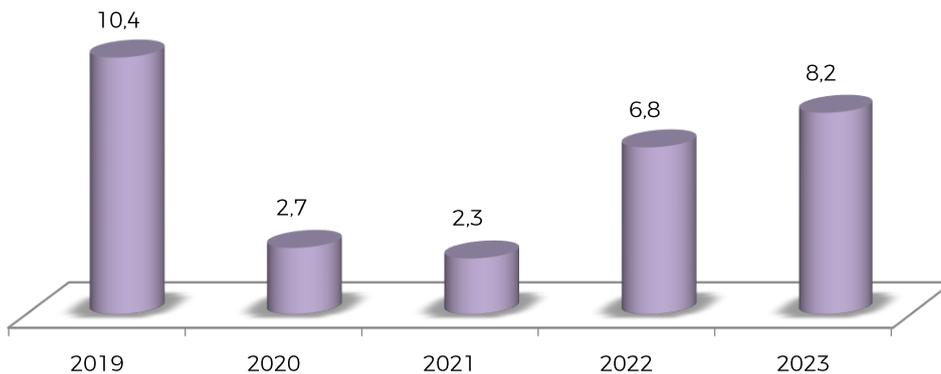
Fuente: Oxford Economics

5

Volumen del mercado por número de viajes

Según datos de Statistics Finland, los finlandeses realizaron 8.19 millones de viajes al extranjero en 2023, en comparación con los 6.78 millones de 2022. De estos viajes, 6.9 millones fueron de ocio y 1.27 millones fueron de negocios.

Viajes al exterior (Millones)



Fuente: Statistics Finland

MERCADO EMISOR

FINLANDIA 2024

De los 8.2 millones de viajes, 6.6 millones incluyeron pernoctación en el país de destino. Hubo 0.9 millones de excursiones sin pernoctación y 0.7 millones de cruceros de un día.

En 2023, cada finlandés hizo una media de 5,6 viajes. En relación con el total de viajes, incluyendo los nacionales, a continuación observamos la evolución de largo plazo:

| | 2000 | 2010 | 2020 | 2023 |
|--|-----------------|-------------|-------------|-------------|
| | Millones viajes | | | |
| Viajes de ocio | 23,7 | 36,1 | 23,3 | 27,4 |
| Viajes nacionales de ocio con alojamiento pagado | 4,0 | 5,9 | 5,5 | 6,5 |
| Viajes nacionales de ocio con alojamiento gratuito | 15,0 | 24,8 | 15,9 | 14,8 |
| Viaje de ocio al extranjero, con pernoctación en el país de destino | 2,4 | 4,0 | 1,7 | 5,5 |
| Cruceros de ocio en el extranjero, sólo con pernoctación a bordo | 2,4 | 1,5 | 0,3 | 0,6 |
| Viajes de negocios | 3,9 | 5,0 | 2,3 | 3,8 |
| Viajes nacionales de negocios | 2,7 | 3,8 | 2,0 | 2,6 |
| Viajes de negocios al extranjero, con pernoctación en el país de destino | 0,9 | 1,1 | 0,4 | 1,1 |
| Cruceros de negocios al extranjero, sólo con pernoctación a bordo | 0,2 | | | |
| Total | 27,6 | 41,2 | 25,7 | 31,2 |

Fuente: Statistics Finland

Principales áreas emisoras

La distribución de las distintas regiones emisoras muestra que Helsinki es la principal área de emisión de turistas en viajes de más de una noche, siguiéndole ciudades como Turku o Tampere, en el Oeste de Finlandia. De especial relevancia es la reactivación del aeropuerto de Tampere - Pirkkala, en especial gracias a la intensificación de la operativa de AirBaltic.



Fuente: Statistics Finland

Organización del viaje y reservas

El mercado turístico finlandés en 2023 se caracteriza por su madurez y la presencia de numerosos actores. Sin embargo, un rasgo distintivo es la tendencia hacia el oligopolio, donde unas pocas empresas concentran la mayor parte del mercado, relegando a las demás a una cuota menor.

7

En este contexto, se observa una ausencia de una clara diferenciación entre agencias mayoristas y minoristas. De hecho, la mayoría de ellas operan de forma mixta, combinando ambas funciones.

Adicionalmente, existe un segmento de agencias de menor tamaño que se dedica principalmente a la distribución de paquetes turísticos creados por las empresas más grandes.

Los viajeros finlandeses se distinguen por su proactividad y planificación anticipada. Con mucho tiempo de antelación a la fecha del viaje, se embarcan en la búsqueda de información para tomar decisiones informadas. De acuerdo con datos de Nordic Bench, la mayoría de las reservas se realizan con una anticipación de 1 a 2 meses (29%) y de 3 a 6 meses (28%). Un 14% de los encuestados reserva con 2 a 4 semanas de anticipación, mientras que el 10% lo hace con más de 6 meses de antelación. Reservas de última hora, menos de una semana y de 1 a 2 semanas antes de la salida, representan el 5% y el 9% respectivamente.

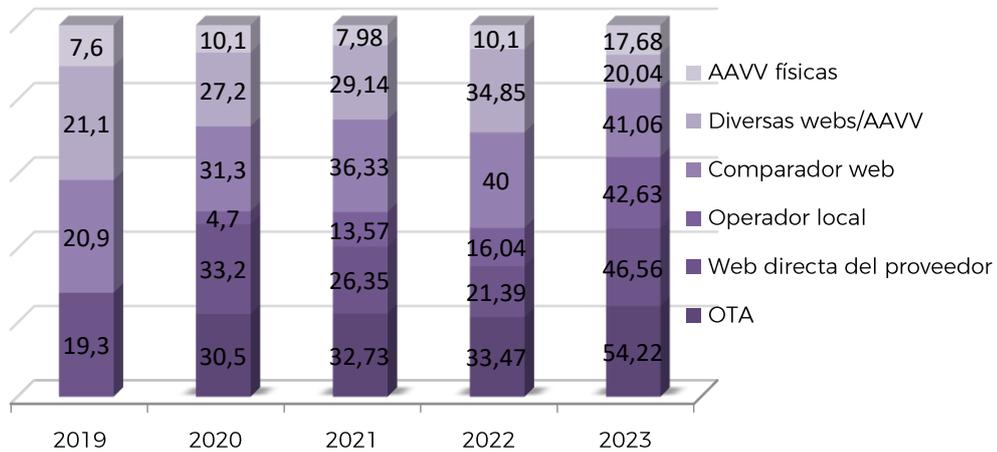
Internet se ha convertido en la principal fuente de reserva (ver gráfico *ut infra*) e información para la mayoría de los viajeros finlandeses, superando a los métodos tradicionales como folletos turísticos, guías de viajes o las recomendaciones de familiares y amigos.

Entre los recursos online más populares destacan portales especializados de viajes como Napsu, Rantapallo y otros portales sectoriales pertenecientes a grupos como Sanoma, Alma, A-Lehti o Nostemediä; revistas especializadas como MONDO y Matkaopas y cuentas de redes sociales de expertos en viajes que ofrecen información y recomendaciones valiosas de primera mano.

A continuación recogemos los últimos datos recopilados por Travellyze sobre medios de reserva. Predomina la reserva a través de internet, en especial a través de las OTAs, seguida de las páginas web de los proveedores turísticos.

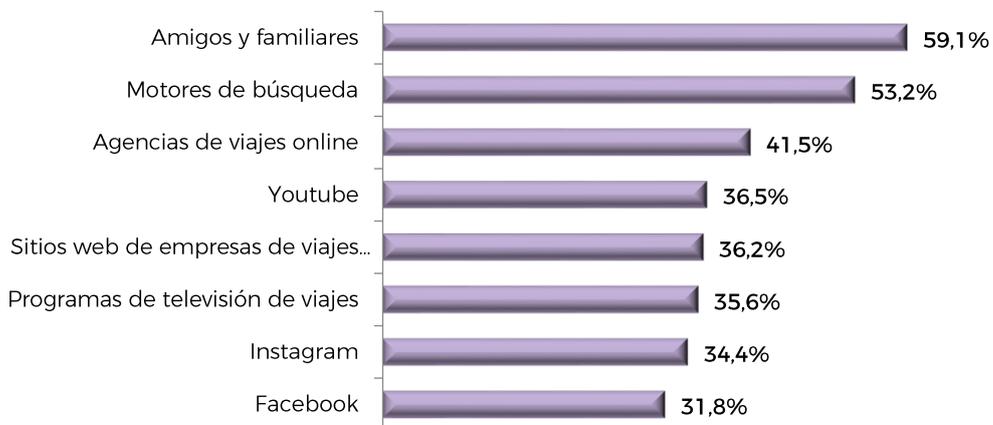
8

Canales de reserva



Fuente: Travellyze

Canales de inspiración para la elección del destino (%)



Fuente: Travellyze

El gráfico muestra los diferentes medios que influyen en la decisión de los viajeros finlandeses al elegir un destino. Los amigos y familiares son la fuente principal de inspiración con un 59.1%, seguidos por los motores de búsqueda con un 53.2%. Las agencias de viajes online ocupan el tercer lugar con un 41.5%, mientras que YouTube y los sitios web de empresas de viajes (aerolíneas y hoteles) tienen una influencia similar, con un 36.5% y un 36.2% respectivamente. Los programas de televisión de viajes, Instagram y Facebook también juegan un papel importante, con porcentajes de 35.6%, 34.4% y 31.8% respectivamente.

El sector turístico finlandés ha vivido un fuerte repunte en 2023, con un aumento del 31% en la venta de paquetes turísticos respecto a 2022, según datos de SMAL (Asociación de Turoperadores y Agentes de Viajes de Finlandia). Esto se traduce en un total de 676.000 paquetes vendidos, generando un volumen de negocio de 686,9 millones de euros, lo que representa un 38,8% más que el año anterior. Si bien esta recuperación es positiva, la industria aún no ha alcanzado los niveles prepandemia: se registran un 23% menos de paquetes vendidos y un 9,1% menos de volumen de negocio en comparación con 2019.

9

Europa continúa siendo el continente preferido por los viajeros finlandeses, acaparando el 82,7% del total de paquetes vendidos. Entre los destinos europeos, Grecia se posiciona como el favorito, con 230.000 paquetes (lo que representa el 41% de los viajes a Europa), seguido de España con 180.000 paquetes (un 32,3% de los viajes a Europa). Si bien tanto Grecia como España experimentaron un crecimiento notable en comparación con 2022, aún no han logrado alcanzar los niveles prepandémicos: se observa una disminución del 4% y 22,4% respectivamente en comparación con 2019.

| Viajes combinados en avión al extranjero en 2023 (incluyendo paquetes a medida y cruceros de larga distancia con/sin vuelos) | | | | | |
|---|---------|---------|---------|----------------------------|------------------------|
| | | | | Variación 2023/202 2 | Variación 2023/2019 |
| | 2023 | 2022 | 2019 | % | % |
| EUROPA | 558.839 | 444.742 | 683.531 | 25.7 % | -18.2 % |
| Grecia | 229.054 | 184.476 | 239.448 | 24.2 % | -4.3 % |
| España (total) | 180.882 | 143.822 | 233.054 | 25.8 % | -22.4 % |
| Islas Baleares | 15.934 | 11.507 | 20.932 | 38.5 | -23.9 % |
| Canarias | 146.320 | 120.229 | 193.053 | 21.7 % | -24.2 % |
| Resto de España | 18.628 | 12.086 | 19.069 | 54.1 % | -2.3 % |

MERCADO EMISOR

FINLANDIA 2024

Viajes combinados en avión al extranjero en 2023
(incluyendo paquetes a medida y cruceros de larga distancia con/sin vuelos)

| | | | | Variación 2023/202 2 | Variación 2023/2019 |
|---|--------|--------|--------|----------------------------|------------------------|
| Chipre | 26.357 | 20.533 | 18.786 | 28.4 % | 40.3 % |
| Italia | 24.841 | 18.242 | 32.744 | 36.2 % | -24.1 % |
| Portugal (total) | 19.108 | 19.235 | 24.533 | -0.7 % | -22.1 % |
| Madeira | 15.654 | 17.087 | 18.194 | -8.4 % | -14 % |
| Resto de Portugal (incluido Azores) | 3.454 | 2.148 | 6.339 | 60.8 % | -45.5 % |
| Croacia | 13.439 | 11.867 | 25.197 | 13.2 % | -46.7 % |
| Austria | 8.490 | 8.065 | 14.092 | 5.3 % | -39.8 % |
| Reino Unido | 6.072 | 3.638 | 6.551 | 66.9 % | -7.3 % |
| Francia | 5.985 | 4.080 | 5.670 | 46.7 % | 5.6 % |
| Bulgaria | 5.600 | * | 15.320 | * | -63.4 % |
| Alemania | 4.820 | 3.156 | 7.367 | 52.7 % | -34.6 % |
| Letonia | 3.891 | 1.469 | 3.119 | 164.9 % | 24.8 % |
| República Checa | 3.287 | 2.359 | 5.377 | 39.3 % | -38.9 % |
| Polonia | 2.174 | 1.245 | 6.533 | 74.6 % | -66.7 % |
| Islandia | 2.003 | 1.446 | 2.248 | 38.5 % | -10.9 % |
| Países Bajos | 1.826 | 746 | 2.173 | 144.8 % | -16 % |
| Dinamarca | 1.826 | 1.397 | 2.934 | 30.7 % | -37.8 % |
| Hungría | 1.481 | * | 3.838 | * | -61.4 % |
| Lituania | 1.226 | * | 1.309 | * | -6.3 % |
| Irlanda | 1.068 | 683 | 1.622 | 56.4 % | -34.2 % |
| Suecia | 829 | * | 691 | * | 20 % |
| Malta | 703 | * | 2.552 | * | -72.5 % |
| Suiza | 632 | 532 | 862 | 18.8 % | -26.7 % |
| Resto de Europa | 8.447 | 14.310 | 22.411 | -41 % | -62.3 % |
| Cruceros de larga distancia: Europa, el Mediterráneo, el Mar Báltico, la Costa Noruega, el Atlántico Norte (Europa) | 4.798 | 3.441 | 5.100 | 39.4 % | -5.9 % |

MERCADO EMISOR

FINLANDIA 2024

| Viajes combinados en avión al extranjero en 2023 (incluyendo paquetes a medida y cruceros de larga distancia con/sin vuelos) | | | | Variación 2023/2022 | Variación 2023/2019 |
|---|----------------|----------------|----------------|------------------------|------------------------|
| | | | | 2 | |
| ORIENTE MEDIO Y NORTE DE ÁFRICA | 68.389 | 48.354 | 112.420 | 41.1 % | -39.2 % |
| Turquía | 55.820 | 39.243 | 69.641 | 42.2 % | -19.8 % |
| Egipto | 5.595 | 3.224 | 15.864 | 73.5 % | -64.7 % |
| Emiratos Árabes | 3.648 | 3.869 | 14.789 | -5.7 % | -75.3 % |
| Israel | 2.789 | 1.836 | 5.167 | 51.9 % | -46 % |
| Resto de países | 537 | 182 | 6.959 | -195.1 % | -92.3 % |
| OTROS (LARGA DISTANCIA) | 48.826 | 24.956 | 85.705 | 95.6 % | -43 % |
| México | 3.080 | 2.588 | 4.108 | 19 % | -25 % |
| Resto del Caribe y Centroamérica | 678 | 524 | 5.699 | 29.4 % | -88.1 % |
| Tailandia | 24.425 | 7.579 | 37.700 | 222.3 % | -35.2 % |
| Indonesia | 634 | * | 1.229 | * | -48.4 % |
| Resto del Sudeste Asiático | 426 | 563 | 7.674 | -24.3 % | -94.4 % |
| Cabo Verde | 9.127 | 8.825 | 10.036 | 3.4 % | -9.1 % |
| USA | 2.027 | 897 | 2.712 | 126 % | -25.3 % |
| Maldivas | 1.465 | 1.155 | 1.786 | 26.8 % | -25.3 % |
| Islas Mauricio | 1.325 | 1.076 | 1.627 | 23.1 % | -18.6 % |
| Corea del Sur | 874 | * | * | * | * |
| Japón | 636 | * | 867 | * | -26.6 % |
| Otros destinos de larga distancia | 2.333 | 1.413 | 9.241 | 65.1 % | -74.8 % |
| Cruceros de larga distancia | 1.796 | 336 | 3.026 | 434.5 % | -40.6 % |
| TOTAL | 676.054 | 518.052 | 881.656 | 30.5 % | -23.3 % |

Fuente: SMAL

Europa se consolida como el continente preferido por los viajeros finlandeses, acaparando el 82,7% de los viajes. Dentro de España, las Islas Canarias despuntan como el destino más popular, con un 26,2% del total de viajes a la región (lo que equivale a unos 146.320 viajes).

Grecia se consolida como el destino europeo favorito para los viajeros finlandeses que optan por paquetes vacacionales, con un total de 229.054 paquetes vendidos durante el año pasado. Esta cifra representa un crecimiento notable en comparación con 2022, cuando se registraron 184.476 paquetes. De hecho, Grecia acapara el 41% de todos los viajes a Europa realizados por finlandeses que eligen esta modalidad de viaje.

Oriente Medio y Norte de África experimentaron un moderado crecimiento en el número de viajes de finlandeses, con un total de 68.389 viajes realizados durante el año pasado. Esto representa el 10,1% del total de viajes registrados. Turquía se mantiene como el destino favorito de la región, con 55.820 viajes, lo que lo convierte en el destino más popular de la zona. Egipto, por su parte, recibió a 5.595 viajeros finlandeses que optaron por paquetes vacacionales.

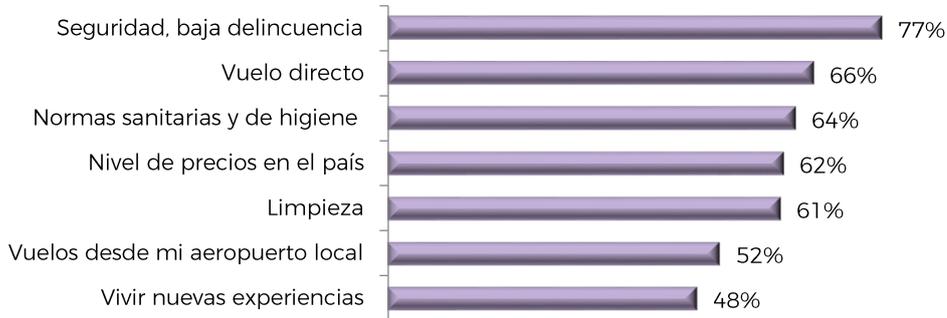
Los viajes de larga distancia experimentaron un notable repunte en 2023, con un total de 48.826 viajes realizados. Esto representa un aumento del 95,6% en comparación con el número de paquetes de viaje en 2022, pero aún se encuentra un 43% por debajo de los niveles de 2019. Cabo Verde se posicionó como el destino de larga distancia más popular, con 9.127 viajes realizados.

La popularidad de los cruceros internacionales de larga distancia entre los viajeros finlandeses estaba en auge antes de la pandemia. Sin embargo, la crisis del COVID-19 ha impactado significativamente en este sector, con una caída del 5,9% en los viajes combinados en cruceros de larga distancia dentro de Europa y un descenso del 40,6% en los viajes fuera de Europa. En 2023, se vendieron un total de 6.594 paquetes de cruceros, de los cuales el 72,8% correspondían a cruceros europeos. Cabe destacar que estas cifras, proporcionadas por los operadores turísticos, no incluyen los viajes reservados directamente por los viajeros con las compañías de cruceros.

Comportamiento viajero

A continuación se exponen los principales factores relevantes para la determinación del destino de acuerdo a las encuestas realizadas por la empresa Travealyze para el mercado finlandés:

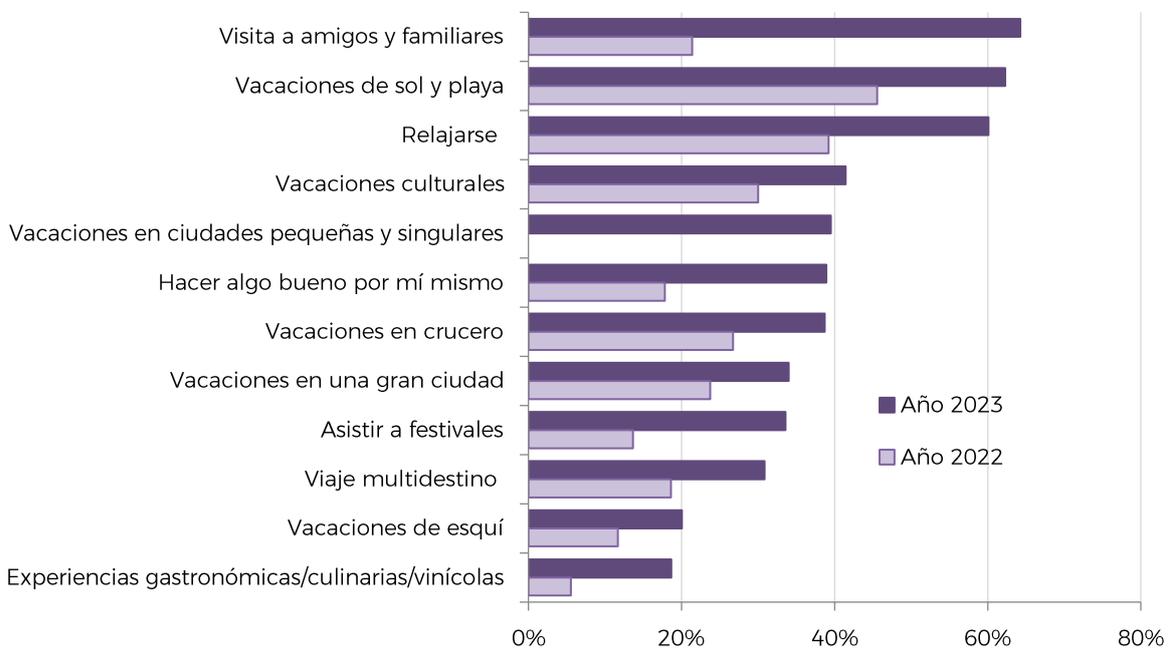
Motivación del viaje (%)



Fuente: Travellyze (Agosto 2023)

Como se observa en la gráfica anterior, los altos niveles de seguridad, los vuelos directos y los estándares sanitarios son los principales factores que motivan la elección de los destinos, así como la vivencia de experiencias, tanto nuevas como históricas y de naturaleza, y la comodidad en cuanto al acceso a la infraestructura aeroportuaria.

Tipo de vacaciones (%)



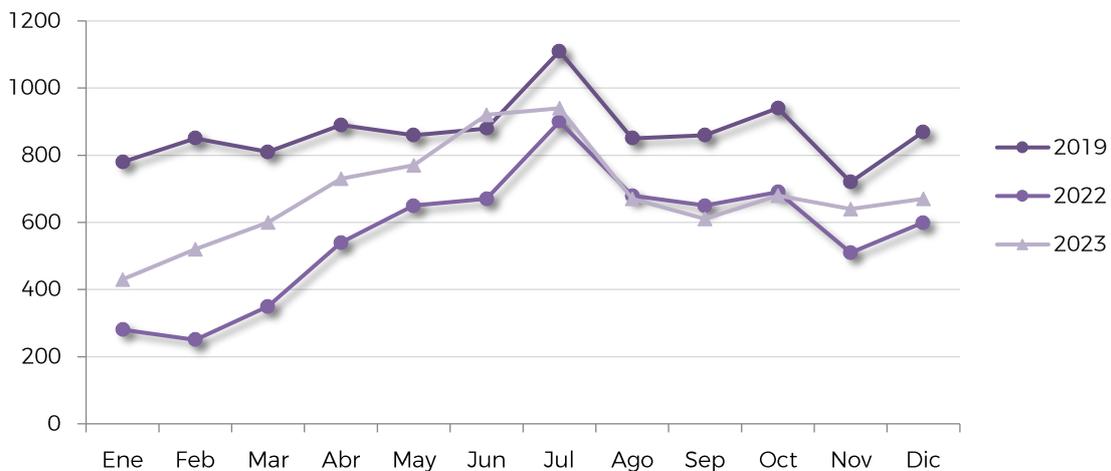
Fuente: Travellyze

El anterior gráfico muestra los tipos de vacaciones preferidos por los turistas finlandeses en los años 2022 y 2023, según Travellyze. La opción más popular en ambos años es la visita a amigos y familiares, seguida por las vacaciones de sol y playa, y la relajación. Las vacaciones culturales y en ciudades pequeñas también tienen una alta preferencia. Las experiencias gastronómicas/culinarias/vinícolas y las vacaciones en grandes ciudades muestran un interés significativo pero menor en comparación. En general, se observa una leve variación en las preferencias de un año a otro, con algunas actividades como asistir a festivales y hacer algo bueno por uno mismo manteniéndose estables.

El mercado turístico finlandés se caracteriza por una marcada estacionalidad, con una temporada alta que se concentra en los meses de verano (en especial julio) y una temporada baja que abarca el resto del año. Estos viajes incorporan también aquellos domésticos, opción cada vez más extendida entre el público local debido a las buenas temperaturas.

14

Estacionalidad (número de viajes)



Fuente: Statistics Finland

Segmentación de la demanda

Tipo de viaje preferido por los turistas finlandeses



Fuente: KPMG para la Oficina Española de Turismo en Helsinki - Spain as a Sustainable Destination

15

La amplia mayoría de encuestas, estudios e informes turísticos segmentan la demanda en tres categorías: vacacional, urbano y naturaleza. Así lo hace Turespaña en su Plan Estratégico de Marketing 2021-2024 y en el cual KPMG se basó para preguntar a los turistas finlandeses sobre el tipo de viaje que prefieren en su estudio Spain as a Sustainable Destination a principios de 2023. Las categorías vinculadas al segmento vacacional alcanzan el 59,6% de los encuestados; mientras que los segmentos urbanos y de naturaleza alcanzan el 29,6% y el 10,8%.

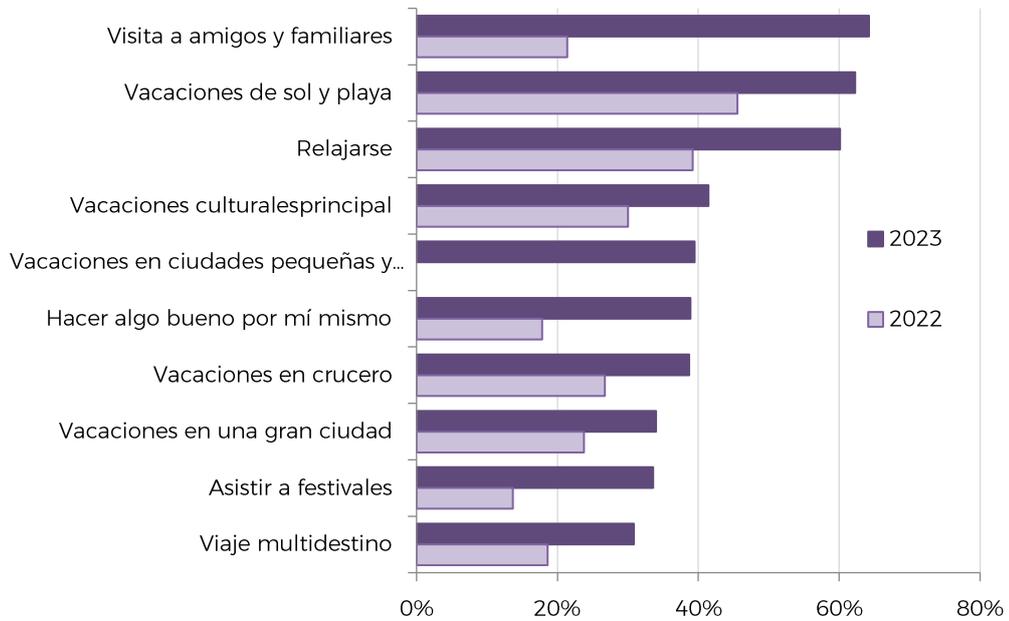
Perfil del viajero

Según datos de Travellyze, el perfil medio del turista finlandés es el de un persona que reside en núcleos urbanos, con un nivel de ingresos medio-alto y de mediana edad, que viaja tanto a destinos nacionales como internacionales al menos una vez al año.

La franja de edad más relevante es entre los 35-44 años (18,27%), seguida de la franja comprendida entre los 55-64 (17,68%). En el ámbito educativo, destaca el grupo con formación profesional, alrededor del 53,44%, seguido de los titulados universitarios (22%) y aquellos con máster o estudios superiores (13,75%). Son mayoritarios los viajeros solteros (47,35%), seguido de los que cohabitan o están casados (37,52%) y los que se encuentran en una relación (15,13%).

Productos turísticos demandados

Tipo de vacaciones (%)



Fuente: Travellyze

Los finlandeses tienen diversas preferencias cuando se trata de elegir el tipo de vacaciones que desean disfrutar. Muestran un fuerte interés por las vacaciones de sol y playa, con un notable 62.28% que elige este tipo de escapadas. Sin embargo, también valoran el descanso y la relajación, con un significativo 60.12% que prefiere vacaciones enfocadas en el descanso. Además, los finlandeses son un pueblo con una rica historia y cultura, por lo que no sorprende que un 41.45% de ellos opte por vacaciones culturales, donde las experiencias históricas y culturales se convierten en el objetivo principal. Esta diversidad en las preferencias demuestra la variedad de intereses y gustos de los finlandeses a la hora de buscar momentos de descanso y recreación.

Conclusiones y tendencias

El mercado turístico finlandés ha experimentado un fuerte repunte en 2023, con un crecimiento significativo en el número de viajes tanto nacionales como internacionales, así como del gasto: el gasto estimado en viajes internacionales ha crecido en 2023 un

42.8 % más que en 2022. Esta recuperación se debe en gran medida al levantamiento de las restricciones por la pandemia y al aumento de la confianza del consumidor.

El sector turístico finlandés ha vivido un aumento del 31% en la venta de paquetes turísticos en 2023 respecto a 2022. Europa sigue siendo el continente preferido por los viajeros finlandeses, con España consolidándose como el segundo destino más popular dentro de la región. Las Islas Canarias son el destino más demandado dentro de Europa, mientras que Grecia sigue siendo el favorito en general. Fuera de Europa, destacan Oriente Medio y Norte de África, con Turquía como principal destino.

El comportamiento del viajero finlandés se caracteriza por la búsqueda de seguridad, vuelos directos, estándares sanitarios elevados, experiencias culturales e históricas, contacto con la naturaleza y comodidad en la infraestructura aeroportuaria. Además, se observa una marcada estacionalidad, con una temporada alta concentrada en los meses de verano. El perfil del viajero es de mediana edad, con un nivel de ingresos medio-alto y residente en áreas urbanas. Viajan al menos una vez al año, tanto a destinos nacionales como internacionales, y sus preferencias en cuanto a productos turísticos son diversas, incluyendo sol y playa, descanso y relajación, y turismo cultural. Reservan con entre 1 mes y 6 meses de antelación.

En cuanto a las tendencias, se observa un crecimiento de las reservas online, con internet como principal fuente de información. Los viajeros finlandeses son proactivos y planifican sus viajes con antelación, buscando experiencias personalizadas y a la medida de sus expectativas. El sector de los cruceros aún no ha alcanzado los niveles prepandemia.

En general, el mercado emisor finlandés presenta un panorama positivo y con perspectivas de crecimiento a futuro.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

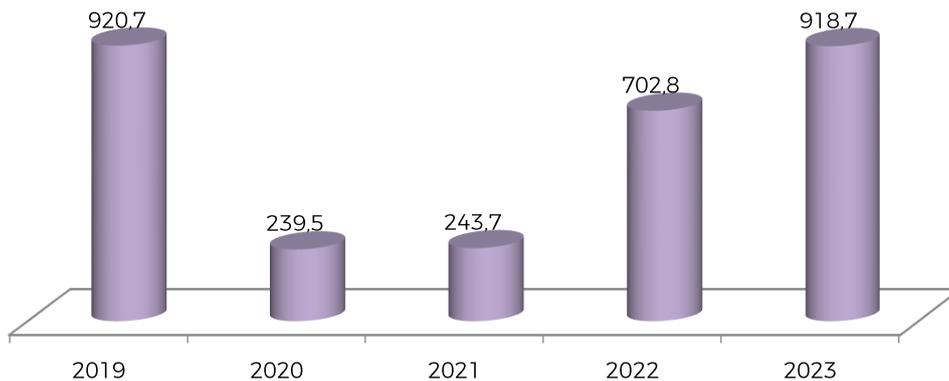
A continuación, se presenta un análisis comparativo del gasto turístico de los finlandeses en España durante los últimos cinco años (2019-2023), basado en datos de Frontur (INE). Se examinan tanto el volumen total de gasto como su distribución media (total y diaria) por persona.

Como se observa en el gráfico, el gasto total de los finlandeses en España experimentó una caída significativa del 73,5% en 2021 en comparación con 2019. Sin embargo, en 2022 se observó una recuperación notable, con un aumento del 76,3% respecto a 2019. Esta tendencia positiva se consolidó en 2023, con una recuperación del 99,7% en comparación con el año prepandemia.

18

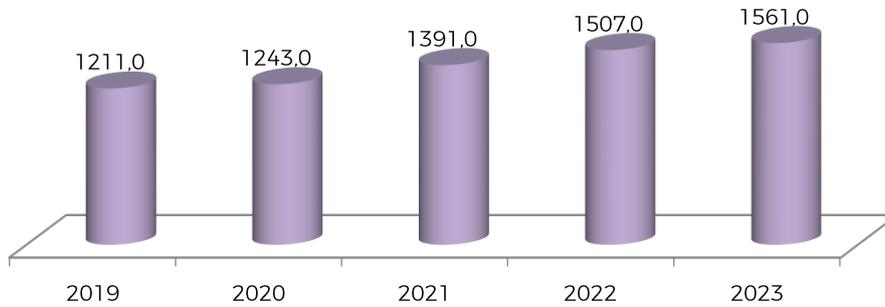
Por su parte, el gasto medio total por persona ha aumentado un 3.58 % con respecto al pasado ejercicio 2022 y el gasto medio diario ha subido un 5.8 %.

Gasto Total (Millones de euros)



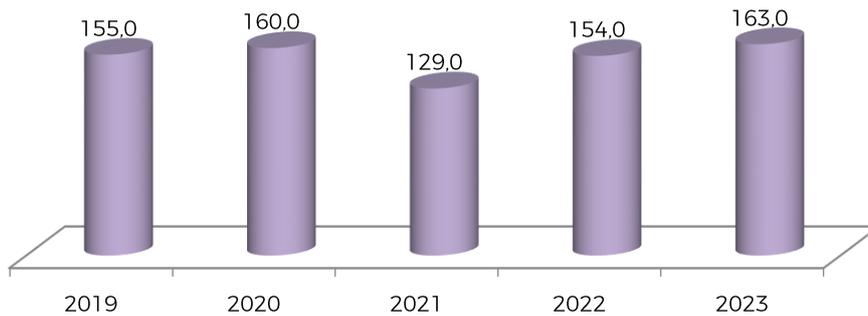
Fuente: Estimación Turespaña en base a Frontur y Egatur (INE)

Gasto medio por persona (euros)



Fuente: Egatur (INE)

Gasto medio diario (euros)



Fuente: Egatur (INE)

Número de viajes a España

Según los datos de Frontur (INE), en el año 2023 se produjo una subida de un 26.22 % en el número de turistas finlandeses a España en comparación con 2022, alcanzándose la cifra de 588.550 viajeros. Si se excluyen los viajes de negocios y de otra naturaleza, alrededor de 544.362 turistas finlandeses viajaron a España como destino vacacional.



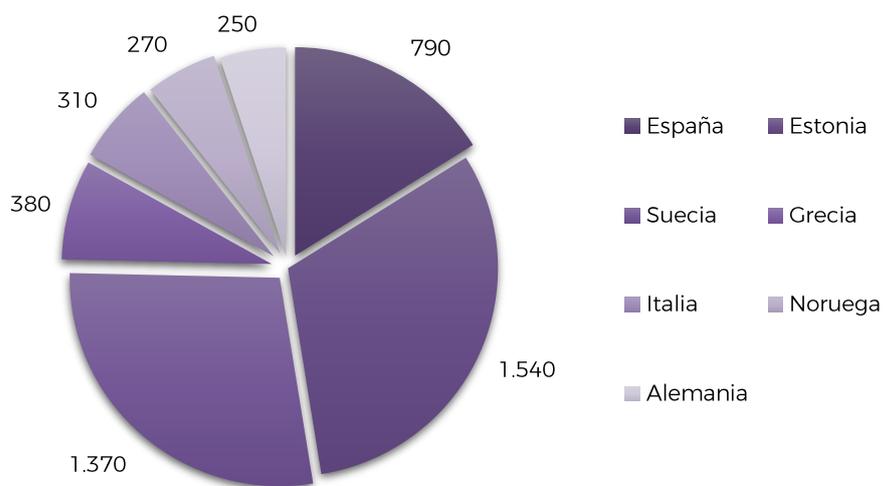
Fuente: Frontur (INE)

Cuota de España en el mercado turístico emisor

20

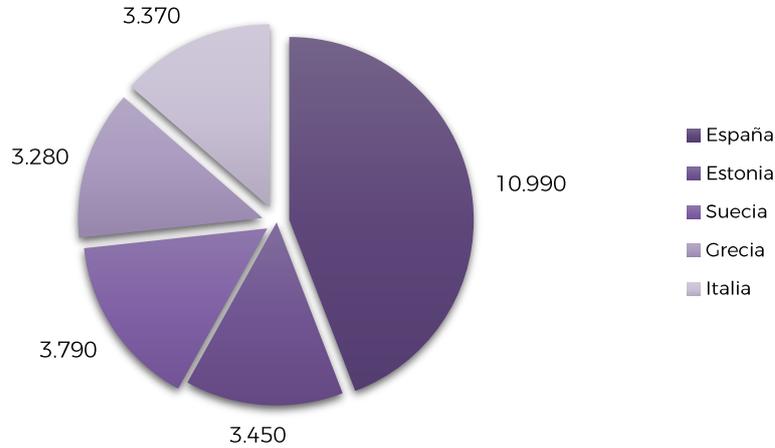
Según Statistics Finland, en relación a los viajes de ocio entre los destinos internacionales más populares (incluidos los viajes sin pernoctación), Estonia volvió a encabezar la lista mientras que Suecia ocupó el segundo puesto y España el tercero. Se realizaron 34.4 % más viajes de un día a países vecinos que en el año anterior. Sin embargo, debemos tener en cuenta que la posición de España mejora cuando se tienen en cuenta el número de pernoctaciones, convirtiéndose en líder indiscutible en el mercado finlandés.

Principales destinos en viajes (en miles)



Fuente: Statistics Finland

Principales destinos en pernoctaciones (en miles)

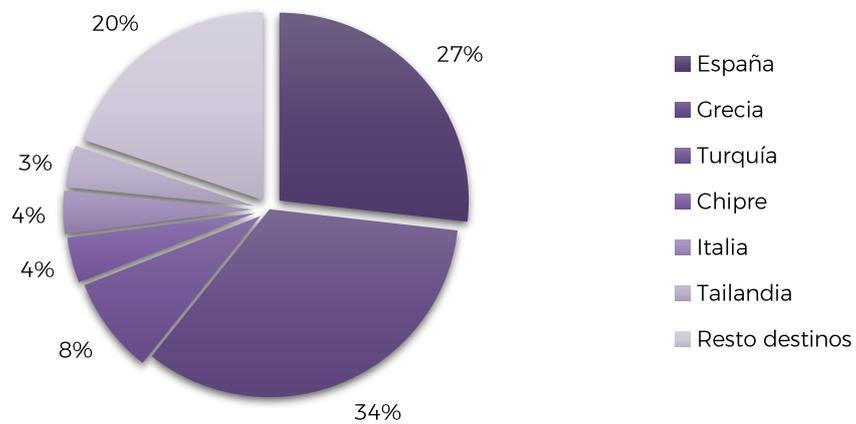


Fuente: Statistics Finland

21

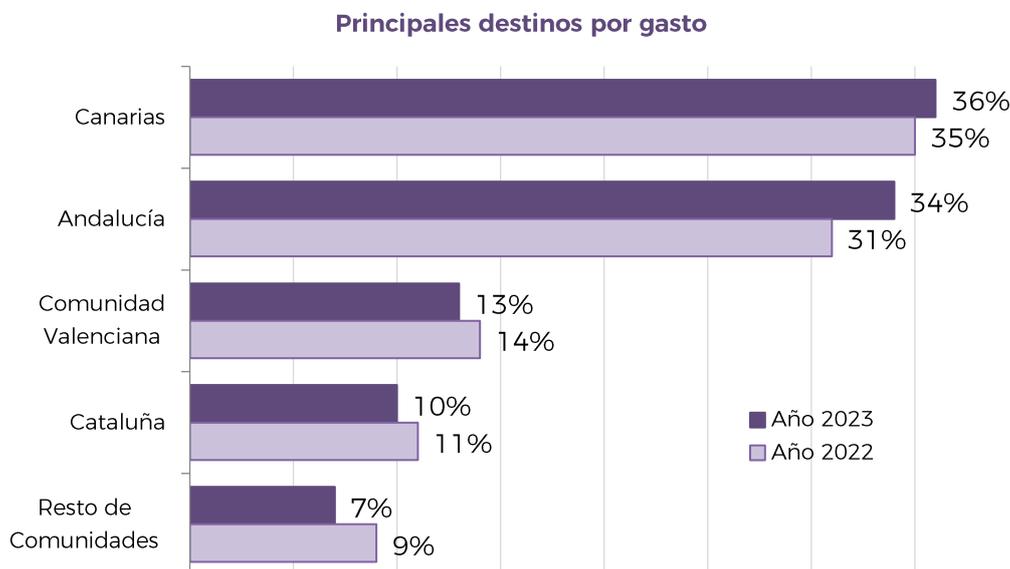
En el ámbito de la turoperación, según la Asociación de Empresas del Sector Turístico de Finlandia (SMAL), España continúa siendo uno de los destinos vacacionales líder indiscutible (los países vecinos, como Estonia y Suecia, por su proximidad a Finlandia y sus características diferenciadas no se pueden considerar países competidores a nuestros efectos), y acumuló el 26.8 % de los pasajeros finlandeses a destinos vacacionales en el exterior durante el año 2023. Nuestro principal competidor en el ámbito de los paquetes vacacionales en 2023 fue Grecia con el 33.9 % de los pasajeros finlandeses.

Principales destinos internacionales con intermediación



Fuente: SMAL

Principales destinos en España



Fuente: Frontur, Egatur (INE) y explotación Turespaña

Canarias se sitúa en 2023 como líder del gasto de los finlandeses en España, con el 36 % del gasto registrado en nuestro país. Tras Canarias se sitúan Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña.

Organización del viaje y reserva

Predomina la contratación de viajes y estancias a través de Internet y la contratación directa por el interesado. No obstante, la venta de “paquetes vacacionales” sigue siendo importante en algunos destinos, como Canarias, aunque habitualmente los “paquetes” se contraten también por Internet.

Según datos de SMAL referenciados ut infra, Canarias representó el 77,6% de los paquetes vacacionales ofertados a España en 2023, mientras que en 2022 representó un 83,6%. Aunque el pasado año represente un porcentaje más elevado, se han vendido 26.091 paquetes más en este 2023. Sin embargo, aún no se alcanzan los números de 2019, en términos absolutos, entre 2019 y 2023 se ha producido una caída del 22,4% de los paquetes ofertados hacia España, siendo esa disminución del 24,2% para el caso de Canarias.

MERCADO EMISOR

FINLANDIA 2024

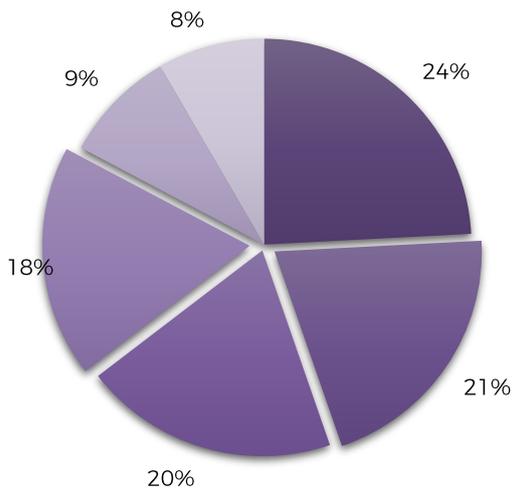
| Viajes combinados en avión al extranjero en 2023 (incluyendo paquetes a medida y cruceros de larga distancia con/sin vuelos) | | | | | |
|---|---------|---------|---------|------------------------|------------------------|
| | | | | Variación 2023/2022 | Variación 2023/2019 |
| | 2023 | 2022 | 2019 | % | % |
| EUROPA | 558.839 | 444.742 | 683.531 | 25.7 % | -18.2 % |
| España (total) | 180.882 | 143.822 | 233.054 | 25.8 % | -22.4 % |
| Islas Baleares | 15.934 | 11.507 | 20.932 | 38.5 % | -23.9 % |
| Canarias | 146.320 | 120.229 | 193.053 | 21.7 % | -24.2 % |
| Resto de España | 18.628 | 12.086 | 19.069 | 54.1 % | -2.3 % |
| TOTAL | 676.054 | 518.052 | 881.656 | 30.5 % | -23.3 % |

Fuente: SMAL

23

Por lo que hace a los medios de reserva de los viajeros finlandeses a España, debemos destacar el alto grado de reservas por separado de vuelos y alojamientos respecto de la tendencia general en Finlandia. Travellyze aporta datos sobre aquellos encuestados que alguna vez han estado en España:

Canales de reserva



- Reservar viaje combinado (vuelo+alojamiento) en línea con el sitio web de una agencia de viajes - OTA
- Reservar por separado - alojamiento/transporte (vuelo/crucero/etc.) en la web directa del proveedor
- Reservar viaje combinado (vuelo y alojamiento) directamente con un operador local
- Reservar por separado - Utilizar un sitio web de comparación de precios para reservar un viaje
- Reservar por separado vuelo y hotel en línea a través de distintos portales de reservas/agencias de viajes
- Reservar viaje combinado (vuelo+alojamiento) con una agencia de viajes en persona o por teléfono/correo electrónico

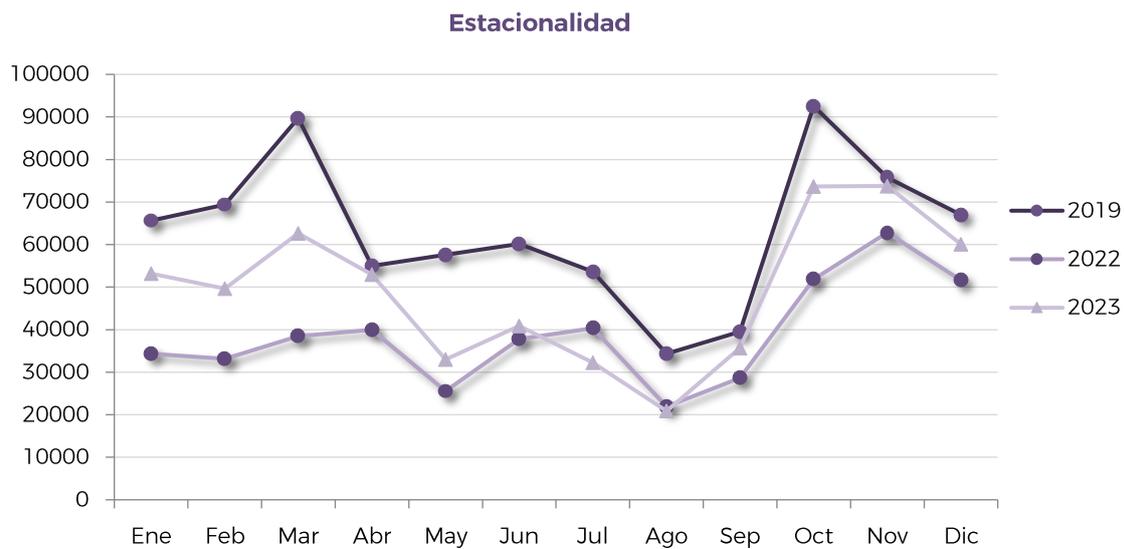
Fuente: Travellyze (Agosto 2023)

Además, también existen similitudes en relación con los datos de aquellos encuestados finlandeses que alguna vez han estado en España respecto de la tendencia general en el ámbito de los canales de inspiración para viajar. En especial, destaca que para los que han visitado España, las webs de empresas de viajes (aerolíneas, hoteles...) resultan canales de mayor impacto que para el público finlandés en general, al estar más familiarizados con nuestro destino.

Comportamiento viajero

Antes de la pandemia, la tendencia habitual en los países nórdicos, principalmente debido a su climatología, era que en la temporada de invierno se concentraba el mayor número de visitantes finlandeses en España, dirigiéndose de forma muy destacada a Canarias. En 2022 y 2023 se puede apreciar un patrón similar al que había en 2019, con bajadas en los meses de verano y subidas en otoño-invierno.

24



Fuente: Frontur (INE)

A continuación se exponen los principales factores relevantes para la determinación del destino de acuerdo a las encuestas realizadas por la empresa Travellyze para el mercado finlandés, esta vez introduciendo datos adicionales para aquellas personas que han visitado España alguna vez. Se observan grandes similitudes, ya que los cuatro primeros factores siguen siendo los mismos que llevan a viajar a toda la población finlandesa.

Motivación del viaje (%)



Fuente: Travellyze (Agosto 2023)

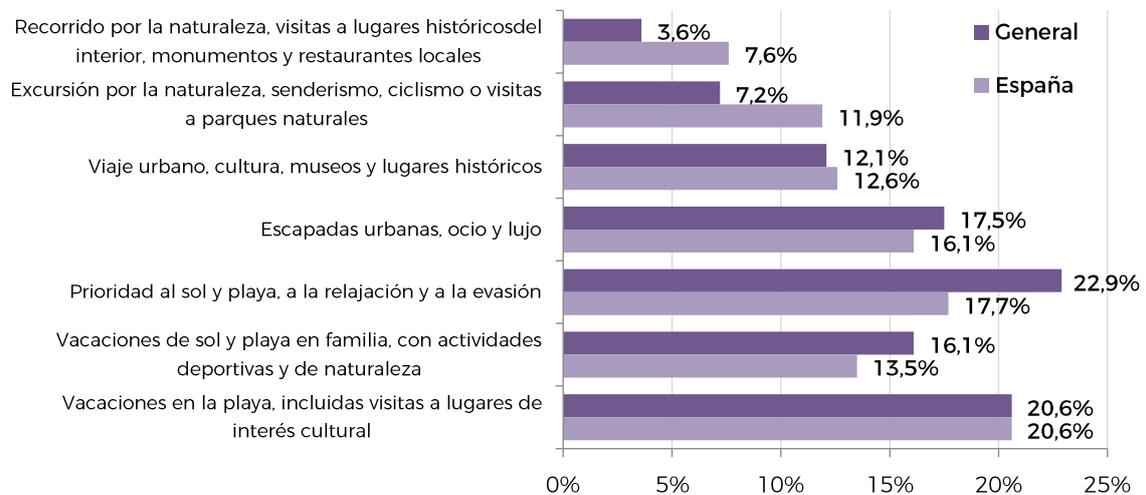
Segmentación de la demanda

Según el informe "Spain as a Sustainable Destination" elaborado por KPMG para la Oficina Española de Turismo en Helsinki a principios de 2023, los datos revelan que, para los turistas finlandeses que viajan a España, los viajes vacacionales, especialmente aquellos relacionados con el sol y la playa, son los preferidos por un 51,8%.

25

Además, los turistas finlandeses consultados muestran interés en España más allá de los destinos tradicionales de sol y playa, valorando las excursiones, los parques naturales y los monumentos. El turismo urbano se sitúa entre los segmentos vacacionales y los de naturaleza e interior, siendo las escapadas con actividades de ocio y opciones de lujo las más predominantes tanto en general como para los viajes a España.

Tipo de viaje preferido por los turistas finlandeses



Fuente: KPMG para la OET de Helsinki – Spain as a Sustainable Destination

Perfil del viajero

Según datos de Travellyze, el perfil medio del turista finlandés que ha viajado a alguna vez a España es similar al perfil del turista finlandés medio: una persona que reside en núcleos urbanos, con un nivel de ingresos medio-alto y de mediana edad, que viaja tanto a destinos nacionales como internacionales al menos una vez al año.

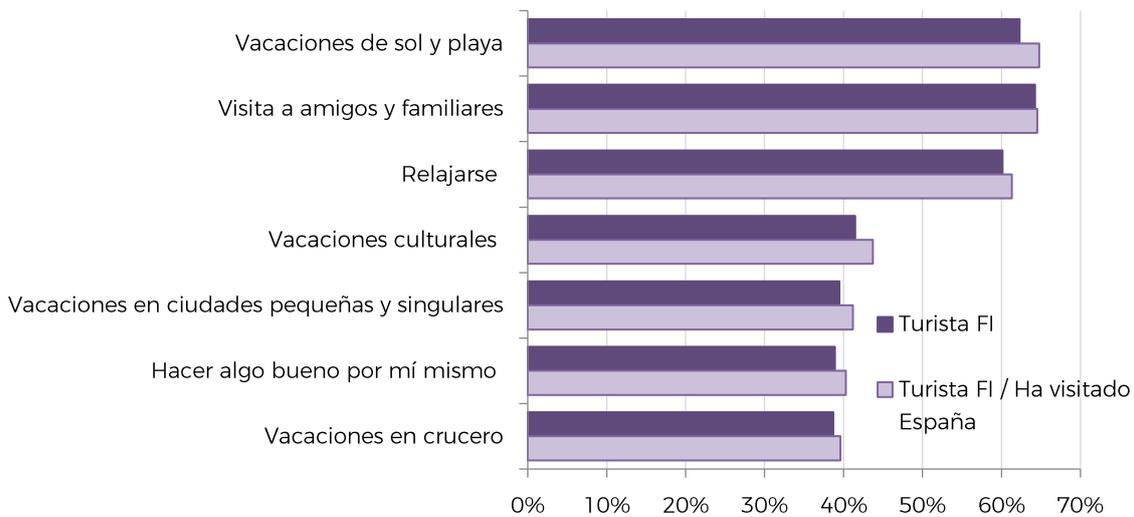
Las franjas de edad más relevante para el turista finlandés que visita España es entre los 35 y los 44 años (18.76 %), y entre los 55 y 64 años (17.39%). En el ámbito educativo, destaca el grupo con formación profesional, alrededor del 50.8% (53.44% para el turista medio), seguido de los titulados universitarios (24.03% para quienes han visitado España, 22% para el turista medio) y aquellos con máster o estudios superiores (14.87%, 13.75% para el turista medio). La mayoría de los viajeros (46.22%) están solteros, seguidos de los que están casados o cohabitan (38.22%) y aquellos que están en una relación (15.56%).

26

Productos turísticos demandados

Para el turista finlandés a España, el típico producto de “sol y playa” sigue siendo un elemento esencial, ante la escasez de clima cálido y horas de sol en el largo invierno nórdico. Sin embargo, el visitante también busca experiencias que permitan anudar el disfrute del clima y de la tranquilidad con otros productos como turismo cultural, o urbano.

Tipo de vacaciones (%)



Fuente: Travellyze (Agosto 2023)

Conclusiones y tendencias

España es el principal destino turístico anual desde Finlandia en número de pernoctaciones, superando a los países vecinos Estonia y Suecia, además de a nuestros mercados competidores (especialmente en verano): Grecia, Italia, Turquía o Croacia.

El turismo finlandés en España se ha recuperado con fuerza tras la pandemia, alcanzando casi niveles prepandemia en 2023. Canarias sigue siendo el destino preferido, pero Andalucía, la Comunidad Valenciana y Cataluña mantienen la popularidad. El perfil del turista finlandés es de nivel medio-alto, busca sol y playa, pero también experiencias culturales y urbanas.

Las reservas online y la contratación directa crecen, mientras que los paquetes aún son importantes para Canarias. La temporada alta sigue siendo el invierno y en los meses duales (temporadas de verano/ invierno, como marzo u octubre).

27

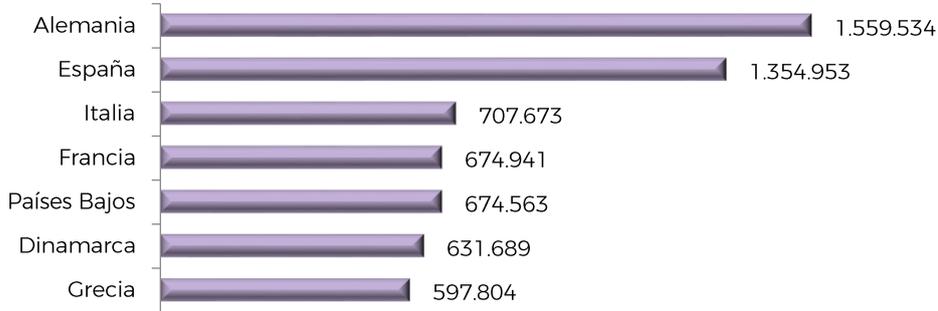
DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Dada la posición geográfica de Finlandia, en el extremo norte de Europa, la mayor parte de su turismo internacional, fuera de las visitas de proximidad a Estonia y Suecia, se realiza por vía aérea.

Países como Grecia, Turquía, Italia, Francia o Portugal son destinos competidores de España, aunque con sumas diferencias. En relación a la conectividad en 2023, según datos de Finavia, el operador aeroportuario finlandés, España ha seguido siendo destino preferente en pasajeros por delante de los competidores:

Tráfico de pasajeros en 2023 (vuelos charter y regulares)



Fuente: Finavia

Según los datos de Statistics Finland en viajes totales al extranjero, España predomina frente a los países competidores.

VIAJES TOTALES AL EXTRANJERO (en miles)

| País | 2022 | 2023 |
|--------------|------|------|
| España | 600 | 790 |
| Grecia | 310 | 380 |
| Italia | 280 | 310 |
| Alemania | 290 | 250 |
| Francia | 170 | 160 |
| Portugal | 130 | 130 |
| Países Bajos | 150 | 100 |
| Turquía | 100 | 100 |

Fuente: Statistics Finland

Además, los datos de SMAL durante 2023 registran a Grecia como el destino número uno para los finlandeses basándose en número de paquetes, seguido en segunda posición por España.

Posicionamiento e imagen de España

La percepción general de España como destino turístico sigue siendo muy positiva, incluso en comparación con otros destinos competidores relevantes. La mayoría de los finlandeses aún conocen y consideran a España como un lugar atractivo para visitar, y no se han observado efectos negativos en su reputación.

Según los datos de YouGov sobre 2023, España sigue siendo el destino más valorado en los planes de viaje de los finlandeses. Un 43.3% de los encuestados lo consideran como una opción para visitar al planificar sus vacaciones, y un 16.1% afirman que su próximo destino turístico será España. En términos de satisfacción, España se ubica en segundo lugar por detrás de Grecia por 0.1 puntos.

Se observan, sin embargo, algunos temas concretos que pueden afectar a la imagen turística de España, así como también, por su especial naturaleza, a la de nuestros competidores. De un lado, aspectos vinculados con el cambio climático, el aumento de las temperaturas en verano y los episodios de sequía han ocupado sendos espacios en los medios de comunicación finlandeses, en especial respecto de subdestinos tradicionales, como Costa del Sol o Cataluña. De otro lado, los medios finlandeses también se están haciendo eco de las recientes dinámicas sociales contra el turismo de excesos en conocidos subdestinos españoles, como las distintas manifestaciones en la primavera de 2024 en algunos puntos de España. La cobertura mediática está poniendo el foco en España como principal destino, pero sin dejar de mencionar otros destinos conocidos como Italia o Francia, así como la problemática de la masificación turística en la propia Finlandia, en especial en la capital de Laponia, Rovaniemi.

Conectividad aérea con España

En el mercado finlandés, existen numerosas conexiones aéreas directas a España. A continuación se presentan las principales rutas:

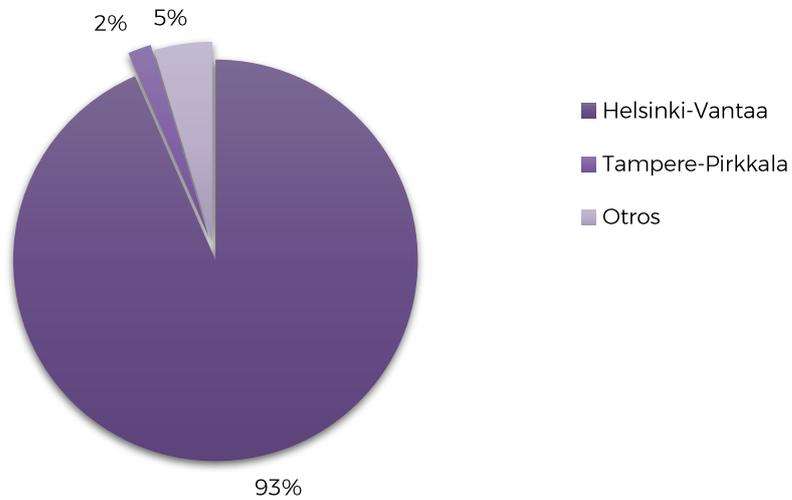
- Desde Helsinki (HEL) a Madrid (MAD) con Finnair; a Alicante (ALC), con Norwegian, Finnair y Ryanair; a Barcelona (BCN), con Finnair y Norwegian, a Gran Canaria (LPA), en invierno con Norwegian y Finnair; a Málaga (AGP), con Finnair y Norwegian; a Palma de Mallorca (PMI), con Norwegian y Finnair en verano; a Tenerife Sur (TFS), con Norwegian y Finnair en invierno.
- Desde Tampere (TMP) a Málaga (AGP) todo el año, a Palma de Mallorca (PMI) en verano y a Gran Canaria (LPA) en invierno, con AirBaltic.
- Desde Rovaniemi (RVN) a Madrid (MAD) y Barcelona (BCN), solo en invierno, con Iberia y Vueling, respectivamente.

En cuanto a las últimas conexiones y nuevos destinos, Ryanair ha añadido vuelos a Alicante desde Helsinki con una frecuencia de 2 veces por semana. Air Baltic ha iniciado

vuelos a Palma de Mallorca desde Tampere con frecuencias semanales específicas durante la temporada de verano. Finnair también prepara un refuerzo de las rutas a Málaga y una ampliación de las capacidades en sus rutas a Gran Canaria.

El aeropuerto de Helsinki representa el 93% del tráfico aéreo hacia España.

Principales aeropuertos de origen



Fuente: AENA

Tramitación de documentos de viaje

No se necesita visado para ir a España desde Finlandia.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

Finlandia es indudablemente un mercado emisor maduro. Antes de la pandemia, el turismo procedente de Finlandia había alcanzado niveles históricos, lo que plantea un desafío para lograr aumentos significativos en el número de visitantes y, especialmente, en su gasto hacia España. Sin embargo, los indicadores de gasto van en la buena dirección, alcanzando en 2023 niveles casi idénticos a los de prepandemia.

Incluso después de la pandemia, España sigue siendo el principal destino turístico para los finlandeses (más del 60% han visitado España alguna vez), especialmente como un lugar vacacional de sol y playa. Los turistas finlandeses se caracterizan por su alta fidelidad a los destinos y espacios que visitan, concentrándose principalmente en la Costa del Sol, Costa Blanca, Cataluña y Baleares durante el verano, y en Canarias durante el invierno. Además, mantienen un nivel de gasto elevado y tienen una imagen positiva de nuestro país, muchos de ellos incluso poseyendo una segunda residencia en España. Este alto conocimiento implica una tendencia cada vez mayor a combinar experiencias tradicionales para el mercado (como el sol y playa) con otras secundarias vinculadas con los destinos (gastronomía, cultura, naturaleza); prevemos que esta tendencia irá ampliándose en el futuro.

Por ello, estas características del turismo finlandés hacia España requieren un esfuerzo significativo de reposicionamiento, impulsando productos turísticos de alto valor añadido y enfocando las actividades promocionales hacia nuevos segmentos de turistas. También es importante apostar por acciones que permitan una distribución más equilibrada de la demanda a lo largo del año, desestacionalizando el turismo, y ampliar la lista de destinos potenciales para los finlandeses más allá de los ya conocidos.

Es preciso hacer una especial mención a los riesgos del cambio climático sobre la demanda en Finlandia. El aumento de las temperaturas está teniendo un impacto directo en la percepción de España como un destino de extremo calor en verano, mientras que ese mismo efecto, sobre Finlandia, ha producido una extensión de los días cálidos y un mayor incentivo a pasar el verano en el país nórdico. Además, las noticias sobre la sequía, así como una pequeño pero incipiente reconocimiento en los medios de los efectos negativos del turismo sobre las comunidades locales en España, suponen elementos a tener en cuenta en el medio plazo desde una perspectiva turística.

Finalmente, factores propios de la sostenibilidad social, como el mantenimiento de la autenticidad de la experiencia turística, el impacto positivo del turismo sobre las comunidades locales y la compra de productos propios del destino han sido valorados por los finlandeses como elementos positivos vinculados con la imagen de nuestro país como destino.

Previsiones a medio plazo

La recuperación de la demanda turística hacia España desde Finlandia sigue avanzando, reflejando las tendencias positivas del mercado europeo. Se anticipa un crecimiento sostenido para el resto del año 2024, lo que refuerza el optimismo en el sector turístico español.

Para la temporada de verano de 2024 (abril – septiembre), las capacidades de vuelos programadas para España siguen siendo mayores que las de cualquier otro mercado competidor (Italia, Grecia, Francia, Turquía y Croacia) y presente tasas positivas de crecimiento, según los datos de OAG. Idéntica previsión se recoge para invierno 2024 – 2025, aunque dichos datos provisionales deben ser tomados con la necesaria cautela estadística.

Los crecientes costes operativos y límites de aeronaves de las aerolíneas representan un factor limitante potencial para la demanda, particularmente en términos de conectividad. Aunque la recuperación del mercado asiático ofrece un impulso positivo, el hub de Helsinki enfrenta desafíos significativos para recuperar los niveles de conectividad previos a la pandemia (2018-2019), debido a las restricciones del espacio aéreo ruso. Además, el mercado español es, desde la perspectiva finlandesa, un mercado de medio radio fuertemente competitivo, por lo que prevemos que la mejora de la demanda se verá reflejada en ligeras extensiones de operativa sobre rutas preexistentes y, en muy menor medida, en rutas nuevas.

En definitiva, podemos decir que las perspectivas a medio plazo para el turismo en España desde Finlandia son positivas. Sin embargo, es crucial seguir monitorizando la repercusión en medios del impacto del cambio climático en nuestro país, así como las pulsiones sociales contra los efectos negativos del turismo. Estos factores pueden influir significativamente en la demanda turística entre ambos países.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 