

# ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



## 2. SUECIA 2024 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Estocolmo

NIPO: 219-24-018-5

Junio 2024



**TABLA DE CONTENIDO**

Mercado emisor

---

Mercado emisor a España

---

Destinos competidores y posicionamiento

---

Perspectivas a medio plazo

---

# MERCADO EMISOR

## Datos Clave

Tras la progresiva recuperación de los viajes al extranjero en 2022, inferior a la inicialmente prevista, las expectativas de una vuelta a la normalidad se trasladaron a 2023. Este fue realmente el primer año sin restricciones pandémicas en todo el mundo salvo China, que mantuvo sus restricciones hasta finales del año. Los datos disponibles confirman el crecimiento en el número de viajes tanto vacacionales como de trabajo, pero también el mantenimiento de determinadas tendencias que se iniciaron tras la pandemia

Para los datos de Suecia como mercado emisor se utilizarán los datos del Barómetro de Viajes, realizado por Resurs for Travel and Tourism en colaboración con Europeiska ERV, así como los proporcionadas por Swedavia. Para temas cualitativos que permitan caracterizar el comportamiento del mercado sueco se utilizaran básicamente encuestas de intención de viajes de Nordic Bench y Visit Sweden.

4

El sector turístico en Suecia representaba el 2,6% del PIB antes de la pandemia, la previsión situaría un 2,5% del PIB en el año 2023.

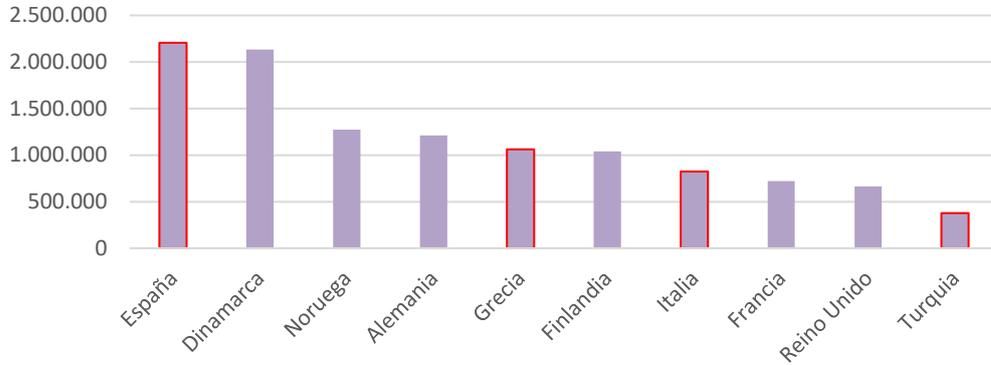
## Volumen del mercado

Según Los últimos datos publicados por la Agencia Sueca para el crecimiento y la competitividad, el mercado de viajes en Suecia sigue creciendo. Los viajes siguen siendo una prioridad del gasto por delante adquisiciones de bienes. Según el Resebarometern, los datos indican sin embargo que no se viaja tanto como antes de la pandemia.

Expresado en cifras: los mayores de 18 años realizaron unos 17 millones de viajes en 2023. Se trata de un aumento de poco más de un millón en comparación con 2022. En promedio, se realizaron 2,1 viajes al extranjero por persona. Es significativo el aumento del grupo de población que no viaja en absoluto.

De los viajes al extranjero realizados, más de nueve de cada diez viajes tuvieron a Europa como destino y cuatro de cada diez se dirigieron a los países vecinos.

Total viajes por destinos 2023



Fuente: Barómetro de Viajes, de Resurs for Travel and Tourism

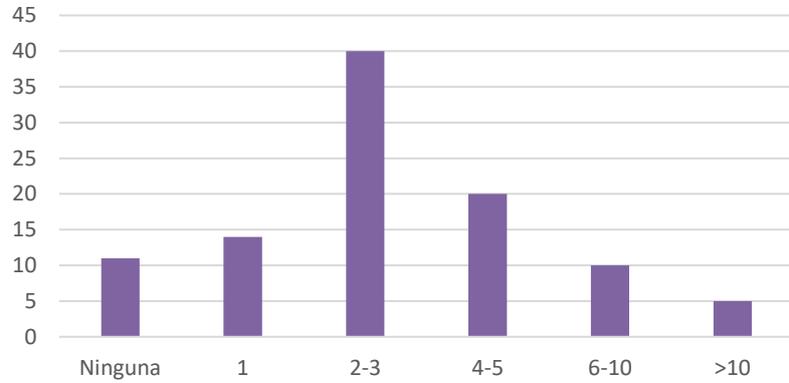
5

Los datos publicados por Nordich Bench sobre intención viajera ya apuntaban esa misma tendencia. La previsión para 2023 era de aumento de viajes. El 17% de la población no tenía previsto viajar al extranjero en 2023 (un 3% menos que el año anterior, pero porcentaje aún muy superior al 6% de 2019). Los suecos preveían realizar como media 2,4 viajes al extranjero en 2023 frente a 3,0 antes de la pandemia. No todos los grupos poblacionales se afectan de la misma manera: las personas mayores quieren viajar más que los demás y las familias con niños planean hacer relativamente pocos viajes al extranjero.

En vacaciones domésticas, se incrementa el porcentaje de personas que no preveía realizar ningún viaje y desciende el porcentaje de aquellos que pensaban viajar más de 10 veces. En el caso de las vacaciones al extranjero es significativo el aumento de los que no quieren viajar respecto al periodo pre pandémico. En este caso solo aumenta porcentualmente el grupo que tiene la intención de viajar solo una vez, o los que viajan más de 10, descendiendo el resto de los casos.



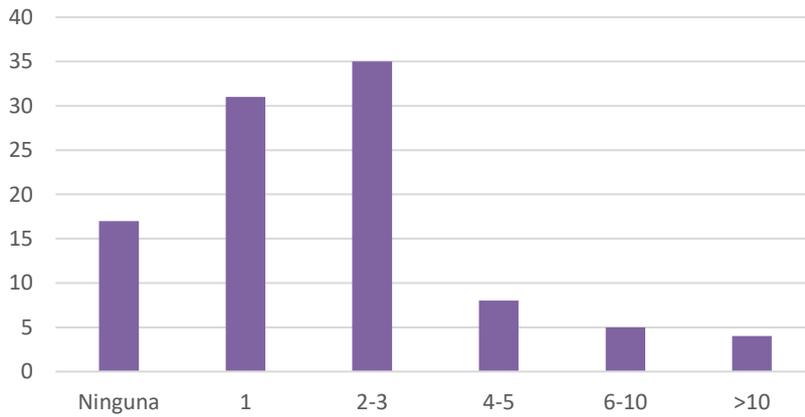
Intencion viajera viajes domesticos (%)



Fuente: Nordich Bench.2023

6

Intencion viajera viajes al extranjero (%)

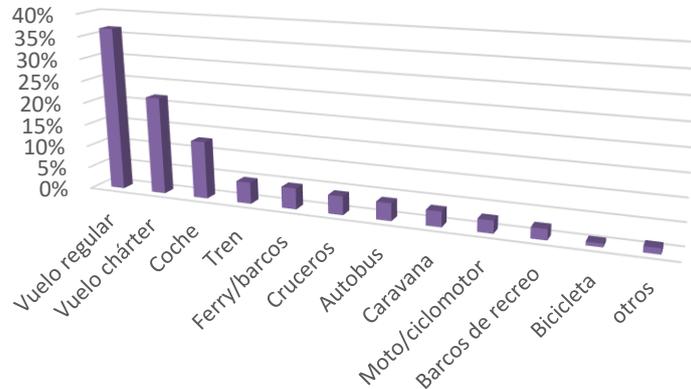


Fuente: Nordich Bench. 2023

Haciendo referencia a utilización de los medios de transporte se constata que el uso del avión sigue siendo mayoritario y aumenta en 2023 notablemente respecto al año anterior. Mientras, en la misma medida, desciende en importancia porcentual el uso de medios terrestres como coche o tren.



### Medios de transportes para viajes al extranjero 2023



Fuente Barómetro de Viajes, de Resurs for Travel and Tourism

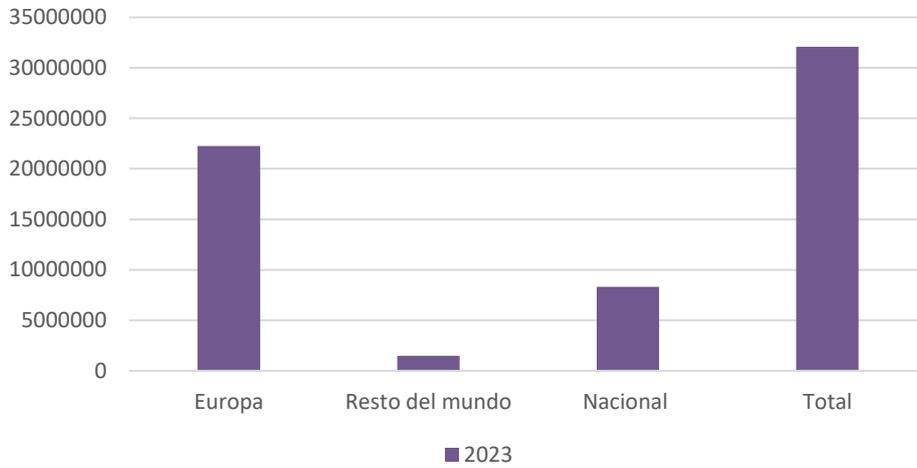
## 7

Por último, para valorar la recuperación de los diferentes destinos turísticos en general y vacacionales en particular en el año 2022 utilizaremos las estadísticas de Transportstyrelsen, la Agencia Sueca del Transporte y los datos de Swedavia, la empresa pública que gestiona la mayoría de los aeropuertos en Suecia, Dado que para acceder a los destinos turísticos españoles es prácticamente imprescindible el uso del avión, estos datos nos van a permitir evaluar la evolución del comportamiento de viajes al extranjero comparándolos con nuestros principales destinos competidores, aunque queden fuera los viajes a los países limítrofes de Suecia. No podemos incluir aquí las estadísticas del aeropuerto de Copenhague, importante foco de atracción de los viajeros del sur de Suecia, pero en la medida de que esta atracción puede operar de forma similar a otros destinos

En los informes de Transportstyrelsen podemos ver la evolución del tráfico aéreo. El número de pasajeros en los aeropuertos suecos para todo el año 2023 habría alcanzado los 29,8 millones, (25,3 millones en 2022, alrededor del 79% del número de pasajeros de 2019. El tráfico internacional se incrementó en un 19% (12,6 mill de pasajeros) y el tráfico nacional en un 11% (4,7 mill)



Trafico aéreo aeropuertos Swedavia



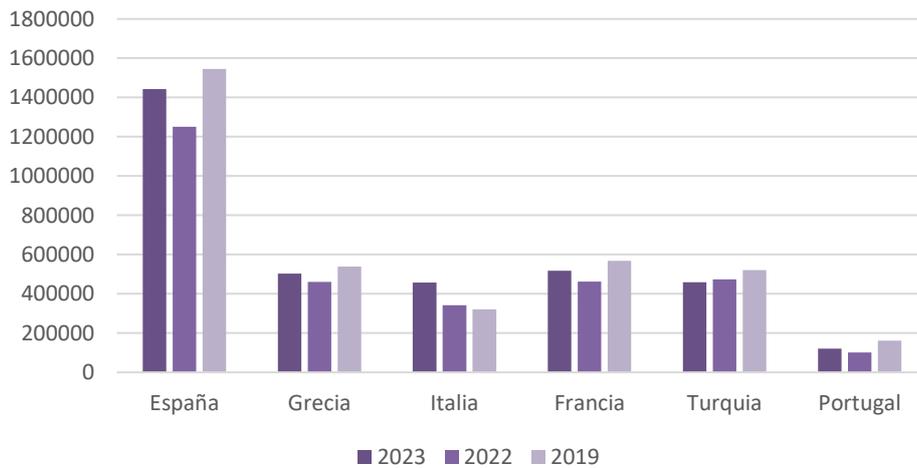
Fuente Swedavia

8

Los datos aportados por Swedavia confirman esta tendencia de fuerte recuperación especialmente en los destinos europeos (19%)

Dentro de Europa, el tráfico aéreo hacia los principales destinos mediterráneos tiene un grado de recuperación superior. Por países, solo Italia a supera los datos de 2019, aunque es destacable el incremento de pasajeros hacia España el último año.

Pasajeros 2023



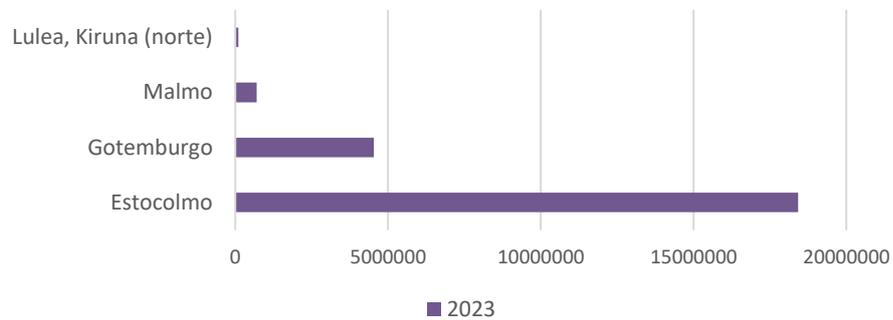
Fuente Swedavia



### Principales áreas emisoras

Conforme a la información publicada por Swedavia, el 70% de los pasajeros procede del área de Estocolmo, con sus aeropuertos de Arlanda y Bromma. De Gotemburgo procedería casi un 17%. Desde el sur Malmo un 5% y desde el norte, Lulea y Kiruna un 4%

### Volumen pasajeros por areas geograficas

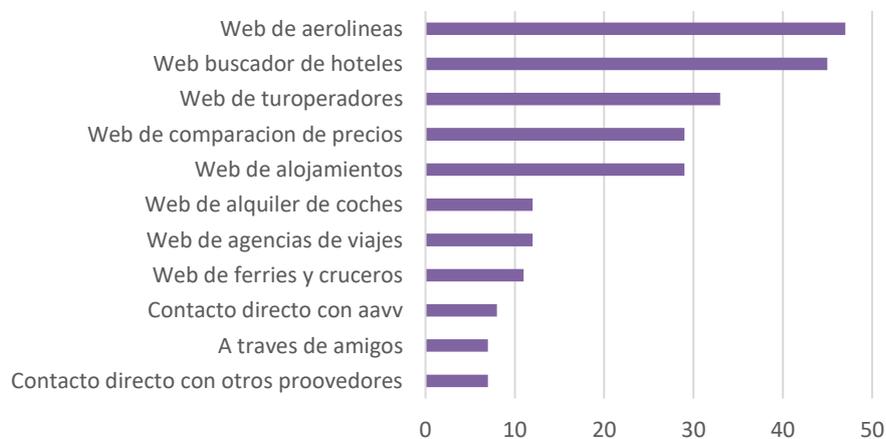


Fuente: Swedavia

### Organización del viaje y reservas

Según la encuesta de Nordich Bench a la pregunta de qué canales se utilizaron en 2023 en la reserva de viajes se obtuvieron los siguientes datos:

### Canales de reserva utilizados en 2023



Fuente Nordich Bench

### Comportamiento viajero

Las tres motivaciones principales de los suecos en sus viajes son tradicionalmente las vacaciones de sol y playa, las visitas a las ciudades y las visitas a familiares y amigos, por ese orden. Pero se mantiene un amplio abanico de motivaciones, especialmente relacionadas con viajes activo y deportivos etc.

#### Tipo de vacaciones 2023



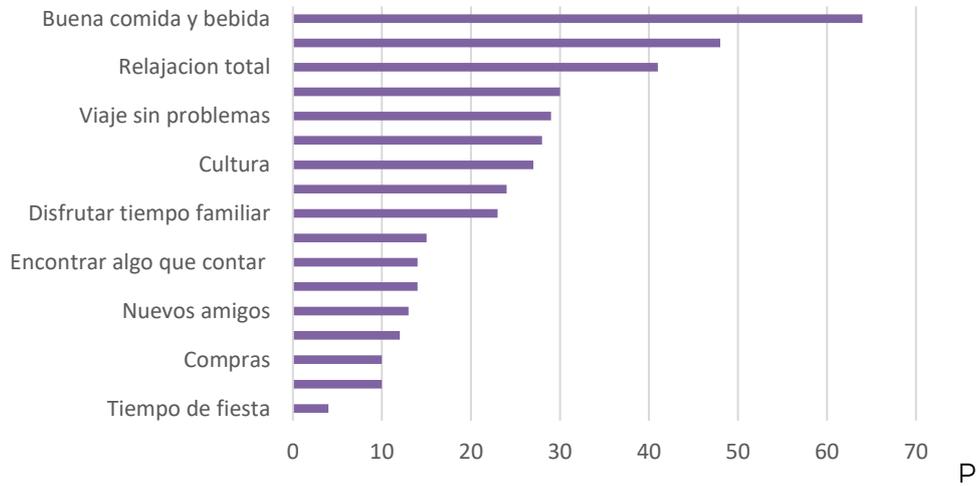
10

Fuente: Nordich Bench

Dentro de esta variedad de motivaciones principales de un viaje, a la pregunta de que 3 aspectos del viaje hacen que este sea realmente exitoso responden:



### Aspectos que hacen un viaje sea un éxito



Fuente: Nordic Bench

## 11

### Conclusiones y tendencias

La intención viajera de la población sueca es muy elevada, propio de un mercado con alto poder adquisitivo y un clima en ocasiones adverso.

La situación económica adversa, y la inestable situación internacional siguen afectando al mercado de viajes, que no ha recuperado el volumen tradicional. No todos los tipos de viajes o de destinos se ven afectado de la misma manera, se produce un importante descenso en los viajes de larga distancia, especialmente hacia América, pero se mantienen los viajes vacacionales mediterráneos.

En 2023, el porcentaje de población que no preveía realizar ningún viaje sigue alto. Aunque la explicación más plausible es que la situación económica está expulsando del mercado de viajes a los segmentos más débiles de la demanda, habrá que valorar en qué medida los conceptos medioambientales puedan estar afectando al segmento más joven de la población.

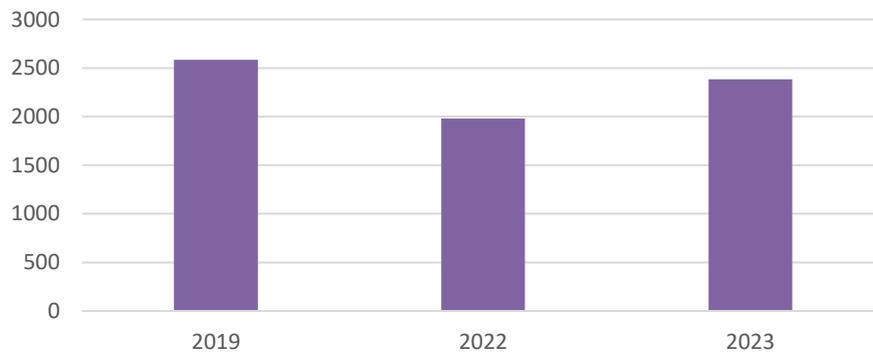


## MERCADO EMISOR A ESPAÑA

### Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

El gasto en 2023 ascendió a 2.385 millones de euros, lo que significa un incremento de 20,4% respecto a 2022 (un 8% por debajo del volumen de gasto en 2019)

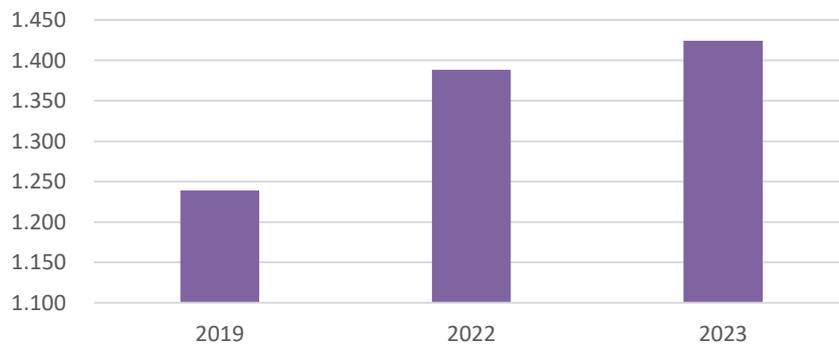
Gasto total, (mill€)



Fuente: Estimaciones de Turespaña en base a datos del INE

El gasto medio por persona ascendió a 1424€, se incrementó en el último año en un 2,6%

Gasto medio por turista

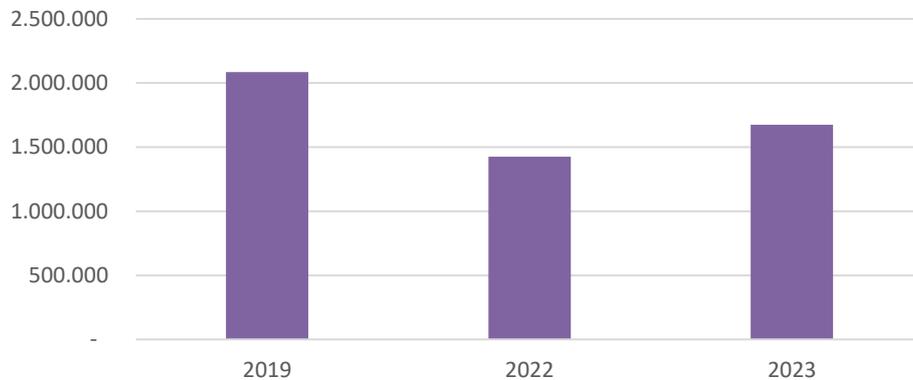


Fuente: EGATUR

### Número de viajes a España y variación en los últimos cinco años.

Al igual que en los niveles de gasto, los incrementos sostenidos de los últimos no han permitido alcanzar los niveles pre pandemia. En 2023 llegaron a España 1,67 millones de turistas suecos, lo que supone un incremento del 17,4% respecto a 2022. Hay que señalar, sin embargo, que dentro de los destinos turísticos mediterráneos, España sigue siendo líder claro en el mercado sueco

#### Viajes a España



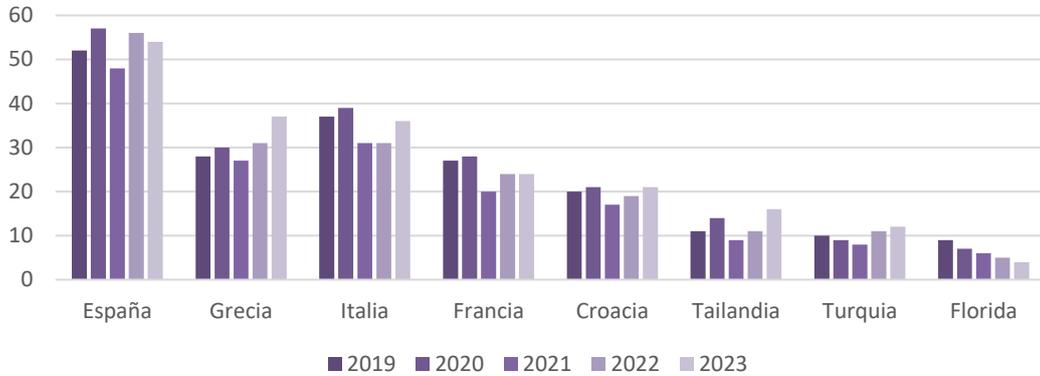
13

Fuente: Frontur

### Cuota de España en el mercado turístico emisor

España sigue siendo el destino vacacional preferido en el mercado sueco en todos los años considerados, antes y después de la pandemia, tal y como expresa en gráfico de intención de viaje. En él se aprecia el crecimiento hasta alcanzar el segundo puesto de Grecia frente al destino tradicional de Italia. Fuera de Europa asistimos a la progresiva recuperación de Tailandia y el constante declive de Florida, como en general los destinos dólar, por la debilidad de la corona sueca.

Intencion de viaje (%)



Fuente: Nordich Bench

Principales destinos en España

14

En 2023 Andalucía pasa a ser el principal destino en España según el gasto turístico, con una dinámica de crecimiento muy alta. Siguen a Andalucía las Islas Canarias y la Comunidad Valenciana

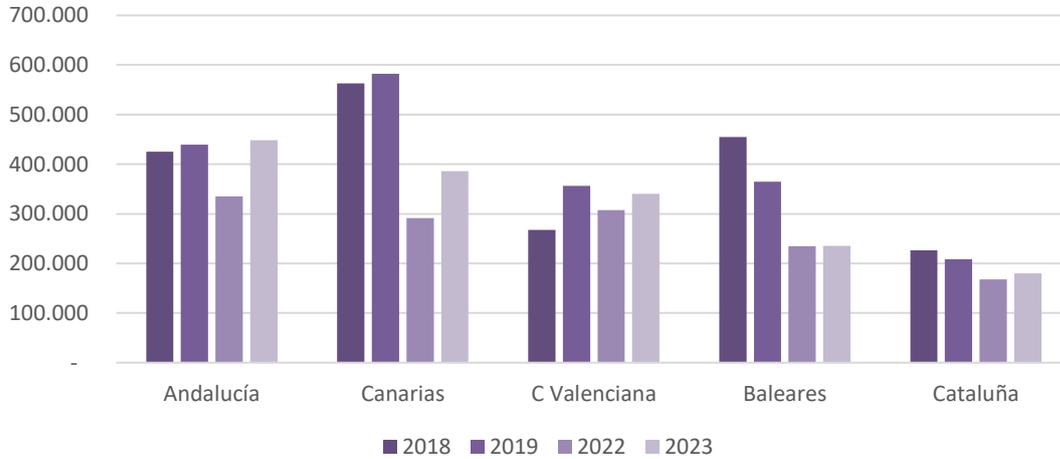
Principales destinos por gasto (mill €)



Fuente: Estimaciones de Turespaña en base a datos del INE



Turistas suecos según destino



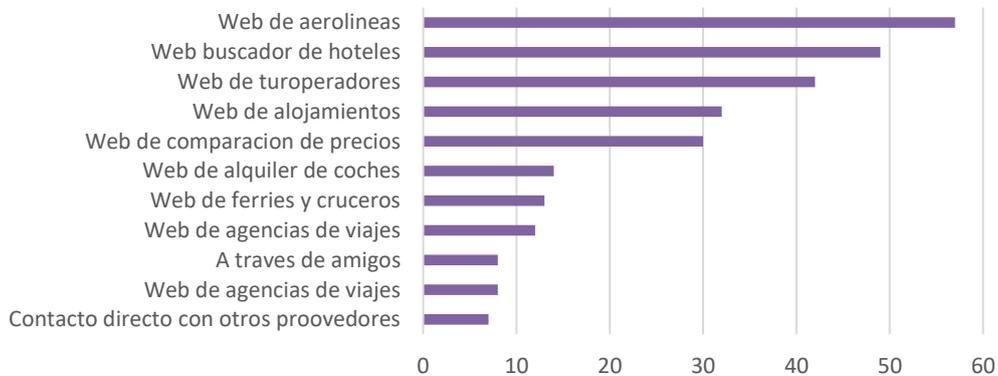
En número de llegadas se mantiene un año más la dinámica de mayor crecimiento de los destinos peninsulares frente a los insulares.

15

Organización del viaje y reserva.

La principal diferencia entre el comportamiento de viajeros que vienen a España respecto al conjunto de los viajes turísticos en general es el mayor uso de la contratación directa a través de webs de aerolíneas y alojamientos. °

Canales de reserva utilizados por los viajeros a España en 2023



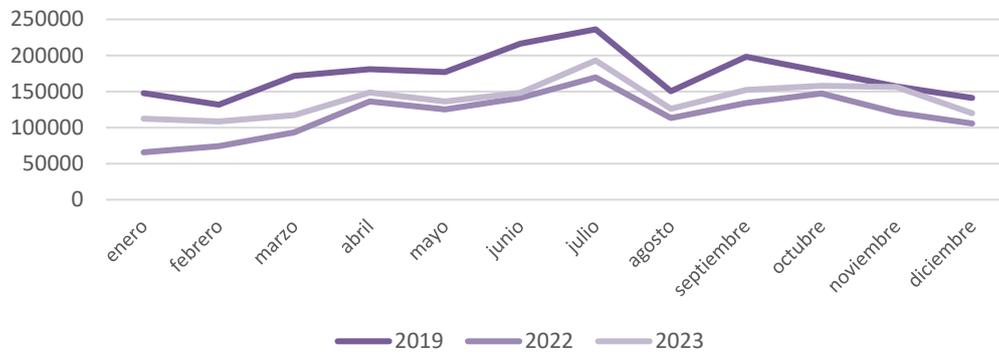
Fuente: Nordich Bench (viajes realizados en 2023)



Comportamiento viajero

El viajero sueco visita España durante todo el año. En invierno, además de su tradicional preferencia por Canarias, se observa un incremento en el número de turistas que eligen la Comunidad Valenciana y Andalucía. Durante el resto del año, exploran diversos destinos en el país. En 2023 se alcanzó un ligero pico en julio, pero lo más destacable son los incrementos producidos en primavera y sobre todo en otoño. El mercado sueco está muy desestacionalizado en los que se refiere a España: en 2023 todos los meses superaron las 100.000 llegadas, ningún mes alcanzó las 200.000.

Viajes realizados

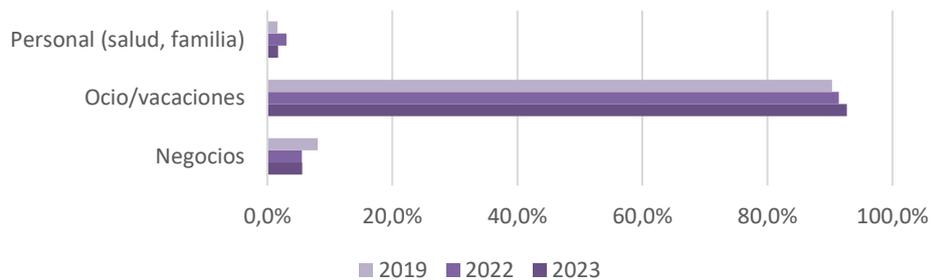


16

Fuente: Frontur

Respecto a la motivación del viaje en el año 2023 sigue incrementándose la motivación puramente vacacional, frente a otros motivos

Motivación de los viajes



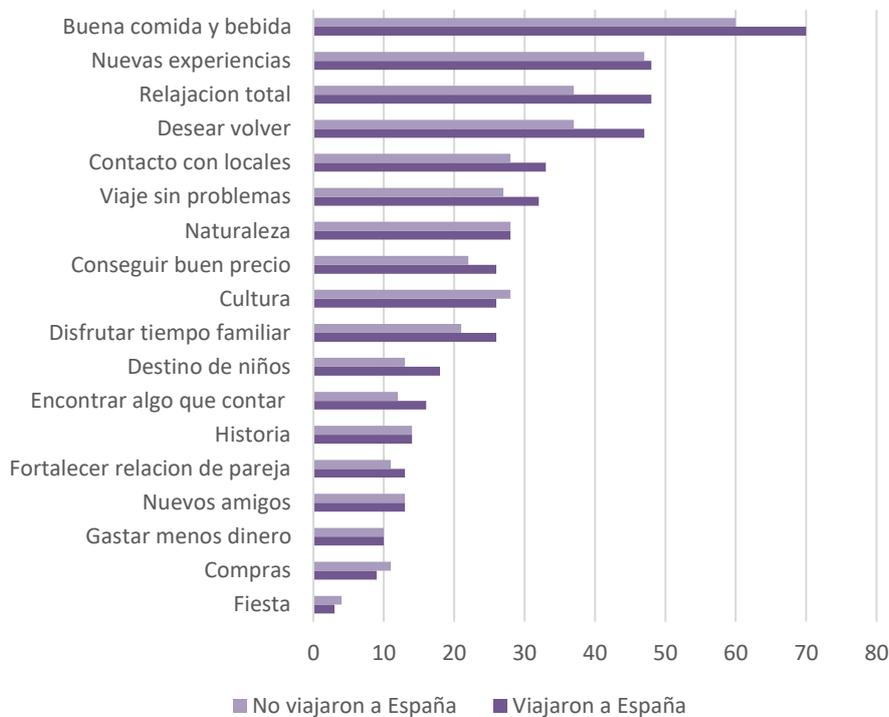
Fuente: Egatur



Las motivaciones de los turistas suecos que vienen de vacaciones a España siguen siendo principalmente las ideas de relajarse, buscar un tiempo de calidad con familia o amigos o el cortar con las rutinas de la vida diaria. El cuidarse y el buen tiempo son ideas que subyacen en los llamados “viajes vacacionales”. Ya se ha señalado que la alta frecuencia viajera hace que haya otros viajes más cortos realizados con motivos más específicos: citybreaks, viajes culturales y de naturaleza, asistencia a eventos deportivos y culturales, golf, esquí etc.

El estudio de Nordich Bench incluye un apartado que recoge las experiencias más valoradas por un turista sueco en sus vacaciones, y diferencia la opinión entre los turistas que viajaron a España y los que no en 2023.

17



Fuente: Nordich Bench 2023

Conclusiones y tendencias

El mercado de viajes en Suecia sigue creciendo. Los viajes siguen siendo una prioridad del gasto por delante de compras de bienes.



Sin embargo, la situación económica y la inseguridad generada por las crisis políticas internacionales impactan de forma diferente según los segmentos de la población. Se mantienen las pautas de comportamiento de estos últimos años: vacaciones más cercanas y a países conocidos, influidas por dos factores, el económico (debilidad) y de “seguridad”. Las reservas se retrasan.

España sigue siendo número uno como destino vacacional solo superado por el conjunto de los propios países nórdicos y presenta unos índices de crecimiento superiores al resto de los destinos vacacionales.

Parece consolidada la tendencia de estos últimos años de incrementar la presencia en los destinos peninsulares frente a las islas, y las temporadas medias a las altas, aunque estas tendencias pueden modularse en función de que se produzca la progresiva recuperación del destino Canarias.

El crecimiento vendrá de la mano de conectividades aéreas directas. Los turistas suecos tienden tradicionalmente a concentrarse en las zonas de costa mediterránea e islas. Sin embargo, destinos como Madrid, Bilbao, o Sevilla que han perdido conectividad en estos últimos años siguen siendo valorados por la demanda.

18

### Análisis de la competencia

España es el destino vacacional por excelencia, tanto en la temporada de invierno como en la de veranos. Desde los primeros chárter a la explosión del turismo de costa, la compra de una segunda vivienda en el mediterráneo, o las vacaciones del sol de invierno, lo cierto es que hay una relación de familiaridad con nuestros destinos. Ya se ha señalado más arriba como el interés mayoritario de las vacaciones principales en España es el relax y la playa, y los destinos elegidos se concentran en nuestras islas y playas mediterráneas. Pero para segundos viajes también se buscan destinos de ciudad, culturales o de naturaleza.

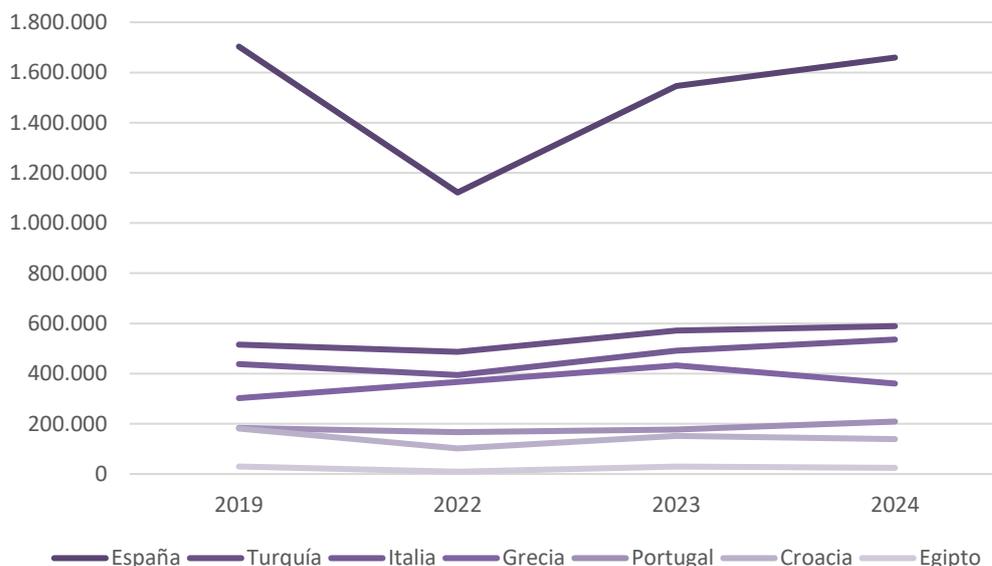
En invierno es difícil buscar destinos de sol y playa alternativos. El interés por destinos tradicionales como Florida o el Caribe ha descendido en paralelo a la debilidad de la corona sueca. Como destino de larga distancia, Tailandia vuelve a crecer en popularidad. Además, se están explorando alternativas como Egipto, Chipre, Marruecos y Cabo Verde, aunque estos destinos aún tienen volúmenes de turistas relativamente reducidos.



En la temporada de verano, nuestros competidores en el mediterráneo se han mostrado fuertes, recuperando una conectividad directa mucho antes que los destinos españoles.

En el año 2023 España ha vuelto a recuperar cuota de mercado y se prevé que esta recuperación de mantenga el año 2024.

Asientos programados



Fuente: OAG

### Posicionamiento e imagen de España

España es un destino tradicional para los suecos, conocido y apreciado. Si bien de manera mayoritaria visitan las islas y costas mediterráneas la búsqueda de destinos alternativos y experienciales les lleva a apreciar destinos como Madrid o Bilbao/País Vasco destinos que en su momento tuvieron conexiones directas.

Como se adelantó en el informe de tendencias de verano, España lidera los rankings de los índices de consideración del destino, de intención de viaje y de satisfacción (elaborados por yougov). Más del 40% de la población viajera considera realizar próximamente un viaje a España, y el 18% muestra intención directa de visitarla. El índice de satisfacción se ha incrementado en más de un punto.

### ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	<b>España</b>	<b>41,2</b>	<b>44,7</b>
2	Italia	34,5	33,9
3	Grecia	33,8	35,1
4	Francia	22,3	23,5
5	Tailandia	16,7	15,8

### ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	<b>España</b>	<b>17,7</b>	<b>19,3</b>
2	Grecia	11,3	9,9
3	Italia	8,3	7,4
4	Tailandia	5,5	4,3
5	Francia	4,4	5,0

### ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)
1	<b>España</b>	<b>65,1</b>	<b>63,9</b>
2	Grecia	64,1	63,3
3	Tailandia	60,0	61,6
4	<b>Italia</b>	<b>56,1</b>	<b>68,1</b>
5	Francia	47,6	49,9

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

20

### Conectividad aérea con España

En 2023 se iniciaron 3 nuevas rutas: desde Estocolmo a Valencia e Ibiza, y desde Gotemburgo a Lanzarote, por lo que 11 destinos españoles contaron con conexión directa con Suecia



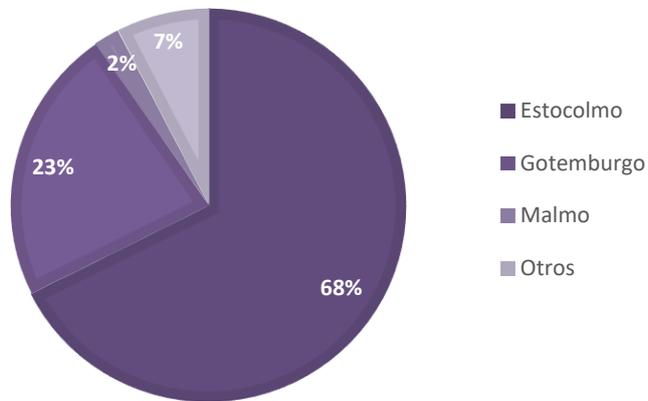
**CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS**

Alicante	Estocolmo	Gotemburgo	
Barcelona	Estocolmo	Gotemburgo	
Ibiza	Estocolmo		
Madrid	Estocolmo		
Málaga	Estocolmo	Gotemburgo	
Palma de Mallorca	Estocolmo	Gotemburgo	Malmo
Fuerteventura	Estocolmo	Gotemburgo	
Gran Canaria	Estocolmo		Malmo
Lanzarote	Estocolmo	Gotemburgo	
Tenerife	Estocolmo	Gotemburgo	Malmo
Valencia	Estocolmo		

Fuente Elaboración propia con datos de AENA y Swedavia

Adicionalmente y en volúmenes más pequeños hay conexiones chárter desde 13 aeropuertos a lo largo de todo Suecia hacia Málaga, Alicante, Gran Canaria, Palma de Mallorca y Tenerife

**PRINCIPALES AEROPUERTOS DE ORIGEN**



Fuente: Elaboracion propia a partir de datos de AENA



Las principales compañías aéreas que mantuvieron vuelos directos en 2023 con los destinos españoles fueron Norwegian, SAS, Ryanair, Euroings, Thomas Cook Airlines, Tuifly, Vueling e Iberia

Los datos positivos sobre la recuperación económica previstos inicialmente para 2023 se trasladaron a 2024. Lo cierto es que el último trimestre del pasado año, con una mayor contención de la inflación y de un fortalecimiento de la moneda han permitido un incremento en el índice de confianza del consumidor y un aumento del consumo privado, que podría tener continuidad en los próximos meses. A ello se suma la perspectiva del descenso del precio del dinero.

Sin embargo, las encuestas sobre intención de viajes reflejan la cautela de sectores de la población a la hora de planificar los viajes: La situación económica sigue con luces y sombras y, a pesar de que los indicadores económicos siguen mejorando, otros factores como nuevos conflictos internacionales siguen generando incertidumbre.

22

Según el Resebarometern, el 57% de los encuestados afirma que la situación actual no afecta a los planes de viaje. Pero el resto prevé o reducir frecuencia viajera, reducir gasto, o reducir duración del viaje. El 10% dice que no viajara, y el 8% solo viajará dentro de las fronteras de Suecia

El estudio de Nordic Bench también prevé una reducción de la frecuencia viajera global. Señala además la diferente respuesta según grupos de edad: (+55 más favorable) o situación familiar (los viajes en familia se ven más afectados)

#### Características clave del mercado

Todos los factores analizados anteriormente, fundamentalmente económicos y que afectan de manera general de forma negativa al mercado turístico, no afectan de la misma manera a todos los destinos y especialmente a los destinos españoles. La buena imagen del destino, el que sea conocido, considerado seguro, que ofrece múltiples opciones de diferentes vacaciones, y con un creciente mercado de segunda residencia, nos da una situación ventajosa ante nuestros competidores



### Previsiones a medio plazo

La incertidumbre sigue siendo el factor determinante de la futura evolución de los mercados de viajes. Aunque la demanda de viajes sigue siendo importante, y el gasto en viajes se prioriza respecto a la compra de otros bienes y servicios, la debilidad de la corona sigue lastrando la recuperación de otros índices económicos.

En lo que se refiere al destino español, ofrecemos un producto turístico muy apreciado en este mercado, aunque dependemos de la conectividad aérea, que fue drásticamente reducida en estos pasados años. La recuperación progresiva de las conexiones directas nos permitirá ganar cuota de mercado.

23

Otros factores derivados directamente del calentamiento global, como son las olas de calor o sequías, podrían generar más un desplazamiento en las fechas de los viajes que una disminución de los mismos.

**Respecto a la posible disminución de viajes en el futuro derivado a una concienciación mayor del segmento de jóvenes respecto a la sostenibilidad turística, es un factor que se debe tener en cuenta**

85%

56%

69%



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO

TURESPAÑA

