

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

Suiza 2024
Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Zúrich

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

Para hacerse una idea del tamaño del mercado emisor, debe recurrirse a los últimos datos oficiales sobre población publicados por la Oficina Federal de Estadística, correspondientes para 2022, que señalan que la cifra de residentes permanentes en Suiza fue de 8.815.385 personas, de las que el 74% eran suizos y el 26% extranjeros. Según el portal de estadísticas en tiempo real www.countrymeters.info, la población suiza a 1 de enero de 2024 habría alcanzado los 9.030.650 habitantes, habiéndose superado con ello la barrera psicológica de los 9 millones.

4 | Las estadísticas oficiales suizas para la actividad turística las elabora la Oficina Federal de Estadística suiza (Bundesamt für Statistik) en otoño cada año, por lo que siempre se refieren al ejercicio anterior. La última publicación es la de octubre de 2023, que contempla el comportamiento viajero de los suizos en 2022, en la que se observa la recuperación del sector después de la pandemia de COVID-19. Los datos facilitados contemplan los viajes de todos los residentes en Suiza, independientemente de su nacionalidad, sin incluir a los menores de seis años¹.

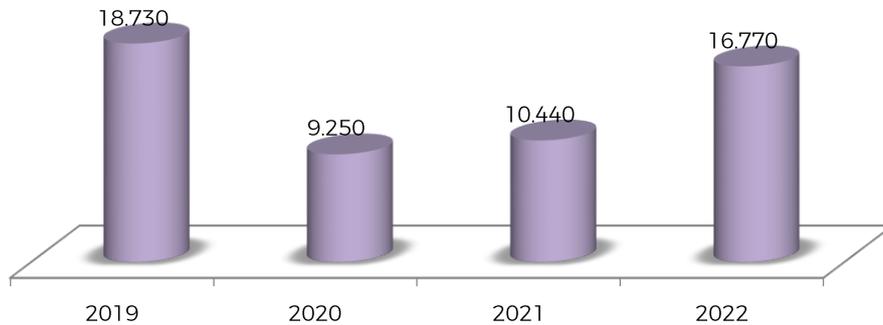
Volumen del mercado por gasto

En correspondencia con las cifras de viajes, que se verán en el siguiente apartado, el gasto realizado por la población suiza en el extranjero en 2022 fue de 16,770 millones CHF, mientras que en 2021 fue de 10,440 millones CHF, de todas formas, sigue siendo una cifra inferior a los 18.729 millones CHF registrados en 2019.

En los viajes con pernoctación realizados en 2022, cada viajero gastó al día una media de 185 CHF. Esta cantidad subió ligeramente hasta los 212 CHF en el caso de viajes al extranjero, mientras que el gasto diario dentro de Suiza lo hizo hasta los 143 CHF. Estas cantidades contemplan los gastos en transporte, alojamiento y manutención, así como el resto de gastos asociados al viaje.

¹ La población dentro de esta franja de edad es de 8.032.339 personas.

Gasto total (millones CHF)



Fuente: Bundesamt für Statistik, balanza turística

Volumen del mercado por número de viajes

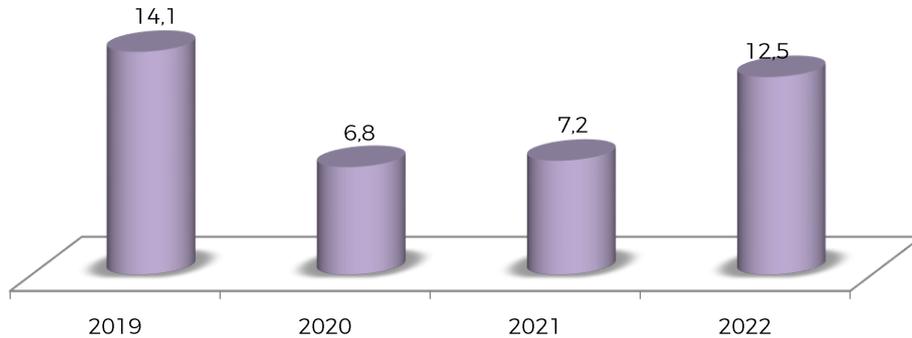
5

En 2022, cada residente suizo mayor de seis años realizó de media 2,6 viajes con pernoctación y 8 excursiones. El 40% de los viajes con pernoctación tuvo como destino la propia Suiza, 92% en el caso de las excursiones. El 88% de la población residente mayor de seis años realizó al menos un viaje con una o más pernoctaciones en 2022, alcanzándose la cifra de 21,1 millones, un 29% más que en 2021, pero todavía por debajo de los valores previos a la pandemia, ya que en 2019 la cifra alcanzaba los 21,9 millones.

El análisis sociodemográfico anual de los viajes con pernoctación muestra que durante 2022 los hombres viajaron más que las mujeres, ya que ellos realizaron una media de 2,7 viajes y ellas 2,5, un claro incremento con relación al año anterior, en el que las mujeres viajaron más (1,9 y 2,2 viajes respectivamente). Por edad, las personas entre 6-14 años viajaron con mayor frecuencia, 3,3 viajes, seguidos de las de 25-44 años, con 3,2 viajes.

El 60% de los viajes con pernoctación tuvo como destino el extranjero. Los países vecinos reciben gran parte del flujo turístico internacional, principalmente Italia (13%) y Alemania (10%). Un 25% de los viajes se realizan por otros países europeos, donde destacan los países del Mediterráneo, como España. Únicamente el 4% decidió viajar fuera de Europa. Los viajes al extranjero pasaron de 7,2 millones a 12,5 millones, sin embargo, aunque haya habido un gran aumento, las cifras siguen siendo inferiores a las del 2019, con 14,1 millones de viajes.

Viajes al exterior (millones)



Fuente: Bundesamt für Statistik.

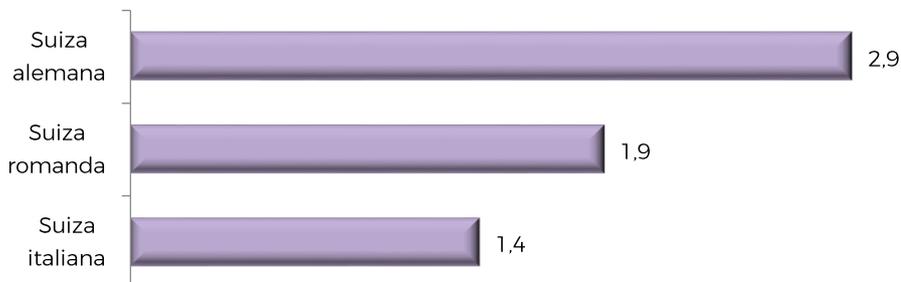
Principales áreas emisoras

6 Suiza está compuesta por 26 cantones de tamaño y población muy diversos. Sin embargo, debido a las escasas distancias y facilidad de comunicaciones, más que la situación geográfica, es la pertenencia a una determinada comunidad idiomática la característica que mejor define las áreas emisoras de turistas.

De este modo pueden distinguirse tres zonas: la Suiza alemana, con 17 cantones y aproximadamente un 72% de la población total, la Suiza francesa o romanda, que se extiende por 5 cantones y amplias zonas de otros dos, y representa cerca del 25% de la población, y la Suiza italiana, asentada en un cantón y parte de otro, que está integrada por alrededor de un 3% de la población.

La intensidad viajera de los residentes en la Suiza de habla alemana es la mayor, con 2,9 viajes por persona, seguida de la Suiza francófona con 1,9 y la Suiza italiana con un total de 1,4 viajes. En los tres casos, son más comunes los viajes al extranjero.

Principales áreas emisoras 2022 (número de viajes con noche)

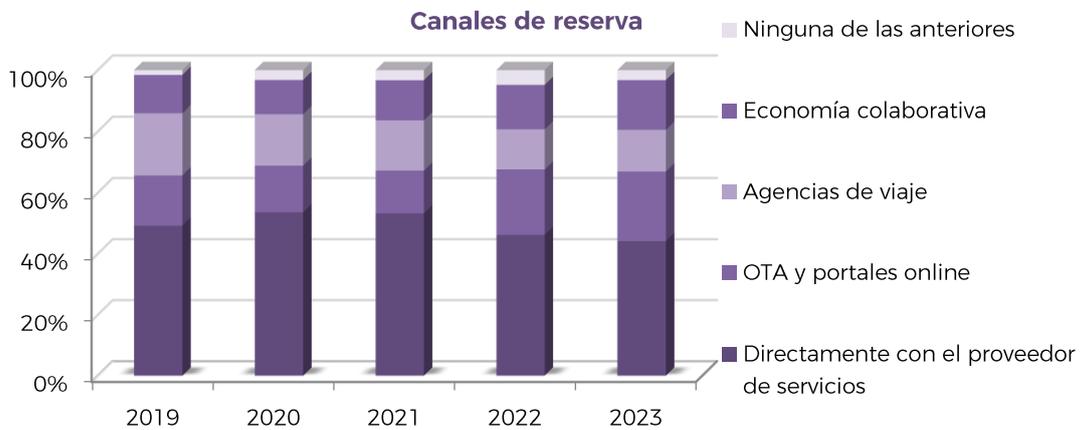


Fuente: Bundesamt für Statistik

Organización del viaje y reservas

La compañía aseguradora Allianz Partners en colaboración con la Federación Suiza de Viajes (SRV) realiza anualmente una encuesta sobre las reservas y el comportamiento viajero de la población suiza. Los resultados de 2023 muestran que el porcentaje de las reservas realizadas directamente con el proveedor de servicios fue del 68%, similar a años anteriores. Las reservas online a través de una agencia de viajes, OTA, o de un turoperador fue del 35%. En una plataforma de economía colaborativa, tipo Airbnb, fue del 25%. Las agencias de viajes físicas o, en su caso, el turoperador, un 21%, si bien este valor ha ido reduciéndose en los últimos años.

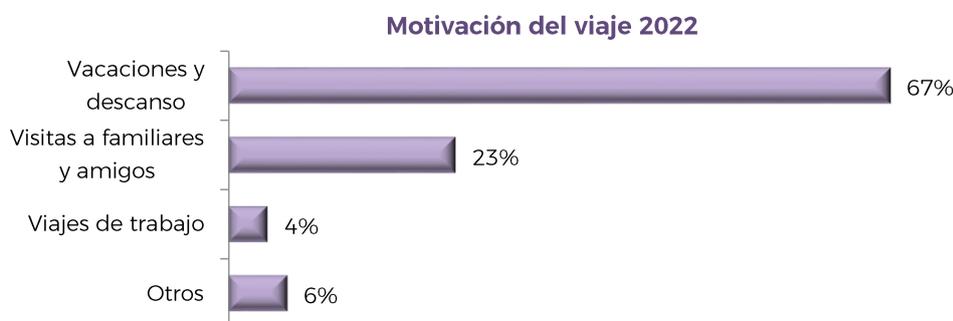
7



Fuente: Buchungs und Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung. Allianz, septiembre 2023

Comportamiento viajero

Motivación y estacionalidad del viajero



Fuente: Bundesamt für Statistik. Reisen der Schweizer Wohnbevölkerung 2022, octubre 2023.



Respecto a la estacionalidad, tanto para los viajes realizados dentro de Suiza (58%) como para aquellos con destino el extranjero (69%), la época preferida fue el verano, entendiéndose como tal los meses de mayo a octubre. En ese período se contabilizaron 13,6 millones de viajes con pernoctación en 2022. Con un aumento de más de la mitad respecto a 2021 (+56%), los viajes al extranjero en verano representaron el 41% de todos los viajes con pernoctación en 2022.

En relación con el medio de transporte empleado, el motorizado individual fue el más utilizado para los viajes con pernoctación durante 2022 dentro del país (67%), así como para los viajes al extranjero, en un 47% de los casos; a continuación se sitúan los viajes en avión, que se emplea únicamente para desplazamientos al extranjero, con cifras de 4,7 millones; finalmente el transporte público terrestre (tren y autobús) se utilizó para el 30% de los viajes en Suiza y el 13% de los viajes al extranjero.

Segmentación de la demanda

8

En Suiza, la demanda tradicional estaba articulada en torno a turoperadores y agencias de viajes de capital local y ámbito nacional que comercializaban paquetes de viajes propios, difundidos a los clientes finales a través de catálogos impresos. Los clientes tenían que consumir la oferta existente con muy poco margen de flexibilidad.

Todo eso cambió radicalmente, y en la actualidad – o al menos en los años previos a la pandemia de COVID-19 - la demanda suiza ganó soberanía y se independizó de los paquetes cerrados de viajes. Los elementos del paquete han evolucionado: Los vuelos chárter han desaparecido prácticamente y ni siquiera alcanzan el 5% de la capacidad aérea, los turoperadores alemanes, que han efectuado importantes compras de empresas locales, se han convertido en los primeros operadores del mercado para las vacaciones generalistas, las agencias de viajes han reducido su número y su personal y han pasado a cobrar por su asesoramiento como parte importante de sus fuentes de ingresos. Los operadores reducen al máximo su riesgo en las plazas aéreas y los precios se calculan a diario mediante el sistema de precios dinámicos. Los canales de venta se han multiplicado y tienden a la convergencia de precios e igualación entre competidores.

En este escenario, los viajeros independientes han ganado cuota de mercado y organizan sus viajes acudiendo en modo creciente y de manera directa a los proveedores de servicios finales, principalmente compañías aéreas y hoteles. Los paquetes tienden a centrarse en la oferta para las familias durante las vacaciones escolares. Los productos se diseñan esencialmente para la temporada alta y su

diferenciación se realiza en base a marcas hoteleras y compañías aéreas más que en destinos. Los viajes de largo recorrido tienen una estructuración similar. Los turoperadores y las agencias suizas tienden a especializarse en nichos de mercado, con márgenes más altos, y se ocupan del creciente turismo activo, tratando de añadir valor a su producto mediante el asesoramiento de alto nivel o la implicación de personal experto en las actividades. Los turoperadores suizos tratan de adaptar su oferta y fidelizar a una clientela más joven, que disfruta de una gran movilidad y, que, a pesar de tener un gasto medio por viaje inferior a la media, realiza diversos desplazamientos a lo largo del año.

Perfil del viajero

La [tabla 1](#) del [ANEXO](#) al final muestra las características sociodemográficas del turista suizo en los viajes con pernoctación.

9

Productos turísticos demandados

A los viajeros suizos les gusta la calidad. Prefieren alojarse en hoteles de 4-5 estrellas y aprecian la buena cocina. Durante las escapadas urbanas, visitan lugares de interés histórico y disfrutan de acontecimientos culturales y de las compras. Otros temas de viaje populares son las experiencias activas en la naturaleza y el bienestar.

Conclusiones y tendencias

De acuerdo con el contenido de dos informes de la European Travel Commission publicados a finales de 2023¹, en los que se exploran las perturbaciones en curso que se espera que afecten a la recuperación de los viajes y repercutan en las perspectivas del turismo, se pueden extraer los siguientes elementos clave sobre el contexto del sector:

- El panorama económico y político sigue sombrío a corto plazo por la prolongación de la guerra de Ucrania y la crítica situación en Palestina. Los europeos se preocupan principalmente por los altos precios y sus finanzas al viajar, con aumentos del 6% y 4%. Como respuesta, el 17% considera viajar en temporada baja, el 14% elige destinos más asequibles, el 17% reducirá compras, el 15% optará por

¹ Monitoring sentiment for domestic and intra-european travel – wave 13, octubre 2023, y European Tourism Trends & Prospects Q3, noviembre 2023. Ambos basados en datos recogidos en septiembre de 2022 de europeos en 10 mercados emisores de gran volumen (Alemania, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Italia, Bélgica, Suiza, España, Polonia y Austria).

alojamientos más económicos, y el 15% elegirá restaurantes más baratos o se autoabastecerá. Aunque las preocupaciones sobre la guerra entre Rusia y Ucrania mencionadas anteriormente bajan un 3%, su impacto en las decisiones de viaje aumenta en un 9%, afectando al 44% de los viajeros.

- Continúa el sentimiento positivo respecto a los viajes. El 69% de los europeos tiene previsto realizar al menos un viaje en los próximos seis meses y el 77% planea hacerlo entre junio y septiembre.
- El 71% de los europeos que tienen intención de viajar visitarán otro país europeo, mientras que un 29% planea ir a un destino no europeo.
- Los viajes de ocio más deseados por los europeos para la temporada de verano son las vacaciones de sol y playa (18%), las escapadas culturales y patrimoniales (16%) y los viajes urbanos (14%). Los viajes no relacionados con el ocio crecen en popularidad: el interés por los viajes de negocios como por los viajes para eventos aumentó un 4% respecto a 2022.

10

Otro aspecto importante a tener en cuenta en el caso de Suiza es la apreciación histórica de su divisa frente al euro. No solo alcanzó la paridad, sino que actualmente se encuentra por debajo. Se espera que este hecho incremente la demanda de viajes internacionales hacia Europa, gracias al aumento del poder adquisitivo.

La [imagen 1](#) del [ANEXO](#) al final muestra el resumen de los planes de viaje de los suizos.

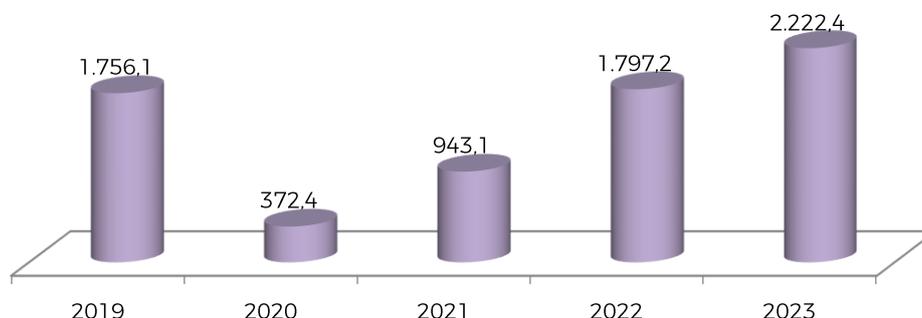
MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

El siguiente gráfico muestra el gasto total de los turistas suizos en España durante los últimos cinco años.



Gasto Total (millones de euros)

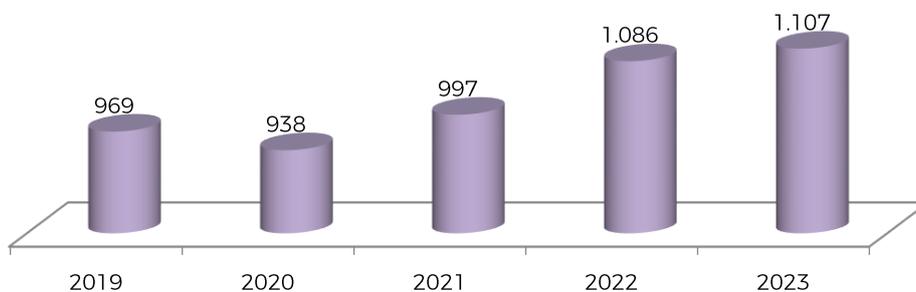


Fuente: Estimación de Turespaña a partir de EGATUR-INE.

11 Como puede observarse en el gráfico anterior, el gasto recuperó los niveles anteriores a la pandemia, superando los de 2019. En consonancia con las cifras de entradas de turistas que se analizarán en el siguiente apartado, el máximo histórico de gasto de los turistas suizos en España se había registrado en 2017, año en el que se alcanzaron los 1.874,6 millones EUR, pero ese año ha sido superado en 2023 con un total de 2.222,4 millones EUR.

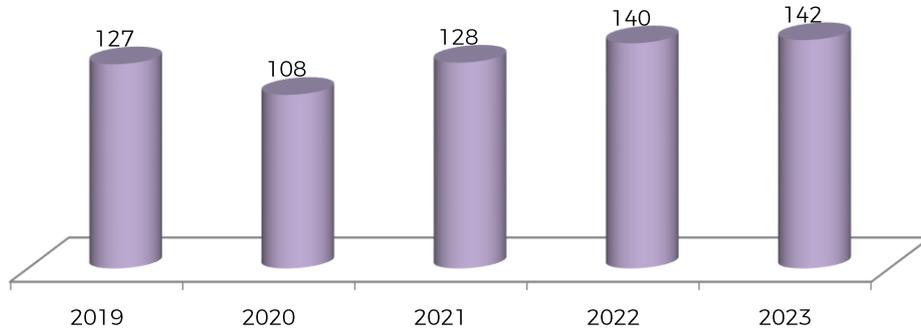
Los suizos que viajan a España mantienen un gasto vacacional relativamente estable. Tanto la inflación como la capacidad adquisitiva de los residentes en Suiza presenta una evolución moderada y los hábitos de consumo no sufren grandes alteraciones. Si bien tiene cierta importancia, el tipo de cambio entre el CHF y el EUR tampoco es un factor decisivo para la elección del destino, aunque es probable que la apreciación que ha experimentado el franco en el último año favorezca el gasto durante las estancias vacacionales en el extranjero.

Gasto medio por persona (euros)



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de EGATUR-INE

Gasto medio diario por persona (euros)



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de EGATUR-INE

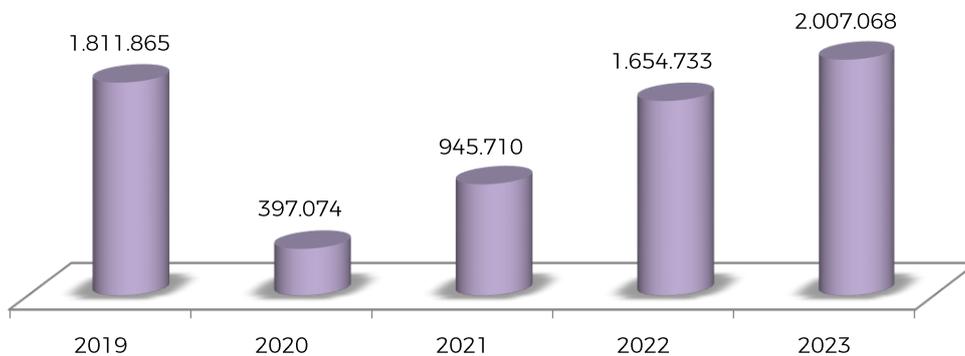
En comparación con el gasto de otros mercados emisores europeos, el de los turistas suizos, con 142 EUR diarios de media en 2023, es superior al de los franceses (116 EUR) pero se encuentra por debajo del de los alemanes (154 EUR), holandeses (164 EUR) o los escandinavos (161 EUR). Dado el altísimo nivel de vida en Suiza, con un PIB per cápita que triplica el de España, es evidente que hay muchas posibilidades de recorrido para incrementar ese gasto, para lo cual debe ponerse el énfasis en la oferta de servicios de calidad y variados.

12

Número de viajes a España

El siguiente gráfico muestra el número de llegadas de turistas suizos a España en los últimos cinco años.

Llegadas de turistas suizos a España



Fuente: FRONTUR-INE

En 2010, cuando se registraban aproximadamente 1 millón de llegadas, se inicia una fase de crecimiento paulatino que llegó a su culmen en 2017, año en el que se alcanzaron los 2.059.201 turistas suizos, según la estadística FRONTUR-INE.

En 2018 y 2019 se registraron leves descensos, propiciados por la recuperación de los destinos del Mediterráneo oriental. Así, en 2018 llegaron a España 1.883.148 de turistas suizos y al año siguiente 1.811.865.

Después de un comportamiento en línea con los resultados de los años anteriores durante los meses de enero y febrero de 2020, la irrupción de la pandemia de COVID-19 supuso a partir de marzo un desplome de las entradas de turistas suizos en España, tan solo interrumpida por una ligera recuperación en el mes de julio que se truncó rápidamente en agosto al entrar España en la lista de países cuyos visitantes debían guardar cuarentena al regresar a Suiza. El total de llegadas registradas en FRONTUR para el conjunto de 2020 fue de 397.074.

13

A partir de ese año comienza el proceso de recuperación, con 945.709 turistas suizos en 2021, lo cual representa un incremento del 138,2% con relación al año anterior, y 1.654.733 en 2022, lo que supone una variación interanual del +75%. Finalmente, en 2023 llegan un total de 2.007.068 turistas suizos, alcanzando casi la cifra máxima del año 2017, anteriormente mencionada, y superando por segunda vez la barrera de los 2 millones.

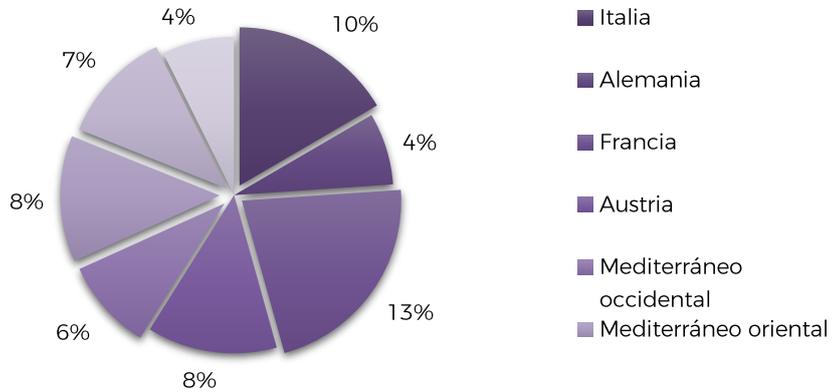
Cuota de España en el mercado turístico emisor

En 2022, un 40% de los viajes vacacionales con pernoctación de los residentes suizos mayores de 6 años tuvo lugar dentro de la propia Suiza, inferior al 56% registrado en 2021. Este porcentaje rondaba el 34,5% antes de 2020.

Respecto a los viajes al extranjero, los países fronterizos supusieron en 2022 un 31% del total, incluyendo los viajes domésticos. Hay pequeñas variaciones en cuanto a si es Italia o Alemania el país que ocupa las preferencias de los turistas suizos, permaneciendo Francia tradicionalmente en un lugar algo más rezagado; en 2022 Italia estaría en primer puesto con un 13% y Alemania con un 10%. Los viajes al Mediterráneo occidental (España, Portugal, Andorra y Gibraltar) supusieron en 2022 un 8% del total de viajes realizados al extranjero, frente al 7% de 2021.



Principales destinos internacionales 2022



Fuente: Bundesamt für Statistik

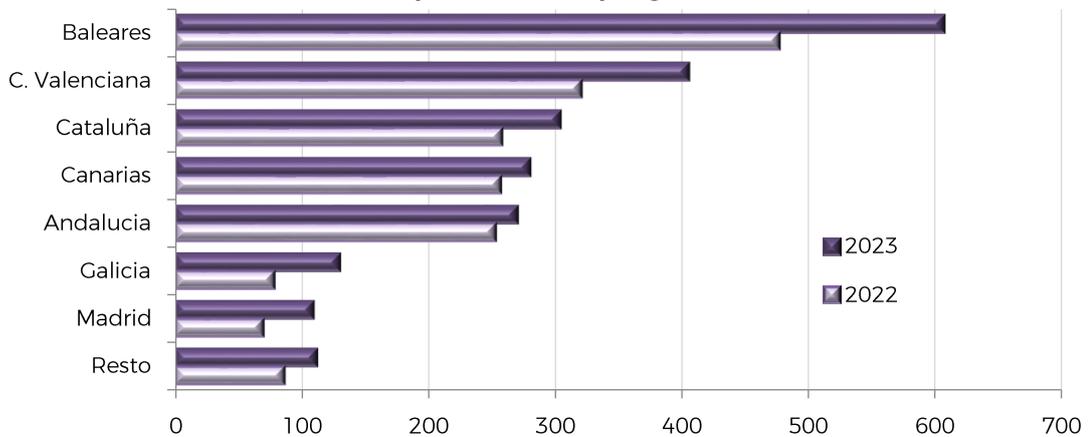
Principales destinos en España

14

El turismo suizo se desplaza tradicionalmente a la costa mediterránea peninsular y a las islas Baleares y Canarias. Fuera de esta zona, la Comunidad de Madrid, Galicia y el País Vasco tienen también una cuota de mercado relativamente importante.

El siguiente gráfico muestra una comparativa de los años 2023 y 2022 en la que se observan las principales Comunidades Autónomas donde se registra el gasto por parte de los turistas suizos, con una distribución similar a la del número de llegadas a cada destino. Hay que recalcar que el total de turistas y gasto ya ha superado los niveles pre pandémicos en más del 20%.

Principales destinos por gasto



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de EGATUR-INE



En cifras de llegadas, Baleares es el destino por excelencia del mercado suizo seguido por la Comunidad Valenciana y Cataluña.

Organización del viaje y reserva

De la cifra de 2.002.106 turistas suizos que visitaron España en 2023 antes mencionada, 274.097 de ellos viajaron con paquete turístico, mientras que el resto lo organizó total o parcialmente por cuenta propia, según los datos que proporciona la encuesta FRONTUR-INE. Se trata de un ligero aumento en comparación con el año anterior, con una diferencia de casi 40.000 personas. No obstante, aún es inferior a lo registrado en los años anteriores a la pandemia de COVID-19.

Respecto a los canales de reserva utilizados para la organización del viaje, y a falta de datos específicos para España, se remite a lo señalado en el primer apartado de este informe relativo al conjunto del mercado emisor suizo.

15

Comportamiento viajero

Los ciclos vacacionales del calendario escolar determinan en gran parte las decisiones de los viajes de las familias residentes en Suiza. Este calendario, con fechas diferentes según los cantones, pero con un patrón de duración similar, incluye dos semanas de vacaciones escolares cada seis semanas lectivas, limitando las vacaciones veraniegas a cinco semanas de duración.

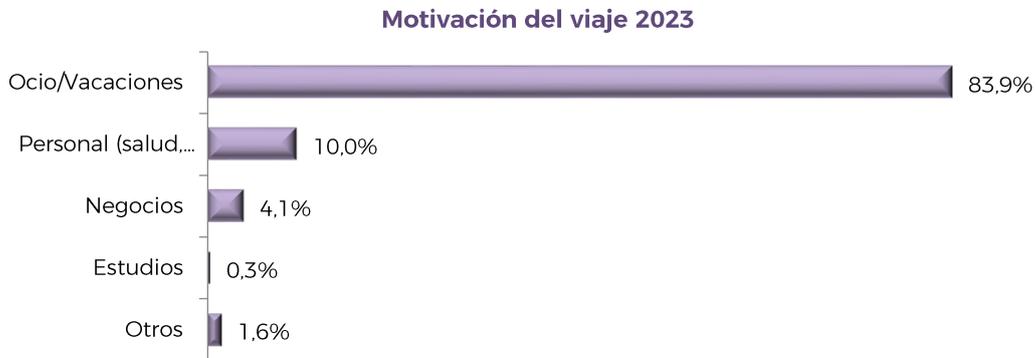
En la evolución reciente de las llegadas a España, se observa que julio y octubre son los meses más importantes para el volumen total del año, y que la temporada baja se limita a los meses que van de noviembre a febrero. El mantenimiento de la actividad en los meses de invierno se ve altamente favorecido por la variedad y el precio de conexiones aéreas existentes durante este período. Tradicionalmente, las llegadas del primer cuatrimestre marcan la tendencia del mercado para todo el año. En 2022 ya se recuperó la tendencia de llegadas típica anterior a la pandemia de COVID-19.



Fuente: FRONTUR-INE

16

Respecto a la motivación del viaje, en línea con años recientes, exceptuando 2020, la principal en 2023 fue ocio/vacaciones, con un 83,9%, con un descenso algo inferior a un punto porcentual respecto al año anterior; seguida de motivos personales (visitas a familiares y amigos, salud, etc.), con un 10%, lo cual supone un crecimiento, ya que anteriormente rondaba el 8%; los viajes de negocios (4,1%) y un porcentaje reducido de viajes de estudios (0,3%). Esta información se puede visualizar en el siguiente gráfico:



Fuente: FRONTUR-INE

Perfil del viajero

Según la estadística FRONTUR-INE para 2023, las modalidades de alojamiento por las que optaron los suizos fueron las regladas o de mercado en un 72% de los casos. De este porcentaje, los hoteles tuvieron la mayor cuota, el 77%, los apartamentos de alquiler el 17% y los campings el 3%. Los alojamientos no reglados supusieron un 28%, mayoritariamente en la modalidad de vivienda propia o de familiares y amigos (96%).



La principal vía de entrada fue la aérea (87%), si bien una cantidad no despreciable de suizos llegaron también por carretera (13%). Las llegadas en tren apenas supusieron un 0,3%.

Los datos de la Oficina Federal de Estadística suiza muestran que las personas en el tramo de edad comprendido entre los 25 y los 44 años son los que más viajaron ese año. Les siguen las de 45-64 años y las de 15-24 años. Además, el grueso de los viajes al extranjero tiene una duración de 4 o más días, el 74%.

Conclusiones y tendencias

Tradicionalmente, España ha sido líder en la categoría de sol y playa para los suizos, y debería mantenerse esta posición privilegiada.

Se trata de turistas que tienden a huir de la masificación, de ahí que la promoción de destinos alternativos a los de masas, hoteles rurales y otros alojamientos de pequeño tamaño que permitan un contacto más estrecho con la naturaleza y la práctica de un ocio activo tenga un elevado potencial.

Son amantes del deporte y practican golf, ciclismo, fútbol, esquí, deportes ecuestres y especialmente senderismo, entre otros. Es necesario, por tanto, dar a conocer la oferta en estos segmentos e incidir en las buenas infraestructuras existentes, así como en la bondad del clima y la excelencia de las comunicaciones.

La desestacionalización que persigue desde hace décadas el sector turístico español puede lograrse en parte gracias a la práctica del deporte. Las infraestructuras, la facilidad de desplazamiento, las actividades complementarias y, en gran medida, los costes competitivos ofrecen una oportunidad clara para mejorar el turismo de calidad.

La gastronomía y el vino son otra de sus aficiones transversales. Hay interés por cualquier manifestación de esta cultura, especialmente con el aliciente de ir acompañada del conocimiento y el contacto con los productos y sus maestros elaboradores.

Otro elemento a explotar es la creciente conciencia ecológica, que les lleva a mirar cada vez con mayor desconfianza los viajes en avión de largo recorrido a causa de la huella de carbono que estos provocan. España debe hacer hincapié en su cercanía a Suiza y en las excelentes comunicaciones por todo el territorio peninsular con la red

del AVE, desconocida para los suizos (incluso para la mayoría de los profesionales del turismo), como medio de transporte cómodo, seguro, veloz y no contaminante.

También hay que seguir insistiendo en la diversificación geográfica de las regiones tradicionales o más conocidas por el público suizo. En esta labor es muy importante apoyar el mantenimiento de las conexiones de los aeropuertos internacionales del país con los destinos españoles con los que ya existen vuelos directos.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Como ya se ha señalado anteriormente, según la Oficina Federal de Estadística suiza, en 2021 un 25% de los viajes vacacionales de los residentes suizos tuvieron como destino alguno de los cuatro países fronterizos: Italia (13%), Alemania (10%), Francia (8%) y Austria (4,2%).

La mayor parte de los viajes a estos países se organiza directamente, sin necesidad de turoperador o agencia de viajes. Una parte significativa está motivada por compras transfronterizas, incluso productos alimentarios y de limpieza, que son mucho más baratos que en Suiza, gracias a la posibilidad de desplazarse fácilmente por carretera. Además de las compras, los visitantes suizos buscan turismo urbano, gastronómico, eventos culturales y también la costa, en el caso de Italia y Francia.

Del total de los 21,1 millones de viajes realizados al extranjero en 2022 por los residentes suizos, Europa Oriental (Grecia, Turquía, Croacia, Rumania y Bulgaria, entre otros) sumó una cuota de mercado del 5,6% y Europa Occidental (España, Portugal, Gibraltar y Andorra) del 7,5%. Los resultados del estudio de la Oficina Federal de Estadística suiza para los viajes realizados al extranjero en 2022 evidencian la recuperación de la demanda turística con destino al Mediterráneo una vez comenzaron a relajarse o eliminarse las medidas sanitarias tanto en destino como en origen. Una tendencia que en el caso de España se ha mantenido en 2022, alcanzando valores de visitantes y de gasto similares a los anteriores a la pandemia. Igualmente, 2023 ha seguido el mismo camino incluso superando las cifras, según muestra el informe de Tendencias de la OET de Zúrich.

Posicionamiento e imagen de España

La configuración de la percepción pública de España no solo se basa en la experiencia directa y los testimonios de familiares y amigos, sino también en los medios de comunicación. En el contexto del mercado turístico suizo, los informes de los turoperadores y sus estrategias de comercialización son recurrentemente reflejados. La prensa especializada española, especialmente la editada en Mallorca en alemán, y los artículos de los corresponsales suizos en España también ejercen influencia en la prensa turística suiza. Además, las publicaciones institucionales de la Asociación suiza de Agentes de Viajes (SRV) se consideran una fuente valiosa para los medios.

En este sentido, los viajes de prensa organizados en colaboración con instituciones turísticas españolas, bajo la dirección de la Oficina Española de Turismo, desempeñan un papel destacado en la difusión de la imagen y el potencial turístico de España. A pesar de esto, Italia se erige como el competidor principal de España, manteniendo una audiencia leal debido a su proximidad, los lazos familiares con residentes suizos y la diversidad de su oferta. Sin embargo, Italia enfrenta limitaciones en términos de precios, una oferta aérea relativamente reducida y la persistente inestabilidad política y financiera, que afecta a su percepción. La ventaja competitiva de Italia radica en la facilidad de desplazamiento por carretera y ferrocarril, a diferencia de los destinos españoles.

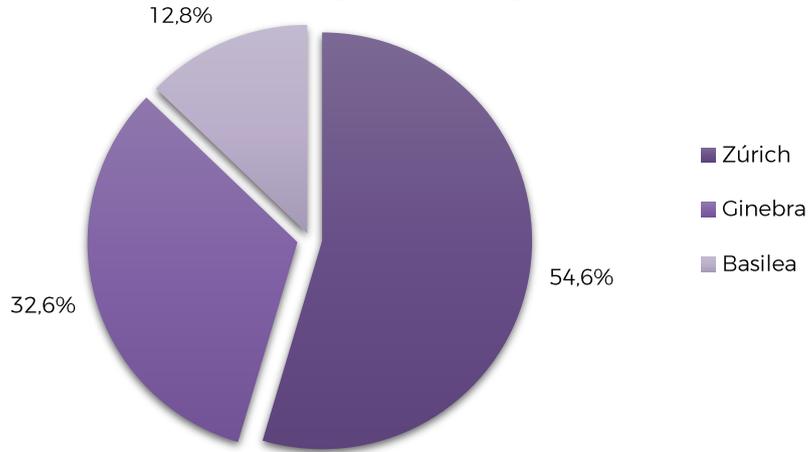
19

Conectividad aérea con España

El principal medio de desplazamiento de los residentes en Suiza que visitan España es el avión. Su procedencia geográfica puede relacionarse, aunque solo en cierta medida debido al pequeño tamaño del país, que permite desplazarse al aeropuerto más ventajoso para el vuelo en apenas un par de horas en tren o automóvil.

De este modo, el área más importante corresponde al aeropuerto de Zúrich, desde donde vuelan casi un 55% de los suizos que viajan a España en vuelo directo. Le siguen Ginebra con un 32,6% y Basilea con un 12,8%. Los de Berna, Sion y San Galo ofrecen también vuelos a España, si bien en un número considerablemente menor.

Principales aeropuertos de origen 2023

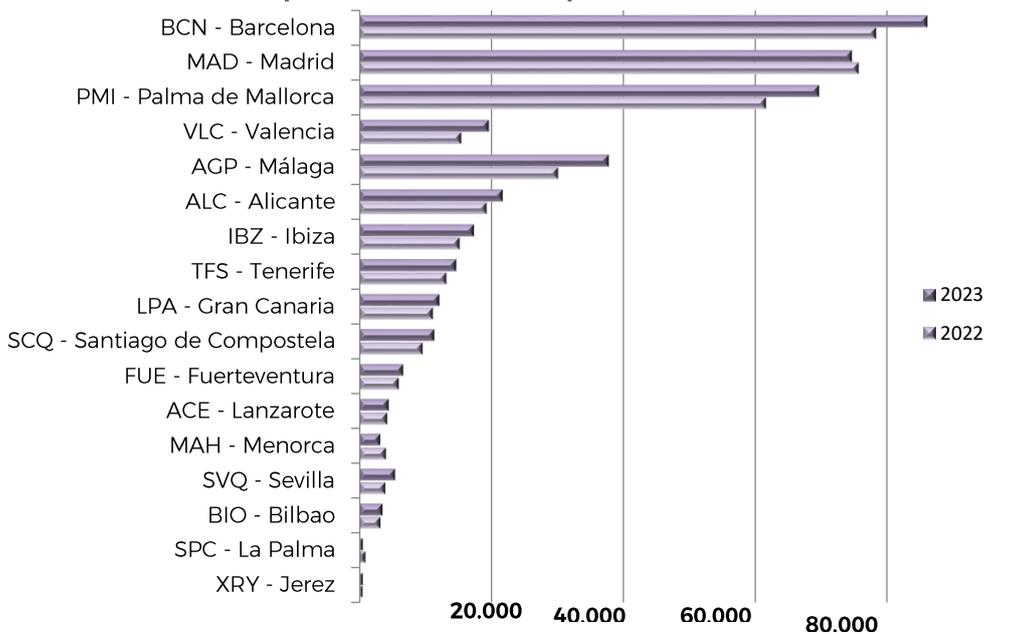


Fuente: OAG Analyser.

20

En el siguiente gráfico se puede observar el importante aumento de la capacidad aérea hacia varios destinos de España desde Suiza del año 2023, como pueden ser los aeropuertos de Barcelona, Madrid y Palma de Mallorca. Estos datos van en consonancia con la recuperación del sector turístico expuesta en otros apartados, tales como el gasto turístico o las llegadas de turistas.

Capacidad aérea hacia España (nº asientos)



Fuente: OAG Analyser.



La cuota de mercado durante 2023 de las compañías que operan vuelos directos con España desde Suiza fue la siguiente, según datos de OAG¹: Easyjet (33%), Swiss (25%), Iberia (12%), Vueling (22%), Edelweiss (9%) y Air Europa (4%). El 6% restante de cuota de mercado se la repartieron aerolíneas como Eurowings, Chair Airlines y Helvetic.

Tramitación de documentos de viaje

Suiza no pertenece al Espacio Económico Europeo, pero sí al área Schengen, por lo que los pasajeros con destino a España no precisan de visado ni de ninguna otra formalidad para realizar el viaje.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

21

Características clave del mercado

La OET de Zúrich encargó en 2022 un estudio para evaluar el potencial del mercado del turista suizo de lujo en España y, posteriormente en febrero de 2024 se realizó una actualización del mismo. Realmente a estos viajeros no se les llamó turistas de lujo, sino “Ausgabefreudige Touristen” o “Turistas con elevada propensión al gasto”, para no descartar a visitantes que no respondan al perfil clásico de hotel de 5 estrellas y compras de marcas caras, sino simplemente que estén dispuestos a gastar más de 300 CHF al día en visitas culturales, ópera, musicales, restaurantes recomendados por guías gastronómicas, moda, etc., aunque se alojen en hoteles de una categoría más modesta.

El estudio lo llevó a cabo la agencia Marketagent sobre una muestra de 302 personas residentes en la Suiza de habla alemana, de entre 25 y 75 años, y que pasan sus vacaciones en el extranjero, a los que se les formulaban 14 preguntas abiertas y cerradas. Se encuentra a disposición de cualquier interesado y se puede solicitar en la dirección zurich@tourspain.es

Los resultados muestran que apenas un 17% de los encuestados estarían dispuestos a gastar 300 CHF o más diarios en sus vacaciones. Este grupo de turistas está formado en su mayoría por hombres (53%), y llama la atención que muchos tienen entre 25 y 49

¹ OAG Analyser: <https://www.oag.com/analyzer>

años (71%), viven en unidades familiares de más de 2 personas (62%), con niños (63%), con un nivel de estudios alto (63%) y el 70% gana 8.000 CHF o más al mes.

La mayoría de estas personas se gastarían esos 300 CHF diarios en alojamiento y manutención (53% y 55%, respectivamente), seguidos por actividades culturales y de tiempo libre, bienestar, compras y deportes.

Cuando se preguntó de forma abierta por los países en los que pasar unas vacaciones permitiéndose ciertos lujos, España fue la segunda opción más mencionada tras ser elegida en esta ocasión por un 52% de los encuestados, Solo Italia obtuvo más menciones (56%). En el caso de la pregunta cerrada, en la lista de los países propuestos, España ocupa en 2024 el segundo puesto con el 35% de las menciones, mientras que Italia aparece una vez más en cabeza con un 44%. Francia, Alemania, Suiza, Grecia y Maldivas ocupan en este orden los puestos 3 a 7. Las Islas Canarias lideran con un 57% la lista de destinos españoles en los que el turista puede permitirse lujos, seguidas de las Islas Baleares con un 55%. Andalucía (40%), Madrid (38%) y Cataluña (31%) les siguen en la lista.

22

Previsiones a medio plazo

Hasta principios de 2020 se observó un constante aumento en las cifras de gasto en vacaciones en España, tanto en términos de gasto diario como en gasto por viaje, sugiriendo un turismo con un mayor poder adquisitivo. Aunque la pandemia de COVID-19 generó impactos significativos, los datos más recientes indican que esta tendencia positiva debería mantenerse a medio plazo, especialmente considerando que los suizos son atraídos principalmente por el sol, la playa y diversas formas de turismo activo y urbano.

La oferta turística española, diversa y en constante expansión, ha ganado terreno gradualmente en segmentos cada vez más amplios de la población suiza. El incremento de las conexiones aéreas desempeña un papel crucial para mitigar la estacionalidad y la concentración geográfica. La sociedad suiza, altamente segmentada, cuenta con un número creciente de viajeros individuales, grupos segregados por género y numerosos grupos de interés con enfoques que abarcan desde el senderismo y el yoga hasta el flamenco, la agricultura ecológica, la equitación y la práctica del golf, entre otros.

Estas actividades, a menudo realizadas en el extranjero, ofrecen a España la oportunidad de destacar su diversidad de recursos tanto entre las empresas turísticas como entre los consumidores finales.



Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

En un mercado suizo maduro y de elevado poder adquisitivo, la percepción de España juega un papel crucial en la influencia del volumen de negocios. En este país, gran parte de la actividad de consumo relacionada con viajes se motiva por aspectos de salud y bienestar, el clima agradable, la desconexión de la rutina, la apreciación de la naturaleza y la participación en actividades deportivas. Aunque España ofrece diversas oportunidades en estos ámbitos, los operadores especializados desempeñan un papel fundamental en la comercialización, si bien se reconoce la necesidad de fortalecer la comunicación directa con el público final.

La colaboración con marcas y operadores consolidados en el mercado suizo es una práctica extendida que facilita una mayor penetración en diversos grupos de consumidores, mejorando la imagen promocional, especialmente en un público caracterizado por su conservadurismo. Además, es crucial considerar el prestigio individual y social asociado a la participación en eventos específicos, actividades particulares o la visita a lugares de moda. Dada la atracción que algunos eventos franceses e italianos ejercen, sería beneficioso dar a conocer eventos destacados en España, priorizando estratégicamente para atraer la atención del público más exigente y situar los destinos de celebración en su agenda.

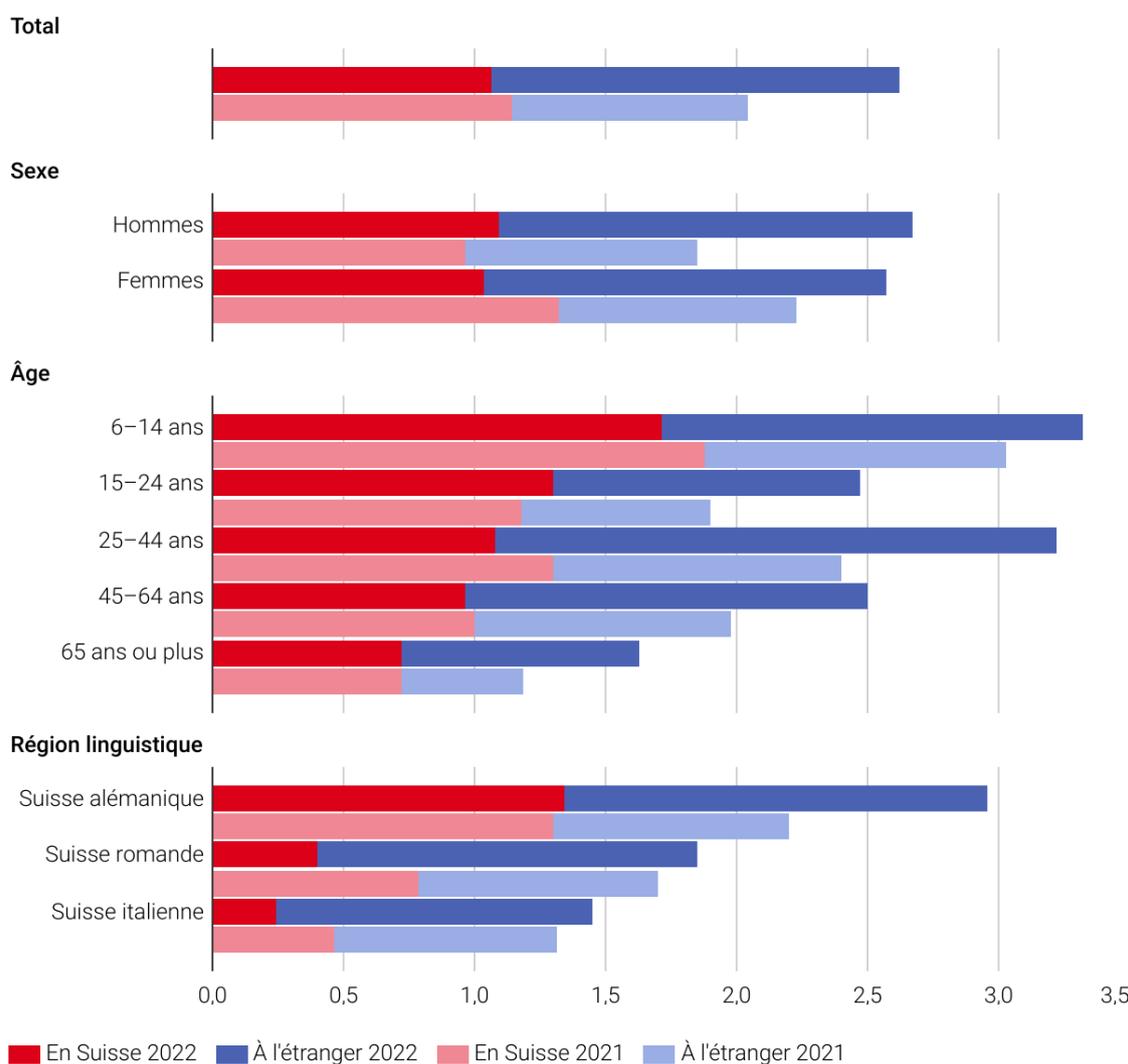
ANEXO:

GRAFICOS, TABLAS Y MAPAS

Tabla 1: Características sociodemográficas del turista suizo.

Voyages avec nuitées par personne

24



Source: OFS – Comportement en matière de voyages

© OFS 2023

Fuente: Bundesamt für Statistik. Reisen der Schweizer Wohnbevölkerung 2021, octobre 2022.



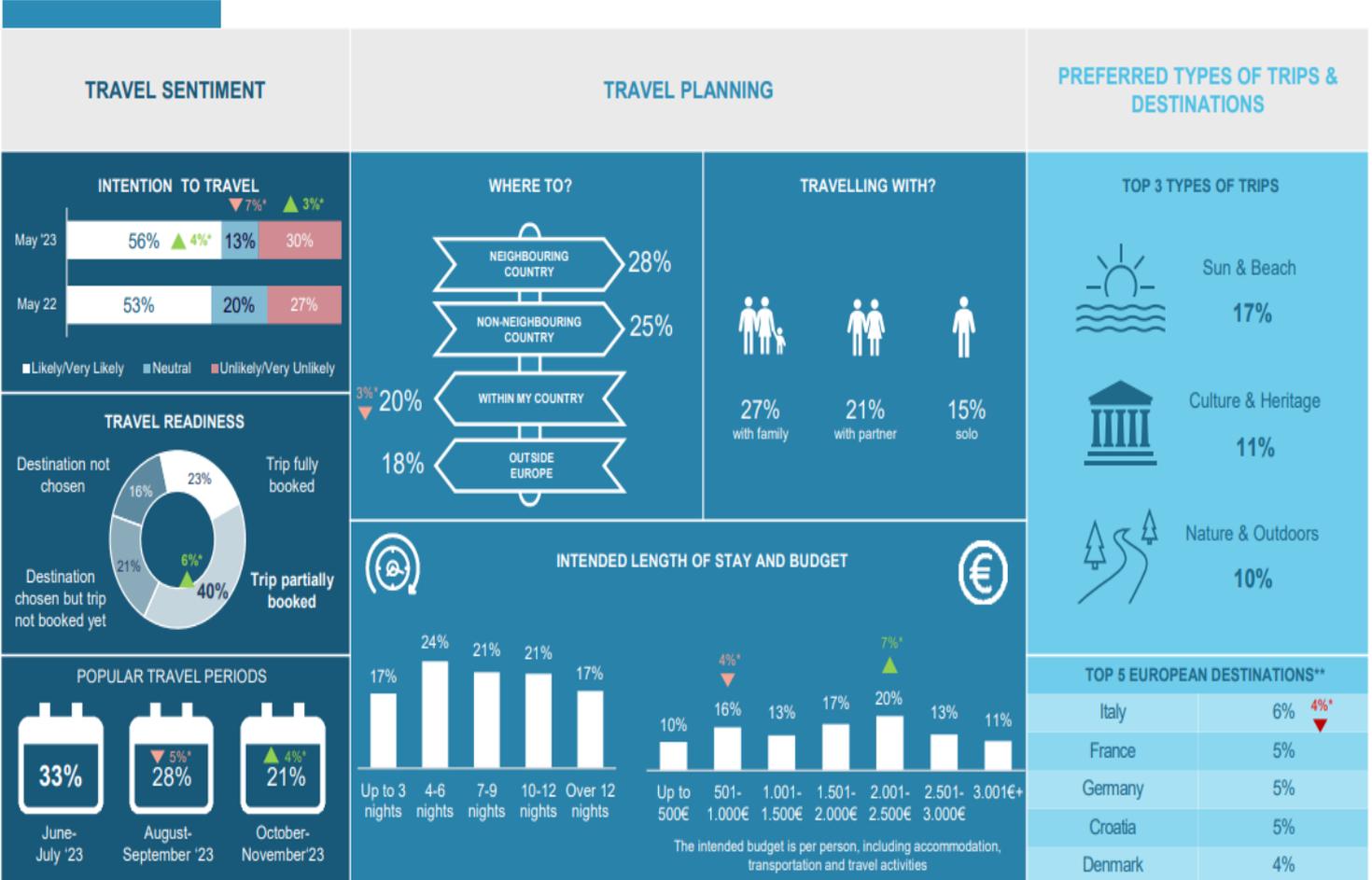
MERCADO EMISOR

SUIZA 2024

Imagen 1: Planes de viaje de los suizos

SNAPSHOT: SWISS TRAVEL PLANS

Travel horizon: June-November 2023



* Significant increase ▲ or decrease ▼ vs the same time last year

** Based on total sample, without reference to domestic trips

No. of respondents: 485 (total sample of respondents per country)

Fuente: Monitoring sentiment for domestic and intra-european travel, octubre 2023.



85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 