

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

Noruega 2025 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Oslo

NIPO: 219-25-003-0.

Junio 2025



TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

El Turismo en Noruega representa un volumen del PIB relativamente limitado, según la última cuenta satélite es del 3%, lo cual se encuentra muy lejos del porcentaje en España. Noruega por tanto es un país que no recibe mucho turismo.

Sí son viajeros los Noruegos, durante el año 2024 realizaron casi 12 millones de viajes, lo que es más del doble de la población del país. De ellos 6 millones son viajes domésticos (dentro de Noruega), casi 2,75 millones son al extranjero y algo más de 3 millones son viajes que combinan estadias en el extranjero así como en la propia Noruega.

El gasto turístico de los Noruegos durante 2024 fue de casi 214.000 millones de Coronas Noruegas, lo cual hace un gasto medio por viaje de algo más de 18.000 coronas noruegas, al cambio en el momento de elaborar este informe ronda los 1.600 euros.

4

Sin embargo, este gasto difiere en función de si se hace dentro o fuera de Noruega. La estadística noruega como hemos mostrado anteriormente distingue entre viajes dentro y fuera de Noruega y una categoría mixta con viajes combinados. Sin embargo, el gasto no lo desagrega en 3 categorías, sino sólo en viajes dentro y fuera de noruega. Por tanto a la hora de calcular el gasto debemos prorratear qué porcentaje de este gasto combinado corresponde a cada uno. Los resultados muestran claramente que el gasto fuera de noruega (más de 26.000 Coronas, unos 2.200 euros) es casi el doble del interior (algo más de 14.000 Coronas, unos 1.100 euros).

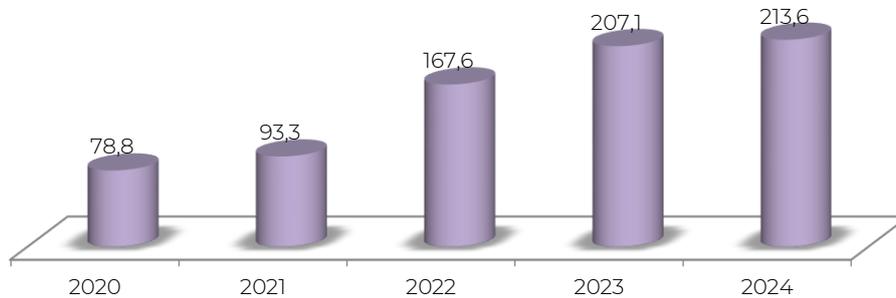
Las motivaciones viajeras son predominantemente vacacionales, 11 millones de viajes son por vacaciones y 2.4 millones por motivos de negocio. (No sumando ambas cantidades el total de viajes porque hay viajes con una modalidad mixta).

El medio de transporte empleado varía mucho. Mientras que en los viajes dentro de Noruega el coche es mayoritario suponiendo el 72,2%, en el caso de los viajes fuera de Noruega el uso del coche se reduce hasta el 24,31% mientras que el avión supone el 69,01%, el resto de medios de transporte son muy poco significativos.

Volumen del mercado por gasto

Tras el año de la pandemia y 2021 de recuperación el mercado noruego se ha vuelto a situar en cotas máximas siendo el gasto en 2024 de 213.600 millones de coronas (algo menos de 20.000 millones de euros). De ellos 116.820 millones son gasto en turismo doméstico y 96.830 suponen gasto de turismo exterior.

Gasto Total (miles de millones de coronas)



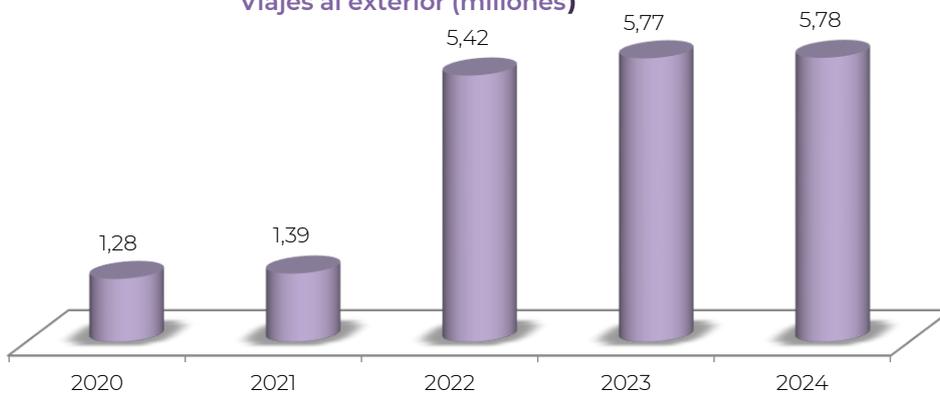
Fuente: Statistisk sentralbyrå (SSB)

Volumen del mercado por número de viajes

El número de viajes al exterior (incluyendo los que son exclusivamente fuera de Noruega como los que combinan estancia dentro y fuera de Noruega), tras subir significativamente en 2022 apenas ha variado entre los años 2023 y 2024.

5

Viajes al exterior (millones)

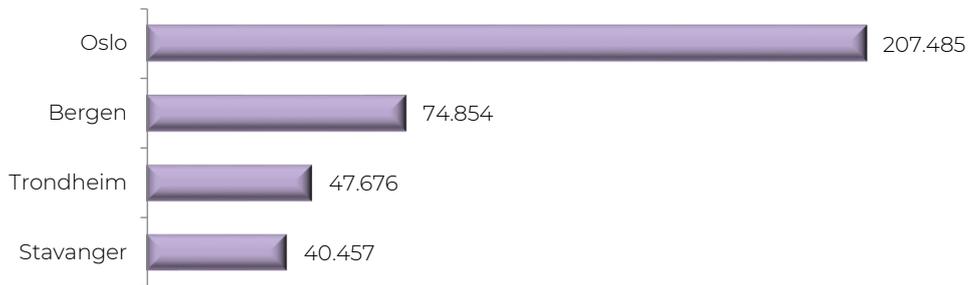


Fuente: Statistisk sentralbyrå (SSB)

Principales áreas emisoras

Avinor, el gestor aeroportuario noruego (equivalente a Aena) publica estadísticas del número de movimientos en los aeropuertos, no distingue cuales son de llegada y de salida pero nos permite hacernos una idea de la magnitud. Destaca, como no podría ser de otra manera, la capital, Oslo.

Principales áreas emisoras (número de viajes)

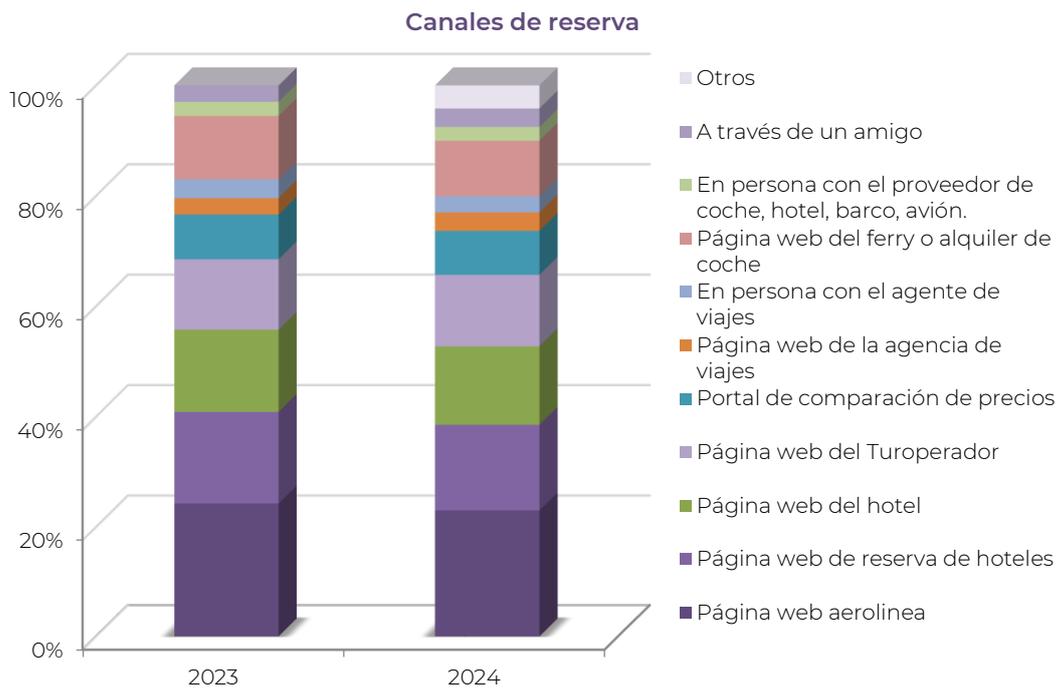


Fuente: Avinor

Organización del viaje y reservas

Durante el último año el siguiente porcentaje de noruegos que han viajado han usado los siguientes canales:

6



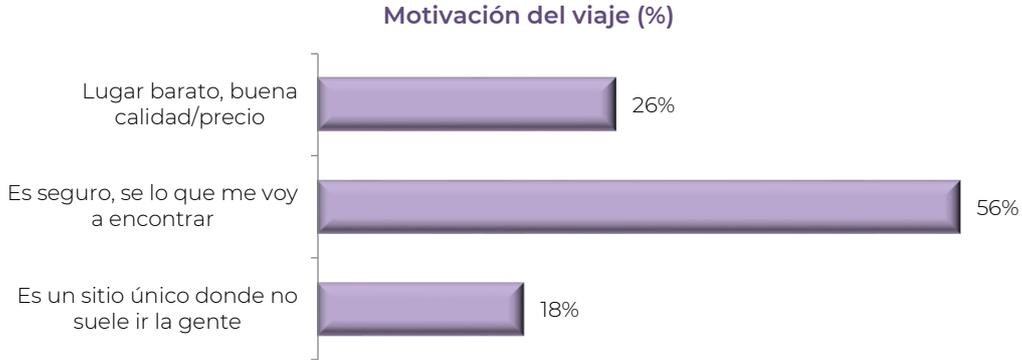
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Nordic Leisure Travel Barometer 2023/2024

La intervención de agencias y TUOPERADORES supera el 21%, lo cual es un porcentaje significativo del volumen total.



Comportamiento viajero

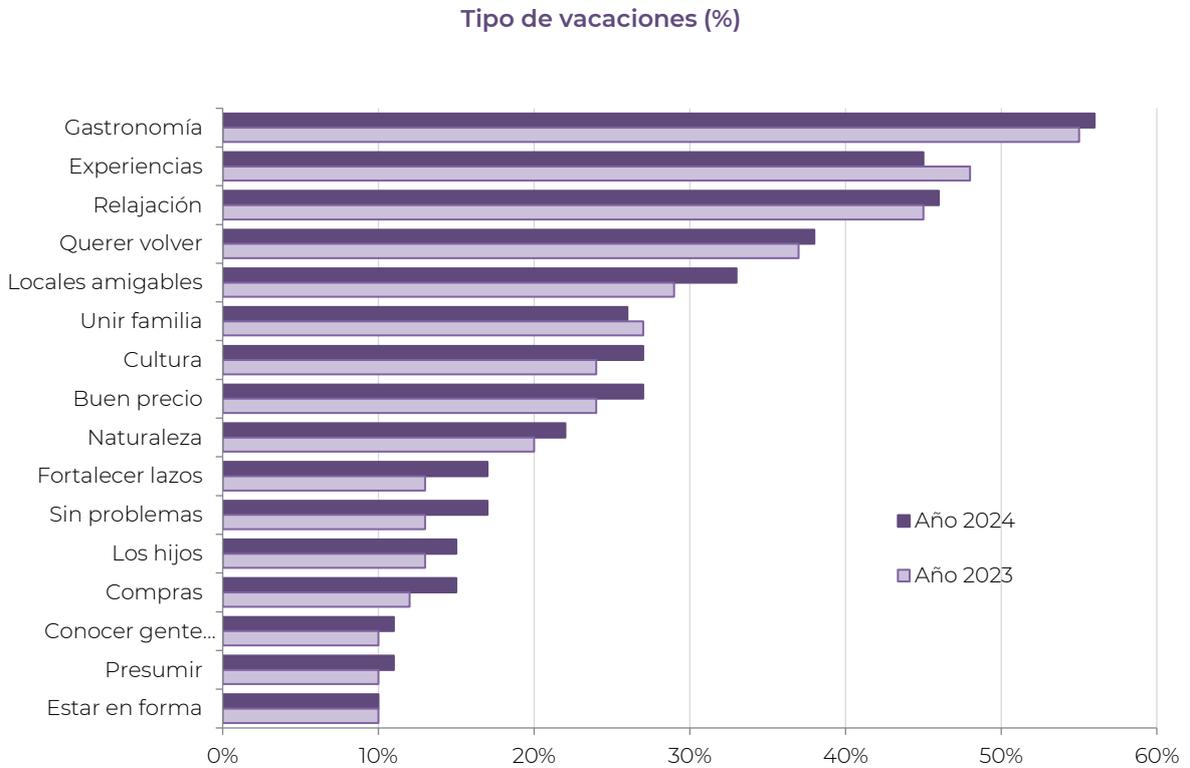
Las principales motivaciones para viajar de los noruegos son las siguientes (destacando la seguridad como elemento principal:



Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2023/2024

7

Los viajeros noruegos buscan principalmente en España gastronomía, experiencias aunque ha caído levemente desde 2023- y relajarse:

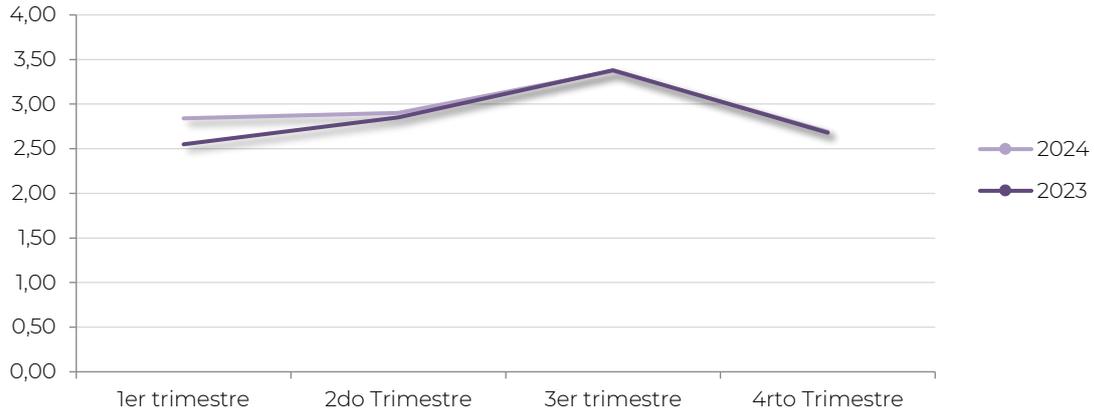


Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2023/2024



En relación a la estacionalidad, si bien existe ya que es el tercer trimestre en el que más se viaje (julio, agosto y septiembre) no resulta muy acuciada, esto se debe principalmente a que durante el duro invierno noruego se produce un número significativo de viajes.

Estacionalidad (número de viajes)

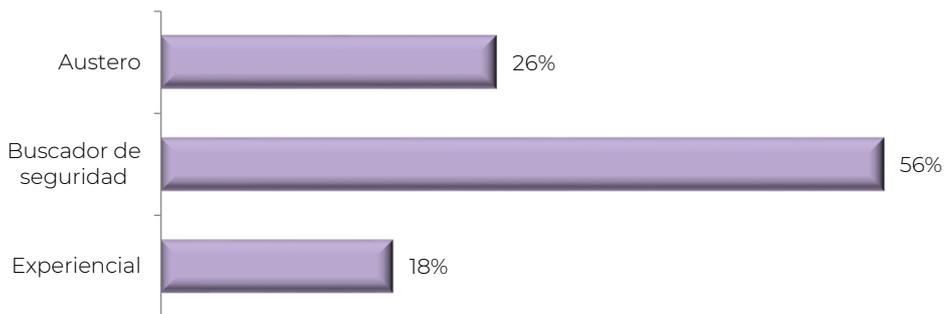


Fuente: Statistisk sentralbyrå (SSB)

8

Segmentación de la demanda

Clasificación viajero(%)



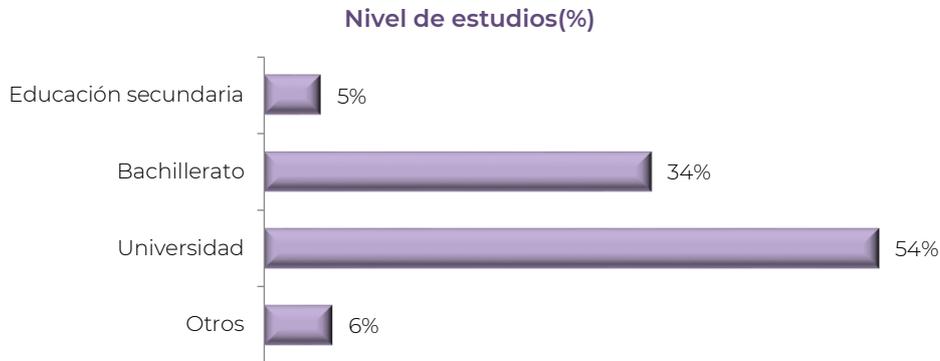
Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2023/2024

Perfil del viajero

A continuación se exponen las principales características sociodemográficas del viajero Noruego)(En todos los casos la fuente es Nordic Leisure Travel Barometer)

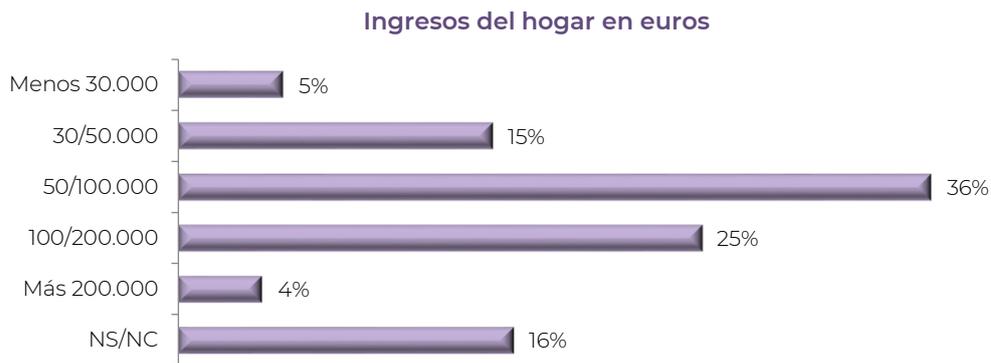


Según su nivel de estudios:

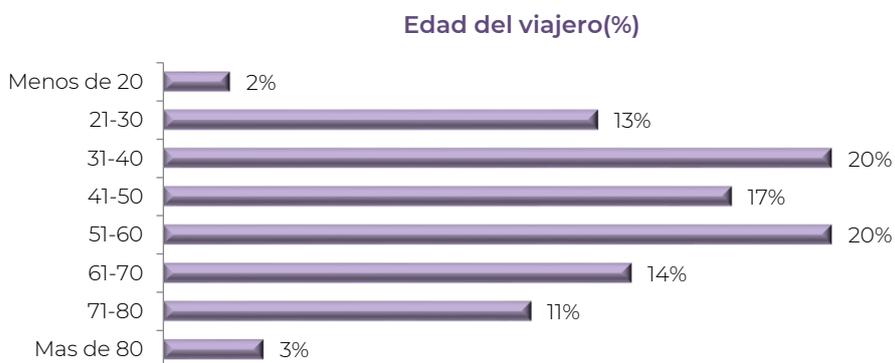


Según sus ingresos:

9

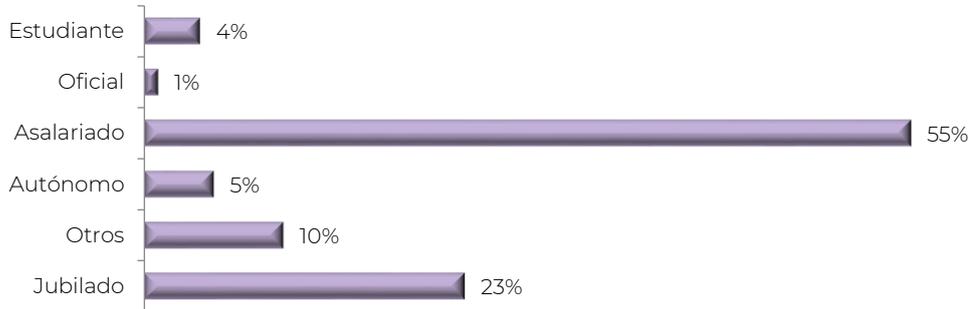


Según su edad:



Según su ocupación:

Ocupación(%)



Productos turísticos demandados

De conformidad con todo el análisis realizado parece que lo que más mueve a los noruegos es la gastronomía y el turismo de experiencias, valorando principalmente la seguridad en el destino (tienden a repetir los mismos destinos). Si bien el componente económico se ha visto incrementado ligeramente motivado por la devaluación de la corona noruega sigue estando bastante lejos de la seguridad.

10

Los noruegos son muy viajeros, y lo hacen en todas las franjas de edad, además, y dado el desahogo económico de un país rico los más viajeros son la clase media.

De todo lo anterior podemos concluir que el turismo gastronómico, de relajación y de experiencias son los más demandados, siempre en un ambiente seguro.

Lo son en mucha menor medida el turismo de naturaleza o el de compras.

Conclusiones y tendencias

Noruega es un país cuyos habitantes tienen una alta capacidad adquisitiva que disfruta de una de las mejores calidades de vida del mundo y con una naturaleza envidiable. Es por ello que el turismo de lujo, naturaleza resulta en principio poco atractivo para los noruegos.

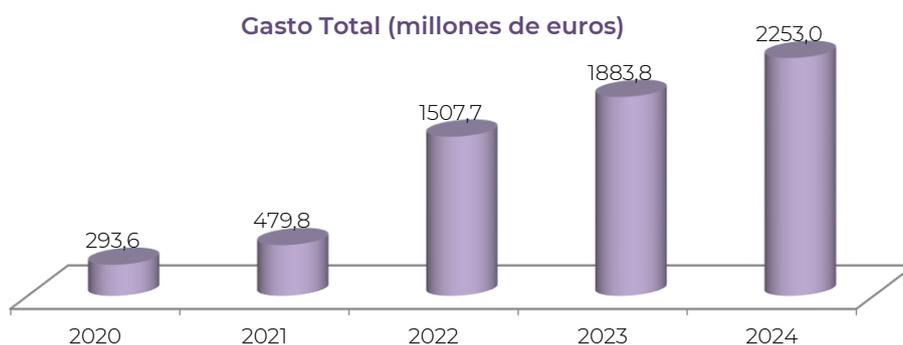
El coste del viaje ocupa un componente secundario, si bien es cierto que motivado por la inflación y la devaluación de la corona ha adquirido peso, aunque el viajero noruego no es derrochador.

Nos encontramos con un mercado donde los turoperadores siguen desempeñando un rol muy importante (muy probablemente vinculado a la seguridad que buscan los viajeros) y donde podemos destacar el incremento de la búsqueda de una población local amigable como principal cambio en sus motivaciones.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

En los últimos años se ha producido un incremento importante del gasto total realizado por los noruegos en España.



Fuente: Egatur INE

11

Número de viajes a España

También ha crecido el número de viajes aunque su incremento porcentual es menor al del gasto, lo cual nos lleva a colegir que aumentado el gasto medio por turista.



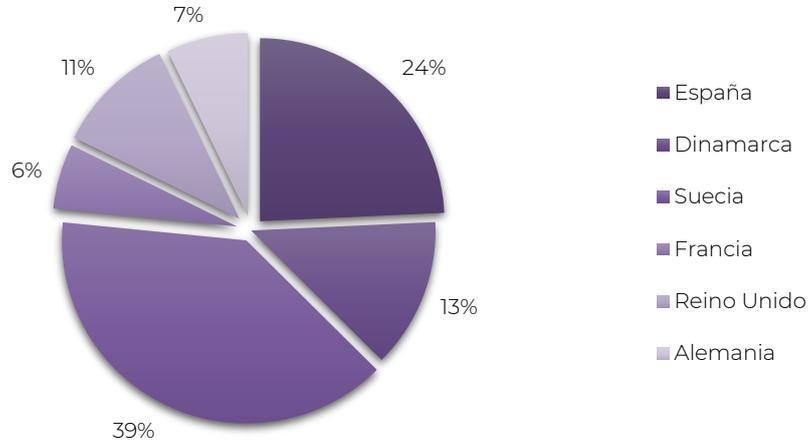
Fuente: Frontur INE

Cuota de España en el mercado turístico emisor

España compite en números con Suecia, siendo este país el único que nos supera, ello motivado por ser un país vecino. El resto de países se encuentran bastante lejos de los datos de España.



Principales destinos internacionales



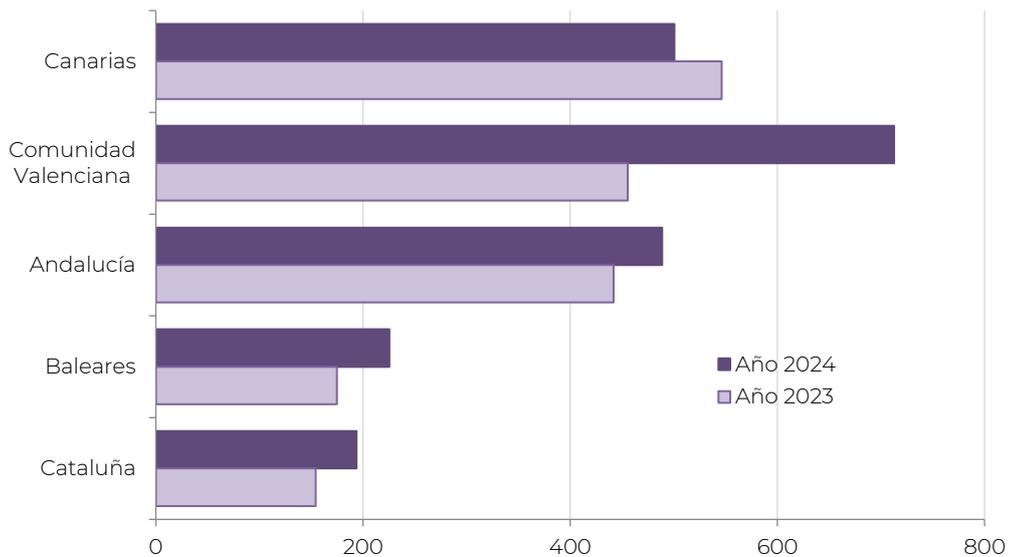
Fuente: Statistisk sentralbyrå (SSB)

12

Principales destinos en España

Dentro de España los principales destinos en España medidos por el importe de gasto realizado en ellos son comunidad Valenciana que ha experimentado un incremento muy grande y Canarias, que sin embargo ha experimento un retroceso en el último año.

Principales destinos por gasto (en millones de euros)



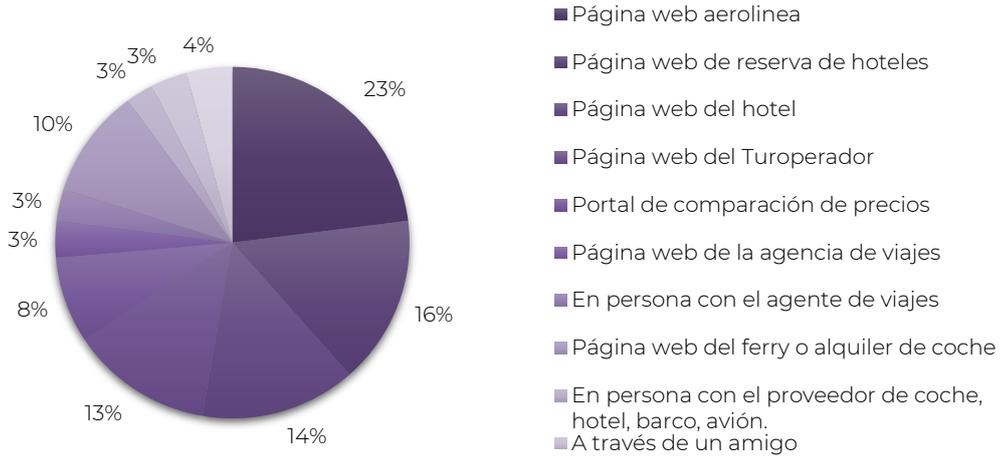
Fuente: EGATUR INE



Organización del viaje y reserva

Tal y como se ha expuesto anteriormente, el principal medio de reserva es a través de la página web de la aerolínea, el porcentaje de casos en que interviene una agencia o TUOPERADOR se sitúa en torno al 21%.

Canales de reserva

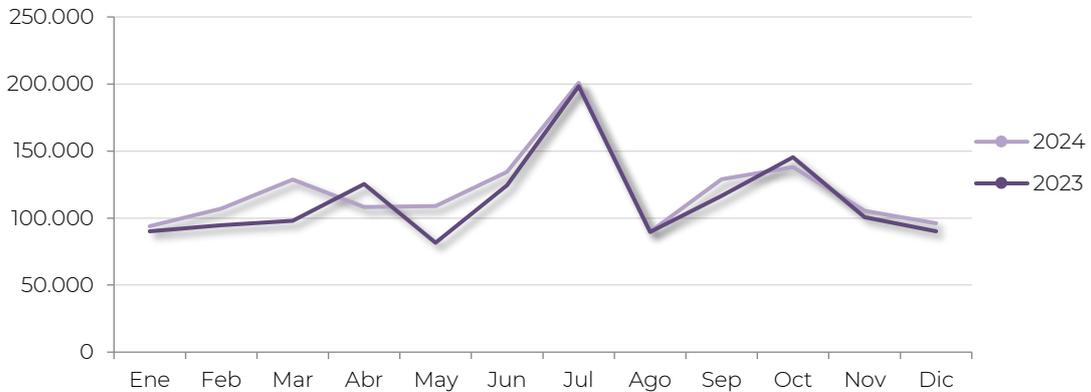


Fuente: Extrapolación de datos Nordic Leisure Travel Barometer 2024

Comportamiento viajero

Dentro de España existe algo más de estacionalidad que en el patrón de viajes noruegos en general, centrándose los viajes en julio que es el mes en que la mayoría de noruegos coge sus vacaciones. Por otro lado, la inmensa mayoría de viajes se realizan por vacaciones, siendo minoritarios los laborales.

Estacionalidad



Fuente: Frontur INE



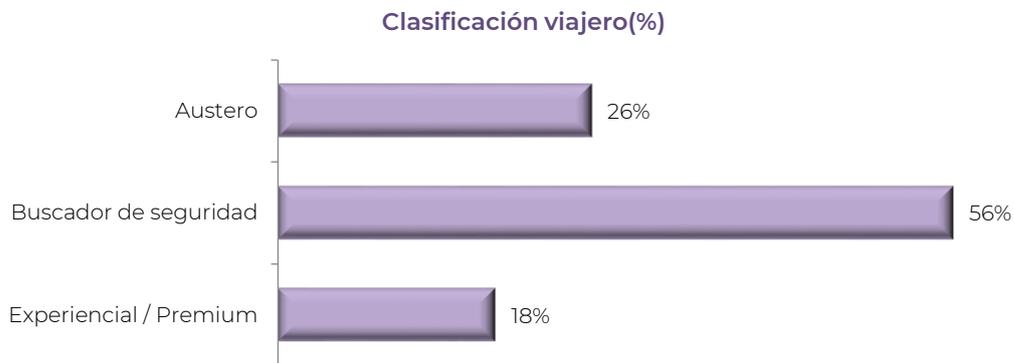


Fuente: Statistisk sentralbyrå (SSB)

Segmentación de la demanda

14

La segmentación de la demanda del turista noruego en general era la siguiente:



Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2024

Como puede verse hay una clara preponderancia en general del viajero que busca seguridad en el destino.

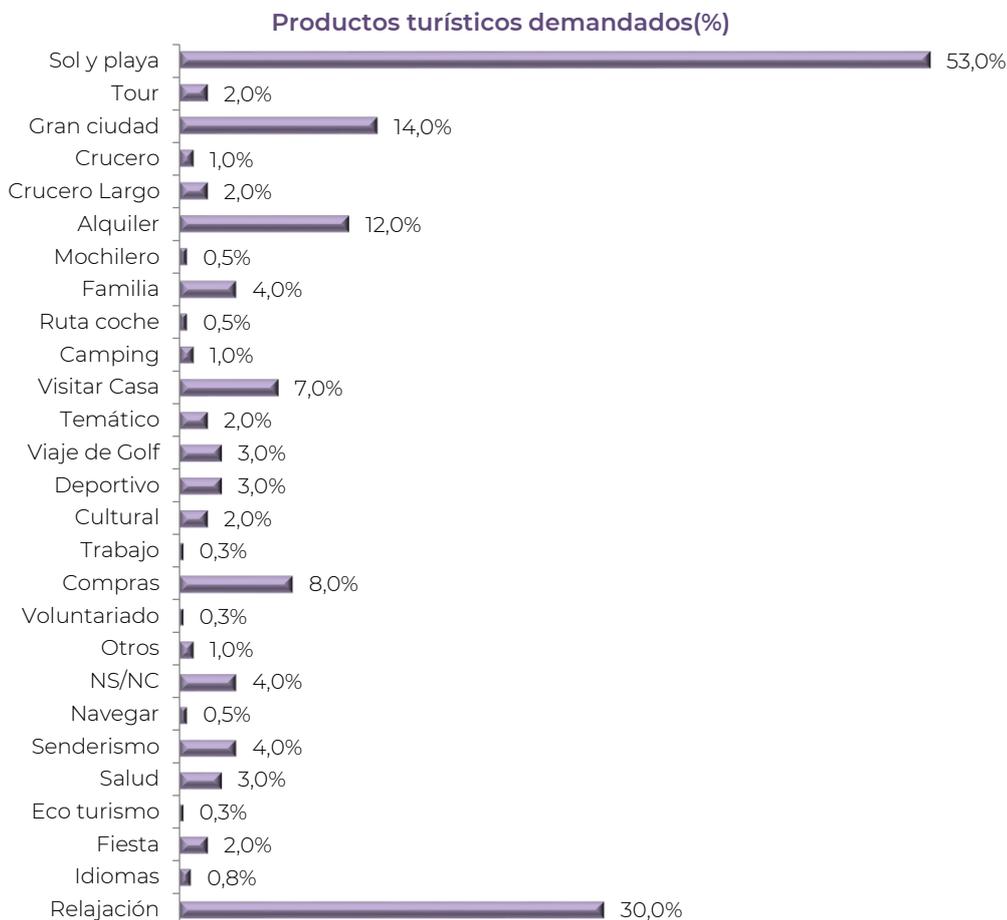
Perfil del viajero

No existen datos en este sentido concretos para España más allá de la clasificación general de viajeros noruegos.



Productos turísticos demandados

A continuación se exponen los principales productos turísticos demandados, destacando claramente “Sol y Playa”.



Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2024

Conclusiones y tendencias

España sigue siendo un destino considerado por los Noruegos mayoritariamente como de sol y playa, si bien hay algunas zonas que se cuegan entre las más deseadas por los turistas Premium (Madrid, Barcelona, Canarias).

Debe destacarse el gran crecimiento que se ha producido en la Comunidad Valenciana y la pequeña caída en Canarias.



Por último no debe de perderse la atención a las agencias y TUOPERADORES, la búsqueda de seguridad de los Noruegos puede estar detrás de que sigan siendo un canal muy relevante.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

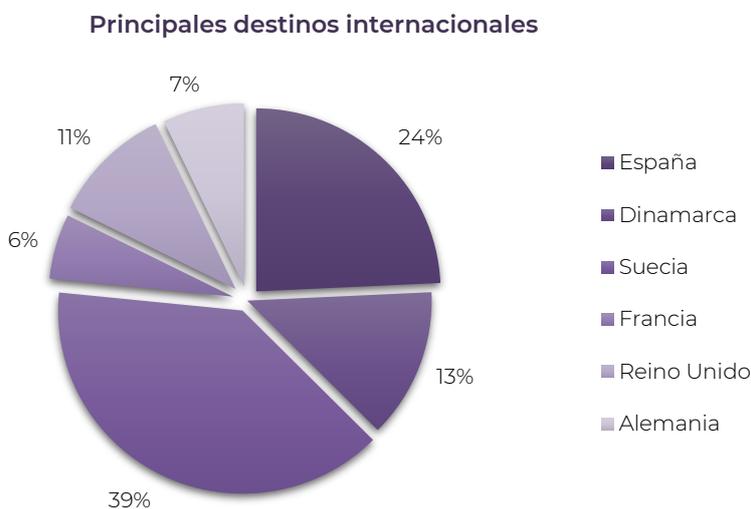
Análisis de la competencia

Debe de tenerse en cuenta que una cosa es quienes son los competidores de España en número y otra muy diferente los competidores porque ofrecen algo similar a lo que el viajero busca. Así en el primer caso serían los suecos mientras que en el segundo salen a la palestra otros destinos como Croacia, Italia, Turquía. En relación a estos últimos España sigue estando claramente a la cabeza.

Posicionamiento e imagen de España

16

En relación al número de viajes, los principales competidores de España son los siguiente que ya se expusieron anteriormente:

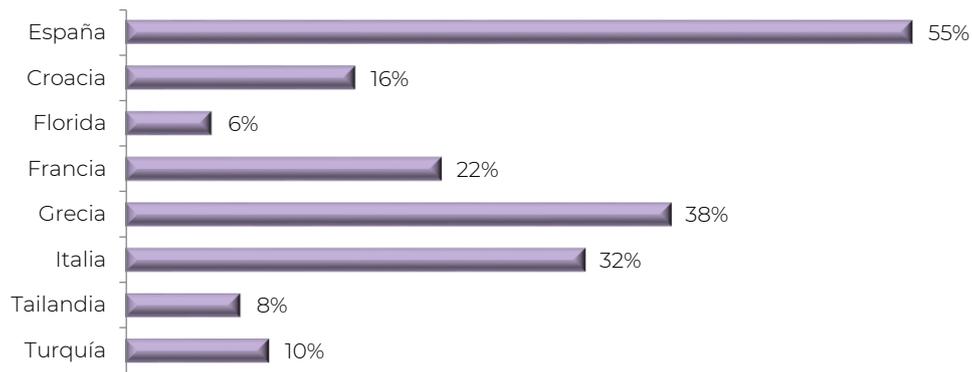


Fuente: Statistisk sentralbyrå (SSB)



Sin embargo, no debe de obviarse que lo que busca un viajero que va a Suecia no es lo mismo que lo que busca un viajero que va a España. Los principales competidores de España porque se busca un producto similar son los siguientes:

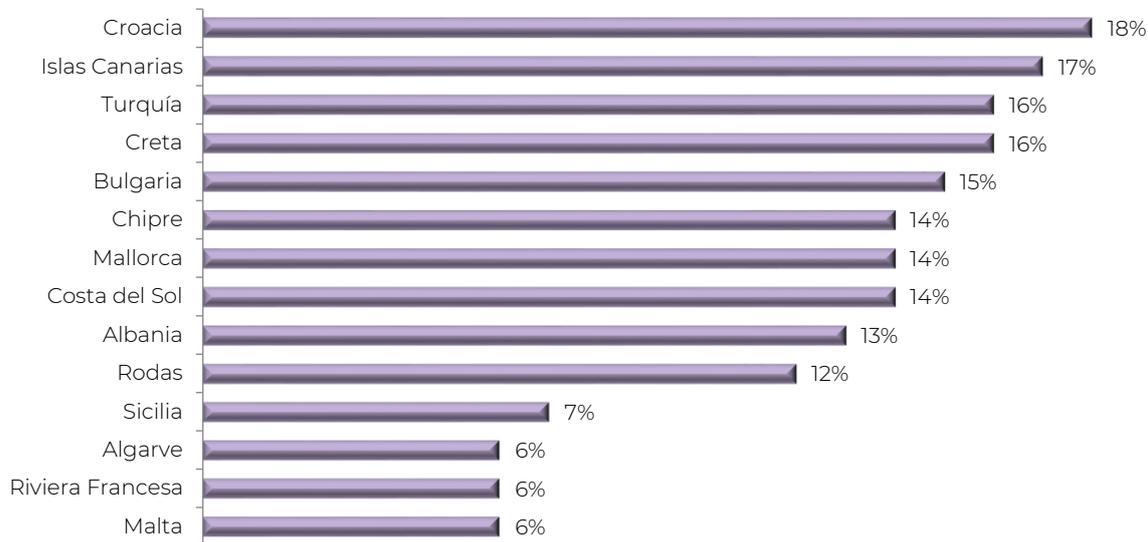
Principales competidores de España



Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2024

Asimismo, entre la categorización de 3 tipos de viajeros el estudio Nordic Leisure Travel Barometer establece cuáles son los destinos preferidos para el viajero austero en un viaje de 1 semana:

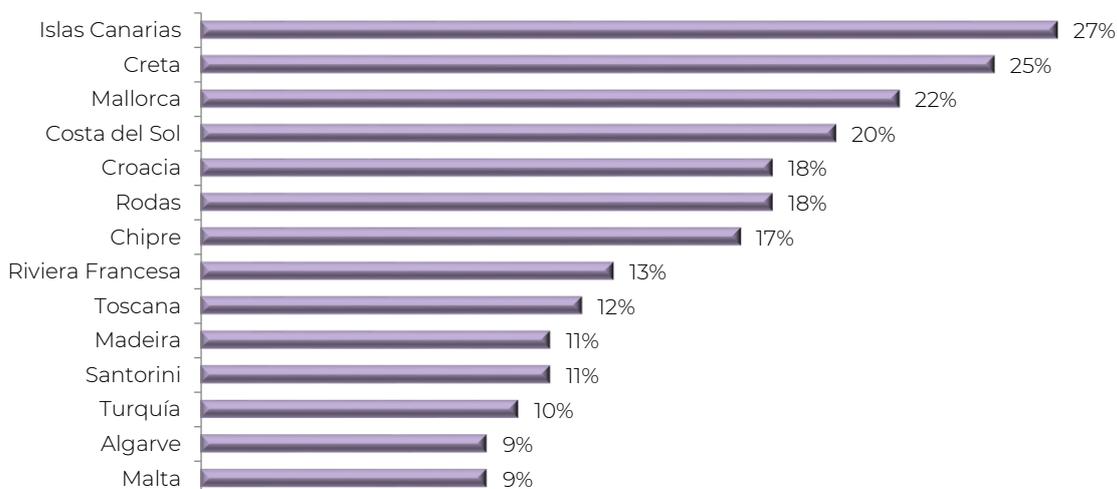
Principales competidores de España



Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2024

Para el viajero que busca seguridad sus destinos favoritos son los siguientes –en viajes de 1 semana–:

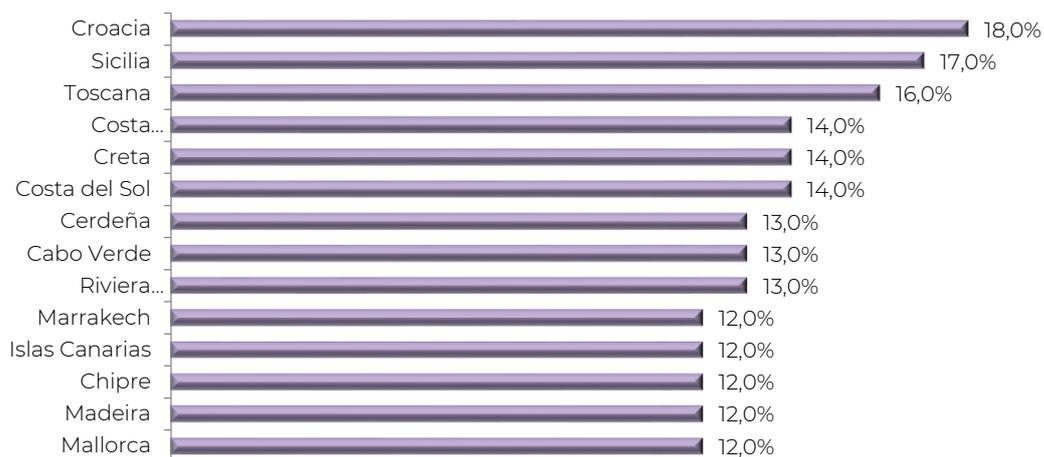
Principales competidores de España



Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2024

Por último, para el viajero que busca nuevas experiencias (Premium) los destinos considerados son los siguientes –para un viaje de 1 semana–:

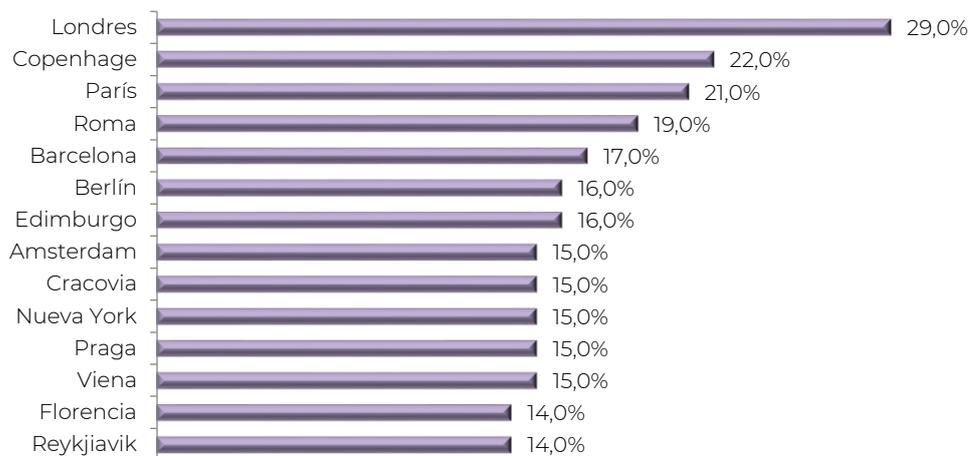
Principales competidores de España



Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2024

En cambio, sí que va a destacarse que en el caso del viajero experiencial (Premium) para viajes más cortos, de un fin de semana, Barcelona aparece en quinto lugar.

Principales competidores de España



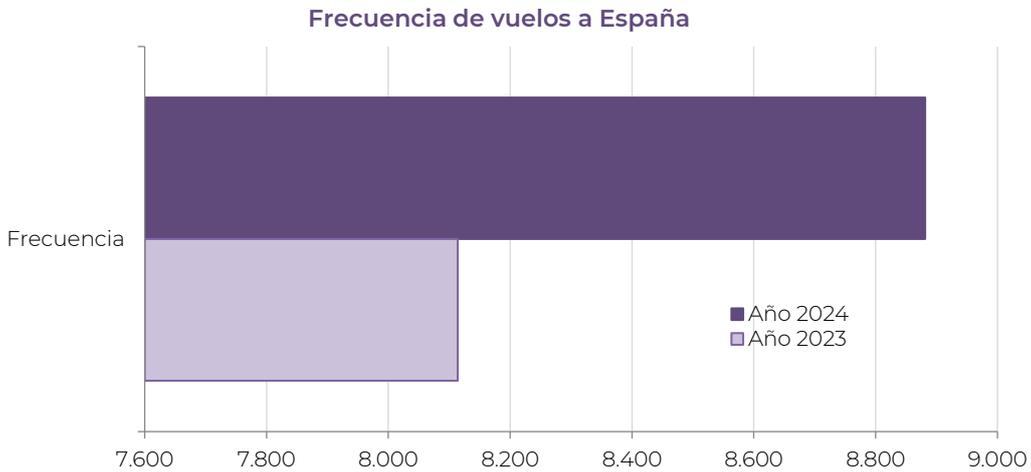
Fuente: Nordic Leisure Travel Barometer 2024

Como conclusión puede decirse que destinos Españoles están muy considerados para aquellos viajeros cuya principal motivación es la seguridad y el precio, no tanto para los viajeros Premium salvo para viajes cortos a Madrid y Barcelona.

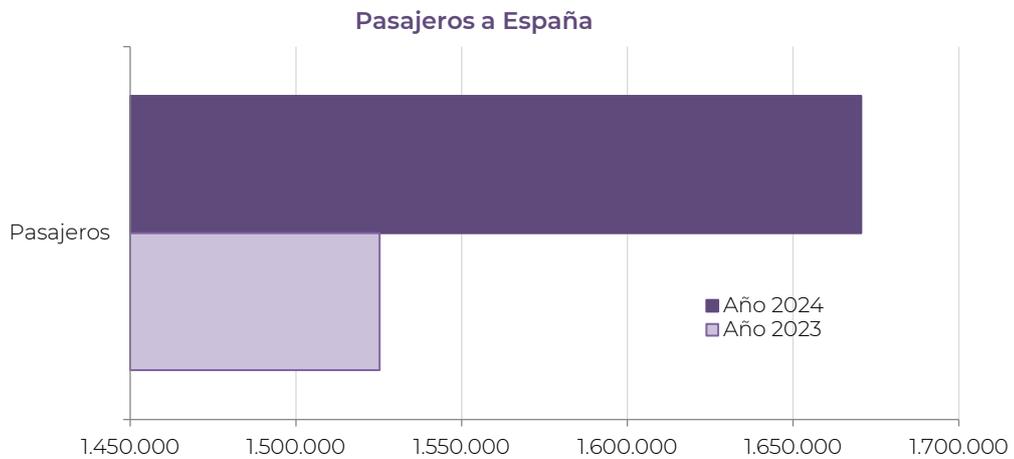
Conectividad aérea con España

En relación a la frecuencia se ha producido un notable incremento en 2024 comparando con 2023:

20



Fuente: OAG



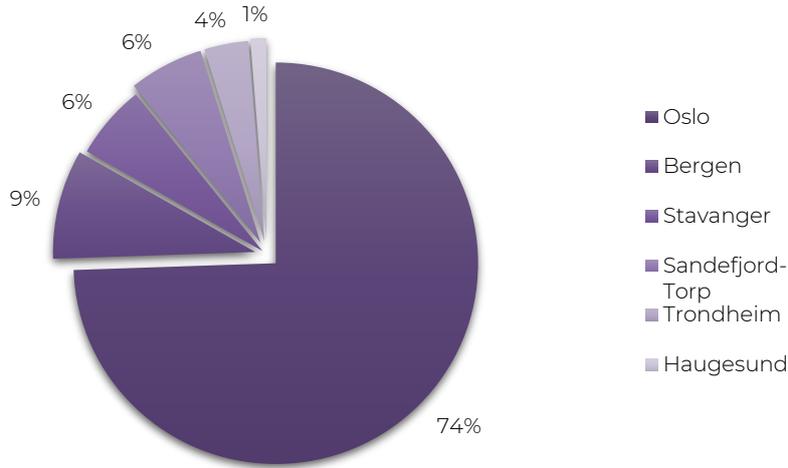
Fuente: OAG



De las casi 9.000 frecuencia durante 2024, Norwegian tiene alrededor de 5.000 frecuencias, Scandinavian airlines 1300, mientras que Sunclass e Iberia algo más de 500 cada una.

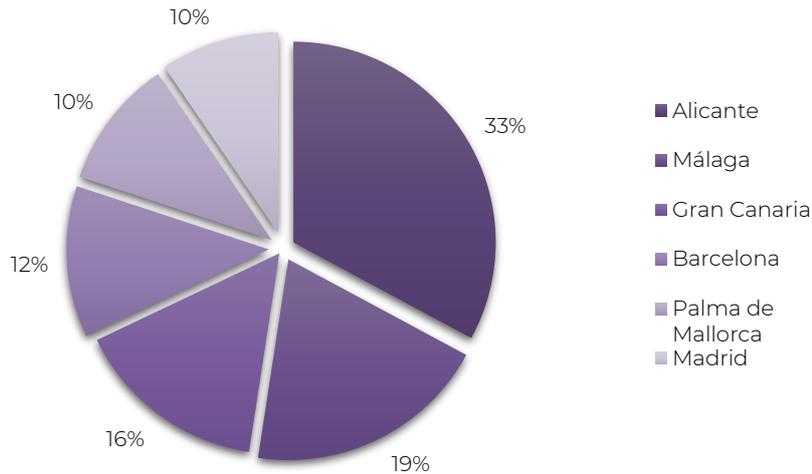
El principal aeropuerto de origen con diferencia es Oslo, en relación al destino destaca Alicante seguido de Málaga y Gran Canaria.

Principales aeropuertos de origen



Fuente: OAG

Principales aeropuertos de destino



Fuente: OAG

Tramitación de documentos de viaje

No es necesario visado.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

El margen de crecimiento de España resulta pequeño, teniendo en cuenta que se realizan alrededor de 1.5 millones de viajes a España y que la población Noruega ronda los 5,5 millones. Los noruegos han gastado significativamente más en España el último año.

El mercado Noruego sigue siendo TUOPERADO en un porcentaje significativo.

22

Debe tenerse en cuenta que Noruega se trata de uno de los países del mundo donde la naturaleza resulta más espectacular y además que en verano las temperaturas resultan más suaves que las españolas.

Previsiones a medio plazo

Si bien es cierto que el aumento en volumen de manera significativa es difícil que se logre, puede producirse un cierto aumento en los meses de invierno (dado que el clima en Noruega es muy duro) así como una redistribución dentro de España.

Es previsible igualmente que el rol de los TUOPERADORES descienda dado que cada vez más los turistas reservan las vacaciones por su cuenta.

Existe asimismo un importante margen de mejora en los viajes de trabajo (viajes con un gran valor añadido) donde se cree que sí que existe margen de crecimiento.

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

Básicamente existen dos factores de riesgo, el primero es el cambio climático que puede provocar que en verano España se convierta en un país demasiado caluroso, el segundo que se perciba por parte de los noruegos que existe un rechazo hacia el turismo en España.



85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 