

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

SUECIA 2026
Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

Si bien aún no se han publicado datos globales de viajes referentes a 2025, los datos de 2024 señalan que la población sueca mayor de 18 años realizó un total de 17,7 millones de viajes al extranjero, con una media de 2,1 viajes por persona. El total de viajes realizados, incluyendo los domésticos ascendió a 160 millones.

España es el principal destino en número de viajes (14% del total) seguido de Dinamarca, Noruega, Alemania, Italia (5,6%), Finlandia y Grecia (5,2%) por ese orden.

Las cifras de vuelos hacia Europa muestran que en el año 2025 apenas hubo variación en sus totales. La cifra es algo menor, pero solo en un 0,04 %. Sí se puede observar que, en cambio, en el último mes de 2025 la subida fue de un 8% con respecto al mismo mes en 2024, lo cual podría apuntar a unos mejores datos en 2026. (Fuente: Swedavia)

4

Volumen del mercado por gasto

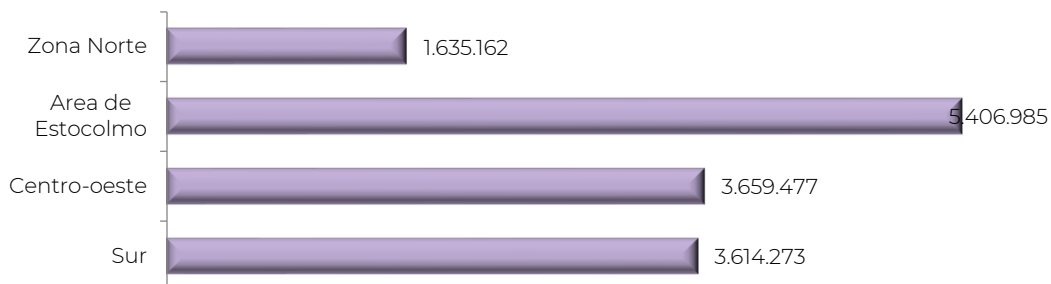
En cuanto al gasto de los suecos hay que decir que se mantiene la tendencia al crecimiento. La situación económica tras la pandemia sigue siendo débil, con poco crecimiento y un desempleo bastante más elevado de lo que solía ser habitual en el país. Pero, aun así, los suecos continúan aumentando su consumo en el extranjero.

Según datos de la Agencia para el Desarrollo (Tillväxtverket) en el 2024 se superó por primera vez el nivel prepandemia con un gasto de 163 842 millones de coronas. En el 2025 aumentó algo con respecto al año anterior y se gastaron 169 625, lo que supuso un aumento del 3,5%.

Principales áreas emisoras

Los habitantes de la zona norte del país, la más despoblada, realizaron el 11% de los viajes. Desde el área de Estocolmo se realizaron el 38%. La zona centro-oeste, que incluye Gotemburgo, alcanzó el 26% del total. Y la zona sur, que incluye Malmö, fue el origen del 25% de los viajes

Principales áreas emisoras (número de viajes)

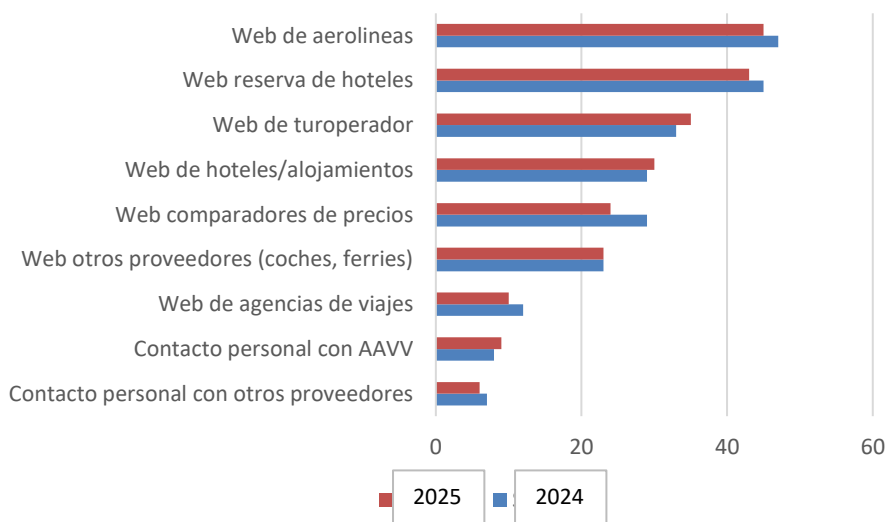


Fuente: Resurs for travel 2025 (datos 2024)

Organización del viaje y reservas

5

Canales de reserva

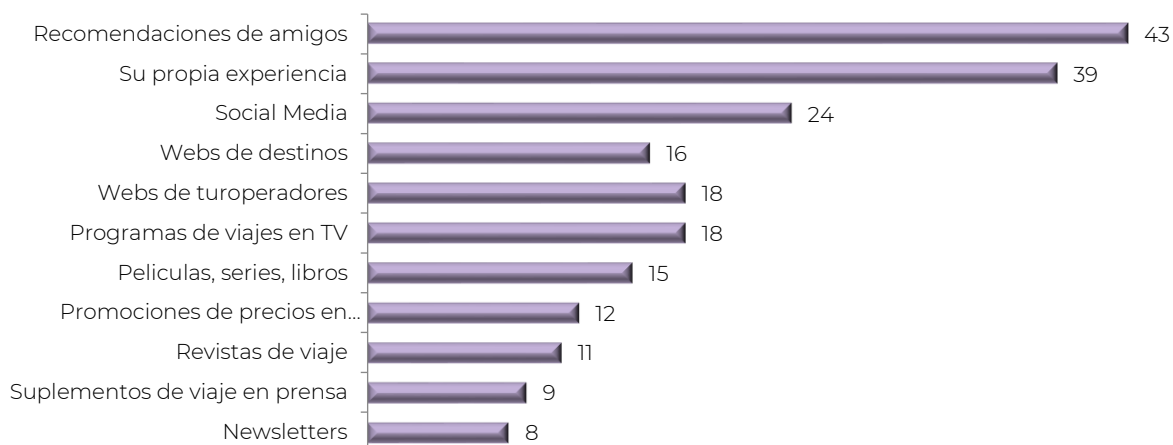


Fuente: Nordic Bench

Las reservas de viajes se realizan principalmente en canales online, y se mantienen con carácter residual las consultas directas con agentes de viajes y otros proveedores de servicios. En cualquier caso, los canales utilizados son muy variados y dependen del tipo de viaje y destino elegidos.

Para la inspiración de destinos, los suecos reconocen preferir las recomendaciones directas de amigos y sus propias experiencias. Pero a ello se añaden numerosas fuentes que no presentan grandes variaciones:

Inspiracion de viajes %.

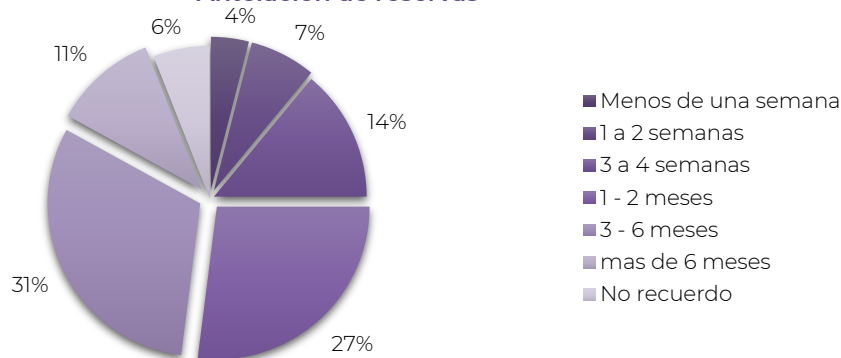


6

Fuente: Nordic Bench. Año 2025

Respecto a la antelación con que realizan sus reservas, un 11% lo hace en un plazo superior a 6 meses y un 31% de 3 a 6 meses. Solo el 25% de las reservas se realizan con menos de un mes de antelación.

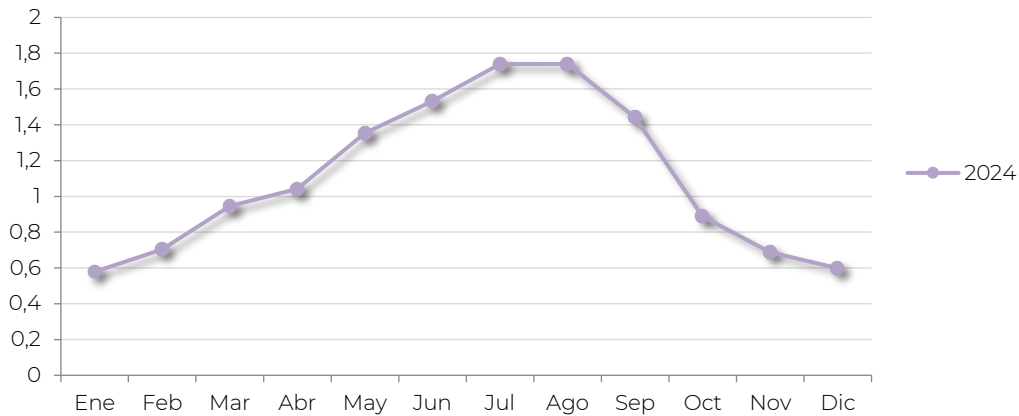
Antelacion de reservas



Fuente: Nordic Bench 2025

Comportamiento viajero

Estacionalidad (número de viajes)



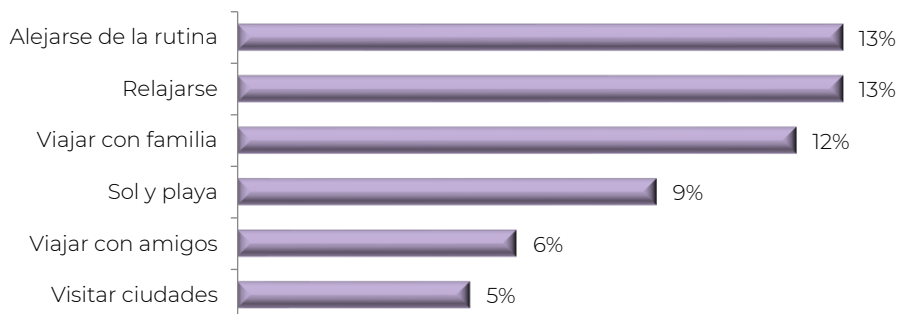
Fuente: Resus for travel

7

Los suecos realizan viajes al extranjero a lo largo de todo el año, si bien el mayor número de viajes se produce en los meses de verano. Esta distribución no presenta variaciones significativas en los últimos años, si bien se puede apreciar un ligero descenso en los viajes de invierno. Esta línea contrasta claramente con la que se corresponde con los viajes a España, donde la gráfica es mucho más plana.

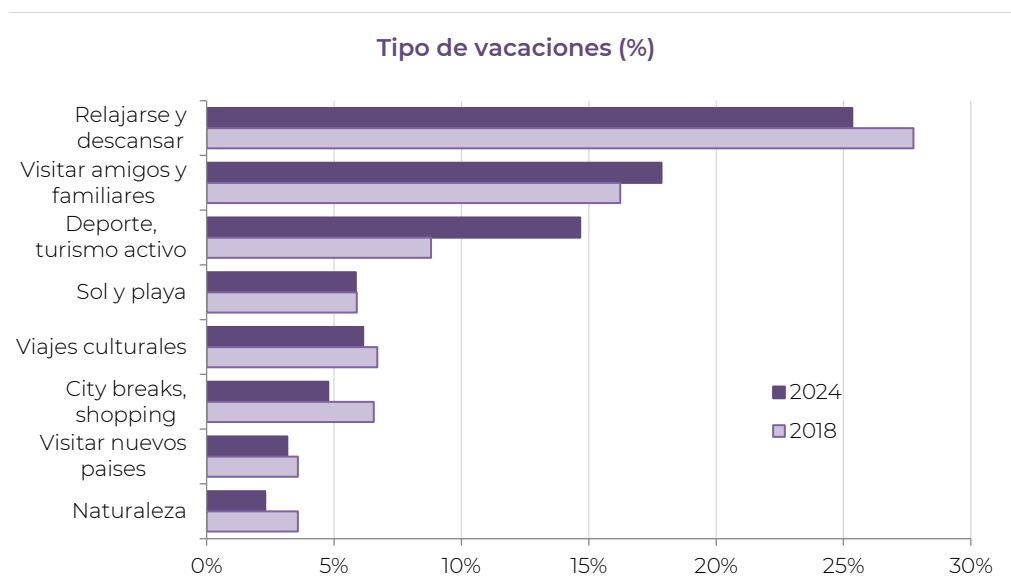
La principal razón del viaje sigue siendo el cambio de rutina, la desconexión del día a día, llevar una vida relajada. Reunirse con familias y amigos es también una importante motivación. Los motivos más mencionados en los viajes son los siguientes:

Motivación del viaje (%)



Fuente: Resurs for travel

En el tipo de vacaciones elegidos vemos algunos cambios en los últimos 5 años, aunque no son sustanciales. Se reducen ligeramente aquellos motivados por el descanso o la visita a ciudades y crecen en mayor medida los viajes relacionados con el turismo activo y los deportes.



Fuente: Resus for travel

Conclusiones y tendencias

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

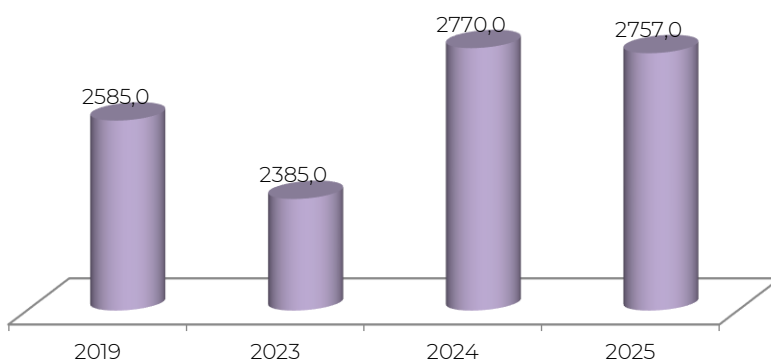
La situación económica adversa, y la inestable situación internacional siguen afectando al mercado de viajes, que no ha recuperado el volumen tradicional. No todos los tipos de viajes o de destinos se ven afectado de la misma manera, se producen descensos en los viajes de larga distancia, pero se mantienen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

En 2025 el porcentaje de población que no preveía realizar ningún viaje se incrementa ligeramente, pero esta vez no solo en viajes domésticos sino por primera vez también al extranjero. Los factores económicos y derivados de la situación geopolítica están en la base de este comportamiento.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Gasto Total (Millones de euros)

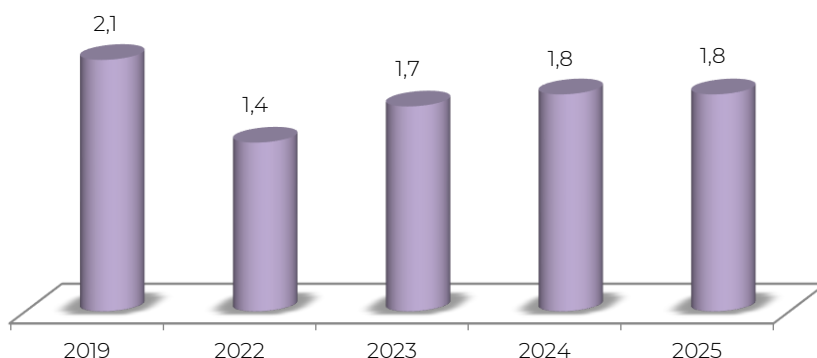


Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE (Egatur)

El gasto total de los turistas suecos alcanzó en 2024 los 2.780 millones de euros, (incremento del 16% respecto al año anterior) manteniéndose un crecimiento constante de los últimos años. Este crecimiento sin embargo se frena durante 2025, cuando se produce un mínimo descenso del -0,5%

Número de viajes a España

Viajes a España (Millones)



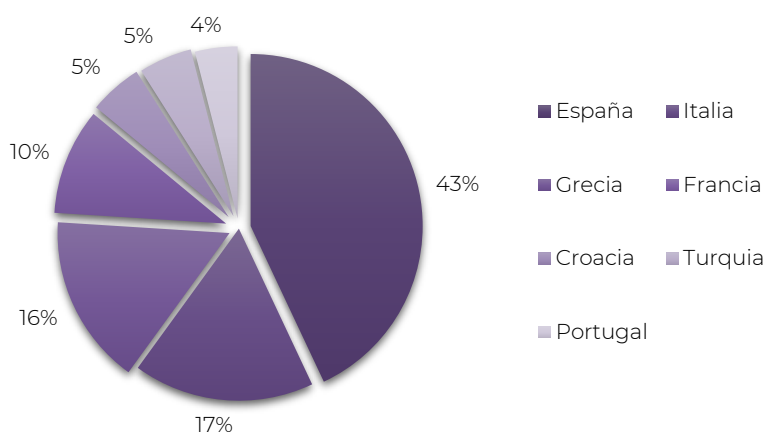
Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE (Frontur)

En 2025 se frenó el ritmo de crecimiento constante, siendo la cifra final de 1.784.831 turistas, un -2,7% menos que el año anterior.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Cuota de mercado de España y de sus principales competidores.

Principales destinos internacionales



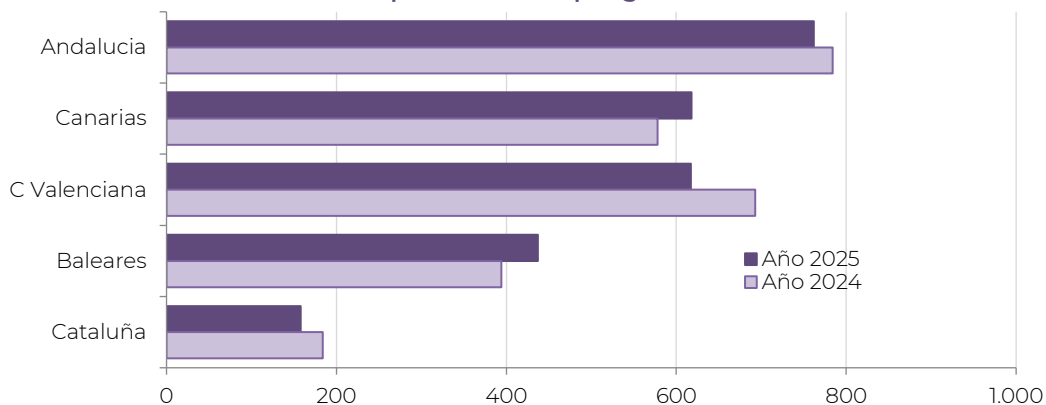
Fuente: Resurs for Travel 2024

España sigue siendo el país más visitado por los turistas suecos, por delante incluso de los propios países nórdicos vecinos.

Comparando las cifras con los viajes a los principales competidores en el mediterráneo, se constata el liderazgo indiscutible de los destinos españoles, con muy ligeras variaciones en los últimos años

Principales destinos en España

Principales destinos por gasto



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE (Egatur)

Únicamente crecen en gasto Canarias y Baleares, mientras que retroceden algo las regiones tradicionalmente más dinámicas como son Andalucía y C Valenciana.

Organización del viaje y reserva

Organización del viaje y reservas 2025



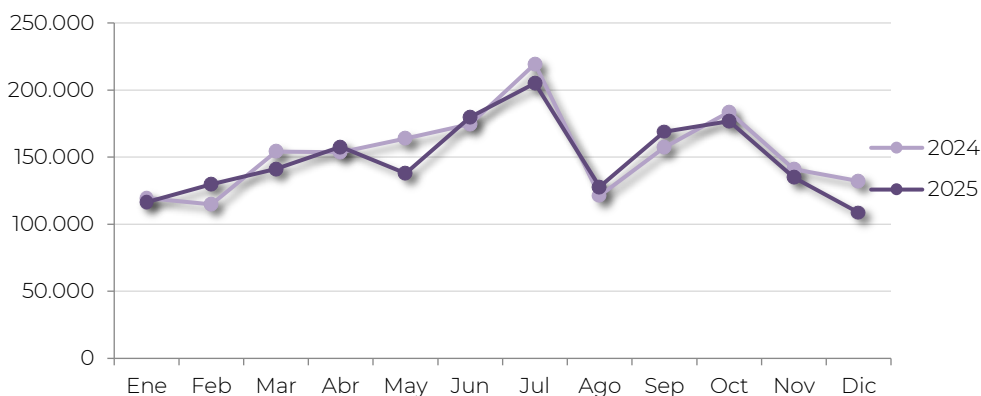
Fuente: Nordic Bench

11

Hay muchos destinos españoles bien conocidos y es frecuente la organización del viaje por el turista de manera independiente y sobre todo a través de canales online. Sin embargo, determinados destinos como Canarias, o para viajes más experienciales, es frecuente el uso de paquetes de grandes turoperadores y turoperadores especializados. Respecto a otros años aumenta notablemente el uso de comparadores de hoteles.

Comportamiento viajero

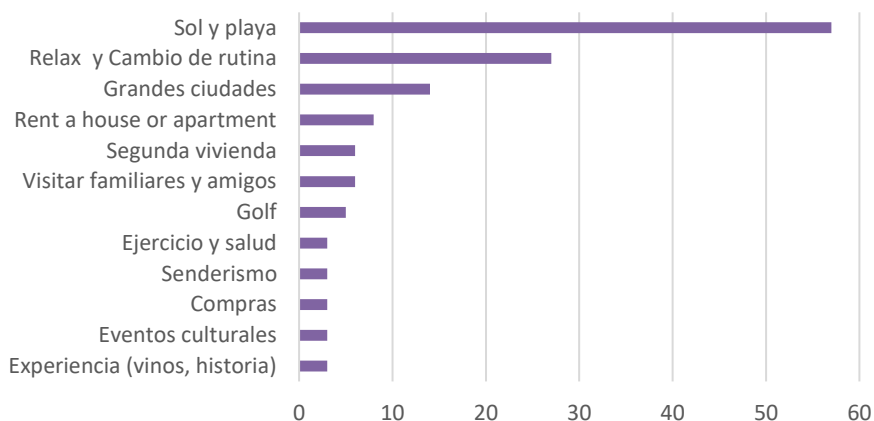
Estacionalidad



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE (Frontur)

Los turistas suecos viajan a España a lo largo de todo el año, y el gráfico anterior muestra que es un mercado muy desestacionalizado. Solo julio, el mes vacacional por excelencia en Suecia, destaca por mayor volumen. Es interesante ver como el crecimiento del mercado de estos últimos años se produce en primavera y, especialmente, en otoño.

Motivacion del viaje %

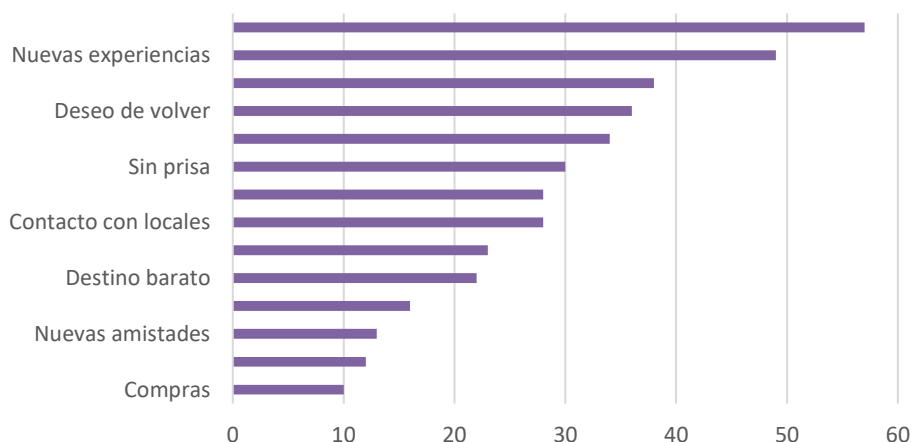


Fuente: Nordic Bench.

Dada la frecuencia viajera del turista sueco, hay muy diferentes motivaciones para cada tipo de viaje. En esta encuesta no se establece una motivación única por viaje. España es líder en viajes de sol y playa, estando repartidos este tipo de viajes entre temporada de verano y de invierno, lo que garantiza en el futuro el mantenimiento de una amplia desestacionalización del mercado.

En el gráfico siguiente se recogen los factores más apreciados por los viajeros en sus viajes vacacionales a España.

Factores importantes en un viaje a España



Fuente: Nordic Bench.

En la encuesta de intención de viajes de Nordic Bench se señala que el 38% de los turistas que viajan a España aprecian las etiquetas de sostenibilidad de los establecimientos y los eligen si la diferencia de coste no es excesiva, lo que supone un ligero descenso respecto al año anterior.

Conclusiones y tendencias

Conclusiones y tendencias

El mercado de viajes en Suecia parece haber detenido su crecimiento. Los viajes siguen siendo una prioridad del gasto por delante de compras de bienes y forman parte del estilo de vida sueco. Sin embargo, la situación económica y la inseguridad generada por las crisis políticas internacionales impactan cada vez más a 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 (control de gasto) y la seguridad.

En este contexto España sigue siendo número uno como destino vacacional solo superado por el conjunto de los propios países nórdicos, y presenta un índice de fidelidad superior a la mayoría 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.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

La falta de estadísticas de turismo en Suecia dificulta la ponderación del comportamiento del mercado emisor hacia los destinos vacacionales, fundamentalmente mediterráneos.

En otros estudios sobre capacidad aérea existentes en Turespaña se ha señalado como tras la pandemia España no habría recuperado la capacidad aérea previa, mientras que destinos competidores si la incrementaban ligeramente. Esta tendencia no pone en duda el liderazgo de nuestros destinos. Sin embargo, esta tendencia también se refleja

en los vuelos realizados en los aeropuertos gestionados por Swedavia (en torno al 80 % del tráfico aéreo).

Según los últimos datos publicados, solo descienden España e Italia, mientras que aumentan todos los demás.

	2025	2024	incr
España	1.461.470	1.520.432	-4%
Francia	568.157	531.453	7%
Grecia	551.701	533.119	3%
Turquia	535.356	482.479	11%
Italia	474.032	489.365	-3%
Croacia	202.133	190.282	6%
Portugal	154.469	129.893	19%
Thailandia	153.484	136.677	12%
Chipre	119.192	109.179	9%

Fuente: Swedavia. Pasajeros desde Suecia

14

Posicionamiento e imagen de España

España es un destino tradicional para el turista sueco, conocido y apreciado. Si bien de manera mayoritaria visitan las islas y costas mediterráneas la búsqueda de destinos alternativos y experienciales los lleva a apreciar destinos alternativos de interior y del norte. Sin embargo, el mayor problema para crecer es la falta de conexiones aéreas directas.

El mercado se ve afectado por las noticias de destinos masificados, lo que es un aliciente para la búsqueda de destinos alternativos. Evitar las altas temperaturas son un segundo factor a tener en cuenta. Por otra parte el factor económico afecta cada vez más a las decisiones de compra. Pero España no compite en precio, por lo que hay que centrarse mas en los datos de gasto que de número de turistas.

En el ultimo el informe de tendencias de verano 2025, España seguía liderando los rankings de los índices de consideración del destino, de intención de viaje y de satisfacción (yougov).

Conectividad aérea con España

Actualmente hay conexiones 11 aeropuertos españoles con 6 suecos, mas de 80 rutas si tenemos en cuenta las diferentes aerolíneas que operan entre los dos países.

Por volumen de tráfico, Málaga- Costa del Sol fue el aeropuerto español más utilizado, seguido por Alicante-Elche, Palma de Mallorca, Gran Canaria y Barcelona- El Prat



Dos terceras partes de los viajeros procedió de Estocolmo-Arlanda y una cuarta parte de Gotemburgo. El resto son vuelos chárter procedentes de distintos aeropuertos más pequeños, y por último hay que considerar que parte de la población del sur de Suecia vuela directamente desde Copenhague.

Las principales aerolíneas son Norwegian, SAS, Ryanair, SunClass Airlines, Tuy, Iberia y Vueling.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

El mercado sueco es un mercado maduro para España, con un comportamiento bastante estable. En los últimos años el crecimiento en este mercado ha sido lento y en 2025 las cifras se estabilizaron. Este año no se han publicado estadísticas generales sobre el comportamiento viajero de los suecos. Pero parece deducirse que existe una menor intención de viajar y que, en el caso de hacerlo, se prioricen destinos cercanos.

15

España sigue siendo un destino valorado, y, especialmente en tiempos de incertidumbre política (guerras) y económicas, es también un destino refugio. Sin embargo el precio es un factor que quizá este determinando un ligero desplazamiento de viajeros hacia otros destinos mediterráneos

Respecto a los destinos españoles en 2025 se ha frenado la tendencia de mayor crecimiento de destinos peninsulares frente a las Islas. Habrá que ver el comportamiento de 2026 para valorar si es o no algo coyuntural.

La limitación para que las cifras se incrementen en Madrid, y especialmente en las regiones del norte es la escasez/falta de vuelos directos ya que hay interés en destinos de ciudad, gastronómicos y de naturaleza, opciones todas propias del norte

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

