

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

DINAMARCA 2024

Estructura del Sector Turístico

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Copenhague

NIPO: 219-24-018-5

Junio 2024



TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

El danés ha sido a lo largo de la historia y sigue siendo un viajero incansable. A pesar de los difíciles años de la pandemia, los viajes han repuntado en el país, demostrando así que el deseo de viajar sigue latente. Aunque las preocupaciones económicas, como los altos tipos de interés, se encuentran presentes en el plano macroeconómico danés (y europeo), las encuestas muestran que los daneses valoran más los viajes al extranjero que otras actividades como el ocio, el pago de préstamos, los viajes nacionales, la conducción de automóviles o las reformas del hogar. Alrededor del 32% de los daneses no está dispuesto a reducir el gasto en vacaciones en el extranjero, cifra superior a la media nórdica del 28%.

La mayoría de los daneses (57%) prefiere la autonomía de planificar sus viajes por Internet, siendo los sitios web de las aerolíneas y plataformas como «booking.com» las opciones más populares en esta tendencia. Además, buscadores como Momondo desempeñan un papel crucial en la comparación y en la organización de viajes por cuenta propia.

4

Aunque los viajes organizados por uno mismo son habituales, los daneses también prefieren los viajes en paquete, reservados principalmente a través de los sitios web de los operadores turísticos. Este es el canal de reserva más frecuente, con una ligera diferencia respecto a las plataformas online antes mencionadas. La preferencia por la planificación independiente es más destacada entre los más jóvenes, mientras que los mayores de 70 años suelen optar por los viajes organizados.

Ante este escenario de un mercado turístico danés maduro y autosuficiente, podemos afirmar que el sector de viajes danés es flexible y versátil, adaptándose eficazmente a las necesidades de mercado y a la demanda del consumidor. Uno de los factores que les ayuda a ir un paso por delante es la amplia antelación con la que las empresas planifican sus catálogos, debido a la considerable antelación en la reserva para cada temporada. Sus recursos y contactos en este sector contribuyen también a que nos encontremos con unos profesionales exigentes y con necesidades promocionales muy específicas, en las que cada vez hay menos cabida para las actividades de incentivo y deben predominar los eventos de compra-venta o hechos a medida.

Dentro del espectro de tipos de agencias, en Dinamarca dominan, según ingresos, las agencias “*leisure*”, seguidas por las chárter y MICE.

La situación del personal en el sector nos evidencia que habiendo alcanzado máximos históricos entre 2018 y 2019 (4.300 empleados), una vez superada la crisis de la Covid-19, el sector no recupera los puestos de trabajo y se queda en niveles de hace 20 años, perdiendo cerca del millar de empleos con respecto a las cifras anteriores.

El sector de viajes danés es consciente de su papel dentro de la sostenibilidad, que actúa en gran medida como catalizador de los viajes y del turismo sostenibles, ya que las agencias de viajes pueden influir en la elección del consumidor, en las prácticas de los proveedores y en el desarrollo de un destino determinado. Por eso este sector, se ha comprometido a participar en la transición ecológica, en concreto sus dos asociaciones principales. Por un lado, la Asociación Danesa de Agencias de Viajes (DRF), además de asesorar, advierte a sus miembros que se autodenominen ecológicos/sostenibles, de que la afirmación debe ser veraz y exacta para evitar acusaciones de *greenwashing*. Esto protege al consumidor y garantiza una competencia leal. Por otro lado, la asociación de turoperadores (RID), ha publicado “*El manifiesto de la sostenibilidad sobre el turismo responsable*” para reducir el impacto del sector en el clima y el medio ambiente. Este documento abarca desde como las sedes deben ser sostenibles a como el viajero debe ser responsable ya que no se trata de viajar menos, sino de viajar bien.

5

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

La estructura de la producción de viajes es muy sencilla en Dinamarca ya que nunca han existido diferencias entre agencias mayoristas y minoristas, gozando siempre de gran libertad sobre sus productos. Sin ser una clasificación, sí que existe una asociación que junta a los grandes turoperadores y otras grandes agencias llamándose “*Rejsearrangører*” u “organizadores de viajes”. En esta asociación los miembros organizan viajes con avión, y de esta forma se excluye a los organizadores de viajes por carretera o tren.

Debido a la facilidad de acceso a información online y a las empresas turísticas facilitadoras de servicios en destino (DMC), es muy común que el personal de las pequeñas y medianas agencias viajes danesas (generalmente el más experimentado y cualificado) se encargue de producir y diseñar viajes a medida. Así mismo cada vez más a menudo surgen agencias nicho (mayormente de clubes de ocio y deportivos) que evitan vender los vuelos dejando esta opción al cliente, dada la gran competencia en precios entre las compañías regulares y las de bajo coste y el poco margen que estas ofrecen a la empresa.



El *jefe de producto* continúa siendo una figura importante del gremio de las agencias de mediano y gran tamaño y de los turoperadores. Debido a los grandes volúmenes de negocio que estas agencias manejan, los contratos con los servicios en destino necesitan ser competitivos y este experto se encarga de conseguir los mejores precios y condiciones para la empresa. La tendencia durante la pandemia fue dirigirse al turismo local de Dinamarca y a los productos nicho, siempre aplicando la fórmula del paquete dinámico, el cual, a pesar de no ser ya dominante, es mantenido por algunas pequeñas agencias.

Si bien el danés tradicionalmente reserva sus viajes por agencias de viaje online, la organización del viaje por cuenta propia está perfectamente asimilada en el sector de viajes danés. Las aerolíneas de bajo coste (como Norwegian, Vueling, Easyjet y Ryanair) vuelan desde los principales aeropuertos del país y son una fuerte competencia para las líneas regulares tradicionales. Esta práctica también se facilita gracias a los canales de venta individuales como los buscadores de alojamiento, como booking.com, trivago, hotels.com, etc.

6

El principal productor de viajes de sol y playa en Dinamarca sigue siendo el sector chárter (o también llamados "*rejsearrangører*"- organizadores de viajes). Estos no son los únicos productores y proveedores de paquetes turísticos, pero sí son aquellos que, ya sea con aviones propios o (como en el caso del paquete dinámico) con plazas de vuelos ajenos, comercializan sus viajes juntando varios servicios en un producto. De esta manera se benefician de un importante margen económico, al realizar compras de asientos de avión y camas en alojamientos en grandes cantidades.

El sector chárter ha supuesto tradicionalmente un 20% de la cuota de mercado de viajes desde Dinamarca, considerándose así un sector estable. Según datos de la asociación de turoperadores daneses (*RID-Rejsearrangører i Danmark*), en 2023 viajaron mediante turoperador y paquete chárter aproximadamente 1.146.048 daneses. El año previo a la pandemia, 2019, fueron 1.073.89 viajeros, mientras que, en el peor año, 2020, tan solo se realizaron en total 205.863 viajes.

La asociación RID cuenta con 25 miembros y en 2023 los 3 mayores acaparaban una cuota de mercado del 52% de las ventas de estos turoperadores. Estos protagonistas son Spies 22,6%, TUI 14,9% y 14,3% Apollo. Es destacable la fuerte entrada de Sunweb en el mercado danés después de la pandemia, pasando de una cuota del 9,7% en 2019 a un 13,4% en 2023.

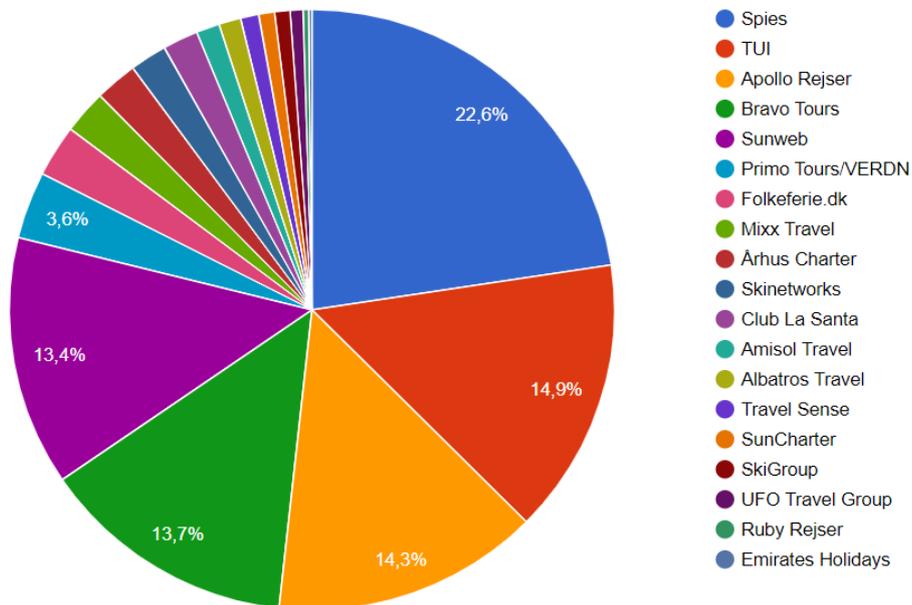
ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

DINAMARCA 2024

Las empresas pertenecientes a RID más relevantes para nuestro destino son Spies (Nordic Leisure Travel Group) anteriormente Thomas Cook, TUI, Apollo (Kuoni), el grupo Primo Tours actualmente llamado Travelheart Family (incluye entre otros Bravo Tours, Primo Tours, Århus Charter, VERDN y SunCharter y el grupo Skinetworks) y Sunweb. Mención especial merece el Club La Santa, un resort vacacional en Lanzarote que organiza sus viajes independientemente desde 1983.

A continuación, el cuadro de la cuota de mercado de los turoperadores miembros de RID en 2023.

7



Fuente: RID-www.rejsearrangorer.dk- Ventas de viajes desde Dinamarca 2023

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

En la estructura de la distribución del sector de viajes danés, son las agencias de viaje tradicionales las protagonistas. Estas trabajan en formato B2C, con algunas excepciones que trabajan B2B, y ofreciendo principalmente servicios individualizados de transporte, alojamientos, etc. al cliente final.



El registro del Fondo de Garantía de viajes (*Rejsegarantifonden*) nos da una idea aproximada del número de agencias establecidas en el país y que contribuyen a este fondo para responder por sus clientes en caso de quiebra de la empresa o de las compañías aéreas. La última cifra de agencias registradas es de 2022, contando con 647 agencias de viajes o facilitadores de viajes. Durante el 2022 tuvieron lugar 2 quiebras entre las agencias de viajes.

La facilidad administrativa con la que se puede emprender un negocio personal en Dinamarca hace que se establezcan gran número de agencias de viajes al año, mayoritariamente con una amplia variedad de oferta y productos, pero también agencias nicho especializadas en un único producto.

Tras la pandemia, las agencias volvieron a sus productos habituales y desaparecieron los viajes domésticos de los años de la pandemia.

El informe realizado anualmente por Ole Egeholm, *Rejsebrancheanalysen* (Análisis del sector de viajes), es una interesante herramienta para conocer el sector de viajes danés. En la última versión publicada en 2023 (con datos contables de 2022), se analizan 190 agencias de viajes. Los criterios para estar incluido en este estudio son entre otros un beneficio bruto de 1,5 millones de coronas danesas, ingresos documentados de al menos 10 millones de coronas y gastos de personal por mínimo 1,2 millones de coronas. Con estos criterios las 190 agencias de viajes cubren aproximadamente el 90% del sector de viajes, tanto de la producción como de la distribución.

De este informe podemos sacar algunas conclusiones interesantes:

Datos económicos 2022: las pérdidas durante la pandemia fueron de mil millones de coronas, pero se aprecia que en 2022 el sector se recuperó de forma récord. Mientras sectores como el *leisure* o el receptivo tuvieron un año formidable, los chárter aun presentaban pequeñas pérdidas que no estaban previstas. Respecto a las ayudas del estado durante la pandemia, se estima que estas 190 agencias recibieran ayudas por un total de 871 millones DKK, si a esto se le suman las pérdidas estimadas por estas agencias la cantidad alcanza los mil millones de DKK.

Sectores dentro del gremio de las agencias de viajes: el estudio distingue 8 sectores y subdivide el sector *leisure* en 9 apartados. Según ingresos el sector predominante es el *leisure* con un 32%, seguido del chárter con un 25%, el sector MICE con un 23%. Las agencias internet y de receptivo abarcan un 7% de la cuota de mercado, mientras que las agencias de solo alojamiento, esquí y otros servicios turísticos tienen una cuota respectivamente del 3%, 2% y 1%.

En Dinamarca no existen muchos grupos de empresa dentro del gremio de viajes, tan solo son de mención tres:

Aller Leisure (Gislev Rejser, Kulturrejser Europa, Nilles Rejser, Nyhavn Rejser, Stjernegaard Rejser y Zen Luxury Travel),



Travelheart Family que hemos mencionado dentro de los turoperadores (incluye Primo Tours, Århus Charter, VERDN y SunCharter y el grupo Skinetworks)

Travel House Gruppen (Profil Rejser, Bellavista Rejser, How2Cruise, Pro-Golftours, etc.)

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ONLINE

Dinamarca ocupa el segundo lugar entre los 28 Estados Miembros con la economía digital más avanzada de la UE después de Finlandia, según el informe DESI 2022 de la UE. Lidera también en conectividad, el 95% de los hogares está conectado a redes de muy alta capacidad (VHCN) y el 74% a fibra. Así mismo, ocupa el segundo lugar en integración de tecnología digital y servicios públicos digitales.

El nivel de digitalización del país de los últimos 15 años, ha propiciado un sector de viajes que se ha adaptado por completo a las nuevas tecnologías y se beneficia de las ventajas de reducir costes de administración, comercializar sus productos en sus propias plataformas de reservas y ahorrar en papel en favor de los catálogos online.

Según el sondeo de Related, el 32% de los viajeros reservan sus paquetes de vuelo y alojamiento por agencias online, en el caso de viajes en paquete a España el porcentaje es de casi el 38,5%. Los viajeros usan en un 28% buscadores para comparar sus precios, como por ejemplo Momondo, Trivago o Skyscanner y las agencias usan las redes sociales y el marketing online para la comercialización.

PLATAFORMAS ONLINE

En esta categoría se encuentran los buscadores y las plataformas de reservas que exclusivamente ofrecen sus servicios vía internet y que aúnan la oferta de varias empresas del sector siendo, en su mayoría, agencias extranjeras.

Entre las plataformas de reservas, ya sean de alojamientos o de transportes, las más populares entre los daneses son: Hotels.com, seguida de Booking.com y Airbnb.

Las redes sociales surgen en los últimos años como fuerte canal de promoción, beneficiando a las pequeñas empresas por su bajo coste y amplio alcance, pero también ampliando la variedad de canales promocionales.

En los últimos 5 años cobran protagonismo también como plataforma de venta online las webs de ofertas o clubes descuento, los denominados “*dealsites*” (TakeOffer, Sweetdeal, Go-dream o Deal.dk), con rebajas considerables sobre viajes de agencias o turoperadores que ponen sus productos en venta por este canal.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJE DE DINAMARCA

Danmarks Rejsebureau Forening (DRF). Es la principal asociación del sector, a la cual pertenecen la gran mayoría de las agencias de viaje presentes en Dinamarca, con excepción de los turoperadores chárter. Esta asociación vigila el cumplimiento de los derechos y obligaciones de las agencias de viajes, así como de sus clientes. Conjuntamente con el resto de asociaciones nórdicas monitorizan todos aquellos asuntos que ocurren en los países de destino, que puedan afectar a los intereses de sus miembros.

En la Asociación de Agencias de Viajes de Dinamarca (DRF) tiene registradas alrededor de 100 miembros que según la asociación representan entre el 65-70% de los ingresos del sector de viajes. De ellos aproximadamente 80 son agencias vacacionales y 20 son agencias MICE, aunque la mayoría de las agencias ofrecen ambos productos.

10

ASOCIACIÓN DE TUOPERADORES CHÁRTER - RID

Rejsearrangører i Danmark (RID). Fue fundada en 1983 y agrupa a los turoperadores chárter daneses. Es una asociación comercial nacional que cuenta actualmente con 25 miembros, organizadores de vacaciones que principalmente vendan viajes con vuelo (sin falta de ser aviones propios o de que también se vendan otros medios de transporte). Su cometido es asegurar que los miembros cumplan con las leyes aplicables y las prácticas de la industria y, si fuera necesario, abordar cualquier violación de las mismas. El RID también tiene como objetivo actuar como un organismo de enlace entre los miembros y establecer y decidir cuestiones de interés común para los miembros. Además, la asociación debe ayudar a los miembros con asesoramiento y orientación sobre la legislación pertinente y las circunstancias de la industria de viajes en general.

ASOCIACIÓN DE “TRAVEL MANAGERS” DE DINAMARCA

La **Danish Business Travel Association** se ha fusionado recientemente con la asociación CONTRA. Juntas actualmente cuentan con más de 100 miembros. DBTA es una asociación para el sector de viajes de negocios tanto compradores como proveedores, agencias MICE o implantados en empresas.

Esta asociación junto con GBTA | Global Business Travel Association, se asegura de que Dinamarca esté fuertemente representada en los países nórdicos, europeos y mundiales.

PATA – Pacific Asia Travel Association

Es una asociación de agencias y empresas turísticas de Dinamarca que realiza actividades informativas, de representación, marketing, etc. para sus miembros, como conferencias, workshops y cursos. Originalmente, la organización se limitaba a empresas relacionadas con viajes de largo alcance, aunque actualmente los miembros son mucho más variados e incluyen especialistas en destinos europeos.

REJSEGARANTIFONDEN

Las agencias de viajes y las aerolíneas registradas en Dinamarca están obligadas por ley a estar registradas en el “*Rejsegarantifonden*” (Fondo de Garantía de Viajes). En caso de quiebra de la agencia de viajes, el “*Rejsegarantifonden*” dará cobertura a los turistas que hayan adquirido un viaje combinado.

11

JUNTA DE APELACIONES DE LOS VIAJES COMBINADOS

La Junta de Apelaciones de Viajes combinados, es un organismo de apelación privado danés que solo se ocupa de las quejas de los consumidores sobre paquetes de viaje y alojamiento en el extranjero, con la condición de que el servicio se haya comprado a un operador turístico / empresa danesa registrada en el Fondo de Garantía de Viaje

Principales fuentes:

- *Portales de los principales medios del sector – standby.dk y takeoff.dk*
- *Asociación danesa de turoperadores chárter – RID*
- *Asociación danesa de agencias de viajes – DRF*
- *Danmarks Statistik – dst.dk*
- *Seguimiento breve del sector de viajes danés 2019-2020, Ole Egholm*
- *Destination Brand Awareness Report 2022- Related*

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 