



DINAMARCA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

DINAMARCA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

_

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Copenhague

NIPO: 115-23-008-5

Octubre 2023



DINAMARCA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones





DINAMARCA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

COYUNTURA ECONÓMICA

Siguiente cuadro con un comentario de dos párrafos como máximo.

CU	ΔD	PO	МΔ	CRO
\sim	\sim	\sim	171/-	

		Draviaión	Dravisión
	2022	Previsión	Previsión
		2023	2024
PIB REAL	2,7	1,4	1,8
(Tasa de variación Interanual)			
RENTA DISPONIBLE	212.706,9	221.194,5	228.732,4
(DKK per cápita)			
TASA DE AHORRO	4,9	5,2	5,4
(% s/ ingreso disponible)			
GASTO DEL CONSUMIDOR	42,8	45,0	45,0
(% s/ PIB)			
POBLAC. EMPLEADA (en miles)	2.963,0	2.969,2	2.994,2
TASA DE DESEMPLEO	4,5	5,1	5,0
(% s/ poblac. activa)			
INFLACIÓN	7,7	3,8	2,0
(Tasa de variación interanual)			
IPC (2012=100)	121,6	126,2	128,7

	2021	2022	2023*
TIPO DE CAMBIO (corona danesa/euro)	7,4370	7,4396	7,4434
2021 y 2022: media anual			
2023*: promedio del último mes completo (septiembre).			

Fuente: Euromonitor y Banco Central Europeo.

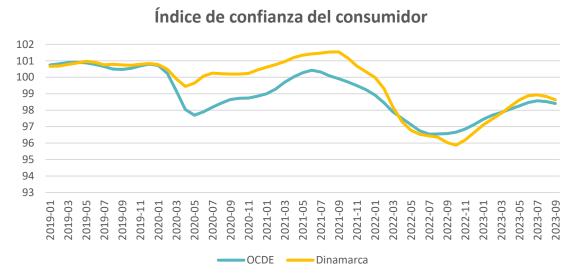
La economía danesa se está comportando ligeramente mejor que el resto de economías de su entorno, tomando como patrones de comparación los principales países europeos y sus vecinos nórdicos. El binomio crecimiento-inflación ha retornado a la senda deseada, con un aterrizaje de la inflación y un crecimiento moderado pero sostenido. A pesar de las notas positivas de la situación anteriormente descrita, la incertidumbre sigue planeando sobre el contexto macroeconómico en 2024.

El porcentaje de gasto del consumidor sobre PIB y la tasa de ahorro sobre ingreso disponible presentan un ligero crecimiento, consecuente con el resto de buenas cifras macroeconómicas, pero no parecen ser lo suficientemente robustas como para señalar una tendencia que descarte la incertidumbre,



DINAMARCA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. El índice ha vuelto a superar al promedio de la OCDE, después de un paréntesis en el otoño de 2022 donde estuvo ligeramente por debajo. No obstante, los valores siguen estando por debajo del 100, el promedio histórico de la serie, valor que no se ha vuelto a recuperar desde el ascenso global de la inflación y el comienzo de la guerra en Ucrania.



Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice.

FACTORES POLITICO SOCIALES

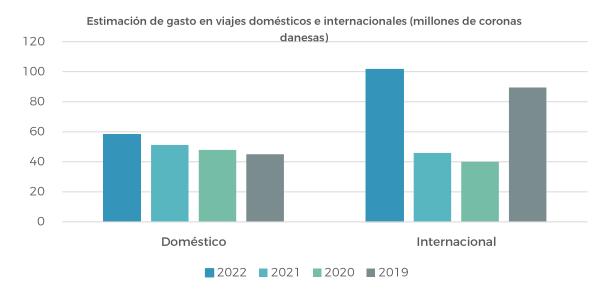
Dinamarca se ha enfrentado a una serie de desafíos importantes en los últimos meses, pero ha demostrado resiliencia y ha tomado medidas efectivas para abordarlos. El país sigue siento un líder en áreas como el cambio climático y la igualdad social y se espera que continúe siendo un actor importante en la escena mundial.

Se han adoptado medidas de calado para la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. En los últimos meses, el gobierno ha presentado nuevos planes para acelerar la transición hacia una economía verde. La conciencia medioambiental ejerce una importante presión para los destinos internacionales, especialmente para los de medio y largo radio, por lo que la oferta debe adaptarse para mejorar la sostenibilidad medioambiental en destino y reducir la huella de carbono.



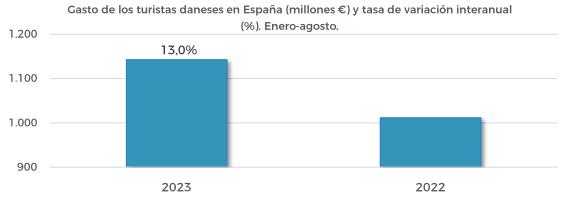
EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda arrojan en general noticias positivas, con crecimientos interanuales y recuperación de niveles anteriores a la pandemia.



Fuente: Euromonitor

Según estimaciones de Euromonitor, el gasto en viajes internacionales volvió a superar al de domésticos en 2022, ayudado por el fin de la inestabilidad y restricciones que propiciaba la pandemia global. El gasto doméstico presenta un crecimiento recurrente interanual, aupado por la presión inflacionista y el deseo de viajar. Algo similar ocurre a nivel internacional, con un claro paréntesis asociado a 2020 y 2021. En los datos específicos de gasto a España se observan cifras análogas: el crecimiento interanual es de doble dígito.



Fuente: Estimación Turespaña a partir de datos INE.



6

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Satisfacción, consideración e intención del viaje

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN				
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)	
1	Italia	38,8	32,9	
2	España	36,6	34,0	
3	Alemania	33,7	28,9	
4	Grecia	31,3	30,8	
5	Portugal	20,6	21,2	

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE				
Ranking	Destino	2023 (%)	2022 (%)	
1	España	14.5	14.0	
•	Езрапа	17,5	14,0	
2	Grecia	13,0	10,7	
3	Alemania	11,3	8,6	
4	Italia	10,5	11,0	
5	Portugal	4,2	1,9	

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN			
Ranking	Destino	2022	2021
		(%)	(%)
1	Italia	66,2	64,3
2	España	65,5	62,1
3	Alemania	65,4	62,6
4	Grecia	64,8	66,9
5	Portugal	64,0	63,6

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

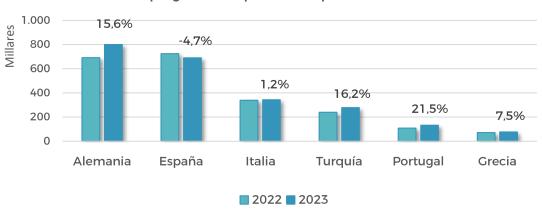
España sigue disfrutando de la mayor intención de viaje entre los principales competidores: cerca del 15% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. Aunque pierde el liderazgo en índice de consideración en favor de Italia, experimenta un crecimiento frente a 2022 de +2,6%. A pesar de ser la que más ha crecido en índice de satisfacción (+3,4%), queda en segunda posición detrás de Italia y supera este año a Alemania, Grecia e Italia. Entre los competidores, destacan los aumentos en consideración de Italia y Alemania. Italia es el único destino que no crece interanualmente en intención de viaje. En un mercado con repetición de viajes como el danés, la mejora en índice de satisfacción podría propiciar la repetición y la recomendación del destino.





Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de invierno



Fuente: OAG Schedules Analyser

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre de 2023 y el 31 de marzo de 2024 disminuyen levemente con respecto a las de la temporada 2022-2023. Si bien España destacaba con respecto a mercados competidores hace un año, estos han recortado la ventaja notablemente. Caso singular es el de Alemania, que ha sobrepasado a España gracias a un crecimiento interanual del 15,6%. Entre los otros competidores el mayor crecimiento corresponde a Portugal, con más del 21%, seguido de Turquía, con el 16,2%.

Búsquedas y reservas

Búsquedas cualificadas desde Dinamarca para vuelos entre 1 de abril y 30 de septiembre (tasa de variación 2023/2022 sobre media móvil de 7 días)



Fuente: https://www.partners.skyscanner.net/



DINAMARCA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

El análisis de la evolución de las búsquedas en Skyscanner y su variación con respecto a hace un año muestra una mayor regularidad en el contexto internacional que en el específico de España. Este aspecto podría ser debido a la menor muestra para un solo destino que para el total de los destinos. Observamos que las grandes cifras de recuperación de 2022 se han moderado y que el periodo en el que las cifras mejoran el registro internacional son julio y septiembre. El pico de julio podría interpretarse como un deseo de repetición del destino una vez efectuadas las vacaciones en el mes anterior.

Cuota de búsquedas de alojamiento. Agosto 2023 vs agosto 2022



Fuente: Google Destination Insights - explotación Turespaña

En el gráfico anterior se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y los 3 principales destinos competidores en agosto. Podemos ver como los dos principales destinos, Alemania y España, amplían su cuota de búsqueda, mientras que Italia y Turquía sufren un retroceso con respecto a hace un año. Las variaciones, aunque modestas, podrían reflejar un fortalecimiento de los destinos conocidos frente a los no tan conocidos. Se observa cierta correlación con los datos reflejados en el apartado anterior sobre intención de viaje, donde tanto España como Alemania aparecían por delante de Italia.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

En general los datos observados presentan una tendencia moderadamente positiva respecto a la predisposición de la población danesa para viajar al extranjero.

La disminución de la intensidad de la inflación en origen favorece que aumenten la tasa de ahorro y la capacidad de gasto de la potencial población viajera. La inflación ha afectado tanto en el día a día en el origen como en las vacaciones en destino, con un crecimiento destacado de los precios de los servicios. El hecho de que en 2023 las cifras estén mejorando a años anteriores a pesar del hostil contexto macroeconómico se podría interpretar de forma ligeramente optimista. A pesar de ello, el ahorro



DINAMARCA Temporada de otoño/invierno 2023-2024

acumulado y el "efecto champán" postpandemia pueden todavía estas influyendo en la recuperación de 2023 y no garantizar que el crecimiento se consolide en 2024.

De cara al invierno y el próximo año, la necesidad de consolidar la intención de viaje y la satisfacción serán claves para los destinos internacionales, especialmente para España debido a su elevado índice de consideración, repetición y conocimiento de la oferta en destino. Los competidores presentan cifras muy positivas interanualmente, por lo que aspectos como la capacidad aérea y la satisfacción serán decisivos para el mantenimiento por parte de España de su posición privilegiada como destino extranjero para los daneses. La conciencia medioambiental y el *flygskam* no deben desdeñarse como factores crecientes a la hora, no solo de planificar un viaje, si no de considerar o no un destino. Las actuaciones de los destinos en este campo han de ir destinadas a tener un efecto medible y directo, no solo cosmético, que apoye al destino y lo diferencie del resto.









MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

