

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



DINAMARCA
Temporada de otoño 2024/invierno 2025

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Oficina Española de Turismo de Copenhague

NIPO: 219-24-018-5

Octubre 2024



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

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 para 2025.

El porcentaje de gasto retoma el crecimiento tras el paréntesis asociado al convulso 2022 a nivel europeo, con una recuperación en 2023 y un moderado crecimiento para 2024. El resto de los indicadores siguen una tendencia positiva, destacando el peso de los hogares de clase media, con un crecimiento sostenido año tras año, a pesar de partir ya de una tasa elevada,

4

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2022	2023	2024 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	2,7	1,9	2,4
PIB nominal per cápita (euros)	64.357	63.057	65.614
Gasto consumidor (% variación interanual)	-5,9	7,0	2,4
Población empleada (miles)	2.868	2.884	2.906
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	2,5	2,8	2,9
IPC (% variación interanual)	7,7	3,3	1,5
Tasa de hogares de clase media (%)	72,5	73,7	74,7

Fuente: Oxford Economics.

	2022	2023	2024*
TIPO DE CAMBIO (euro/corona danesa)	7,440	7,451	7,456

2022 y 2023: media anual
2024*: último día del último mes completo (30 septiembre).

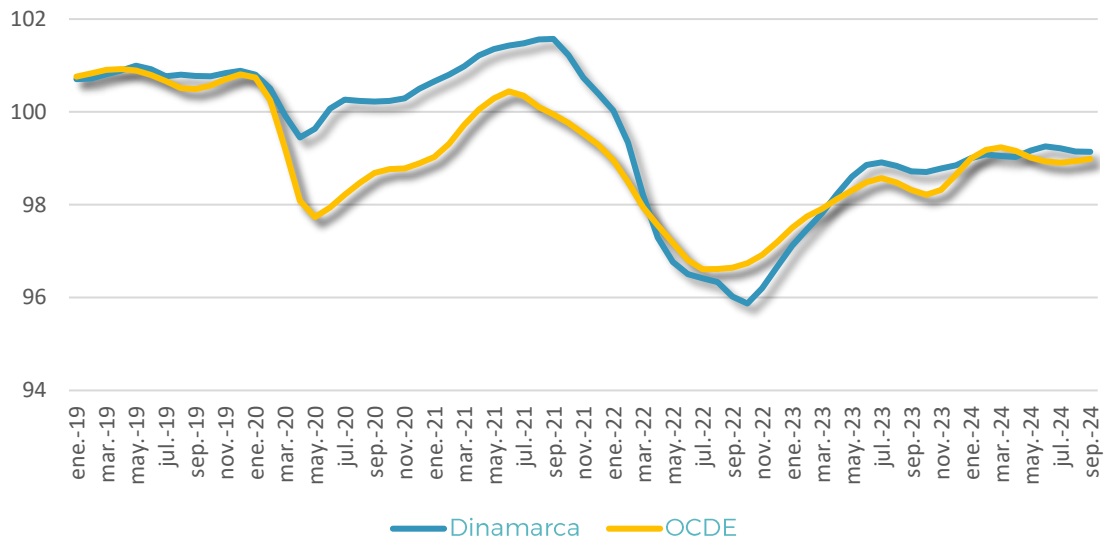
Fuente: Banco Central Europeo.

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.

Indice de Confianza del Consumidor (CCI)



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

FACTORES POLITICO SOCIALES

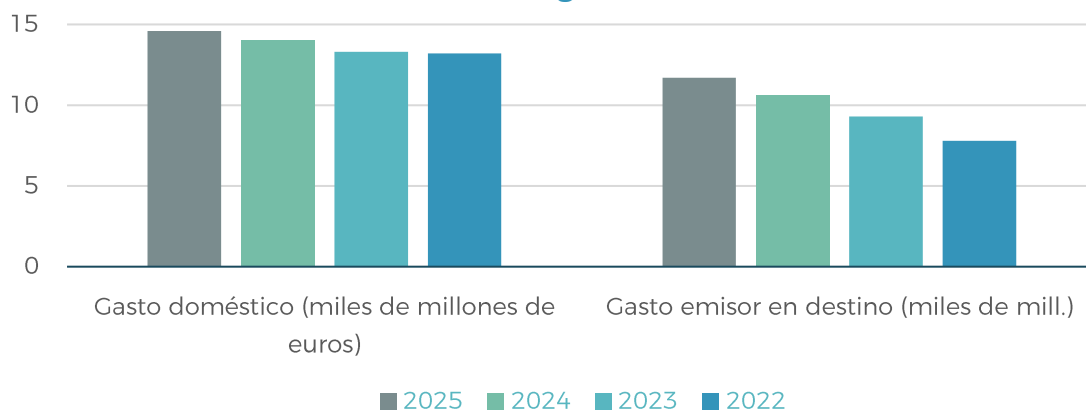
El modelo social danés se sigue mostrando flexible para adaptarse a las circunstancias y robusto para garantizar su sostenibilidad. Esto garantiza un entorno favorable para la perpetuación de una clase media acomodada que componga el núcleo principal de potenciales turistas a España.

El ruido mediático hacia países receptores de turismo sigue siendo importante, por lo que aspectos como el cambio climático y sus efectos (olas de calor, incendios, etc.) y la percepción de un rechazo en destino a los turistas internacionales tienen un efecto en la demanda. Aunque todavía no se traslada a la intención de compra, el mantenimiento en el tiempo podría tener sin duda efectos negativos.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda arrojan en general noticias positivas, con crecimientos interanuales tanto a nivel doméstico como internacional.

Evolución gasto turístico



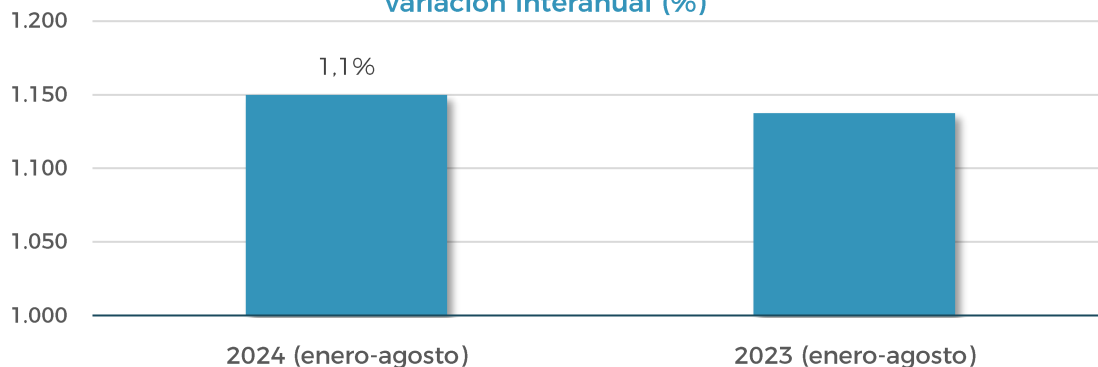
Fuente: Oxford Economics

6

Según estimaciones de Oxford Economics, el gasto en viajes internacionales quedó por debajo del doméstico de nuevo, pero presenta unas tasas de crecimiento interanual superiores. El gasto doméstico presenta un crecimiento limitado pero recurrente interanual, aupado por la presión inflacionista y el deseo de viajar. Este fenómeno se magnifica a nivel internacional, con los mismos factores como causas del mismo.

En los datos específicos de gasto a España se observan cifras de crecimiento menor que el inicialmente esperado, al menos de enero a agosto de 2024 respecto al mismo periodo del año anterior. Según la estimación de Turespaña a partir de datos de Egatur (INE), el gasto de los daneses en España creció únicamente un 1,1%, apenas rozando los 1.150 millones de euros en el acumulado hasta 31 de agosto.

Gasto de los turistas daneses en España (millones €) y tasa de variación interanual (%)



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE



INDICADORES DE PROSPECTIVA

Percepción, consideración e intención del viaje

En Dinamarca la percepción general de España como destino turístico se puede calificar de nuevo como excelente. España sigue disfrutando de la mayor intención de viaje entre los principales competidores: cerca del 14% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. Aunque pierde el liderazgo en índice de satisfacción en favor de Italia, las diferencias pueden calificarse de estadísticamente no significativas, por lo que no se puede hablar de una menor satisfacción que en 2023 a la espera de los resultados de la Encuesta de Satisfacción de los Viajeros No Residentes para 2024¹.

España lidera en consideración, donde recupera la primera plaza que ostentaba Italia en 2023. Se trata de noticias positivas pues los dos países parecen estar compitiendo por perfiles similares de turistas.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2024 (%)	2023 (%)
1	España	35,5	35,2
2	Italia	34,6	38,1
3	Alemania	27,3	32,9
4	Grecia	27,0	31,2
5	Francia	24,1	25,3

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

Ranking	Destino	2022 (%)	2021 (%)
1	España	13,8	13,3
2	Italia	10,8	10,6
3	Grecia	9,7	13,6
4	Alemania	9,4	10,9
5	Francia	4,7	6,0

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

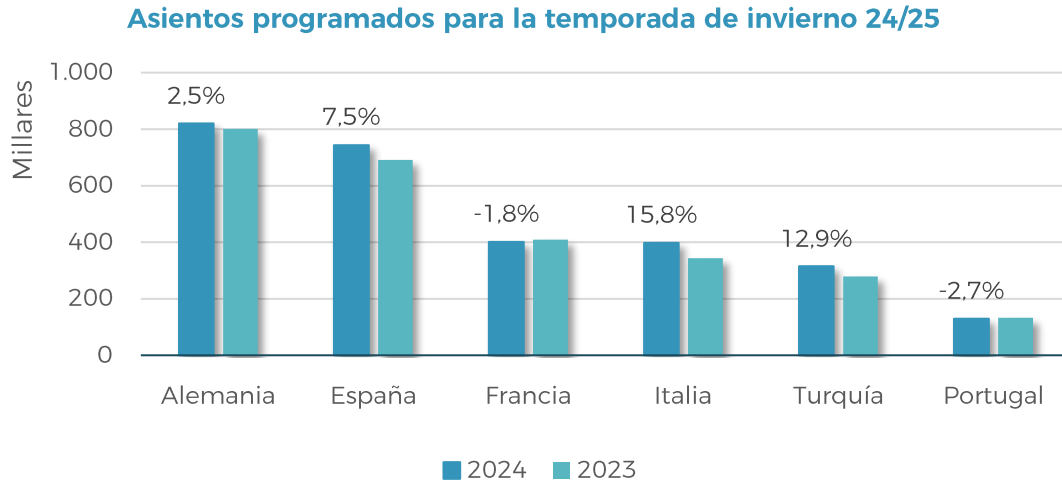
Ranking	Destino	2022 (%)	2021 (%)
1	Italia	67,1	66,3
2	España	65,7	66,3
3	Portugal	63,6	64,1
4	Alemania	60,8	66,0
5	Grecia	58,7	65,2

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

¹ <https://conocimiento.tourspain.es/es/encuesta-satisfaccion-turistica/>



Previsiones de vuelos



Fuente: OAG Schedules Analyser

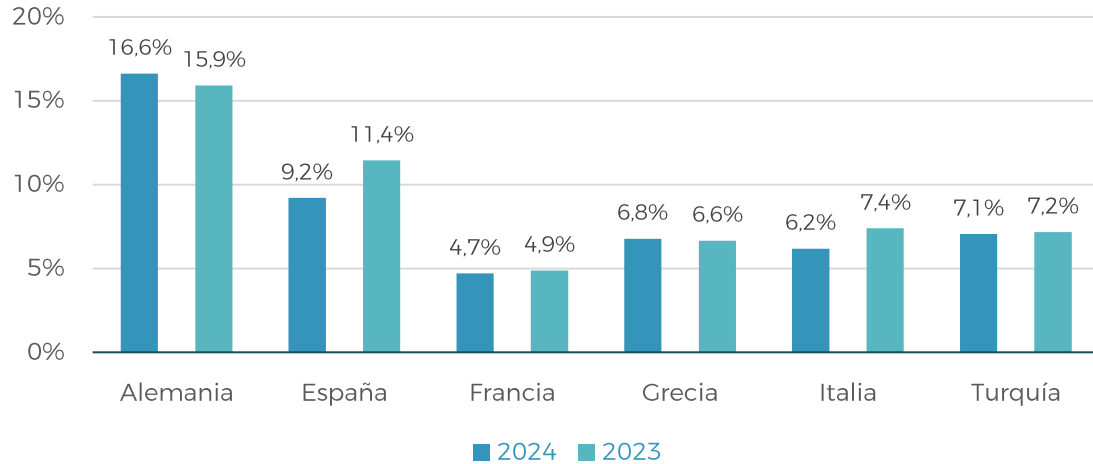
8

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre de 2024 y el 31 de marzo de 2025 retoman la senda de crecimiento. Si bien España destacaba en volumen con respecto a mercados competidores hace un año, éstos están creciendo a tasas mayores, especialmente Italia y Turquía. Entre los otros competidores Francia y Portugal presentan decrecimientos mientras que Alemania sigue acumulando vuelos, en buena medida por la mala conexión terrestre con el país vecino y la condición de *hubs* aéreos de algunos de sus aeropuertos.

Búsquedas y reservas

En el gráfico inferior se recogen las cuotas de búsqueda de alojamiento en Google de España y los 5 principales destinos competidores en agosto. Podemos ver como la mayor parte de los principales destinos mantienen sus cuotas de búsquedas, a excepción de Italia y, en mayor medida, España. La explicación de estas dinámicas no parece directa, ya que contrastan las cifras negativas en este apartado para los dos países que mejor se están comportando en el conjunto de los indicadores asociados y en la percepción del día a día en el país.

Cuota de búsquedas de alojamiento. agosto 2024 vs agosto 2023



Fuente: Google Destination Insights – explotación Turespaña

9

PRINCIPALES CONCLUSIONES

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

La disminución de la intensidad de la inflación en origen favorece que aumenten la capacidad de gasto y el porcentaje de hogares de clase media de la potencial población viajera. El hecho de que en 2024 las cifras estén mejorando a años anteriores a pesar de la ligera relajación de la economía con respecto a 2023 invita a ser cautos con 2025. Agotado el “efecto champán” postpandemia que presenciamos en 2023, las cifras de 2024 aparecen como un punto de transición hacia un 2025 lleno de incertidumbre, Los contextos macroeconómicos y geopolíticos del invierno marcarán en buena medida a la demanda y a las elecciones de destinos, con España pudiendo ser una de las beneficiadas frente a sus competidores tradicionales en invierno.

De cara al invierno y el próximo año, la necesidad de consolidar la intención de viaje y la consideración 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 oferta de alojamiento serán decisivos para el mantenimiento por parte de España de su posición privilegiada como destino



líder en el extranjero para los daneses. La conciencia medioambiental y la percepción del residente 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.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

