

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



DINAMARCA
Temporada de primavera/verano 2026

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de Copenhague
NIPO: 219-26-001-4.
Abril 2026



TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

La economía danesa modera sustancialmente su buen comportamiento reciente, limitando notablemente su crecimiento en 2026. Estas previsiones confirman una clara desaceleración, con un crecimiento un 90% menor en 2026 que en 2025. Esto introduce una cierta cautela sobre la sostenibilidad del dinamismo económico reciente. No obstante, este comportamiento viene acompañado de un entorno de inflación contenida, con el IPC en niveles bajos, evitando posibles escenarios de estanflación.

El aumento progresivo del PIB nominal per cápita y del gasto del consumidor refleja una mejora en la renta disponible y en la confianza de los hogares, factores que favorecen el consumo interno y la actividad turística. Asimismo, el mercado laboral se mantiene sólido, con tasas de desempleo reducidas y estables, lo que refuerza la estabilidad económica general.

El escenario dibuja una economía equilibrada, con inflación controlada y buenos indicadores sociales, aunque con señales de desaceleración que invitan a mantener una visión prudente.

4

CUADRO MACROECONÓMICO

	2024	2025	2026 (previsión)
PIB real (% variación interanual)	3,5	2,9	0,3
PIB nominal per cápita (euros)	65.725	68.138	68.963
Gasto consumidor (% variación interanual)	3,1	4,2	3,7
Población empleada (miles)	2.920	2.926	2.944
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	2,9	2,9	2,8
IPC (% variación interanual)	0,7	1,9	0,9
Población Total	5.978.455	6.005.269	6.025.388
Tasa de hogares de clase media (%)	74,7	75,5	76,1

Fuentes: Oxford Economics / Danmark Statistik / Eurostat.

	2024	2025	2026*
TIPO DE CAMBIO (euro/corona)	7,4589	7,4689	7,4786

2024 y 2025: media anual
2026*: último día del último mes completo (14 abril).

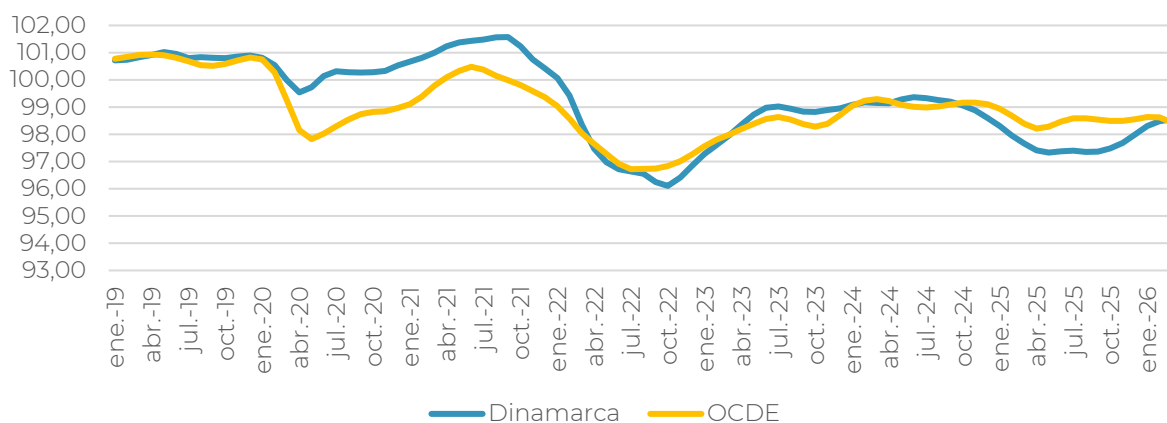
Fuente: Banco Central Europeo.

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de confianza del consumidor elaborado por la OCDE. El índice se sitúa a la par del promedio de la OCDE, después de situarse



ligeramente por debajo durante 2025. En 2026 se espera que el contexto macroeconómico con el que ha empezado el año conlleve no superar la barrera de los 100 puntos a corto plazo.

Índice de confianza del consumidor



5

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

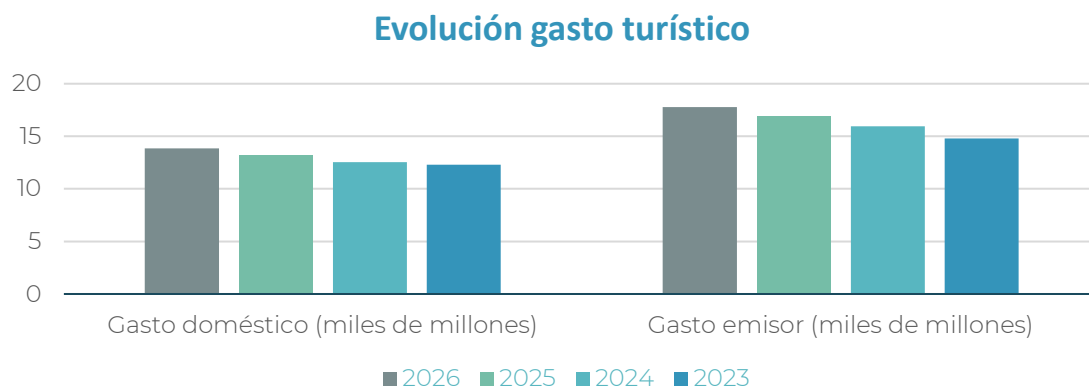
FACTORES POLITICO SOCIALES

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, especialmente tras la inestabilidad en los países del mediterráneo oriental y Oriente Medio. Además, aspectos como el cambio climático y sus efectos (olas de calor, incendios, etc.) y la percepción de rechazo en destino a los turistas internacionales tienen un efecto en la demanda. A pesar de que todavía no se traslada a la intención de compra, su continuidad en el tiempo podría tener sin duda efectos negativos.

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Los últimos datos disponibles de la demanda arrojan buenos datos, con crecimientos interanuales tanto a nivel doméstico como internacional.

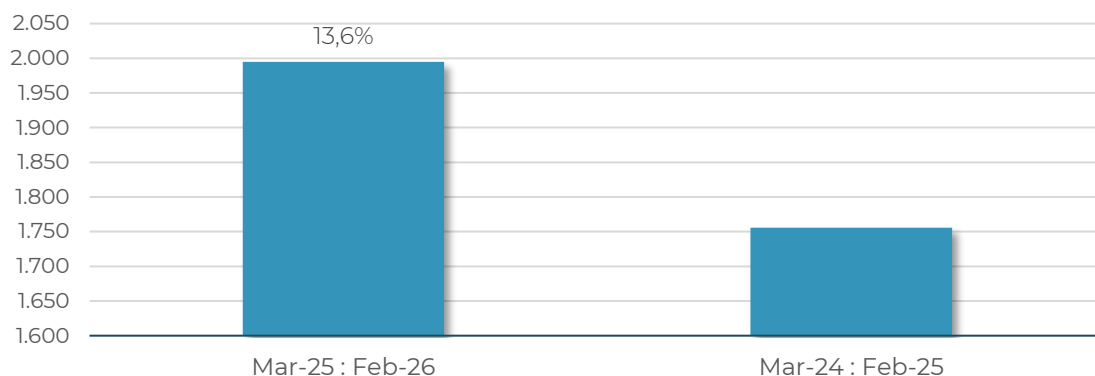


Fuente: Oxford Economics

6

Según estimaciones de Oxford Economics el gasto en viajes internacionales quedó por encima del gasto doméstico y sigue presentando crecimiento interanual. Esta tendencia, a pesar de la importancia de los viajes domésticos y de fenómenos como el *flygskam*, resulta positiva para España. Nuestro país se está favoreciendo de una tendencia viajera en la que los daneses no priorizan los destinos locales a la hora de elegir su destino.

Gasto de los turistas daneses en España (millones €) y tasa de variación interanual (%). Marzo 2024 - febrero 2026



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos INE

Se observa un gran crecimiento correspondiente al gasto en España, con respecto al año anterior. Según la estimación de Turespaña a partir de microdatos INE, el gasto de los turistas daneses en España entre marzo de 2025 y febrero de 2026 (último mes con



datos de la encuesta Egatur) se incrementó en un 13,6%, llegando a los 1.995 millones de euros, respecto a los 1.756 millones del periodo equivalente anterior.

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Consideración, intención del viaje y satisfacción.

España disfruta de la mayor intención de viaje entre los principales competidores, más del 12% la mencionan como destino preferido para su próximo viaje. España sigue liderando en consideración, donde se mantiene en el primer puesto. Ambos indicadores vuelven a remontar notablemente, después de haber sufrido una pequeña disminución el año anterior. En cuanto a la satisfacción España retorna al primer puesto, que Grecia había ocupado en 2025, seguida a varios puntos del resto de competidores. Italia y Grecia siguen siendo nuestros principales competidores en la temporada de primavera-verano 2026.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN			
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	España	38	33,8
2	Italia	33,8	34,3
3	Alemania	32,7	29,2
4	Grecia	30,6	32
5	Portugal	22,3	22,3

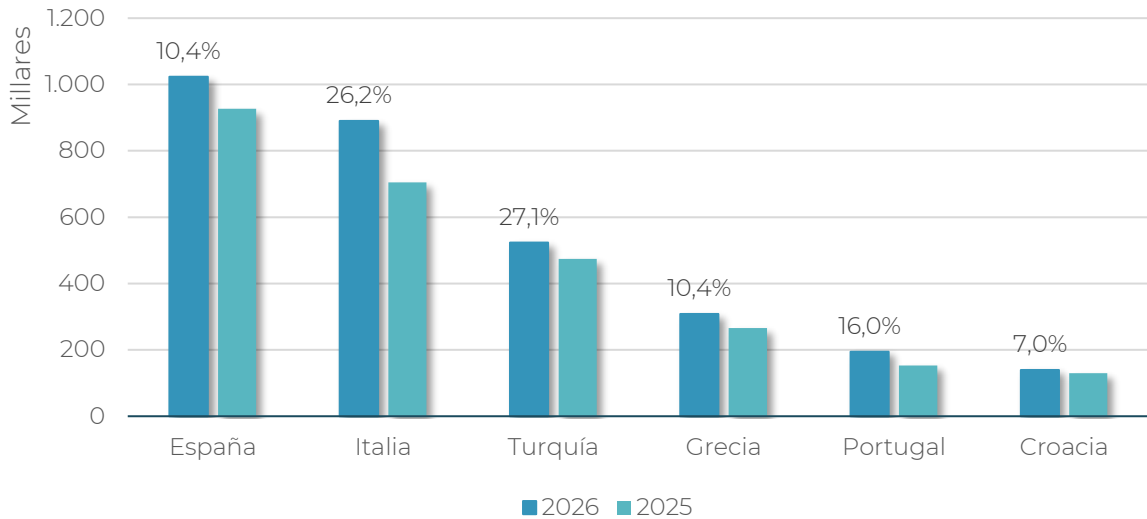
ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE			
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	España	12,4	11,5
2	Grecia	10,1	11,4
3	Italia	9,5	10,1
4	Alemania	8,2	7,2
5	Portugal	4	3

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN			
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	España	71,1	65,1
2	Italia	66,8	63,7
3	Grecia	65,7	68,1
4	Portugal	62,4	62,3
5	Alemania	60,8	60,4

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

Previsiones de vuelos

Asientos programados para la temporada de primavera/verano 2026



Fuente: OAG Schedules Analyser

8

Nos encontramos ante un entorno de crecimiento generalizado. Las capacidades programadas en vuelos directos desde Dinamarca hacia España entre el 1 de abril y el 30 de septiembre aumentan en un 10,4% manteniéndonos como el destino con mayor ofertada. Los principales destinos competidores del Mediterráneo, que en 2025 disminuían su programación, experimentan también aumentos de hasta el 26,2% en el caso de Italia o del 27,1% para Turquía, remontando así las cifras negativas de la temporada anterior.

No obstante, estos datos deben evaluarse con cautela. La inestabilidad geopolítica, el desabastecimiento de combustibles fósiles y su traslación al incremento de precios puede dar lugar a un notable recorte de las capacidades inicialmente previstas para la temporada estival.

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. No obstante, la incertidumbre generalizada y la inestabilidad geopolítica pueden desembocar en consecuencias negativas de diversa intensidad para todos los mercados, incluido el nuestro.

La moderada 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 2025 las cifras hayan mejorado respecto a años anteriores a pesar de la ligera relajación de la economía con respecto a 2024 invita a ser cautos con 2026. Las cifras de 2025 aparecen como un punto de transición hacia un 2026 lleno de dudas. Los contextos macroeconómicos y geopolíticos de los próximos meses marcarán en buena medida la demanda y frecuencia de viajes. Aunque los efectos parecen ser asimétricos con respecto a los destinos turísticos, no resulta sencillo destacar quiénes serán los más perjudicados y, si los hubiera, los beneficiados por las circunstancias.

9

De cara al verano, 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 retornan a cifras muy positivas interanualmente, por lo que aspectos como la capacidad aérea o 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, sino 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. La comunicación de estas acciones concretas por los diferentes agentes privados y públicos será también decisiva para el posicionamiento del destino.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

