

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2. DINAMARCA 2022 Mercado Emisor

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Copenhague

NIPO: 115-22-008-5

Junio 2022



TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor	4
Mercado emisor a España	12
Destinos competidores y posicionamiento	20
Perspectivas a medio plazo	25

MERCADO EMISOR

Datos Clave

Con sus 5,8 millones de habitantes, los daneses han sido tradicionalmente una nación muy viajera donde antes de la pandemia del Covid se realizaban entre 4,5 y 6 millones de vacaciones al extranjero de larga duración, aunque durante el año 2021 se realizaron tan solo 2,1 millones de viajes vacacionales largos (más de 4 noches).

Según un estudio BAR (Brand Awareness Report) encargado a la agencia Related que utiliza datos de Travellyze, el perfil del viajero tipo danés es de entre 45-54 años, de educación vocacional que convive casado o en pareja y cuyos ingresos anuales son entre 36.000-60.000€.

Este viajero es una persona que aprecia el sol, el relax y las vacaciones de playa, pero también las vacaciones de ciudad.

4

Sus establecimientos favoritos para alojarse son hoteles de 3-4 estrellas o alojamientos privados vacacionales. Generalmente prefiere los viajes en paquete turístico comprados online a través de una agencia de viajes. El transporte elegido por el viajero tipo danés es el tren o el autobús en lugar del avión, como parte de su compromiso de sostenibilidad durante el viaje, aunque inevitablemente el avión predomina en los viajes largos al extranjero.

La inspiración para la elección de destino o producto vacacional proviene de la familia, los amigos y los buscadores y páginas del sector turístico.

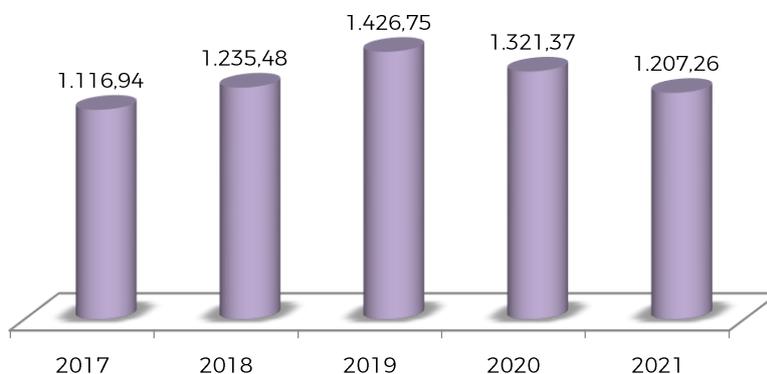
Volumen del mercado por gasto

El gasto en viajes difiere dependiendo del destino, como se observa en los datos ofrecidos por el Instituto danés de estadística. Se triplica así el presupuesto en los viajes largos al extranjero (más de 4 pernoctaciones) respecto a los viajes domésticos hasta ser de una media de aproximadamente €1200 por persona y viaje en 2021. El gasto en vacaciones a Dinamarca con al menos cuatro pernoctaciones, el consumo fue de €423 por persona y viaje.

La siguiente tabla nos muestra la evolución del gasto de los últimos 5 años, donde se aprecia un claro contraste entre la elevada cifra de 2019 y la bajada de un 18% en 2021.



Gasto Total (euros por persona por viaje)



Fuente: Instituto de estadística de Dinamarca y elaboración propia

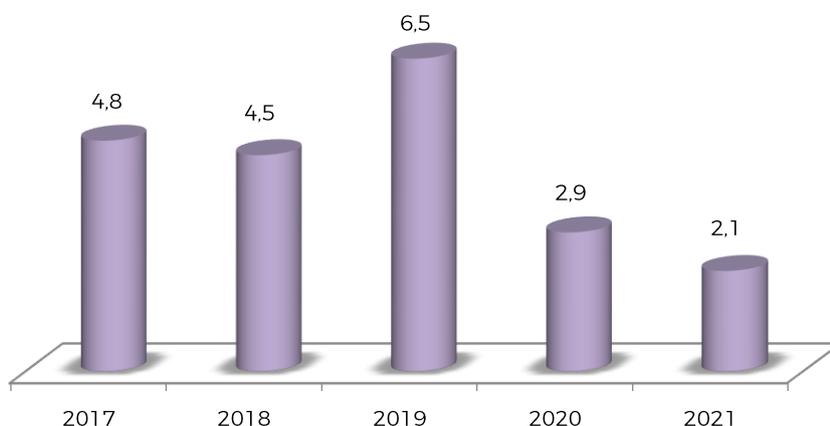
Según el sondeo realizado por la agencia de comunicación Related, el 57,7% de los daneses mantendrá el mismo presupuesto en viajes que el año anterior, mientras que el 16,4% cuenta con ampliarlo.

5

Volumen del mercado por número de viajes

Los daneses realizaron en 2021 aproximadamente 2,1 millones de viajes de larga duración, con al menos 4 pernoctaciones. Con respecto a 2020 significa una caída del 28% cuando se realizaron 2,9 millones de traslados. Si detallamos los datos por trimestres, observamos claramente los efectos de la pandemia del Covid-19, ya que la cantidad de viajes del primer trimestre de 2021 fue menor que en 2020 (debido a las fuertes restricciones de viajes al extranjero), mientras que las cifras de los últimos trimestres eran más altas en 2021 que en 2020.

Viajes largos al exterior desde Dinamarca (millones)



Fuente: Instituto de estadística de Dinamarca y elaboración propia



Respecto a los destinos preferidos por los daneses para sus vacaciones largas, la peculiaridad de los últimos dos años de pandemia 2020 y 2021 convierte a España por cercanía y confianza del consumidor en el destino favorito por excelencia. En 2021 la cuota de mercado llega a ser del 22% lo cual es el doble de sus competidores más próximos Italia y Grecia ambos con un 11% de la cuota.

Principales áreas emisoras

En 2021, había en Dinamarca 1,35 millones personas en el área metropolitana de Copenhague. Esto corresponde al 23 % de la población total, mientras que el resto de áreas urbanas importantes tan solo concentraban un 5% en Aarhus, 3% en Odense y 2% en Aalborg. Desde 2012, la población de la capital ha crecido un 11% mientras que el crecimiento del resto de la población en su conjunto fue del 5% durante estos últimos 10 años. Los distritos rurales, en cambio, han experimentado un pequeño descenso de la población en el mismo periodo del 3%.

6

La misma tendencia se observa en el tráfico aéreo al extranjero, donde según cifras de la Agencia de Transportes de Dinamarca, se han realizado en 2021 un total de 4,874.000 de viajes, de los cuales el aeropuerto de Copenhague (Kastrup) concentra el 83,8%, Billund el 13,42% y Aalborg casi el 2%,



Fuente: Trafikstyrelsen- Agencia de Transportes de Dinamarca.

Organización del viaje y reservas

El viajero danés es un consumidor que reserva online. Según un sondeo realizado a mediados de 2022 por la empresa Related, por medio de Travellyze, el 50,7% de los encuestados, se inspiran en familia y amigos para elegir sus viajes a España, el 41,5%



utiliza buscadores tipo Google o Bing y el 30,5% busca su inspiración directamente en las webs de las compañías de viajes. Las redes sociales y los medios online no están entre las primeras fuentes de inspiración, aunque son el 21% de los participantes en el sondeo los que confiesan utilizarlos, entre otros Facebook es consultado por el 21,8% de los encuestados e Instagram por el 17%.

Respecto a las formas de reserva, este sondeo nos revela lo siguiente:

- El 32,1% de los daneses reserva paquetes turísticos (vuelo y alojamiento) mediante las páginas web de las agencias de viajes.
- El 28,1% de los viajeros utilizan buscadores o páginas comparativas tipo Momondo, Trivago o Skyscanner.
- Los daneses reservan alojamientos directamente en sus páginas web (un 23%)
- Adquieren por separado vuelo y hotel en diferentes portales de reserva hasta en un 20%.
- El 13% reserva paquetes turísticos (vuelo y alojamiento) directamente con un turoperador.
- Reservan paquetes turísticos (vuelo y alojamiento) con un agente en persona o vía email/teléfono en un 12%
- El 12% realizan directamente online la reserva del transporte, en las propias webs

7

Comportamiento viajero

El turista danés viaja a España principalmente motivado por el buen clima eligiendo los meses en los que mientras en Dinamarca las temperaturas son invernales, en algunos lugares de la Península Ibérica y las islas son veraniegas.

Por este motivo concentran sus salidas para los viajes cortos a España (menos de 4 pernoctaciones) en los meses de primavera y verano tardío, siendo abril y mayo los preferidos por el 12,5% de los encuestados por Related. Sin embargo, las vacaciones de larga duración en España (más de 4 pernoctaciones) siguen el patrón estacional clásico

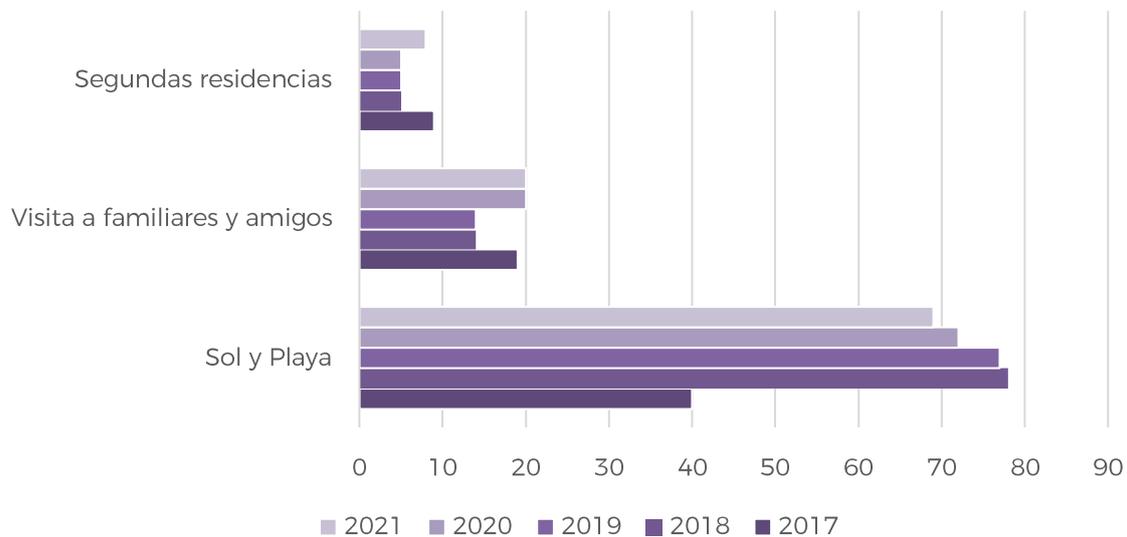


de las vacaciones industriales: el 22,2% de los participantes viaja en el mes de julio, el 13,3% en agosto y el 11,5% en septiembre.

Según los datos ofrecidos por el Instituto de estadística de Dinamarca, se ve claramente que la motivación del viaje continúa siendo la búsqueda del sol y la playa. En este apartado el IED también recoge la importancia de los viajes motivados por las visitas de amigos y familiares o a las segundas residencias, dos factores importantes a tener en cuenta en los dos años de pandemia 2020 y 2021.

En la siguiente tabla se observa el histórico de estos 3 motivos de viaje desde 2017 hasta 2021,

Motivación del viaje de los daneses 2017-2021 (%)



Fuente: FF2-Instituto de estadística de Dinamarca

Respecto a la cantidad de viajes realizados al año, Related desvela que, para viajes cortos internacionales, el 20,2% de los encuestados realizarán un único viaje de menos de 4 pernотaciones, el 13,4% realizará 2 viajes y el 7,8% de los daneses efectuará 3 viajes.

Si se trata de viajes largos de más de 4 pernотaciones, el 28% realizará un viaje, el 17% dos viajes y 3 viajes el 6,6% de los encuestados.

Segmentación de la demanda

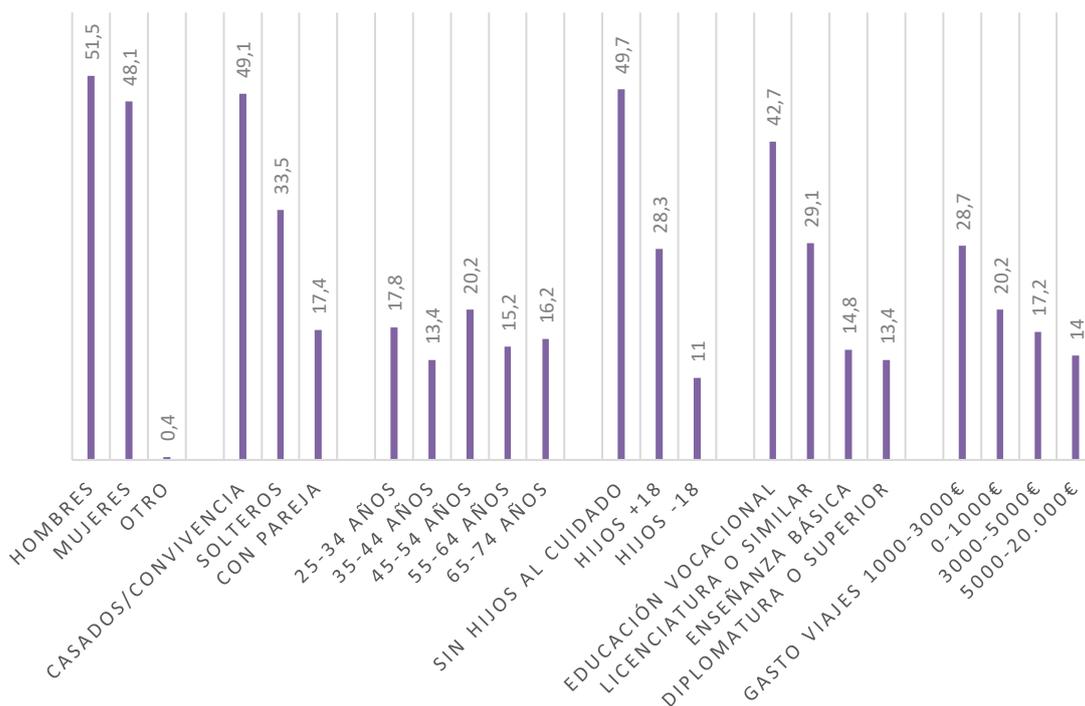
El viajero danés está dividido a grandes trazos entre quienes viajan al extranjero y quienes viajan de forma doméstica, y quienes realizan vacaciones de larga duración (más de 4 noches) o vacaciones cortas,

Respecto a las características del grupo viajero que compone la demanda lo podemos estudiar en el siguiente apartado mediante el perfil del viajero.

Perfil del viajero

Las características sociodemográficas más importantes del viajero danés podemos verlas en este gráfico, según datos de Related:

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL VIAJERO DANÉS



Fuente: Related y elaboración propia

El viajero danés, es un hombre de entre 45 y 54 años que ha llevado a cabo una educación vocacional. Está casado o cohabita con su pareja y su salario medio son entre 36.000€-59.000€ anuales. Su presupuesto anual para vacaciones seguirá siendo el mismo del año anterior, entre 1.000€-3.000€ los cuales gastará durante los meses de julio y agosto.

Este turista aprecia las vacaciones de sol y playa, las de relax y las de ciudad. Prefiere alojamientos de entre 3-4 estrellas en hoteles o residencias vacacionales. Para estos viajes vacacionales elige reservar online, sus paquetes turísticos (vuelo y alojamiento) mediante las webs de agencias. Previamente, su fuente de inspiración habrá sido la familia y amigos, buscadores online, las webs de los servicios del sector (alojamientos, transportes, etc.) así como las webs de agencias de viajes.

Productos turísticos demandados

En este apartado hablaremos de los tipos de viajes preferidos por los daneses y los factores principales que motivan la demanda de viajes a España.

10

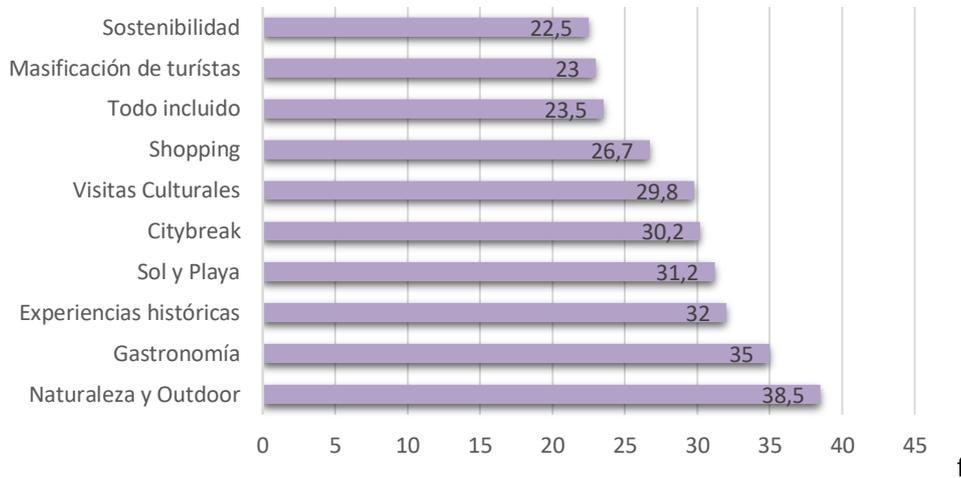
Tal y como es característico en este mercado, el tipo de viaje preferido del turista danés al extranjero, es el de sol y playa, como confirman hasta un 46,7% de los encuestados en el sondeo de Related. Le siguen el concepto de "Relajarse" con un 42,7%, los viajes de ciudad con un 36,5%, los viajes culturales con un 30,7% y las visitas a amigos y familiares con un 19,4%.

Muy ligados a los tipos de viaje están los factores de viaje que son las actividades, las ofertas en destino o las características que motivan el producto de viaje elegido,

Es interesante la observación que se tiene en cuenta en el sondeo de Related, donde la limpieza y los estándares de higiene juegan un papel crucial, siendo estos los factores más importantes a tener en cuenta por los daneses, debido a la situación postpandémica en la que se realizó el sondeo.

A continuación, se muestra una tabla con los porcentajes que estos factores suponen entre los turistas daneses.

Factores de viaje mejor considerados



Fuente: Related y elaboración propia

11

Aunque la sostenibilidad no es un factor principal, observamos que es uno de los 10 más importantes, junto con la masificación turística. El 23% de los turistas daneses prefiere lugares poco masificados y tener en cuenta el medioambiente y la sostenibilidad al viajar y en el destino.

El sol y playa sigue siendo importante entre los cuatro primeros factores, pero son las actividades al aire libre y la naturaleza las que dominan la motivación de viaje. La pandemia de los últimos dos años ha generado un gran interés por las vacaciones al aire libre y evitar los lugares demasiado concurridos.

La gastronomía y las experiencias históricas en segundo y tercer lugar, siempre han sido importantes entre los daneses y después de la pandemia del Covid-19 se aprecia mucho más el poder volver a experimentar culturas y lugares diferentes al propio.

Conclusiones y tendencias

Basándonos en el informe de Related podemos deducir que el comportamiento en el mercado emisor danés en general prefiere alojarse en hoteles o residencias de 3-4 estrellas, o alojarse con familia y amigos. La inspiración de viaje la encuentra principalmente también en amigos y familiares, buscadores online o empresas del sector de viajes online. Las reservas las suele efectuar por regla general por agencias de viaje online no sin antes haber comparado precios mediante páginas comparativas.



Actualmente y debido a la situación postpandémica, el factor decisivo del destino de viaje del turista danés es la limpieza y la higiene. También busca destinos que ofrezcan experiencias de naturaleza y turismo activo, una gastronomía especial y experiencias históricas.

El viajero danés, según el sondeo de Related, gasta aproximadamente €4210 por familia y generalmente lo materializa en viajes cortos por Europa en los meses de abril, mayo y agosto, así como en viajes largos (más de 7 días) también por Europa en los meses de junio, julio y agosto.

Las tendencias actuales que no habíamos observado con anterioridad, son la salud y la higiene, el viajero prefiere lugares con una garantía sanitaria ante la preocupación generada por el Covid-19. También la gastronomía es un factor repetitivo, así como las experiencias únicas, a poder ser que sean parte del listado de deseos *bucket list* personal que maximicen el viaje. El turismo activo y la sostenibilidad son importantes para el viajero danés, teniendo en cuenta lugares menos concurridos y formas de transporte y actividades en equilibrio con el medioambiente.

12

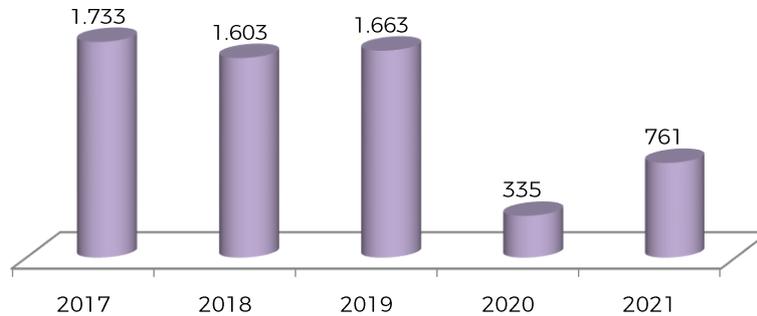
MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

En el mercado danés acostumbra a fluctuar la cifra del gasto total generado por los turistas daneses en sus viajes a España, habiendo sido por ejemplo la variación interanual de un 21% en 2017 y sin embargo un -7,5% el siguiente año, según datos de Egatur. El gasto de viajes a España según Frontur (INE) se vio también afectado más tarde por la pandemia y la inactividad viajera.

Partiendo de que en el año 2019 los turistas daneses gastaron en total 1,663 millones de euros, en el año 2020 cae drásticamente la cifra casi un 80% para recuperarse ligeramente en 2021 quedándose en 761.000 euros, repartidos principalmente en los viajes de la segunda mitad del año.



Gasto Total en viajes a España (millones de euros)

Fuente: EGATUR

Número de viajes a España

Las diferentes crisis de la turoperación de 2019 quedan relegadas a un segundo plano con la llegada del Covid-19 en marzo de 2020.

13

Según Frontur, Dinamarca enviaba algo más de 1,2 millones de viajeros a España en 2019. Pero estas cifras de viajes se distorsionan durante los siguientes dos años debido a las restricciones de viaje derivadas de la pandemia. La caída drástica de viajeros en 2020 se cifra en un total de 277.000 visitantes, mientras que en 2021 llegamos a 623.000. A pesar de que en 2021 se recupera ligeramente la movilidad en la temporada de verano y otoño por el levantamiento progresivo de las restricciones, el viajero necesita recuperar la confianza que se ve nuevamente amenazada por la nueva ola de finales de año hasta principios de 2022.

Viajes a España (millares)

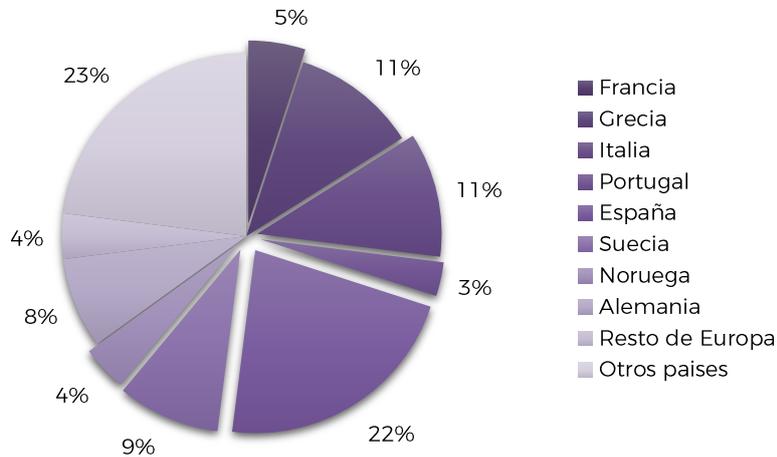
Fuente: FRONTUR INE

Cuota de España en el mercado turístico emisor

El instituto de Estadística danés en su estudio anual de viajes turísticos, nos muestra España como un destino líder entre los destinos preferidos de los daneses para las vacaciones largas (de más de 4 pernoctaciones). La cuota de mercado de España en el año 2021 es del 22% que es la cifra más alta de los últimos 5 años.

Nuestros competidores en esta categoría de viajes se encuentran a distancia considerable según su cuota de mercado en 2021, siendo los siguientes países Italia y Grecia con una cuota del 11%

Principales destinos internacionales- mercado danés 2021



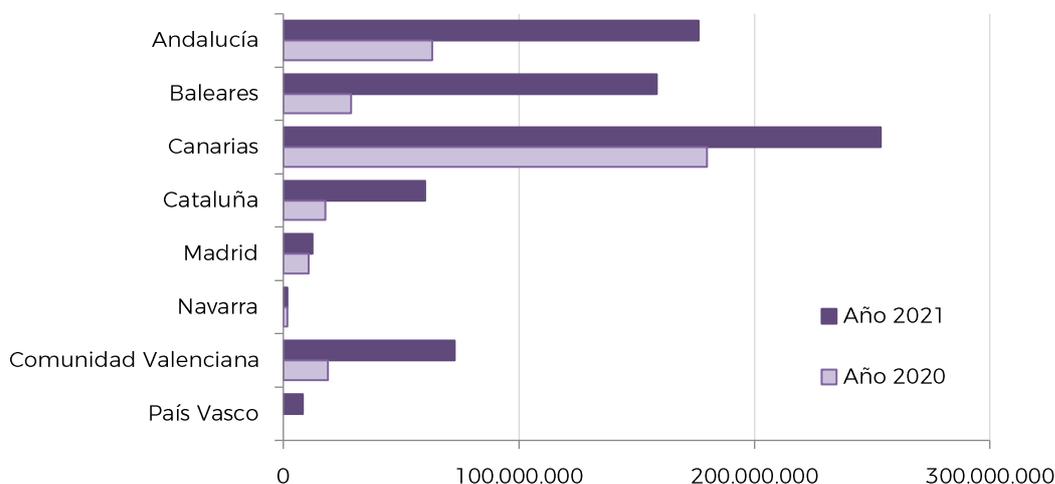
Fuente: Instituto de Estadística de Dinamarca FF1

Principales destinos en España

El siguiente gráfico muestra una clasificación facilitada por el INE, de las Comunidades Autónomas más visitadas por los turistas daneses, según el importe de gasto que han realizado en ellas.

Las Islas Canarias son la Comunidad Autónoma que en los últimos años ha recibido el mayor gasto, en total 253 millones de euros, le sigue Andalucía con 176 millones de euros y en tercer lugar las Islas Baleares con 158 millones de euros.

Principales destinos (CC.AA) por gasto 2020-2021



Fuente: FRONTUR, INE

15

Organización del viaje y reserva

Los datos ofrecidos por Frontur (INE) del último año 2021 nos muestran que la forma de organización del viaje es principalmente sin paquete turístico. Si en los años 2018 y 2019 el porcentaje de viajes organizados sin paquete eran aproximadamente el 62% del total, el pasado año fueron casi el 74%.

La forma de reserva del turista danés que viaja a España no difiere mucho de la forma de reservas a otros destinos. Las reservas se realizan online. Según el sondeo de Related, por medio de Travellyze, el 52,7% de los encuestados, se inspiran en familia y amigos para elegir sus viajes a España, el 47,7% utiliza buscadores tipo Google o Bing y el 36,2% busca su inspiración directamente en las webs de las compañías de viajes. Las redes sociales y los medios online no están entre las primeras fuentes de inspiración para viajar a España, aunque son el 25% de los participantes en el sondeo los que confiesan utilizarlos, entre otros Facebook es consultado por el 19,4% de los encuestados e Instagram por el 18,3%.

Respecto a las formas de reserva de viajes a España, este sondeo nos revela lo siguiente:

- El 38,4% de los daneses reserva paquetes turísticos a España (vuelo y alojamiento) mediante las páginas web de las agencias de viajes.



- El 27,2% de los viajeros utilizan buscadores o páginas comparativas tipo Momondo, Trivago o Skyscanner.
- Los daneses reservan alojamientos directamente en sus páginas web (un 24%)
- Adquieren por separado vuelo y hotel en diferentes portales de reserva hasta en un 22,6%.
- El 14,3% reserva paquetes turísticos (vuelo y alojamiento) directamente con un turoperador.
- Reservan paquetes turísticos (vuelo y alojamiento) con un agente en persona o vía email/teléfono en un 10%
- El 14,3% realizan directamente online la reserva del transporte, en las propias webs

16

Comportamiento viajero

Teniendo presente que los años 2020 y 2021 no han sido representativos para analizar la rutina viajera ya que las diferentes olas de la pandemia afectaron de forma desigual, mostramos un cuadro de estacionalidad de los últimos tres años.



Fuente: FRONTUR, INE



A pesar de ser el 2020 el año más caótico de la pandemia se sigue apreciando levemente la norma general, Los meses de junio a agosto son los que más concentración viajera muestran, siendo julio el mes clave. La tendencia del año 2021 se asimila a la de 2019 donde no solo se observa el pico de las vacaciones industriales de verano sino también las vacaciones escolares de otoño en el mes de octubre.

Como se observa en el siguiente cuadro, al turista danés que viaja al extranjero le motiva principalmente el turismo de naturaleza y activo según los datos del sondeo de Related. Como segunda fuente de motivación el 36% de los encuestados considera la gastronomía importante para decidir sus vacaciones siendo el ocio de sol y playa un elemento decisivo para el 32% de los participantes.

Motivación del viaje a España 2021 (%)



Fuente: Related

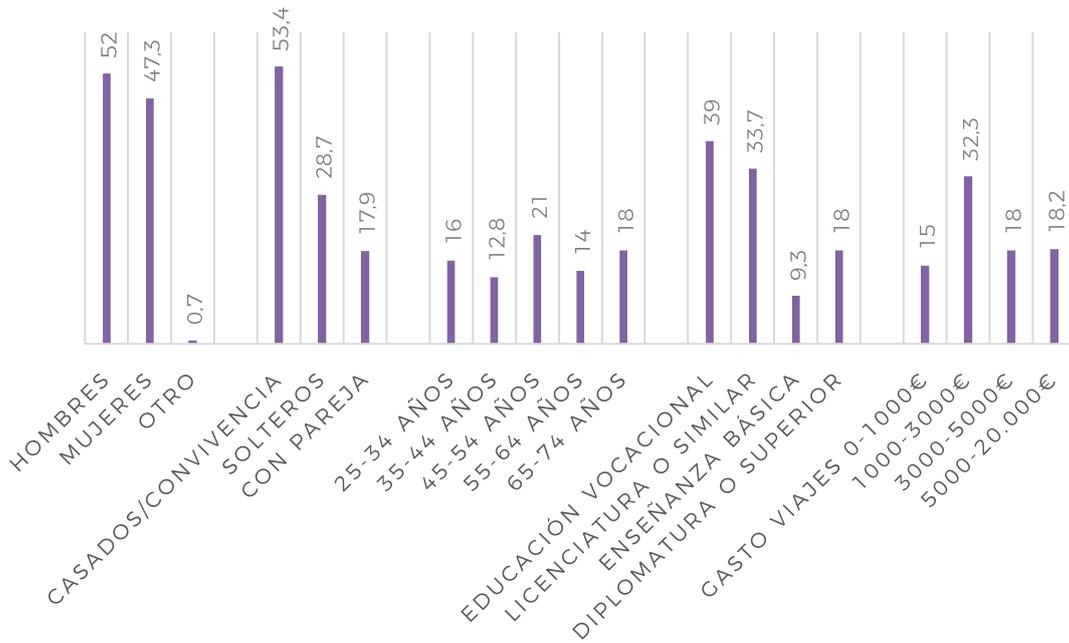
Perfil del viajero

El perfil del viajero danés a España, al igual que el que viaja a otros lugares, es un hombre de entre 45 y 54 años que ha llevado a cabo una educación vocacional. Está casado o cohabita con su pareja y su salario medio son entre 36.000€-59.000€ anuales. Su presupuesto anual para vacaciones seguirá siendo el mismo del año anterior, entre 1.000€-3.000€ los cuales gastará durante los meses de julio y agosto.

Este turista aprecia las vacaciones de sol y playa, las de relax y las de ciudad. Prefiere alojamientos de entre 3-4 estrellas en hoteles o residencias vacacionales. Para estos viajes vacacionales elige reservar online, sus paquetes turísticos (vuelo y alojamiento) mediante las webs de agencias. Previamente, su fuente de inspiración habrá sido la

familia y amigos, buscadores online, las webs de los servicios del sector (alojamientos, transportes, etc.) así como las webs de agencias de viajes.

CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL VIAJERO DANÉS A ESPAÑA



Fuente: Related

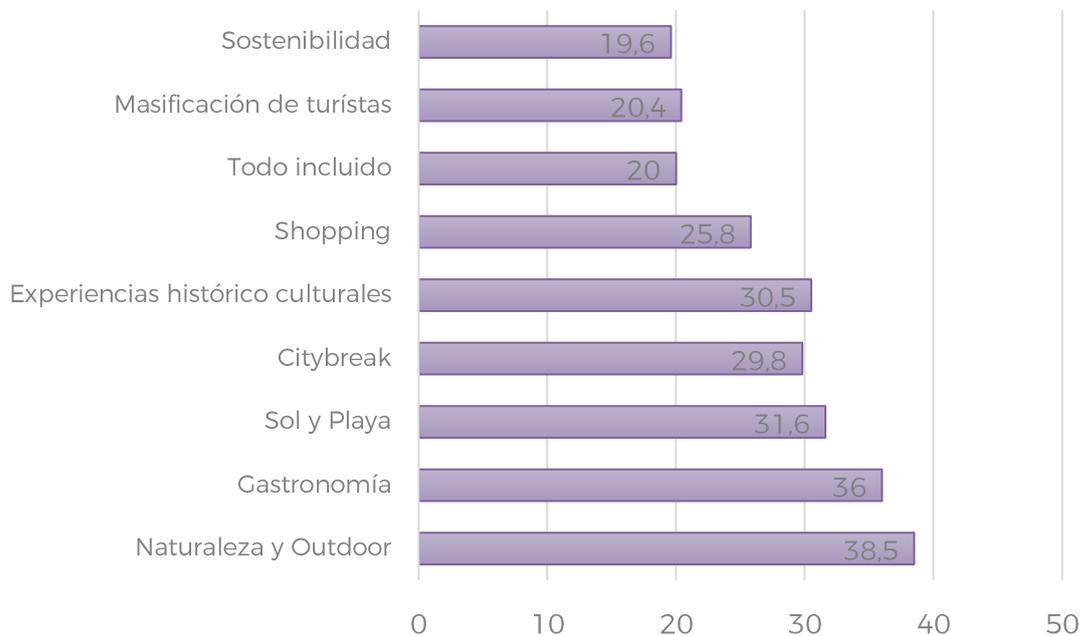
Productos turísticos demandados

En este apartado nos referiremos a los factores de viaje que son las actividades, las ofertas en destino o las características que motivan el producto de viaje elegido,

A continuación, se muestra una tabla con los porcentajes que estos factores suponen entre los turistas daneses.



Factores de viaje a España mejor considerados



Fuente: Related

Conclusiones y tendencias

Los últimos dos años han sido complejos debido a la inseguridad sanitaria y las restricciones de viaje, y han generado en este último año una gran demanda en el mercado danés. Si España era líder como destino entre los daneses, la cuota de mercado se dispara a un 22% en el segundo año de pandemia 2021 para viajes largos ya que es un destino de proximidad que genera confianza por sus estructuras sanitarias y sector de servicios modernos.

En total se realizaron aproximadamente 624.000 viajes a España desde Dinamarca, según datos de Frontur (Ine) para el año 2021.

El turista danés viaja principalmente en temporada vacacional y se observa el mayor pico de viajes en el mes de julio, así como otro menor en el mes de octubre relacionado con las vacaciones de otoño.

Las regiones de Canarias, Andalucía y Baleares continúan siendo las más visitadas y Canarias la que más gasto genera entre los turistas daneses.



Los viajes se siguen organizando online al igual que a otros lugares del mundo, ya sea por agencias de viajes, turoperadores o directamente a en las webs de los servicios turísticos.

El turista danés muestra una gran necesidad de recuperar el tiempo perdido de viajes y experiencias, y estaba deseoso de gastar sus ahorros de los viajes no realizados durante la pandemia.

Desgraciadamente la guerra de Ucrania ha desencadenado un conflicto energético y una situación de inflación e inestabilidad económica que hace que el consumidor ahorre en los artículos de lujo o innecesarios ante la incertidumbre de la guerra.

Por otra parte, los productos y las tendencias se mantienen sin novedades, las actividades al aire libre y de naturaleza van ganando importancia junto con la gastronomía y las experiencias culturales, sin perder nunca la oportunidad de disfrutar del sol y la playa.

20

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

Como hemos visto anteriormente, España goza de una amplia cuota de mercado con respecto a los viajes vacacionales al extranjero. En el año 2021 según el instituto de estadística danés el 22% de los daneses eligieron España como destino vacacional y es la cifra más alta de los últimos 5 años.

Según la misma fuente, nuestros competidores más cercanos, aunque con cuotas visiblemente menores, son Italia y Grecia con un 11% como destinos vacacionales de verano cercanos y que en esta pasada época de pandemia eran accesibles y de confianza. Le sigue Suecia con un 9% y Alemania con un 8% que irrumpen como destinos de verano nuevamente por las circunstancias de inestabilidad generadas por el Covid-19 y finalmente Francia con un 5%, un destino que ha perdido fuerza durante los últimos 5 años en lo que refiere a viajes de más de 4 pernoctaciones, y que en lo que se refiere al mercado danés ya no se considera un competidor directo.

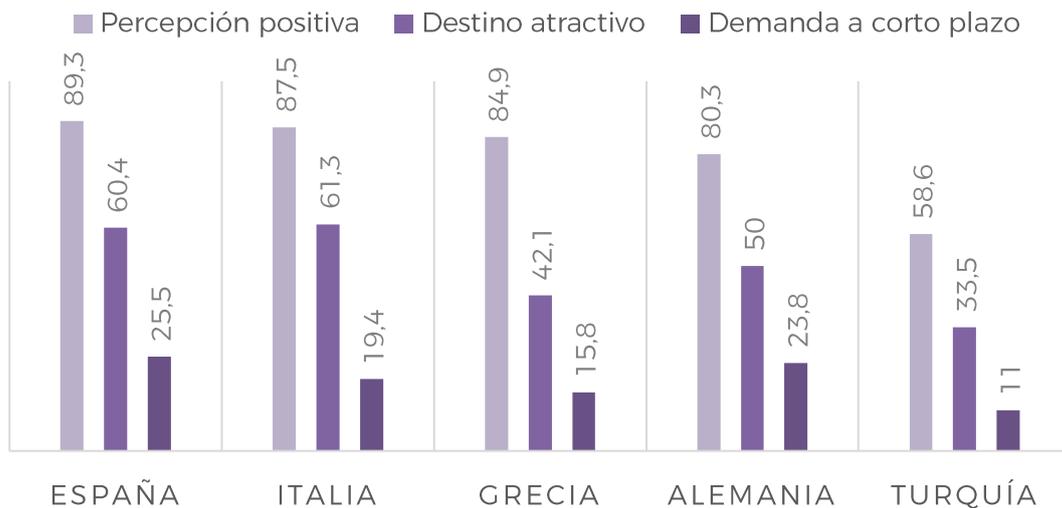


El sondeo realizado por la empresa Related nos desvela también cómo los destinos turísticos como España y nuestros competidores más cercanos, son percibidos por aquellos viajeros potenciales que aún no han visitado estos destinos.

Tal y como observamos en el siguiente gráfico España se encuentra en cabeza respecto a sus países competidores con una tasa de satisfacción del 89.3% y ratio de demanda a corto plazo del 25.5%.

El país que más lejos está dentro de los competidores es Turquía con un 58.6% de percepción positiva y un 11% de intención de demanda a corto plazo.

PERCEPCIÓN DE DESTINOS POTENCIALES



Fuente: Related

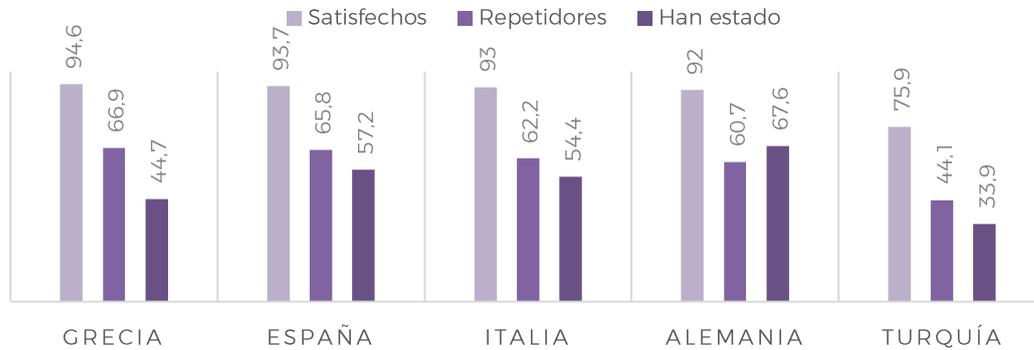
Related también nos desvela como experimentan los viajeros daneses estos destinos una vez ya los han visitado.

De los cuatro destinos competidores analizados es Grecia el país que en este ranking de 130 países está mejor situado entre nuestros competidores (3er puesto), siendo España el 6º e Italia el 8º.

Las peores cifras son las de Turquía con un nivel de experiencia positiva del 75.9% y un 44.1% de visitantes que repetirían la experiencia.



EXPERIENCIA DE LOS VISITANTES



Fuente: Related

Posicionamiento e imagen de España

22

España mantiene su imagen de país fiable y seguro que la pandemia le ha otorgado. Volviendo al sondeo realizado por la empresa Related sobre la percepción de España y nuestros competidores más cercanos, podemos analizar diversas variables desde un enfoque como marca o como destino.

Según el índice global de *imagen de marca*, desarrollado con datos de Travellyze Data para Related, los viajeros daneses sitúan a España en segunda posición entre 130 destinos, y de esta forma nos sitúa como una de las mejores *imágenes de marca* del mercado. Concretamente nuestro país marca 401,1 puntos dentro de un sistema de puntuaciones donde el mínimo son 71.8 y el máximo son 432.8.

Respecto a la variable *conocimiento de marca*, los viajeros daneses afirman estar al tanto de los productos turísticos que se ofrecen desde España en un 87%, llevándole a un 4º puesto dentro del ranking de percepción de marca respecto al resto de los 130 destinos. Los daneses son grandes conocedores de nuestra marca, incluso sin haber visitado el país.

Related en su auditoría sobre la percepción de los daneses sobre España como *destino turístico*, desvela que somos el número 22 de los 130 destinos incluidos en su sondeo. El 89,3% de los encuestados tienen una percepción positiva del destino lo que nos deja con tan solo algo más del 10% de encuestados que ven el destino de forma negativa.

El 60.4% de los encuestados lo considera un destino atractivo que les gustaría visitar, y esto representa aproximadamente un mercado potencial de 3,6 millones de viajeros.



El 25,5% de los encuestados tienen intención de viajar a España en un futuro próximo, lo cual significa una demanda potencial a corto plazo de 1,5 millones de viajeros daneses.

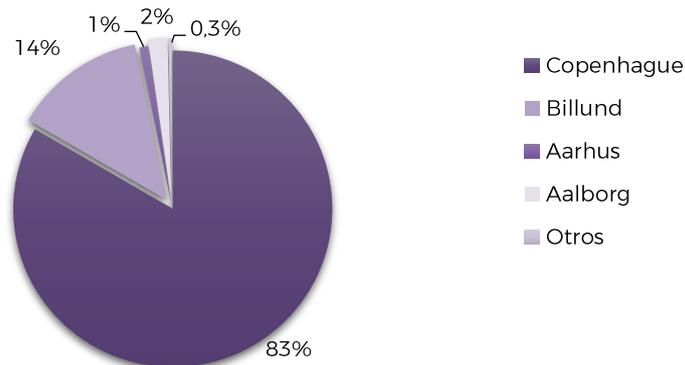
Conectividad aérea con España

Dinamarca cuenta con 7 aeropuertos: Aalborg, Jutlandia meridional, Billund, Sønderborg, Odense, Bornholm y Copenhague.

De estos aeropuertos tan solo 3 realizan vuelos regularmente a lo largo de todo el año a España. Por volumen de viajes el principal es Copenhague con un 83% de los vuelos totales desde Dinamarca, le sigue Billund de lejos con un 14% y finalmente Aalborg con tan solo un 2%. Puntualmente durante la temporada alta de verano, los grandes turoperadores comercializan vuelos chárter desde los aeropuertos de Odense y Bornholm.

23

Principales aeropuertos de origen daneses 2021



Fuente: Datos de la Secretaría de Transportes publicados por Instituto de Estadística de Dinamarca

Dinamarca es un país perfectamente comunicado con las zonas tradicionalmente más turísticas de España. Sobre todo, las zonas costeras del mediterráneo, las islas y las principales ciudades como Madrid, Barcelona o más recientemente Sevilla desde Billund y Bilbao desde Copenhague con vuelos durante todo el año. También dependiendo de la demanda surgen vuelos puntuales de temporada como el de Noruegia a Ibiza esta temporada de verano 2022 o a las diferentes islas Canarias en invierno.

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA (verano 2022)

Aeropuerto de Destino	Aeropuerto de Origen	Nº Frecuencias Semanales	Compañía Aérea
Palma de Mallorca	Copenhague	4,5,6,7	EasyJet
		Diario	Norwegian
		1,3,5,6	Ryanair
		Diario	SAS
	Billund	2,4,7	Vueling
		1,3,4,5,7	Ryanair
	Aalborg	3,6	Vueling
Málaga	Copenhague	2,6	EasyJet
		Diario	Norwegian
		Diario	Ryanair
		Diario	SAS
	Billund	2,4,7	Vueling
		1,2,4,5,6	Ryanair
	Aalborg	3,6	Vueling
Barcelona	Copenhague	3,6	Norwegian
		Diario	Norwegian
		Diario	SAS
	Billund	Diario	Vueling
		4,5,7	Ryanair
Alicante	Copenhague	2,6	Vueling
		Diario	Norwegian
		1,3,5	Ryanair
	Billund	Diario	SAS
		1,3,6	Vueling
Gran Canaria	Copenhague	2,3,4,6	Ryanair
		6	Norwegian
		6	SAS
	Billund	3,6	Vueling
Tenerife	Billund	7	Vueling
Ibiza	Copenhague	7	Vueling
Bilbao	Copenhague	4	Norwegian
Sevilla	Copenhague	1,5	Vueling
	Billund	3,6	Ryanair

Tramitación de documentos de viaje

Dinamarca es un país integrado en el espacio Schengen y por tanto no es necesaria la tramitación de documentos o visados de viaje para residentes en Dinamarca que deseen viajar a España.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

El turista danés continúa siendo un empedernido viajero que a pesar de la pandemia ha encontrado la manera de recuperar su costumbre y cubrir su necesidad de salir del país ya sea para reencontrarse con el sol y la playa, para disfrutar de la naturaleza y practicar actividades al exterior o visitar ciudades y puntos culturales.

25

Continúa adquiriendo sus viajes casi exclusivamente online, ya sea mediante agencias o por distribuidores directos, no sin antes haber comparado precios mediante buscadores del sector. A su vez, busca inspiración en su familia y amigos por ser una fuente de información de confianza y tener gustos afines.

Pasados ya los tiempos de restricciones debidas a la pandemia y habiendo padecido las cancelaciones causadas por el caos de las compañías aéreas, el viajero danés ha experimentado los riesgos de viajar sin el respaldo de los seguros y los fondos de garantía de viajes, por lo que actualmente es consciente de que la mejor manera de viajar es mediante una agencia de viajes ya que tiene más ventajas a nivel de seguridad y tramitación de incidencias.

Para apreciar mejor de un vistazo las características básicas del viajero en este momento nos referimos a la tabla realizada por Frontur -ANEXO

Previsiones a medio plazo

Nuestro destino continúa estando entre los más vendidos y poco a poco vamos recuperando las cifras de turistas a las que estábamos acostumbrados antes de la pandemia.



La nueva tendencia de buscar lugares menos masificados y el auge del producto de naturaleza y experiencias al aire libre, ha provocado que se abran nuevas rutas aéreas por ejemplo a Bilbao durante todo el año. Entre estas nuevas tendencias también es de mención la moda de las autocaravanas y los *glampings* (no necesariamente una alternativa barata), en línea con el producto en auge de las experiencias en naturaleza (por ejemplo, surf, senderismo y cicloturismo) y evasión de las zonas más turísticas.

El turista danés está dispuesto a probar nuevos productos alternativos que le ofrezcan experiencias vacacionales que se adapten a los factores que más les atraen. Los destinos estrella de la temporada de verano como Mallorca, siguen en auge y cada vez con más visitantes, pero se percibe la necesidad de diversificar tanto en producto como en destino.

Desafortunadamente la coyuntura mundial actual no está siendo propicia para que las agencias y turoperadores arriesguen en nuevos productos. La economía doméstica está seriamente amenazada por la inflación derivada del conflicto bélico de Ucrania y las familias se ven obligadas a rehacer sus presupuestos para poder afrontar las importantes subidas de la energía o la cesta de la compra. Por lo tanto, los productos que no sean de primera necesidad desaparecerán de estos presupuestos domésticos y se simplifican sensiblemente evitando excentricidades o excesos, pero sin abandonar las vacaciones de verano.

ANEXO



Características básicas de los turistas internacionales.

Año 2022. Acumulado julio

Dinamarca	Turistas (miles)	% Variación Interanual	% Vertical	% Sobre total turistas
Turistas	679	229,3	100,0	1,7
Via de acceso				
Aeropuerto	661	226,4	97,4	2,0
Carretera	16	353,1	2,4	0,3
Barco	-	-	-	-
Tren	-	-	-	-
Forma de organización (1)				
Con paquete turístico	194	417,7	28,6	2,1
Sin paquete turístico	485	187,4	71,4	1,6
Tipo de alojamiento				
Alojamiento De Mercado	555	239,1	81,7	1,7
<i>Alojamiento hotelero</i>	469	261,6	69,1	1,7
Alojamiento de No Mercado(2)	125	191,9	18,3	1,8
Comunidades de destino				
Canarias	172	656,5	25,3	2,5
Andalucía	165	170,2	24,3	3,0
Baleares	125	98,6	18,4	1,7
Turistas según pernoctaciones				
1 noches	8		1,1	0,4
De 2 a 3 noches	58		8,5	0,8
De 4 a 7 noches	405		59,6	2,1
De 8 a 15 noches	168		24,7	2,0
Más de 15 noches	41		6,0	1,5
	Gasto	% Variación Interanual	% Vertical	% Sobre gasto total
Gastos				
Gasto total (Mill. Euros)*	864	224,3		1,8%
Gasto medio diario (€)	159	2,7		
Gasto medio del turista (€)	1.305	-0,1		
Estancia media	8,2	-2,7		

Fuente: FronTUR INE, Egatur INE y estimación Turespaña

Las celdas "*" responden a una insuficiente base muestral (inferior a 29 registros) en FronTUR y en Egatur

(1) No se recogen los que contestan "no procede"

(2) El Alojamiento de No Mercado comprende la vivienda en propiedad, las viviendas de familiares o amigos y otros

* Elevación de dato no calibrada. Sólo uso interno.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 