

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

DINAMARCA 2024 Mercado Emisor

© 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

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

El mercado de viajes de ocio danés ha mostrado un notable dinamismo en los últimos años, reflejando una compleja interacción de factores económicos, sociales y geopolíticos. Según el "Barómetro de Viajes de Ocio Danés 2024", una encuesta integral realizada por Nordic Bench, los viajeros daneses están demostrando un gran interés tanto en viajes nacionales como internacionales, aunque los desafíos económicos están afectando los comportamientos y preferencias de viaje.

Dinamarca, con una población de aproximadamente 5,8 millones de habitantes, tiene una cultura de viajes vibrante. El viajero danés promedio planea 1.9 viajes al extranjero y 2.6 viajes domésticos en 2024, lo que indica una ligera disminución en los viajes internacionales en comparación con años anteriores, debido a incertidumbres económicas como la inflación y el aumento de las tasas de interés. Es notable que el 23% de los daneses no planean ningún viaje al extranjero en 2024.

4

En promedio, los viajeros daneses están presupuestando alrededor de €4,000 (aproximadamente 29,800 DKK) para viajes internacionales, cubriendo costos de transporte y alojamiento. Este presupuesto refleja un enfoque cauteloso hacia el gasto en medio de desafíos económicos. Para los viajes domésticos, el presupuesto promedio es de aproximadamente €2,200 (unos 16,400 DKK).

La estacionalidad juega un papel significativo en los patrones de viaje daneses. El verano es la temporada preferida para los viajes a destinos europeos populares como España, Italia y Francia, con una preferencia particular por las vacaciones de sol y playa. Los viajes en invierno son menos comunes, excepto para destinos como las Islas Canarias y los viajes de esquí a Suecia.

Los viajeros daneses se inspiran en diversas fuentes, incluidos amigos y conocidos, experiencias personales, redes sociales y programas de viajes en televisión. La demografía más joven (menores de 30 años) se ve particularmente influenciada por las redes sociales y las recomendaciones online, mientras que los viajeros mayores (mayores de 70 años) confían más en experiencias personales y sitios web detallados de operadores turísticos.



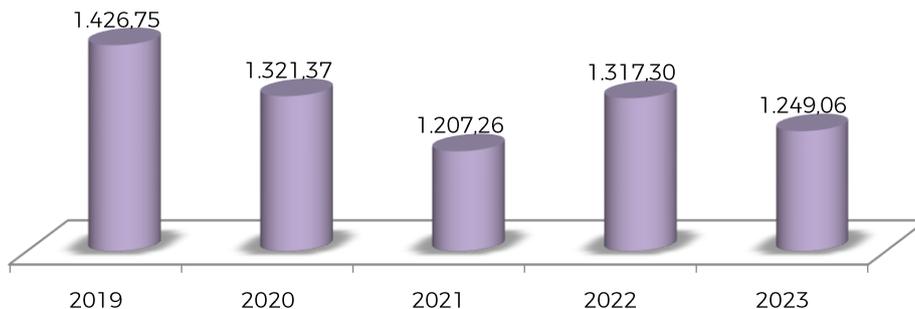
El mercado de viajes danés sigue siendo robusto a pesar de los desafíos económicos. Los viajeros daneses priorizan altamente los viajes internacionales, incluso en medio de restricciones financieras. España continúa siendo destino internacional más favorecido por los viajeros daneses, con un 34% de los que planean viajes a Europa eligiendo España. Dentro de España, Mallorca destaca como la opción principal, seguida de otros destinos como Barcelona y Tenerife. Con un enfoque marcado en las reservas online e independientes y una amplia gama de motivaciones de viaje, el mercado de viajes danés está experimentando una actividad intensa en 2024, impulsado por una fuerte inclinación cultural hacia la exploración y el ocio.

Volumen del mercado por gasto

Los daneses han sido históricamente más generosos a la hora de invertir en sus viajes de larga estancia al extranjero en comparación a su gasto en viajes domésticos, como demuestran las cifras ofrecidas por el Instituto danés de estadística. Se triplica el gasto cada año y en ocasiones como en 2019 casi se cuadruplica. A pesar de que en 2022 aumenta el presupuesto en estos viajes un 9% vuelve a bajar un 5% en 2023 situándose en 1.249€ por persona y viaje. La bajada es aún más acusada en el presupuesto de viajes domésticos de 2023, que caen casi un 29% hasta 353€ por persona y viaje.

5

Gasto Total (euros por persona y por viaje)



Fuente: Instituto danés de estadística

Volumen del mercado por número de viajes

Según el Instituto danés de estadística, los viajes de vacaciones largos aún no recuperan el ritmo con respecto a 2019.

En 2023, los daneses realizaron 6,7 millones de viajes vacacionales largos, un aumento del 4% en comparación con 2022, pero todavía un 11% menos que en 2019. Esto significa que los viajes de vacaciones largos aún no han regresado a los niveles

anteriores a la COVID-19. Los viajes de vacaciones largos al extranjero aumentaron un 7% en 2023 en comparación con 2022, pero siguen siendo un 12% más bajos que en 2019. Los viajes vacacionales largos en Dinamarca disminuyeron un 2% en 2023 en comparación con el año anterior y son un 7% más bajos que en 2019.



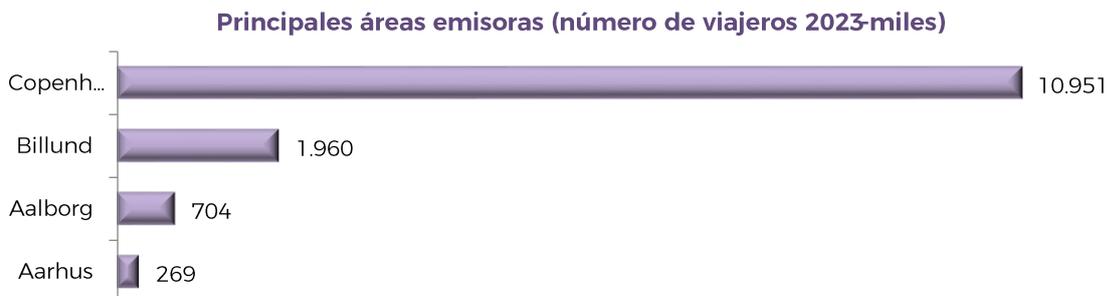
Fuente: Instituto danés de estadística

6

Principales áreas emisoras

Las áreas emisoras de viajeros siguen la misma tendencia de la distribución territorial de la población en Dinamarca. En el primer cuatrimestre de 2024, el área metropolitana de Copenhague concentraba casi el 30% de la población. Le siguen los municipios de Aarhus con el 6,1%, Aalborg con el 3,7% y Odense con el 3,5% la población danesa.

Si tenemos en cuenta las salidas desde terminales y no los pasajeros en tránsito de los aeropuertos principales daneses, de los casi 14 millones de pasajeros que salieron de Dinamarca el 79% lo hicieron desde Copenhague, el 14% desde Billund, el 5% desde Aalborg y un 2% desde Aarhus.



Fuente: Instituto danés de estadística/Trafikstyrelsen

Organización del viaje y reservas

Los viajeros daneses muestran una clara preferencia por la planificación y reserva de sus viajes a través de canales online. Según el "Barómetro de Viajes de Ocio Danés 2024," el 57% de los daneses optan por organizar sus viajes de manera independiente, utilizando sitios web de aerolíneas y plataformas como Booking.com. Los sitios de comparación de precios, como Momondo, también juegan un papel crucial en la organización de viajes organizados por cuenta propia.

La mayoría de estos viajeros jóvenes prefieren esta autonomía, mientras que los mayores de 70 años suelen optar por paquetes turísticos, reservados a través de sitios web de operadores turísticos.

En cuanto a las reservas online, un porcentaje significativo de daneses prefiere reservar únicamente el alojamiento o el transporte aéreo; aproximadamente el 35% de las reservas se realizan en sitios web de aerolíneas como SAS, Norwegian y Ryanair. Además, el 33% utiliza plataformas de reserva de hoteles como Booking.com, Agoda y Trivago. Esta tendencia refleja una fuerte inclinación hacia la personalización y la flexibilidad en la planificación de viajes.

El proceso de búsqueda de información y decisión de compra también está bien definido. Los viajeros daneses comienzan a buscar información sobre destinos y opciones de viaje con bastante anticipación; en promedio, las reservas se realizan aproximadamente 12.4 semanas antes de la fecha de salida, ligeramente por encima del promedio nórdico de 11.4 semanas. Este periodo prolongado permite a los viajeros comparar opciones y encontrar las mejores ofertas disponibles.

En cuanto a los canales tradicionales, aunque menos populares, todavía juegan un papel importante. Aproximadamente el 36% de los daneses eligen paquetes de vacaciones que incluyen tanto el transporte como el alojamiento. Estos paquetes son especialmente preferidos por los viajeros mayores y aquellos que buscan comodidad y seguridad en sus viajes. Operadores turísticos como Spies, Bravo Tours, TUI y Apollo son los más populares, cada uno capturando entre el 21% y el 24% del mercado.

En resumen, los daneses muestran una preferencia marcada por la planificación y reserva en línea de sus viajes, valorando la independencia y la flexibilidad que estos canales ofrecen. Sin embargo, los canales tradicionales siguen siendo relevantes, especialmente para segmentos específicos de la población que buscan paquetes todo incluido y la seguridad de viajar con operadores turísticos reconocidos.

Comportamiento viajero

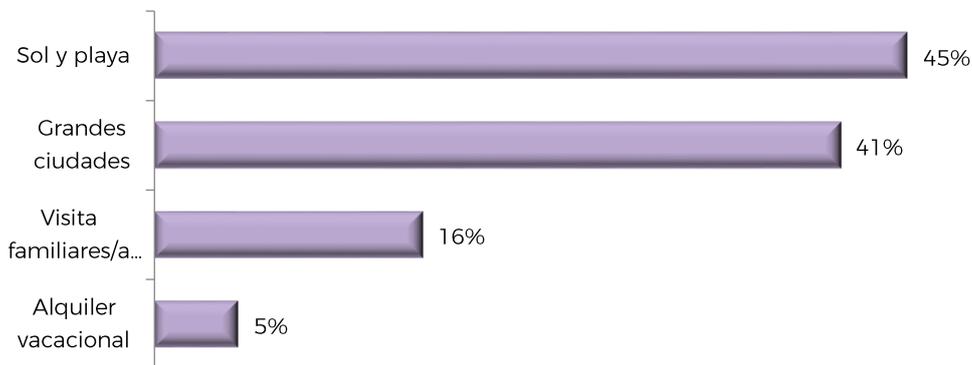
Los viajeros daneses muestran diversas motivaciones y preferencias estacionales que influyen en sus decisiones de viaje. Según el "Barómetro de Viajes de Ocio Danés 2024", las vacaciones de sol y playa son la principal motivación para el 45% de los daneses, seguidas por las visitas a grandes ciudades con un 41%. Sin ser excluyentes entre ellas, otras motivaciones importantes incluyen alquilar casas o apartamentos en el extranjero (16%) y visitar a familiares y amigos (16%). También se destacan los viajes culturales, las excursiones de senderismo y las vacaciones deportivas.

En cuanto a la estacionalidad, los daneses prefieren viajar durante el verano, especialmente a destinos europeos como España, Italia y Grecia. Durante el verano, las playas y las actividades al aire libre son las principales atracciones. Sin embargo, hay un interés significativo en los viajes de invierno, especialmente a las Islas Canarias y para realizar actividades de esquí en destinos como Suecia y Noruega. Además, destinos asiáticos como Tailandia son populares en invierno, con un 58% de los viajeros planeando sus escapadas durante esta temporada, seguidos por un 20% que prefieren el verano.

La seguridad es una preocupación primordial para muchos viajeros daneses, lo que influye en la elección de sus destinos. Los viajes a países percibidos como seguros y bien conocidos son preferidos, reflejando una tendencia hacia la estabilidad y la previsibilidad en sus experiencias de viaje.

8

Motivación del viaje (%)



Fuente: Danish Leisure Travel Barometer



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

Los viajeros daneses presentan una amplia variedad de características sociodemográficas que reflejan una diversidad en sus preferencias y comportamientos de viaje. Según el "Barómetro de Viajes de Ocio Danés 2024," el 56% de los viajeros son mujeres y el 44% son hombres. En cuanto a la distribución por edades, los grupos se dividen de la siguiente manera: menores de 20 años representan el 3%, entre 21 y 30 años el 19%, entre 31 y 40 años el 16%, entre 41 y 50 años el 16%, entre 51 y 60 años el 16%, entre 61 y 70 años el 14%, y mayores de 70 años el 17%.

En términos de situación familiar, el 26% de los encuestados son solteros, el 46% son parejas sin hijos, el 32% son parejas con hijos, y el 6% son personas solteras con hijos. Geográficamente, los viajeros se distribuyen principalmente en Región capital (32%), seguido de Jutlandia Central (23%), Dinamarca Meridional (19%), Zelandia (17%) y Jutlandia Septentrional (9%).

El ingreso del hogar varía considerablemente: el 15% de los encuestados tienen ingresos menores de 30,000 euros, el 24% tienen entre 30,000 y 50,000 euros, el 32% entre 50,000 y 100,000 euros, el 12% entre 100,000 y 200,000 euros, y solo el 2% tienen ingresos superiores a 200,000 euros. Un 16% prefirió no revelar sus ingresos.

Los daneses se agrupan en tres segmentos de viaje: presupuesto, confianza y premium. Los viajeros del segmento de confianza, que priorizan la seguridad y la comprensión de su destino, constituyen el 56% de los viajeros. Los viajeros premium, dispuestos a gastar más por experiencias únicas, y los viajeros de presupuesto, enfocados en la eficiencia de costos, representan el 22% y el 23%, respectivamente.

Las preferencias de viaje también varían según la edad y la situación económica. Los menores de 30 años tienden a planear más viajes internacionales, mientras que los mayores de 70 años tienden a viajar menos. En términos de motivación, las vacaciones

de sol y playa son las más populares (45%), seguidas de las visitas a ciudades importantes (41%) y el alquiler de casas o apartamentos en el extranjero (16%).

Productos turísticos demandados

En 2024, los productos turísticos más demandados por los daneses varían significativamente entre los viajes domésticos y los viajes al extranjero.

Para los viajes dentro de Dinamarca, los daneses planean un promedio de 2.6 viajes anuales. Las motivaciones principales incluyen las vacaciones en la playa y al sol, la exploración de grandes ciudades, y la visita a familiares y amigos. Las altas tasas de interés influyen en la preferencia por los destinos domésticos, percibidos como más seguros y asequibles.

En cuanto a los viajes internacionales, los daneses planifican alrededor de 1.9 viajes por año. España se posiciona como el destino favorito, seguido por Italia, Grecia, Francia, Alemania y Suecia.

Los viajes a Asia, con Tailandia a la cabeza, también son populares. Las principales motivaciones incluyen las vacaciones en la playa, visitas a grandes ciudades y experiencias culturales. La seguridad es una preocupación clave para los viajeros internacionales, especialmente en el contexto de las tensiones geopolíticas actuales.

Estos datos reflejan un equilibrio entre el deseo de explorar destinos internacionales y la tendencia a preferir viajes domésticos debido a consideraciones económicas y de seguridad.

Conclusiones y tendencias

En 2024, el mercado emisor danés muestra varias conclusiones y tendencias clave. A pesar de los desafíos económicos, como la inflación y las altas tasas de interés, los daneses siguen valorando altamente los viajes al extranjero, situándolos en segundo lugar después de la buena comida y bebida como prioridad no negociable. Los daneses planean un promedio de 1.9 viajes al extranjero y 2.6 viajes domésticos al año.

Las principales motivaciones de viaje incluyen las vacaciones en la playa, las visitas a grandes ciudades y la exploración cultural. España emerge como el destino favorito, seguido por Italia, Grecia y Francia. Dentro de Asia, Tailandia lidera la lista de destinos preferidos.

El segmento de viajeros que prioriza la seguridad, constituye el 56% del mercado. Esta preferencia se debe en parte a la incertidumbre global y las amenazas de seguridad actuales. Los viajeros premium, dispuestos a pagar más por experiencias únicas, representan el 23%, mientras que los viajeros con presupuesto limitado comprenden el 22% restante.

Además, se observa una creciente tendencia hacia la planificación y reserva de viajes en línea, con un 57% de los daneses prefiriendo esta autonomía. Las plataformas de comparación como Momondo y los sitios web de aerolíneas y reservas son populares. A pesar de la tendencia hacia la auto-organización, los paquetes turísticos siguen siendo relevantes, especialmente entre los mayores de 70 años.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

11

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

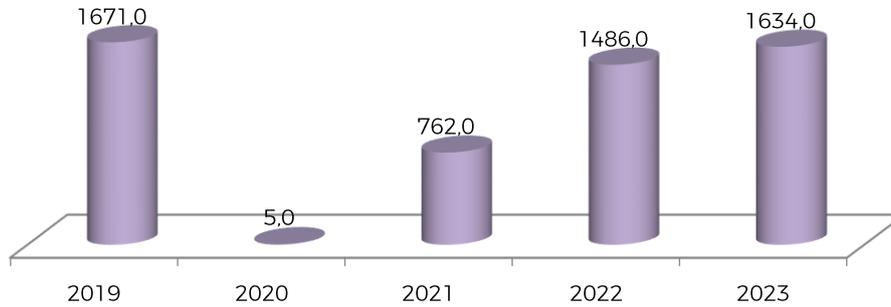
El gasto total en viajes a España de los años previos a la pandemia aumentaba moderadamente año tras año como síntoma de la bonanza que gozaba el turismo emisor. El pasado año se recuperaba y quedaba a tan solo un 2,2% de los 1.671 millones de euros de 2019.

Durante 2023 los daneses gastaban diariamente en nuestro país 177€ lo cual es la cifra más alta de los últimos 5 años incluso anterior a la pandemia, y un 8,1% con respecto al año anterior. También el gasto medio del turista danés por viaje ha sido el más alto de los últimos años, llegando a 1.372€ por persona y viaje lo cual significó casi un 17% más que en 2019.

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los daneses en España presenta tasas de crecimiento interanual que superan la tasa de inflación.



Gasto Total (Millones de euros)



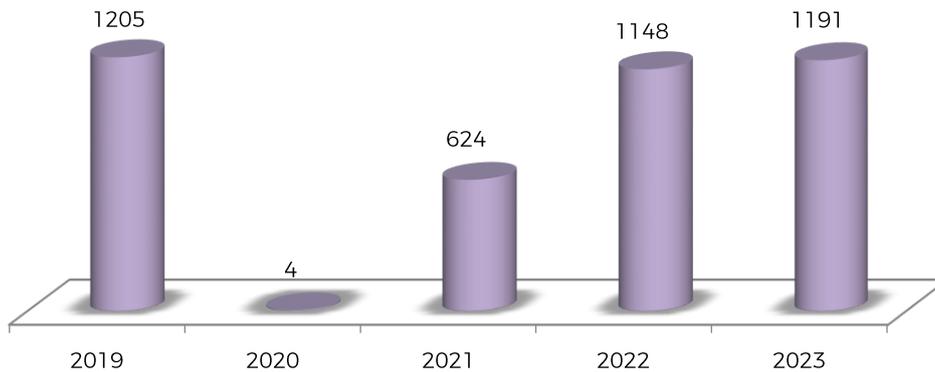
Fuente: Estimación de Turespaña a partir de INE (Egatur)

12

Número de viajes a España

Dinamarca fue el país nórdico que antes se recuperó después de la pandemia de Covid, en número de viajes. Según los datos de Frontur en 2023 viajaron 1,2 millones de daneses, aproximadamente la misma cifra de 2019. Con respecto al año anterior el aumento de viajeros fue de un 4%.

Viajes a España desde Dinamarca (Millones)

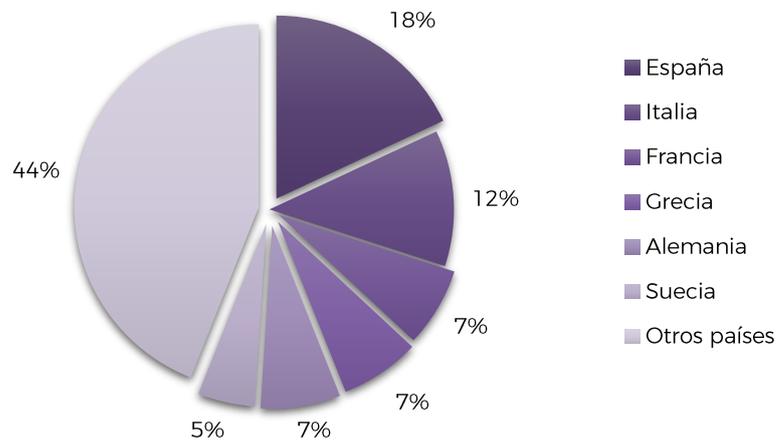


Fuente: Frontur

Cuota de España en el mercado turístico emisor

Con el 18% de los viajes de los daneses, España encabezó la lista como destino más popular para viajes vacacionales largos al extranjero en 2023. Italia fue el segundo país más popular, con un 12%, mientras que Grecia, Alemania y Francia comparten el tercer puesto, con un 7%. Suecia ha descendido al sexto puesto, compartido con Noruega, seguida de Austria, Turquía y Reino Unido. Las cifras del 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, aunque se aprecia una ligera bajada de la cuota de mercado respecto al 20% del año previo a la pandemia.

Principales destinos internacionales



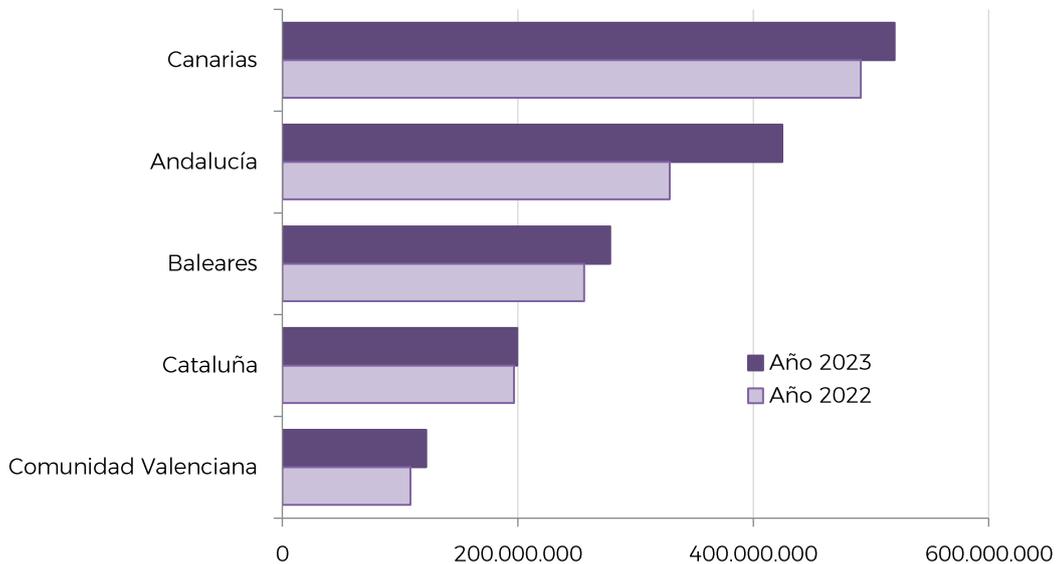
Fuente: Instituto de Estadística danés

Principales destinos en España

Los viajeros daneses prefieren los destinos de costa que aporten sol y playa a sus vacaciones. No es de sorprender que las Islas Canarias sean la Comunidad Autónoma con más visitas en 2023, Le sigue de cerca Andalucía que muestra un aumento de casi el 30% con respecto al año anterior. El crecimiento de Cataluña es sin embargo más moderado y el de la Comunidad de Madrid a pesar de ser significativo en 2022 al siguiente año es inapreciable para nuestra estadística.

A continuación, en el siguiente gráfico se muestra la clasificación de las Comunidades Autónomas más visitadas por los turistas daneses según el gasto realizado en las mismas.

Principales destinos por gasto



Fuente: Egatur, INE-Gasto total (€) de turistas con origen Dinamarca por CCAA, 2022 y 2023

Organización del viaje y reserva

Tanto la organización del viaje como la reserva de los daneses hacia España en 2024 reflejan diversas preferencias y comportamientos. España se destaca como el destino favorito en Europa, atrayendo al 34% de los viajeros daneses. Los destinos más populares dentro de España incluyen Mallorca, Barcelona y Tenerife. La temporada estival es la preferida para viajar a España, a excepción de las Islas Canarias, donde el invierno es más popular.

Los viajeros daneses, en su mayoría, prefieren planificar sus viajes de manera independiente utilizando plataformas en línea como sitios de aerolíneas y "booking.com". Además, utilizan comparadores como Momondo para armar sus propios itinerarios. Sin embargo, los viajes organizados por operadores turísticos siguen siendo relevantes, especialmente para los mayores de 70 años. La planificación y reserva de los viajes se realizan en promedio con 12.4 semanas de anticipación.

En cuanto a las preferencias de reserva, los viajeros premium tienden a planificar y reservar independientemente, mientras que los viajeros que buscan seguridad optan por paquetes turísticos. La elección de la modalidad de viaje varía ligeramente según la categoría del viajero, pero la tendencia general muestra una alta prioridad en mantener los viajes de ocio a pesar de los desafíos económicos.



Comportamiento viajero

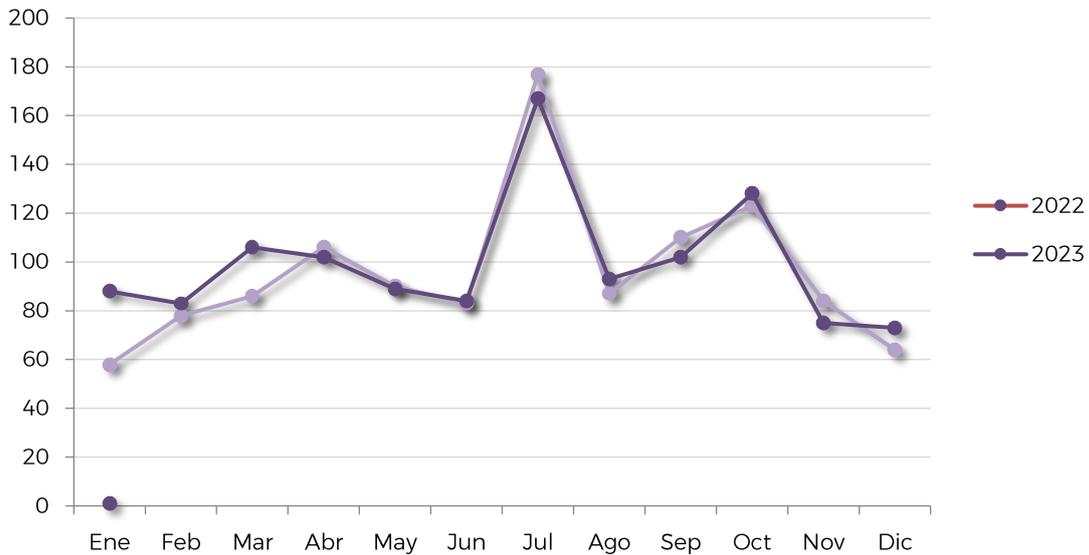
De acuerdo con el "Danish Leisure Travel Barometer 2024", España se consolida como uno de los destinos favoritos para los turistas daneses. Las principales motivaciones para elegir España incluyen las vacaciones de sol y playa, que son las más buscadas por los daneses. Además, las visitas a grandes ciudades como Barcelona y Madrid también son altamente valoradas. La percepción de seguridad y la calidad de los servicios turísticos en España refuerzan esta preferencia, ya que los daneses priorizan destinos donde se sienten seguros y bien atendidos.

Los viajeros daneses muestran una clara preferencia por viajar a España durante el verano por su clima cálido y soleado, por lo que sus viajes siguen siendo muy estacionales. Aunque las vacaciones de invierno de febrero y la Semana Santa son pequeños picos destacables en nuestro diagrama, es el mes de julio donde se concentran el mayor número de viajes a España. Pero también son importantes las semanas de las vacaciones de otoño en octubre, tradicionalmente son la última oportunidad para viajar a destinos del sur de Europa o para hacer escapadas culturales.

A continuación, se muestra el cuadro de estacionalidad representado por los viajes por meses de los últimos 2 años 2022 y 2023.

15

Estacionalidad-Viajes a España por meses



Fuente: Frontur



El análisis del barómetro también revela que el turismo danés hacia España muestra diversas motivaciones y preferencias estacionales que influyen en sus decisiones de viaje; las vacaciones de sol y playa son la principal motivación para el 45% de los daneses, seguidas por las visitas a grandes ciudades con un 41%. Sin ser excluyentes entre ellas, otras motivaciones importantes incluyen alquilar casas o apartamentos (16%) y visitar a familiares y amigos (16%). También se destacan los viajes culturales, las excursiones de senderismo y las vacaciones deportivas.



Fuente: Danish Leisure Travel Barometer

16

Segmentación de la demanda

El viajero danés está dividido a grandes trazos entre 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

El perfil del viajero danés que visita España se caracteriza por una preferencia por las vacaciones de sol y playa, siendo destinos como Mallorca, Barcelona y Tenerife los más populares. Este viajero valora tanto el buen clima como la rica oferta cultural y gastronómica de España. Mayoritariamente, los daneses que viajan a España son familias y personas mayores de 50 años, aunque también hay un interés significativo entre los menores de 30 años. Prefieren planificar sus viajes con antelación y optan por reservas independientes online, aunque algunos todavía utilizan paquetes turísticos para mayor comodidad y seguridad.



Productos turísticos demandados

Los viajeros daneses tienen una preferencia marcada por ciertos productos turísticos en España. Según el "Barómetro de Viajes de Ocio Danés 2024," los destinos más populares dentro de España incluyen Mallorca, Barcelona, Tenerife y la Costa del Sol. Estos destinos son elegidos principalmente por sus atractivas playas, el buen clima y la rica oferta cultural.

Las vacaciones de sol y playa son las más demandadas, con una alta preferencia por Mallorca debido a sus playas y ambiente relajado. Barcelona también es un destino destacado, conocido por su vibrante vida urbana y su arquitectura única. Tenerife y otras islas Canarias son populares especialmente en invierno, ya que ofrecen un clima cálido todo el año, lo que las convierte en un refugio ideal durante los meses más fríos en Dinamarca.

Además de las playas, los daneses también buscan experiencias culturales y gastronómicas. Las visitas a grandes ciudades como Madrid y Sevilla permiten a los viajeros disfrutar de la historia, la cultura y la cocina española. Las actividades al aire libre y el turismo activo, como el senderismo en las islas y la exploración de parques naturales, también son productos turísticos apreciados por los daneses.

17

Conclusiones y tendencias

El mercado turístico danés hacia España ha mostrado una notable recuperación post-pandemia, alcanzando casi los niveles de 2019 con 1,2 millones de viajeros en 2023. Los daneses destacan por su elevado gasto en el país, con un desembolso diario de 177€ y un gasto medio por viaje de 1.372€, ambos los más altos en los últimos años. España mantiene su liderazgo como destino preferido para el 18% de los viajes largos de los daneses, siendo las Islas Canarias y Andalucía las regiones más visitadas. La planificación y reserva de los viajes se realizan mayoritariamente de manera independiente a través de plataformas online, aunque los paquetes turísticos siguen siendo populares entre los mayores de 70 años. Las principales motivaciones de viaje son las vacaciones de sol y playa, así como las experiencias culturales en grandes ciudades como Barcelona y Madrid. Esta tendencia de alto gasto y preferencia por destinos españoles subraya la importancia de continuar mejorando la oferta turística para mantener y atraer a este mercado emisor.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

Análisis de la competencia

El Nordic Leisure Travel Barometer afecta también a tipos de viajes y preferencias de destinos para ese tipo de viajes. Distinguimos de nuevo entre los segmentos económico, seguro y premium para ver el posicionamiento de España por tipo de viajero. Dentro de cada segmento distinguimos entre viajes de fin de semana o de una semana, puesto que España no es considerada como destino de largo radio.

Viaje de fin de semana con enfoque en valor económico: Solo Barcelona aparece en séptima posición, detrás de las principales capitales centro europeas.

Viaje de una semana con enfoque en valor económico: En esta categoría, las Islas Canarias y Mallorca se posicionan como destinos destacados. Las Islas Canarias ocupan el cuarto lugar, mientras que Mallorca se encuentra en la quinta posición. No obstante, la suma de estos dos destinos supera al destino que se encuentra en primer lugar, Turquía como conjunto.

Viaje de fin de semana con enfoque en seguridad: Barcelona aparece de nuevo como el principal destino español, en quinta posición, por detrás de Londres, Berlín, París y Roma. Esto indica que Barcelona, junto con Berlín, son los dos destinos urbanos comunes a los segmentos económico y seguro.

Viaje de una semana con enfoque en seguridad: Mallorca y las Islas Canarias se destacan nuevamente, con Mallorca en la primera posición y las Islas Canarias en la tercera. Además, la Costa del Sol se encuentra en el séptimo lugar, reflejando la preferencia por estos destinos españoles entre los viajeros daneses que valoran la seguridad y la familiaridad de sus destinos.

Viaje de fin de semana con enfoque premium: De nuevo Barcelona aparece en quinta posición, mostrando su carácter transversal a todos los segmentos. En este caso es llamativo como Madrid aparece en décimo lugar, lo que permite asociar esta ciudad a un perfil adquisitivo superior al resto.

Viaje de una semana con enfoque premium: Mallorca se destaca en la cuarta posición, mostrando su atractivo para aquellos que están dispuestos a pagar más por

una experiencia única. Las Islas Canarias también son populares, ocupando el sexto lugar.

En resumen, los destinos españoles como costeros españoles destacan como destino para viajes del entorno de una semana, mientras que Barcelona está siempre presente como destino para viajar de fin de semana, junto con las principales capitales europeas y por delante de Madrid.

Posicionamiento e imagen de España

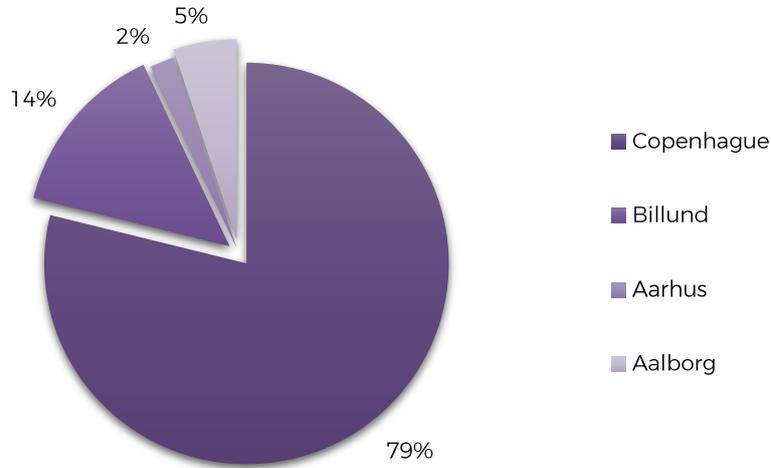
Situación de España respecto de los competidores analizando, entre otros aspectos:

- en los mercados lejanos donde España se está posicionando es relevante conocer qué lugar ocupa respecto de nuestros competidores europeos, especialmente Italia y Francia, tanto en general como respecto de determinados productos o en determinados segmentos. Si se proporciona un ranking es importante también destacar la calidad de la fuente.
- por lo que se refiere al análisis de la imagen de España, además de valorar si es positiva o negativa, hay que comentar si se traslada esta imagen a la imagen como destino turístico y cómo le afecta. Así mismo, si se produce un cambio de tendencia respecto de la imagen en ciertos segmentos o respecto de ciertos productos, debe de señalarse en este apartado. Importante pues, destacar los atributos de diferenciación de la marca turística respecto de los competidores.

Conectividad aérea con España

En la actualidad hay 11 **aeropuertos activos en Dinamarca**, de los cuales podemos decir que actúan como aeropuertos internacionales todo el año cuatro de ellos representados en el siguiente gráfico circular. El resto son Aeropuerto de Jutlandia Central (antes Karup), Esbjerg, Bornholm, Sønderborg, Roskilde, Thisted y Hans Christian Andersen Airport (Odense).

Principales aeropuertos de origen en Dinamarca 2023



Fuente: Instituto de estadística danés FLYV31

20

Por volumen de viajes el primero es Copenhague con casi el 80% de los vuelos desde Dinamarca, le sigue Billund con el 14% y finalmente Aalborg y Aarhus con el 5% y 2% respectivamente. Dinamarca es un mercado maduro y cercano. Especialmente en la temporada de verano aumentan las conexiones y se abren vuelos a destinos de costa menos frecuentados en invierno.

A la hora de definir el **posicionamiento en conectividad aérea de España**, tomamos 5 países de referencia España, Italia, Grecia, Turquía y Francia. Los datos que ocupan este apartado corresponde a la planificación de asientos de las compañías aéreas de acuerdo con OAG Schedules Analyser.

En 2024, España lidera la capacidad aérea desde Dinamarca con 1,705 mil asientos, seguida de Italia con 1,180 mil asientos, Francia con 984 mil asientos, Turquía con 743 mil asientos y Grecia con 366 mil asientos.

Para España, Barcelona y Málaga son los principales destinos, con 350 mil y 448 mil asientos respectivamente, seguidos de Madrid y Palma de Mallorca, que también muestran una fuerte conectividad. En comparación, Italia ha visto un crecimiento significativo en su capacidad, incrementándose en un 17% desde 2023. Francia y Turquía también han incrementado su capacidad aérea, aunque en menor medida, mientras que Grecia ha experimentado una disminución considerable del 35%.

Las 10 ciudades principales por capacidad aérea en 2024 son:

- París, Francia: 683 mil asientos
- Milán, Italia: 438 mil asientos
- Barcelona, España: 350 mil asientos
- Málaga, España: 448 mil asientos
- Roma, Italia: 249 mil asientos
- Niza, Francia: 198 mil asientos
- Antalya, Turquía: 186 mil asientos
- Madrid, España: 153 mil asientos
- Palma de Mallorca, España: 295 mil asientos
- Estambul, Turquía: 475 mil asientos

21

En términos de crecimiento, España muestra una ligera disminución en capacidad, mientras que Italia y Turquía presentan incrementos significativos. Las aerolíneas están respondiendo a la demanda con nuevas rutas y mayor frecuencia de vuelos, especialmente hacia destinos populares como Barcelona y Málaga en España, y Milán y Roma en Italia. La reducción de la capacidad hacia Grecia podría reflejar cambios en la demanda o ajustes estratégicos de las aerolíneas.

En resumen, España sigue siendo el destino principal desde Dinamarca, con una fuerte presencia en varias ciudades clave, a pesar de una ligera reducción en la capacidad total. Italia y Turquía están expandiendo su conectividad, lo que podría afectar la distribución futura de turistas daneses.

En la siguiente tabla se muestran los vuelos a destinos españoles desde aeropuertos daneses en la temporada de verano 2024 como muestra de la conectividad actual.

CONEXIONES AEREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA				
	AARHUS	AALBORG	BILLUND	COPENHAGUE
ALICANTE	Norwegian	Norwegian	Norwegian, Ryanair	Norwegian, Ryanair, SAS
BARCELONA		Norwegian	Ryanair, Vueling	Norwegian, Ryanair, SAS, Vueling
BILBAO				Norwegian, Vueling
GIRONA		Ryanair		
GRAN CANARIA		Air Baltic, Sunclass	Air Baltic, Sunclass	Air Baltic, Norwegian, SAS, Sunclass
IBIZA				SAS



CONEXIONES AEREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA				
	AARHUS	AALBORG	BILLUND	COPENHAGUE
LANZAROTE				Norwegian, Sunclass
MADRID			Ryanair	Iberia, Norwegian, Ryanair
MALAGA	Norwegian, Ryanair	Norwegian	Norwegian, Ryanair	Norwegian, Ryanair, SAS
PALMA DE MALLORCA	Norwegian, Ryanair	Norwegian, Sunclass	Norwegian, Ryanair, Sunclass	Norwegian, Ryanair, SAS, Sunclass
SEVILLA			Ryanair	
TENERIFE		Norwegian, Sunclass	Sunclass	Norwegian, Sunclass
VALENCIA			Ryanair	Norwegian

Fuente: OAG Schedules Analyser

22

Tramitación de documentos de viaje

Dinamarca es un país integrado en el espacio aéreo Schengen y por tanto no es necesaria la tramitación de documentos o visados de viaje para nacionalizados o residentes registrados en Dinamarca, que deseen viajar a España. El pasaporte en vigor (sea fijo o temporal) es suficiente como documento de identificación.

Tampoco es necesario para las Islas Feroe, que a pesar de pertenecer a Dinamarca no es parte de la Unión Europea.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

Características clave del mercado

A medio plazo, el perfil del viajero danés seguirá evolucionando en respuesta a diversos factores económicos, sociales y tecnológicos. Los viajeros daneses mantendrán su inclinación por viajar tanto dentro de su país como al extranjero, aunque con una ligera preferencia por destinos internacionales en verano, motivados por el clima y las actividades al aire libre. Es probable que las incertidumbres económicas, como la inflación y el aumento de las tasas de interés, influyan en sus decisiones de viaje, resultando en un enfoque más cauteloso en cuanto al presupuesto.



En cuanto al mercado turístico en España, se espera que continúe creciendo como un destino preferido para los daneses, especialmente en las regiones costeras y ciudades con una rica oferta cultural. Destinos como las Islas Canarias, Mallorca, Barcelona y Tenerife seguirán siendo los favoritos. La aparición de nuevos segmentos de viajeros, como los que buscan experiencias de bienestar y sostenibilidad, también será notable.

Previsiones a medio plazo

Entre los factores que podrían incidir en el volumen de negocio hacia España se encuentran la evolución de la situación sanitaria global, la accesibilidad y conectividad de los destinos, y las políticas de movilidad internacional. España lidera la capacidad aérea desde Dinamarca, lo cual es un punto a favor. Las tendencias hacia la sostenibilidad y la innovación en la oferta turística también serán determinantes para atraer y mantener a los viajeros daneses.

23

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

En el entorno político europeo y de libre movimiento de personas y recursos entre España y Dinamarca, no parece que, salvo grandes cambios políticos europeos, pueda dejar de aparecer España como el destino principal o uno de los favoritos de los daneses. La resistente economía danesa y su orientación a sectores tecnológicos de alta rentabilidad esboza un entorno económico favorable a corto y medio plazo.

La percepción de España como destino amable, sostenible, diverso y abierto es el principal factor que mantendrá en estas condiciones a España como destino líder. La erosión de la confianza, satisfacción o percepción de España es el principal factor que podría afectar de forma negativa al volumen de negocio hacia España.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 