

INDICADORES TURÍSTICOS

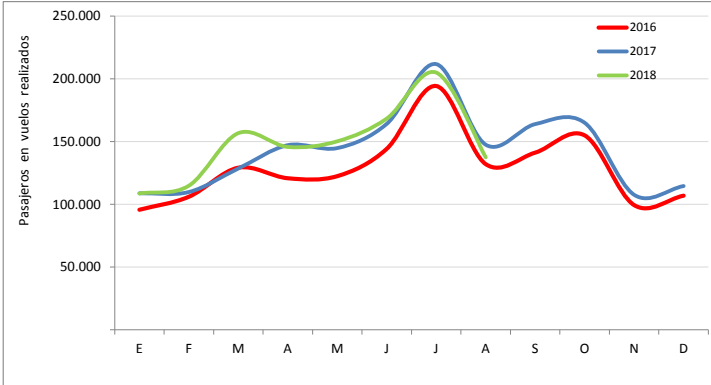
LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)

AÑO 2017	Total Internacional	81.868.522	Principales Destinos 2017	Canarias	32%
	Dinamarca	1.424.452		Baleares	24%
	Cuota de Mercado	1,7%		Andalucía	22%

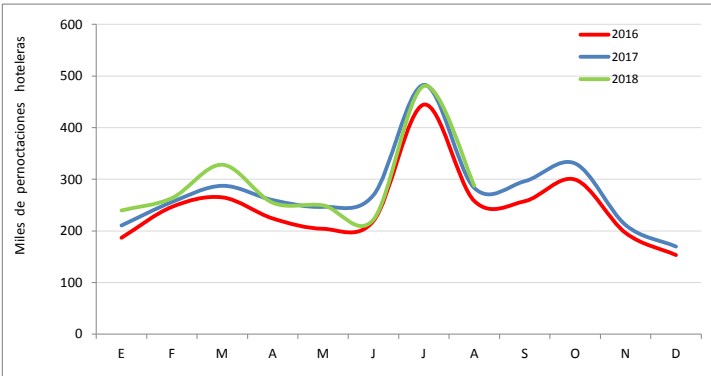
GASTO TOTAL - Egatur (INE)

AÑO 2017	Total Internacional	87.003.926.578	Principales Destinos 2017	Canarias	28%
	Dinamarca	1.732.977.927		Andalucía	25%
	Cuota de Mercado	2,0%		Baleares	23%

VUELOS REALIZADOS - AENA



PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2017	Total Internacional	224.746.003	Principales Destinos 2017	Canarias	33%
	Dinamarca	3.303.802		Baleares	21%
	Cuota de Mercado	1,5%		Andalucía	15%

El turista danés muestra una alta intensidad viajera. La dura climatología nórdica, la propicia situación económica, la favorable legislación vacacional y la curiosidad cultural del danés suponen que viajar sea algo inherente a su estilo de vida. Según los datos de *Danmarks Statistik (IDE)*, para los viajes vacacionales cortos (de 1 a 3 noches) el destino preferido de los daneses es la propia Dinamarca, seguida de Suecia y Alemania. Para las estancias largas (4 o más noches) se decantan por el sur de Europa, siendo España el **destino líder** desde hace más de dos décadas (18% cuota en 2017), seguido de Italia (8%), Suecia (7%), Grecia (7%) y Alemania (7%).

La temporada de invierno suele ser una época bastante activa en el mercado danés, acumulando aproximadamente un 40% de los viajes totales del año. El escaso número de horas de sol y las bajas temperaturas favorecen que una parte significativa de los daneses busque desconectar durante estos meses unos días en climas más templados. En verano el clima es un factor decisivo a la hora de decidir entre un destino doméstico o internacional. Si el tiempo se presenta favorable, muchos daneses prefieren viajar por el país, pero si el clima se presenta malo se disparan las reservas.

El turismo de sol y playa sigue siendo el producto más demandado para los periodos largos de vacaciones. La posibilidad que ofrece España de disfrutar de este producto a lo largo de todo el año explica en gran medida nuestro liderazgo. El segundo producto más solicitado son los city breaks, que además vienen registrando elevadas tasas de crecimiento en los últimos años. También es necesario mencionar el creciente interés por la práctica de deportes y por las actividades en contacto con la naturaleza (golf, ciclo turismo y senderismo). Así mismo, crece la demanda de vacaciones en residencias veraniegas, ya sean propias o alquiladas. Francia y España son los países donde los daneses cuentan con un mayor número de segundas residencias.

El tradicional mercado de paquetes chárter (organizados por turoperadores) sigue contando con una importante demanda, principalmente entre la población de edad más avanzada y las familias con niños, si bien cede protagonismo ante el aumento de los viajes organizados por cuenta propia, propiciado por las nuevas tecnologías, las CBC y el alto grado de experiencia viajera de la sociedad danesa.

En el año 2017 nos visitaron 1,4 millones de turistas daneses, lo que representa un crecimiento del +22,5% respecto al año anterior. El gasto, 1.733 millones de euros, también mostró un considerable avance (+21,1%), así como las pernoctaciones hoteleras (+11,1%) y los pasajeros en vuelos realizados desde Dinamarca (+10,8%). El gasto medio por persona fue de 1.160 euros y el gasto medio diario: 150 euros, fue el segundo más alto en el ámbito europeo, solo por detrás de Rusia. La estancia media se situó en 7,8 noches (INE, AENA y estimación Turespaña).

En 2017 la principal motivación de los turistas daneses que visitaron España fue el ocio (92% del total). Pernoctaron mayoritariamente en hoteles (71%) y - pese a que principalmente viajaron sin paquete turístico (52%) - Dinamarca fue el mercado que en mayor medida recurrió a la utilización del paquete turístico (48%). Sus destinos favoritos fueron Canarias (32%), Baleares (24%) y Andalucía (22%). Predominaron los turistas con estudios superiores (60%), de clase media (55%) y con edad comprendida entre 45 y 65 años (44%), situándose la edad media en 47 años, por encima de la media de edad del total de turistas (44 años). Fueron mayoría los que viajaron con la familia (51%), seguidos de aquellos que viajaron en pareja (31%). Las principales actividades que realizaron fueron disfrute de la playa (70%), compras (68%) y visitas a ciudades (55%) (estimación Turespaña). En el acumulado de los **ocho primeros meses de 2018** el mercado danés muestra un ligero crecimiento de las pernoctaciones hoteleras (+1,3%) (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos octubre 2018

% VARIACIÓN INTERANUAL ASIENOS	Año 2018			
	Octubre	Noviembre	Diciembre	Oct. - Dic.
Asientos en vuelos previstos	8,5%	21,0%	17,8%	14,9%

Pasajeros en vuelos realizados	Año 2017	Agosto 2018	Acumulado Agosto 2018
		10,8%	-6,8%

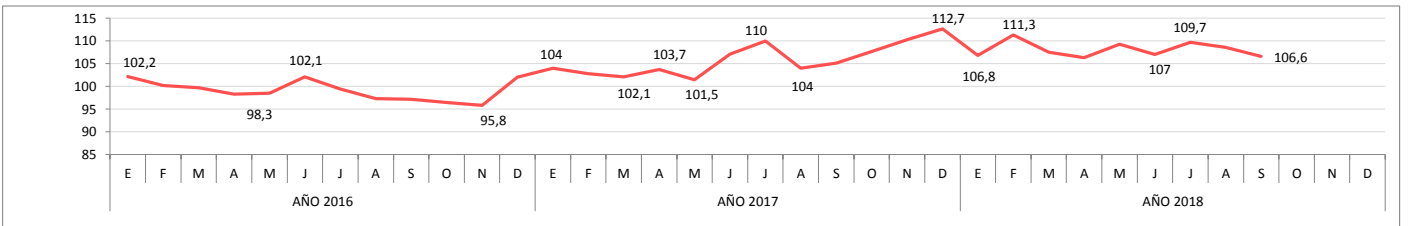
INDICADORES ECONÓMICOS

	2015	2016	2017	2018 - 1T	2018 - 2T	2018 - 3T	2018 - 4T	2018 ^{Previsión}
PIB (% VARIACION) ¹	1,6%	2,0%	2,1%	0,4%	0,1%			2,0%
IPC ²	0,5%	0,3%	1,1%	0,3%	1,0%			1,4%
TASA DE DESEMPLEO	6,2%	6,2%	5,8%	5,0%	5,1%			5,7%

¹ Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales

² Los datos trimestrales reflejan la inflación acumulada en el año
Fuentes: Eurostat, FMI y Autoridades Nacionales

INDICADOR DE SENTIMIENTO ECONÓMICO - EUROSTAT



TIPO DE CAMBIO (EUR/DKK)

