



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

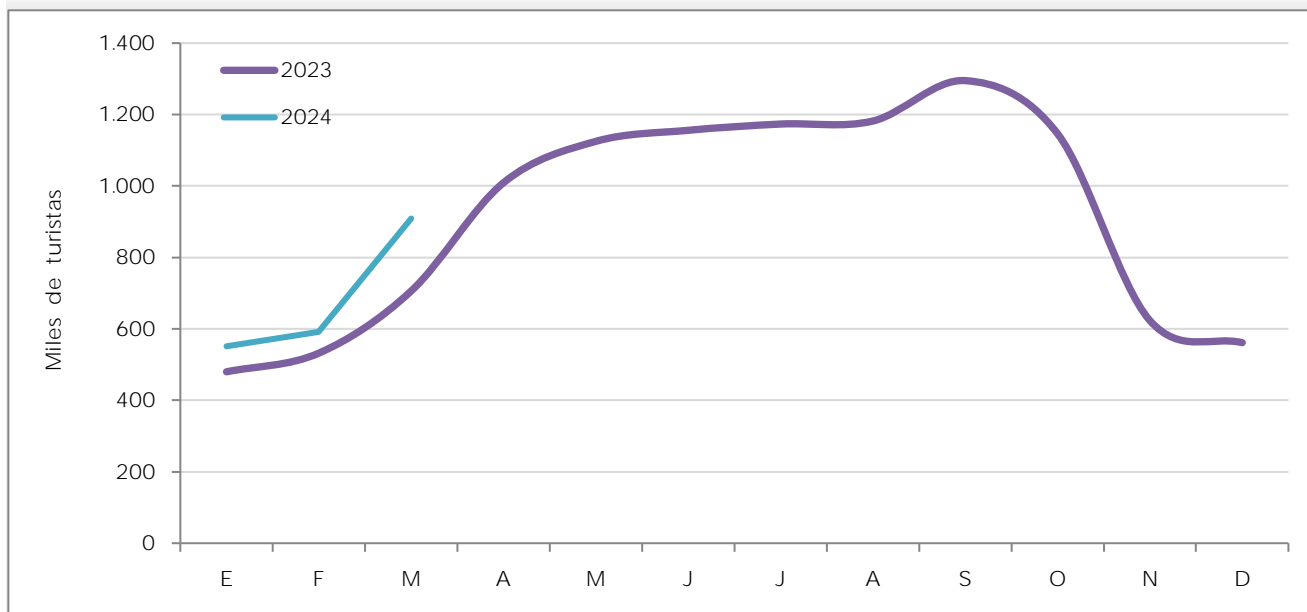
TURESPAÑA

ALEMANIA

Última actualización - Mayo 2024

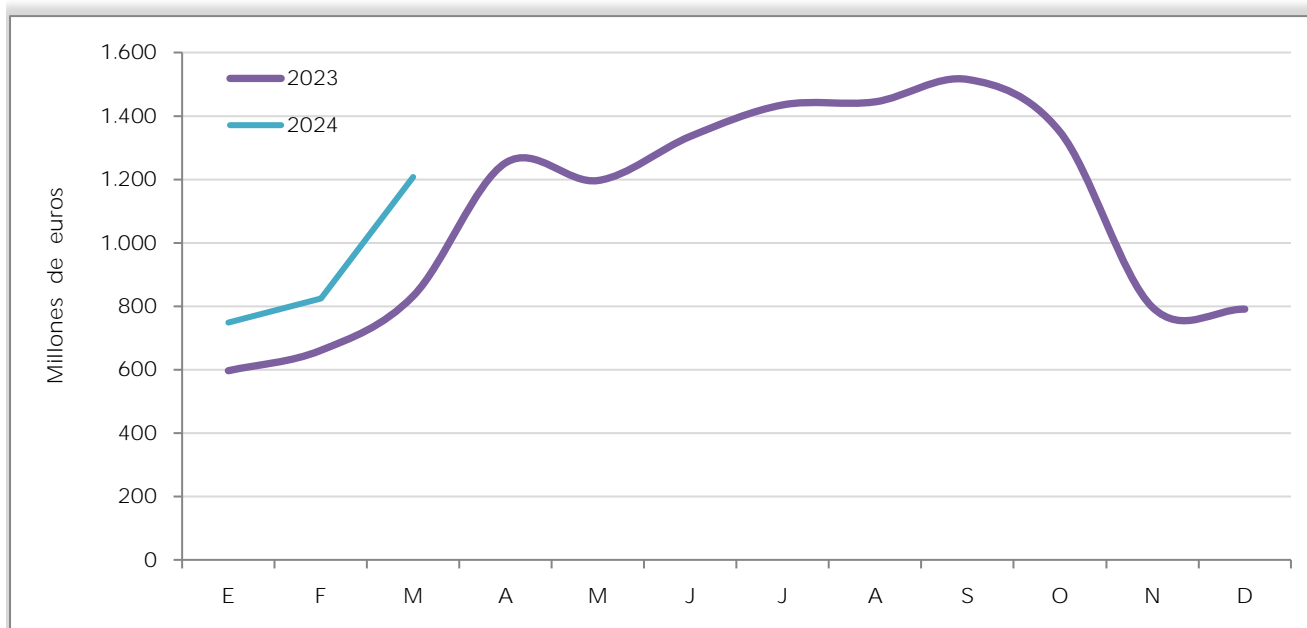
INDICADORES TURÍSTICOS

LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)



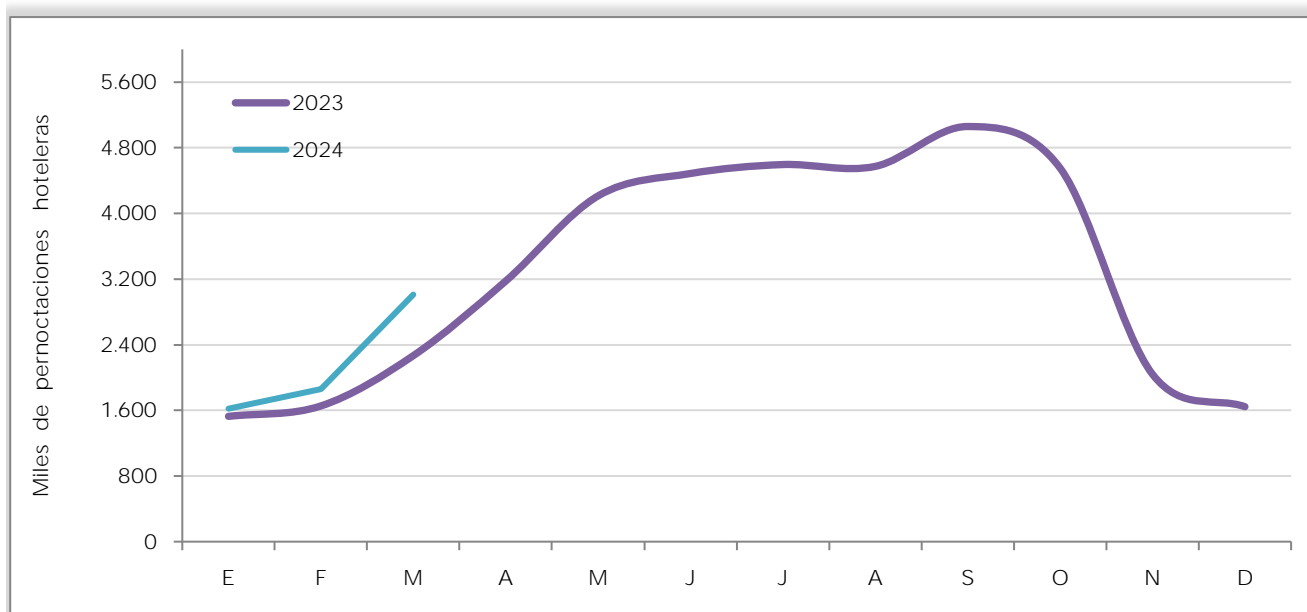
AÑO 2023	Total internacional		Principales destinos 2023 (%)	Principales destinos 2023	
	85.169.050			Baleares	42
	10.989.659	12,9		Canarias	22
			Cataluña	13	

GASTO TOTAL (millones de euros)- Egatur (INE)



AÑO 2023	Total internacional		Principales destinos 2023 (%)	Principales destinos 2023	
	108.789			Baleares	39
	13.205	12,1		Canarias	28
			Cataluña	10	

PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2023	Total internacional		Principales destinos 2023 (%)	Principales destinos 2023	
	225.396.151			Baleares	44
	36.472.272	16,2		Canarias	34
			Andalucía	8	

Según los datos definitivos para 2023 del estudio Reiseanalyse de la asociación de investigación del mercado emisor alemán F.U.R., 55 millones de viajeros residentes en Alemania -cifra sólo ligeramente inferior a la de 2019- generaron el año pasado 65 millones de viajes de vacaciones de 5 o más días de duración, un 3% menos que en 2022 y 8% menos que en 2019, con un gasto récord asociado de casi 87.000 millones de euros. La intensidad viajera retrocedió en tres segmentos: hogares con ingresos netos mensuales inferiores a 2000 €, familias con niños en edad escolar y personas mayores de 60 años.

Un 78% de estos viajes tuvieron como destino el extranjero. El volumen de viajes cortos (de 2 a 4 días) llegó a los 74 millones, cifra sólo ligeramente por debajo de 2022 y 2019. La estimación del F.U.R. para 2024 es que se podrían llegar a alcanzar los 70 millones de viajes. En 2023, España obtuvo una cuota del 14,4% (1,5 p.p. más que en 2022), incrementando así su liderazgo por encima de Italia (8,2% de cuota), Turquía (también 8,2%), Croacia (4,5%), Grecia (4,2%), Austria (3,9%) o Egipto (3%).

Aunque el porcentaje de alemanes que considera que la situación económica general ha continuado empeorando (57%), la proporción de quienes consideran que su situación económica personal se mantendrá igual en 2024 -o incluso que será algo mejor que el año pasado- es mayoritaria (71%). Las vacaciones siguen siendo un bien al que no se renuncia fácilmente, habiendo recuperado el segundo lugar en prioridad de consumo después del gasto en alimentación y por encima del gasto en vivienda y salud.

Según los datos de la encuesta más reciente del F.U.R., el 73% de los residentes mayores de 14 años en Alemania tiene decidido viajar en 2024. Un 41% ya está seguro de su destino y para el 32% la elección del destino todavía está abierta. Entre quienes viajarán con seguridad, un 38% planea hacerlo dentro de Alemania. El 17% indica que planea hacerlo a España, manteniendo España así su liderazgo en el mercado alemán. Por detrás se sitúan competidores como Italia (15%), Austria (12%), Grecia (7%) y Turquía (6%).

En relación con los principales criterios de decisión, destaca de manera mayoritaria una buena relación calidad-precio (56%). Aunque la inflación en Alemania se ha moderado de forma muy sensible, las encuestas más recientes constatan que se percibe de una forma efectiva el incremento de los precios y que los turistas, especialmente familias, están adoptado algunas medidas de ahorro, como las reservas tempranas, la elección de destinos con amplia oferta de hoteles "todo incluido" o la reducción de días de vacaciones.

En el año 2023 el mercado germano continuó el proceso de normalización de sus flujos turísticos hacia nuestro país, mostrando un robusto crecimiento interanual, tanto en el flujo de turistas (+10,6%) como en el gasto nominal (+12,6%) y en las pernoctaciones hoteleras (+9,3%). No obstante, salvo el gasto nominal, el volumen de turistas y las pernoctaciones aún se sitúan algo por debajo de las cifras prepandemia de 2019 (-3,2% y -4,9%, respectivamente).

Con 10,8 millones de turistas, Alemania se posiciona en tercer lugar como mercado emisor, con un 12,7 % de los turistas internacionales recibidos, superada por el Reino Unido (20,4%) y Francia (13,9%). En cambio, en la variable gasto, frizando el 12% del total de gasto, adelanta una posición y queda en segundo lugar tras el Reino Unido (18,4%). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 1.202 y 154 euros, respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 7,8 noches.

El turista alemán que visitó España el año pasado viajó fundamentalmente por ocio (90% del total), pernoctó mayoritariamente en hoteles (68%) y sus destinos favoritos fueron los dos archipiélagos (Baleares, 44%; Canarias 22%) y Cataluña (12%). El 61% viajó sin viaje organizado, continuando la tendencia cada vez mayor de viajes prescindiendo del paquete turístico.

Predominaron los turistas con estudios superiores (73%), de clase media (60%) y con edad comprendida entre 25 y 44 años (46%), situándose la edad media en 42,7 años, ligeramente por debajo de la media de edad del total de turistas (44,1 años). La mayoría viajó en pareja (33%), seguidos de aquellos que viajaron en familia (24%). Las principales actividades que realizaron fueron el disfrute de la playa (80%), visitas a ciudades (68%) y compras (52%). (Estimación Turespaña basada en microdatos INE).

En el acumulado del primer trimestre de 2024 el mercado alemán se sitúa como segundo mercado tanto en gasto como en número de turistas, aportando el 12,7% del total en ambos casos. Se registran importantes crecimientos respecto a 2023 en los turistas (+19,5%) y en el gasto (+33,1%) (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos mar 2024

% Variación de pasajeros en vuelos realizados sobre el mismo periodo año previo	Año 2023	Mar 2024	Acumulado mar 2024
	11,5	22,2	18,0

% Variación de asientos en vuelos previstos sobre el mismo mes del año previo	AECFA - Datos abril 2024	
	Mayo 2024	
	13,7	

INDICADORES ECONÓMICOS

	2021	2022	2023	2024 prev	2023 - 2T	2023 - 3T	2023 - 4T	2024 - 1T
PIB (% variación) ¹	3,2	1,8	-0,3	0,2	0,0	0,0	-0,3	-
IPC (% variación) ²	3,2	8,7	6,0	2,4	6,8	4,3	3,8	2,3
TASA DE DESEMPLEO	3,6	3,1	3,0	3,3	3,0	3,0	3,1	-

¹ Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales

² Variación interanual del último mes del trimestre

Fuentes: Eurostat, FMI y autoridades nacionales

INDICADOR DE SENTIMIENTO ECONÓMICO - EUROSTAT

