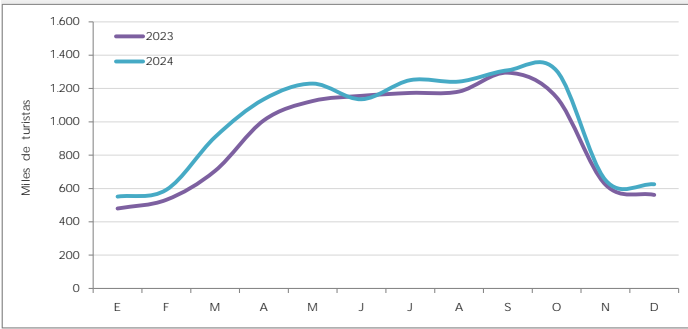


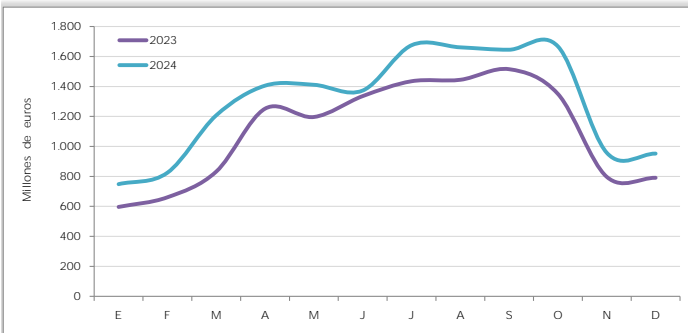
INDICADORES TURÍSTICOS

LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)



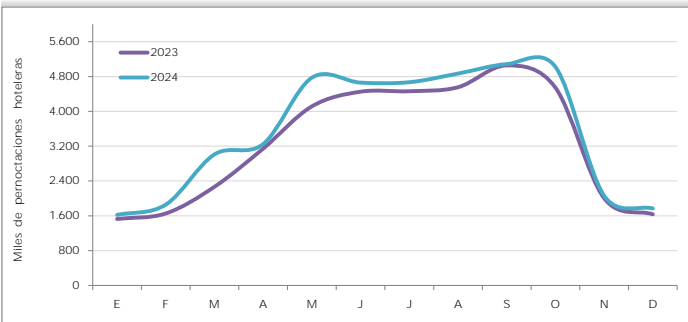
AÑO 2024	Total Internacional	93.799.505	Principales destinos 2024 (%)	Baleares	42
	Alemania	11.937.236		Canarias	22
	Cuota de mercado (%)	12,7		Cataluña	13

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



AÑO 2024	Total Internacional	126.282	Principales destinos 2024 (%)	Baleares	39
	Alemania	15.527		Canarias	28
	Cuota de mercado (%)	12,3		Andalucía	10

PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2024	Total Internacional	241.703.594	Principales destinos 2024 (%)	Baleares	45
	Alemania	39.408.371		Canarias	33
	Cuota de mercado (%)	16,3		Cataluña	8

Según datos provisionales para 2024 del estudio Reiseanalyse de la asociación de investigación del mercado emisor alemán F.U.R., las personas de habla alemana residentes en Alemania generaron el año pasado 71 millones de viajes de vacaciones de 5 o más días de duración, cifra igual a la alcanzada en 2019 y un 9,2% más que en 2023. Un 79% de estos viajes tuvo como destino el extranjero. Los destinos del Mediterráneo supusieron el 44% del total, Alemania el 21%, los destinos de larga distancia un 10%, y otras modalidades, un 25%. A estos viajes se añadieron unos 81 millones de viajes de corta duración, 12% menos que en 2019. La estimación del F.U.R. para 2025 es que este año podrían llegar a alcanzarse los 72 millones de viajes de vacaciones principales. Aunque ha aumentado el porcentaje de alemanes que considera que la situación económica general ha continuado empeorando (un 60% según encuesta del F.U.R. de noviembre de 2024), la proporción de quienes consideran que su situación económica personal se mantendrá igual en 2025 -o incluso que será algo mejor que el año pasado- sigue siendo mayoritaria (66%), si bien desciende 5 puntos porcentuales respecto a la penúltima encuesta realizada. No obstante, las vacaciones siguen siendo un bien al que no se renuncia fácilmente, habiendo recuperado el segundo lugar en prioridad de gasto, por detrás del realizado en alimentación y por delante del de salud. La encuesta más reciente de la F.U.R. refleja que el 42% de los residentes mayores de 14 años en Alemania ya tiene decidido su destino para 2025, y para el 34% la elección todavía está abierta. Son, respectivamente, 5 y 4 puntos porcentuales más que el año pasado. Caen, por tanto, quienes tienen inseguridad en cuanto a si viajarán o no (un 17%, cinco puntos menos), y quienes ya saben que no viajarán (pasan del 11% al 8%). A falta todavía de datos concretos, en 2024 España habrá mantenido con diferencia su posición de líder como primer destino vacacional en el extranjero, con una cuota en torno al 14% sobre el total de viajes de cinco o más días de duración, muy por delante de Italia y Turquía (ambos en torno al 8%), Croacia, Grecia y Austria (los tres en torno a un 4%) y Egipto (3%).

En relación con los principales criterios de decisión, sigue destacando mayoritariamente el de una buena relación calidad-precio (más del 50%). 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 una caída de la propensión al consumo, y que los turistas, especialmente las familias, adoptan medidas de ahorro, como reservas muy tempranas, elección de destinos con amplia oferta de hoteles "todo incluido" o la renuncia a viajes adicionales cortos.

En el año 2024 el mercado germano afianzó el robusto crecimiento ya mostrado en 2023, tanto en el flujo de turistas (+8,6%) como en el gasto nominal (+17,6%) y en las pernoctaciones hoteleras (+8,2%); las tres variables ya por encima de los valores prepandemia (especialmente el gasto nominal, tras el periodo de elevada inflación de los años 2022 y 2023).

Con 11,9 millones de turistas, Alemania se sitúa en tercer lugar como mercado emisor, atrayendo un 12,7 % de los turistas internacionales recibidos, únicamente superada por el Reino Unido (19,6%) y Francia (13,8%). En cambio, en la variable gasto, superando el 12% del total de gasto internacional recibido, se mantiene en segundo lugar tras el Reino Unido (17,9%). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 1.301 y 165 euros, respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 7,9 noches.

El turista alemán que visitó España el año pasado viajó fundamentalmente por ocio (89% del total), pernoctó mayoritariamente en hoteles (69%) y sus destinos favoritos fueron los dos archipiélagos (Baleares, 42%; Canarias 22%) y Cataluña (13%). El 64,6% viajó sin viaje organizado, continuando la tendencia cada vez mayor de viajes prescindiendo del paquete turístico.

Predominaron los turistas con estudios superiores (75%), de clase media (61%) y con edad comprendida entre 25 y 44 años (46%), situándose la edad media en 43,5 años, casi dos años por debajo de la media de edad del total de turistas (45,2 años). La mayoría viajó en pareja (35%), seguidos de aquellos que viajaron en familia (23%). Las principales actividades que realizaron fueron el disfrute de la playa (79%), visitas a ciudades (73%) y compras (54%). (Estimación Turespaña basada en microdatos INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos dic 2024

% Variación de pasajeros en vuelos realizados sobre el mismo periodo año previo	Año 2024	Dic 2024	Acumulado dic 2024
	9,9	7,7	9,9

% Variación de asientos en vuelos previstos sobre el mismo mes del año previo	AECFA - Datos enero 2024
	Febrero 2025
	7,5

INDICADORES ECONÓMICOS

	2022	2023	2024	2025 prev	2024 - 1T	2024 - 2T	2024 - 3T	2024 - 4T
PIB (% variación) ¹	1,4	3,7	-0,2	0,8	0,2	-0,3	0,1	-0,2
IPC (% variación) ²	8,7	6,0	2,5	2,0	2,3	2,5	1,8	2,8
TASA DE DESEMPLEO	3,1	3,0	3,4	3,2	3,3	3,4	3,5	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

