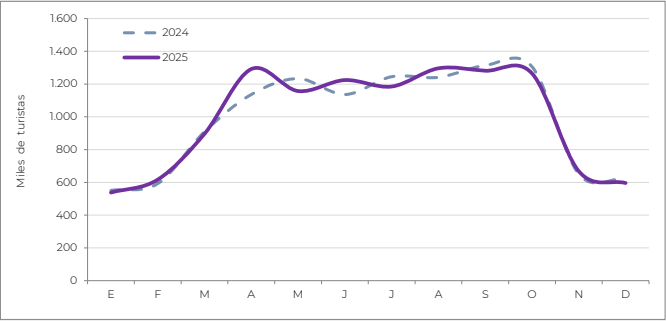
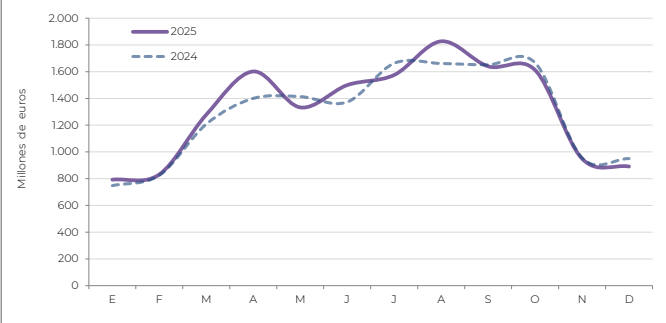


LLEGADAS DE TURISTAS - Fronter (INE)



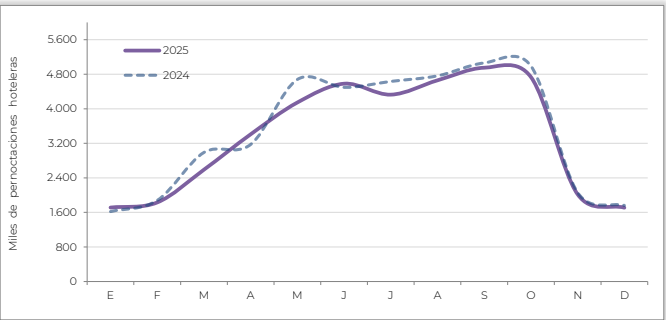
AÑO 2025	Total internacional	96.770.515	Principales destinos 2025 (%)	Baleares	41
	Alemania	12.016.418		Canarias	21
	Cuota de mercado (%)	12,4		Cataluña	13

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



AÑO 2025	Total internacional	134.712	Principales destinos 2025 (%)	Baleares	39
	Alemania	15.831		Canarias	26
	Cuota de mercado (%)	11,8		Andalucía	11

PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2025	Total internacional	244.924.705	Principales destinos 2025 (%)	Baleares	45
	Alemania	40.667.051		Canarias	33
	Cuota de mercado (%)	16,6		Andalucía	8

Según el estudio Reiseanalyse de la asociación de investigación del mercado emisor alemán F.U.R., las personas de habla alemana residentes en Alemania generaron, en 2025, 69 millones de viajes de vacaciones de 5 o más días, todavía un 3% menos que en 2019 y 1,0% más que en 2024. El 78% tuvo como destino el extranjero. Los destinos mediterráneos supusieron el 45% del total; Alemania el 22%, los destinos de larga distancia un 8% y otros destinos un 25%. A estos viajes se suman 98 millones de viajes de corta duración, un leve 1,14% más que en 2024. España mantuvo su liderazgo como primer destino vacacional en el extranjero, con un 14% del total de viajes de cinco o más días, por delante de Italia y Turquía (~8%), Croacia, Grecia y Austria (~4%) y Egipto (3%). Entre los principales criterios de decisión destaca mayoritariamente la buena relación calidad-precio. Aunque la inflación alemana se ha moderado, las encuestas constatan una fuerte percepción del aumento de precios y una menor propensión al consumo, y que los turistas, especialmente las familias, adoptan medidas de ahorro como elegir destinos más baratos (Norte de África o Bulgaria), reservar con mucha anticipación, buscar más oferta “todo incluido”, renunciar a escapadas cortas o viajar fuera de temporada.

Aunque el porcentaje de quienes consideran que la situación económica general ha empeorado (59% según la encuesta de F.U.R. de noviembre de 2025), el 70% cree que su situación personal se mantendrá igual o algo mejor. Las vacaciones son un bien al que no se renuncia fácilmente, ocupando el tercer lugar en prioridad de gasto, por detrás de la alimentación y el gasto en sanidad. La última encuesta del F.U.R. (noviembre 2025) refleja que un 39% ya tiene decidido su destino para los próximos 12 meses (-3 puntos), un 28% tiene intención de viajar (-6 puntos) y un 24% mantiene incertidumbre (+7). La asociación de turoperadores y agencias DRV estima para 2026 un crecimiento de las ventas (+3%) hasta alcanzar 86.000 M€ en gasto, pero nuevamente con estancamiento del número de viajeros (en torno a los 138 millones). Para la actual temporada de invierno, DRV espera 2% más en gasto en viajes en comparación con la temporada anterior. Viajes en cruceros y vuelos intercontinentales muestran el mejor comportamiento. DRV y TDA señalan que las reservas anticipadas para verano 2026 han crecido significativamente, especialmente a destinos del Mediterráneo oriental.

En el año 2025 el mercado germano consolidó el crecimiento experimentado el año previo, manteniéndose prácticamente estable, con ligeras variaciones tanto en el flujo de turistas (+0,65%) como en el gasto nominal (+2%), aunque las pernoctaciones hoteleras decrecieron (-3,4%), lo que hace que este indicador se sitúe por debajo de los valores prepandemia.

Con más de 12 millones de turistas, Alemania se sigue situando en tercer lugar como mercado emisor por detrás de Francia y Reino Unido, atrayendo un 12,4% de los turistas internacionales recibidos. No obstante, en cuanto a la variable gasto, ya no supera el 12% del total de gasto internacional recibido, aunque mantiene el segundo lugar tras el Reino Unido (18%). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 1.317 y 170 euros respectivamente, ligeramente por encima del año anterior; mientras que la estancia media bajo una décima hasta situarse en 7,8 noches.

El turista alemán que visitó España el 2025 viajó fundamentalmente por ocio (89% del total), pernoctó mayoritariamente en hoteles (76%) y sus destinos favoritos fueron los dos archipiélagos (Baleares, 41%; Canarias 21%) y Cataluña (13%). Un 63,7% viajó prescindiendo del paquete turístico.

Predominaron los turistas con estudios superiores (76%), de clase media (57%) y con una edad comprendida entre 25 y 44 años (44%), situándose la edad media en 43,3 años, ligeramente inferior a la edad media del total de turistas (44 años). La mayoría sigue viajando en pareja (32%), seguidos de aquellos que viajan en familia (25%). Las principales actividades que realizaron fueron el disfrute de la playa (79%), visitas a ciudades (70%) y compras (55%). (Estimación Turespaña basada en microdatos INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos dic 2025

% Variación de pasajeros en vuelos realizados	Año 2025	Dic 2025	Acumulado dic 2025
sobre el mismo periodo año previo	1,9	1,0	1,9

% Variación de asientos en vuelos previstos	AECFA - Datos enero 2026	
	Febrero 2026	
	sobre el mismo mes del año previo	
	-6,7	

INDICADORES ECONÓMICOS

	2023	2024	2025	2026prev	2025-T1	2025-T2	2025-T3	2025-T4
PIB (% variación) ¹	-0,9	-0,5	0,2	0,9	0,4	-0,2	0,0	0,3
IPC (% variación) ²	6,0	2,5	2,3	1,9	2,3	2,0	2,4	2,0
TASA DE DESEMPLEO	3,0	3,4	3,5	3,2	3,6	3,8	3,9	-

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

