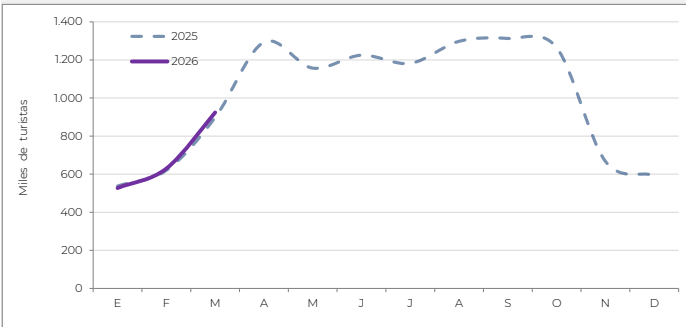


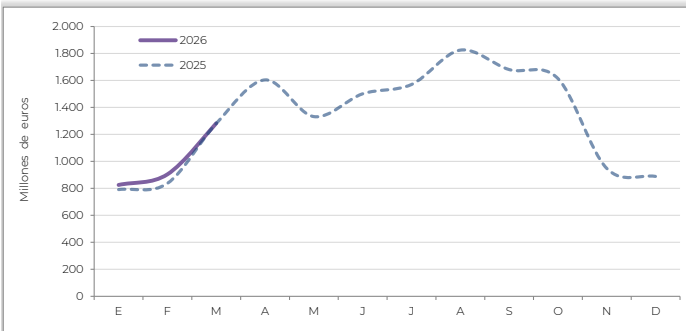
INDICADORES TURÍSTICOS

LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)



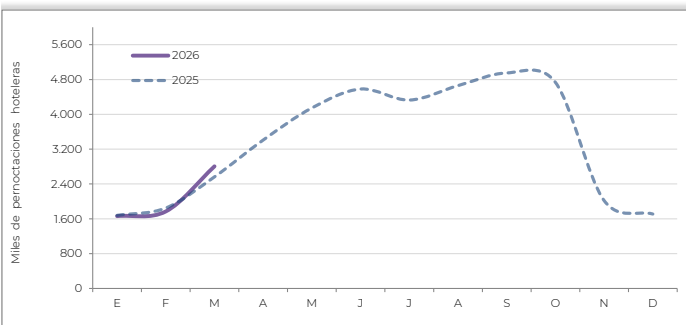
AÑO 2025	Total internacional		Principales destinos 2025 (%)	Baleares
	96.803.894	12.050.833		41
	Cuota de mercado (%)			12,4
			Cataluña	13

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



AÑO 2025	Total internacional		Principales destinos 2025 (%)	Baleares
	134.743	15.873		39
	Cuota de mercado (%)			11,8
			Andalucía	11

PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2025	Total internacional		Principales destinos 2025 (%)	Baleares
	244.838.511	40.624.683		45
	Cuota de mercado (%)			16,6
			Andalucía	8

Las personas de habla alemana residentes en Alemania realizaron en 2025 un total de 69 millones de viajes vacacionales de 5 o más días, un 3% menos que en 2019 y un 1% más que en 2024 (Reisenanalyse - F.U.R.). El 78% tuvo como destino el extranjero: los destinos mediterráneos concentraron el 45% del total, Alemania el 22%, los destinos de larga distancia el 8% y otros destinos el 25%. A ello se suman 98 millones de viajes de corta duración, un 1,14% más que en 2024. España mantuvo su liderazgo como principal destino vacacional en el extranjero, con un 14% de los 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 elección del destino destaca una buena relación calidad-precio.

La inflación alemana ha repuntado en marzo y abril, obligando al gobierno federal a revisar a la baja su previsión de crecimiento. Paralelamente, las encuestas reflejan una fuerte percepción del aumento de precios y una menor propensión al consumo. No obstante, las vacaciones siguen siendo un gasto prioritario, por lo que la demanda potencial de viajes continúa elevada. La asociación de turoperadores y agencias DRV estimó para 2026 un aumento del 3% en las ventas, hasta los 86.000 M€, aunque con estancamiento del número de viajeros (~138 millones). Para la temporada de verano, antes de la crisis en Oriente Medio, la DRV preveía un incremento del 3% en facturación y estabilidad en viajeros (93 millones). Sin embargo, la situación bélica ha alterado el mercado: TDA registró a finales de marzo una caída del 20% en el viaje organizado. Aun así, los destinos españoles continúan mostrando incrementos, aunque más moderados conforme los países del Mediterráneo oriental han recuperado posiciones desde abril. El levantamiento de las alertas de viaje por parte del Ministerio alemán de Asuntos Exteriores está favoreciendo una moderada estabilización del mercado, en un contexto de cautela, reservas de última hora y preferencia por destinos seguros y próximos de Europa occidental y cruceros.

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 situó 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 baja 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%).

En el acumulado del primer trimestre de 2026, el mercado alemán se consolida como el segundo mercado emisor tanto en gasto turístico (12,0%) como en número de turistas (11,9%). No obstante, su peso relativo se mantiene por debajo del 12%, umbral que había superado de forma habitual en años anteriores. En comparación con el mismo periodo del año previo, se observa un ligero incremento en la llegada de turistas (+1,2%) y un crecimiento moderado del gasto nominal (+3,6%) (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos abr 2026

% Variación de pasajeros en vuelos realizados sobre el mismo periodo año previo	Año 2025	Abr 2026	Acumulado abr 2026
	1,9	-5,6	-1,9

% Variación de asientos en vuelos previstos sobre el mismo mes del año previo	AECFA - Datos abril 2026	
	Mayo 2026	
	1,9	

INDICADORES ECONÓMICOS

	2023	2024	2025	2026prev	2025-T2	2025-T3	2025-T4	2026-T1
PIB (% variación) ¹	-0,9	-0,5	0,2	0,8	-0,2	0,0	0,2	0,3
IPC (% variación) ²	6,0	2,5	2,3	2,7	2,0	2,4	2,0	2,8
TASA DE DESEMPLEO	3,1	3,4	3,8	3,9	3,8	4,0	3,9	4,0

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

