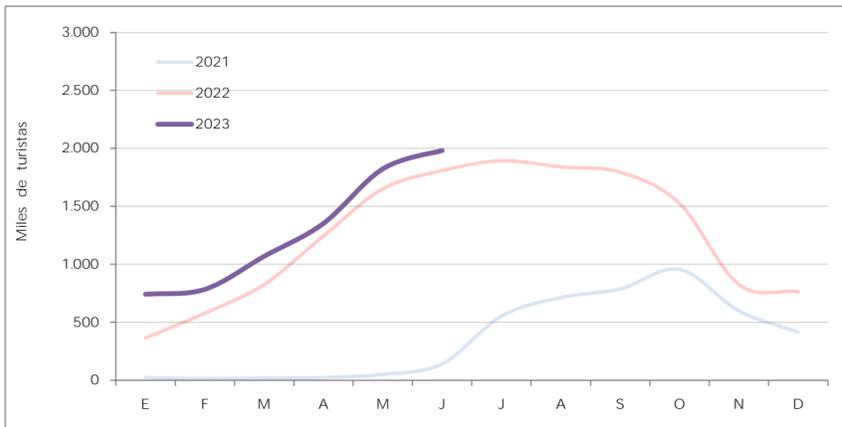


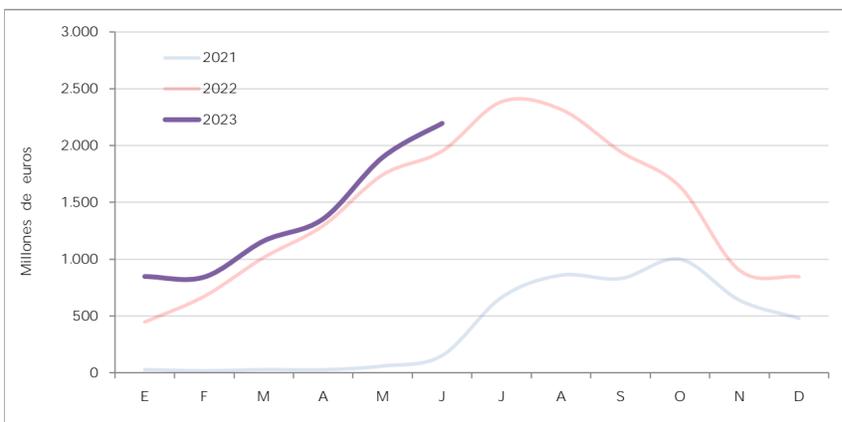
INDICADORES TURÍSTICOS

LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)



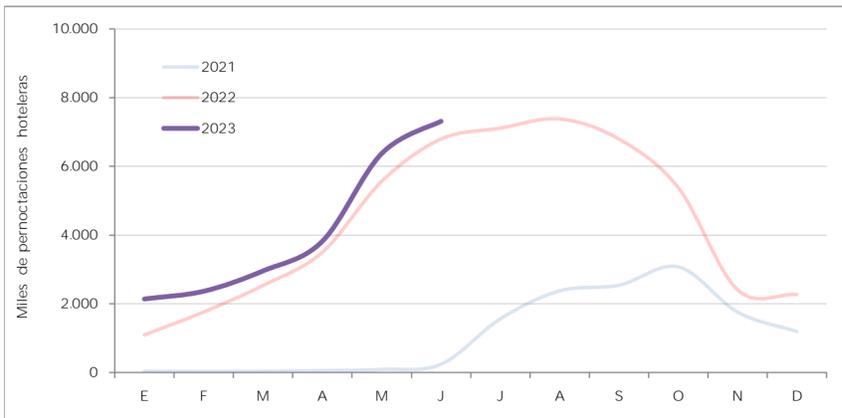
AÑO 2022	Total internacional	71.659.281	Principales destinos 2022 (%)	Canarias	31
	Reino Unido	15.121.910		Baleares	22
	Cuota de mercado (%)	21,1		Andalucía	16

GASTO TOTAL - Egatur (INE)



AÑO 2022	Total internacional	87.138.192.285	Principales destinos 2022 (%)	Canarias	35
	Reino Unido	17.155.045.508		Baleares	22
	Cuota de mercado (%)	19,7		Andalucía	14

PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2022	Total internacional	200.763.081	Principales destinos 2022 (%)	Canarias	39
	Reino Unido	52.583.241		Baleares	29
	Cuota de mercado (%)	26,2		Andalucía	11

En el Reino Unido, la imagen de España no se ha visto afectada por la pandemia originada por el coronavirus, siendo el principal destino en vacaciones de sol y playa, y el destino vacacional preferido por los británicos. Según los datos de la ONS (Office for National Statistics), España se ha venido situando durante los últimos años como primer destino de los británicos cuando viajan al extranjero. Entre enero y diciembre 2022 (con la eliminación de las últimas restricciones sanitarias en marzo 2022), la cuota de mercado de España en el turismo emisor de este país fue del 22%. Le siguieron Francia (10,5%), Grecia (5,4%), Italia (5,1%), Portugal (5,1%), EEUU (4,2%), Irlanda (4,0%) y Turquía (3,6%).

Los británicos no perciben las vacaciones como un lujo, sino como una necesidad, por lo que viajan independientemente de su situación económica, aunque ésta condiciona aspectos como el número de viajes al año, el gasto y su duración. El principal tipo de destino buscado por los británicos es el sol y playa, seguido de los city breaks y la naturaleza. España es percibida como un destino beach plus, donde el sol y playa es el elemento base que se complementa con otras actividades o experiencias. Estas consideraciones siguen siendo válidas tras la pandemia y ante la situación económica actual, y se observa una importante recuperación del turismo hacia España, principalmente a partir del verano 2022, que continúa en el presente año 2023, si bien todavía no alcanzando los niveles de 2019 (datos OAG junio 2023 para capacidad verano 23 vs 19, -2,7% e invierno 23/24 +12,6%). No obstante, la actual situación de inestabilidad económica en el propio país, que está provocando una pérdida de poder adquisitivo muy importante entre la población, está induciendo una cierta relajación en dicha tendencia general en el presente año 2023 (a excepción de las Islas Canarias, con un comportamiento muy positivo), por lo que se prevé que todavía no alcance niveles globales anteriores a la crisis, y trasladando al 2024 la posible recuperación efectiva.

Respecto a los turistas británicos que visitaron España, el año 2022 se cerró con un importante crecimiento interanual: el volumen de turistas creció un +251,3%; el gasto realizado, un +259,2%; y las pernoctaciones hoteleras, un +305,8%. Las cifras, no obstante, quedan aún por debajo de los niveles prepandemia, como se mencionaba más arriba.

En 2022, visitaron España 15,1 millones de turistas británicos, lo que representó el 21,1% del total de turistas recibidos, situando a Reino Unido en un incontestable primer puesto, superando al segundo mercado emisor, Francia, en más de cinco millones de turistas. Este liderato también se repite en cifras de gasto realizado: los turistas provenientes del Reino Unido llevaron a cabo un gasto de 17.144 millones de euros, aportando el 19,7% del total, nitidamente por encima de Alemania (13,2%) y de Francia (9,4%). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 1.134 y 154 euros, respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 7,4 noches.

El turista británico que visitó España el pasado año viajó predominantemente por ocio (93% del total) y pernoctó mayoritariamente en hoteles (70%), seguido, a gran distancia, del alojamiento de alquiler (11%) y de las casas de familiares o amigos (8%). Predominaron los turistas de clase media (64%), con estudios superiores (72%), así como los que viajaron en pareja (37%), seguidos de aquellos que viajaron en familia (28%). Su edad media se situó en 45 años, por encima de la media de edad del total de turistas (43 años). Las principales actividades que realizaron fueron el disfrute de la playa (71%), visitas a ciudades (53%) y compras (51%), decantándose mayoritariamente por el viaje sin paquete turístico (60%). Sus destinos favoritos fueron Canarias (31%), Baleares (22%) y Andalucía (16%) (estimación Turespaña basada en microdatos INE).

En el acumulado hasta junio (dos primeros trimestres) el mercado británico se sitúa como primer mercado en gasto turístico, aportando el 18,0% del total, y en flujo de turistas (20,7% del total). Se registran importantes crecimientos respecto a 2022 en los turistas (+19,8%) y en el gasto (+16,5%) (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos jun. 2023

% Variación de pasajeros en vuelos realizados sobre el mismo periodo año previo	Año 2023		
	Año 2022	Jun. 2023	Acumulado jun. 2023
	272,4	9,8	22,6

AECFA - Datos agosto 2023

% Variación de asientos en vuelos previstos sobre el mismo mes año previo	Agosto 2023	
	5,3	

INDICADORES ECONÓMICOS

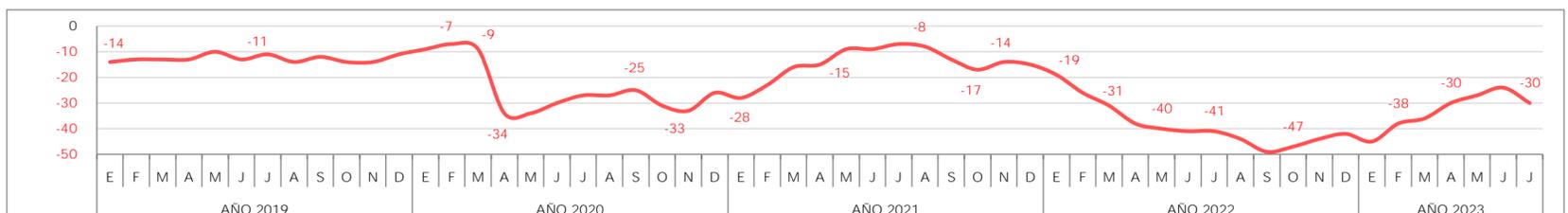
	2020	2021	2022	2023 ^{Prevision}	2022 - 3T	2022 - 4T	2023 - 1T	2023 - 2T
PIB (% variación) ¹	-9,3	7,6	4,1	0,4	-0,1	0,1	0,1	-
IPC (% variación) ²	0,9	2,6	9,1	6,8	8,7	9,4	9,0	7,7
TASA DE DESEMPLEO	4,6	4,5	3,7	4,2	3,6	3,7	3,9	-

¹ Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales

² Variación interanual

Fuentes: Eurostat, FMI y autoridades nacionales

INDICADOR DE SENTIMIENTO ECONÓMICO - GFK GROUP



TIPO DE CAMBIO (EUR/GBP). Dato: tipo de cambio medio mensual

