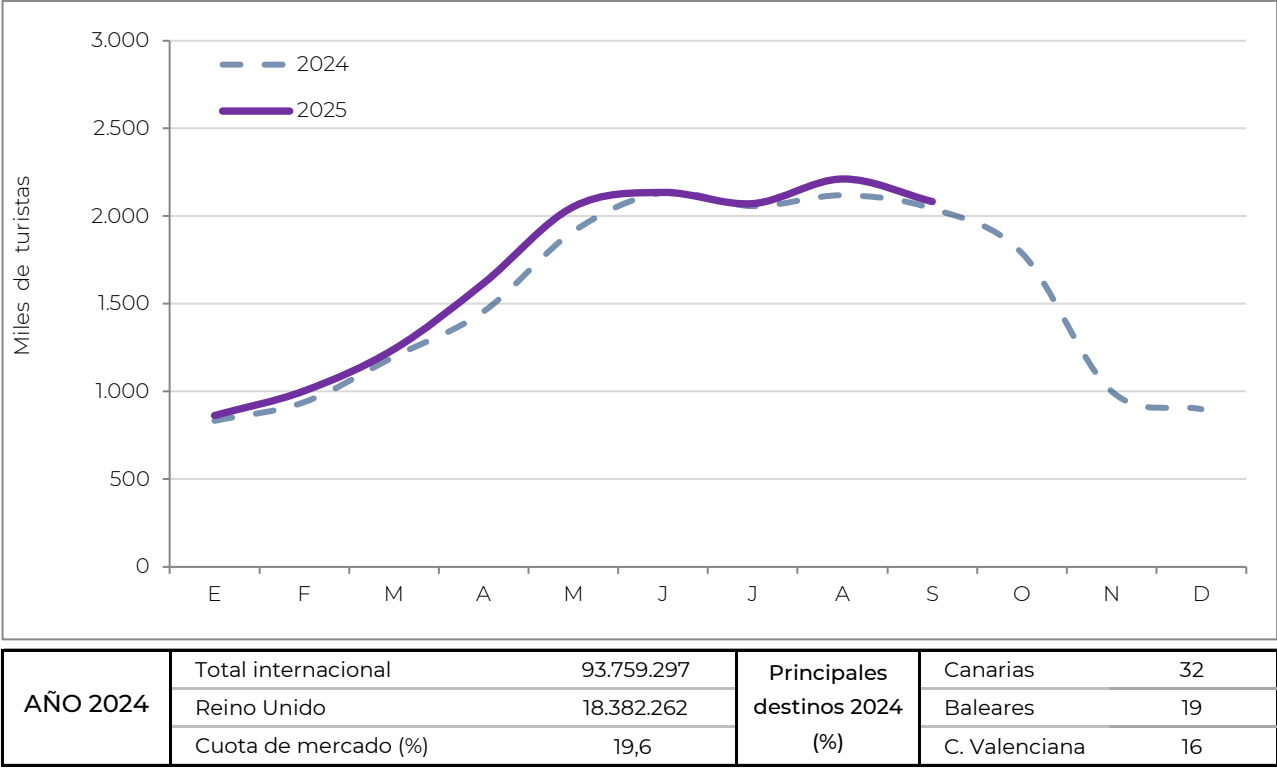
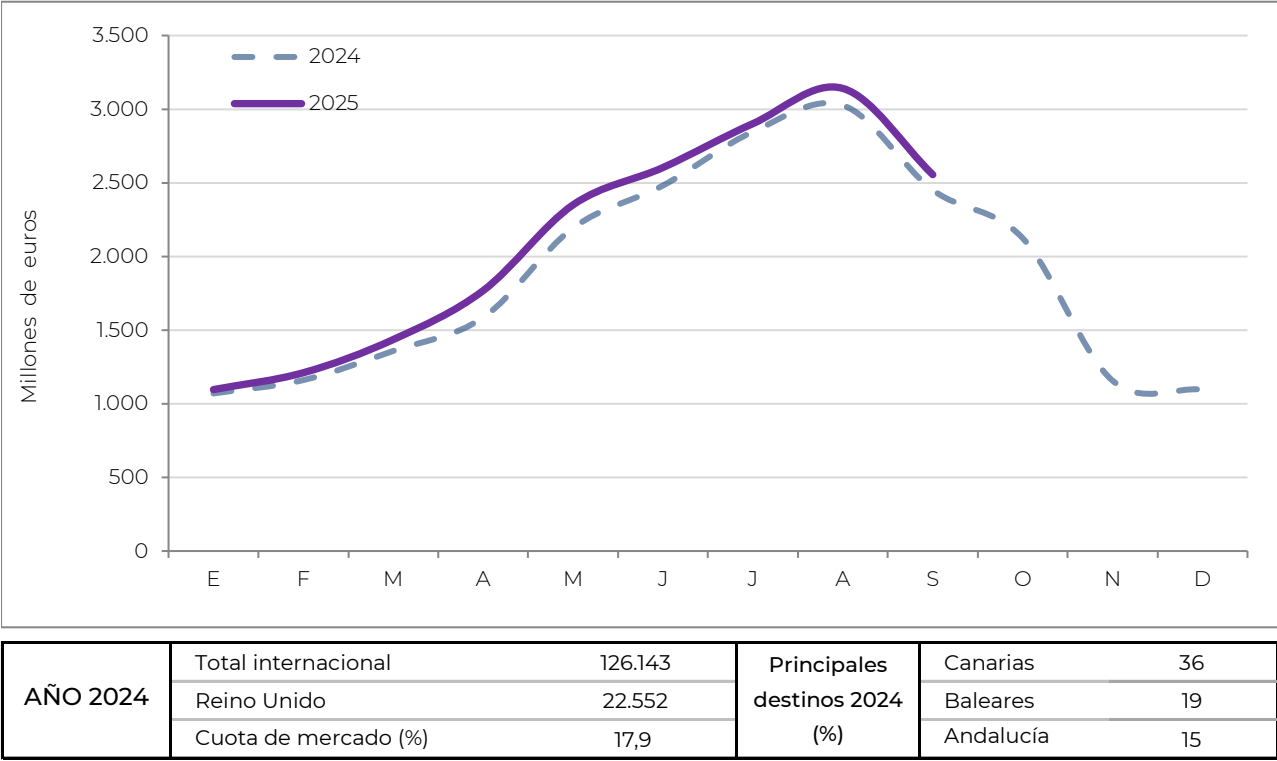


INDICADORES TURÍSTICOS

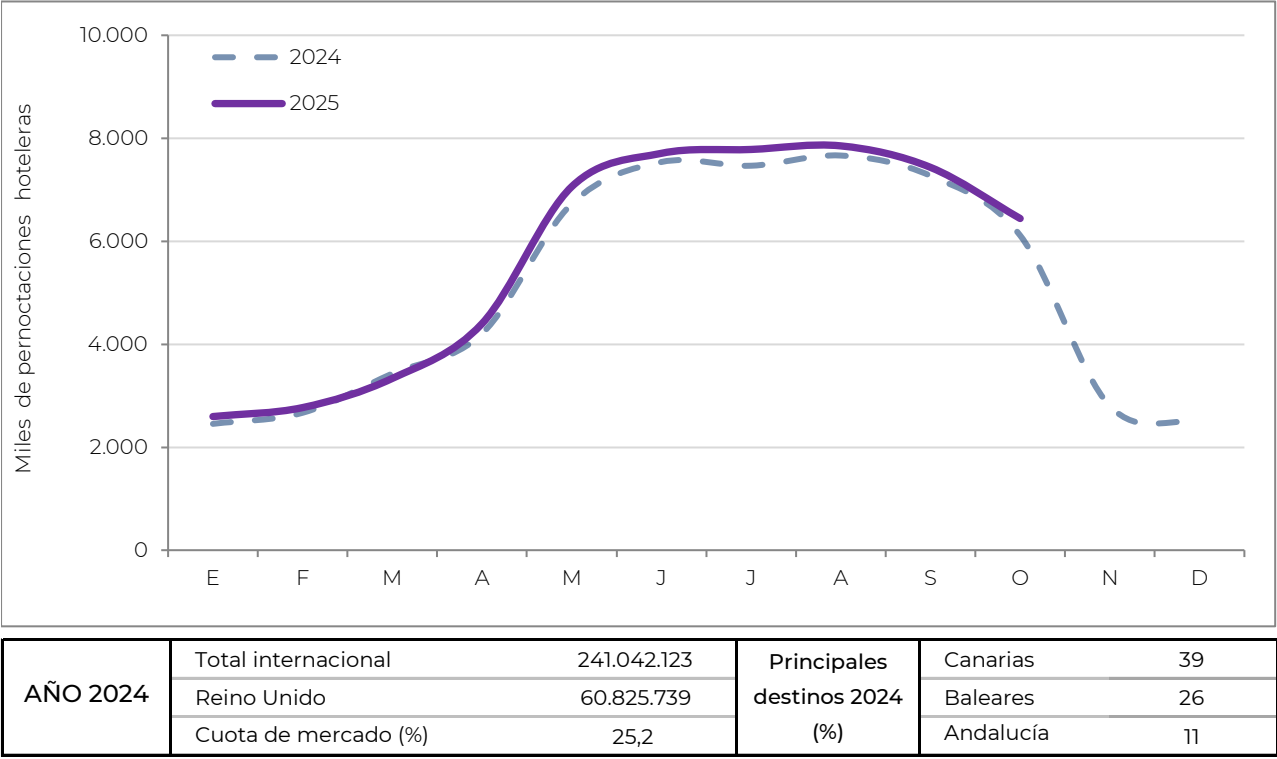
LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)



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



PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



REINO UNIDO

Última actualización - Noviembre 2025

En el Reino Unido, la imagen de España se sigue manteniendo en niveles muy altos de consideración, 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. En los 2 primeros trimestres del año 2025 (todavía datos provisionales), la cuota de mercado de España en el turismo emisor de este país fue del 18,3%. Le siguieron Francia (8,7%) y EEUU (con un 6%), a cierta distancia, Italia (4,9%), Grecia (que pasa a 4º lugar con un 4,5%), Turquía (3,3%) y Portugal (3,2%). Otros países como Alemania, Países Bajos o Irlanda están en el entorno del 2-3% y en mercados más lejanos destacan EAU e India (2,4% respectivamente, más que Países Bajos o, incluso Irlanda) y Egipto (1,7%).

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 la base que se complementa con otras actividades o experiencias. Estas consideraciones son especialmente válidas hoy, ya que, pese al contexto económico, se observa una importante recuperación del turismo hacia España desde el verano de 2022, consolidándose en 2024 con niveles superiores a 2019 y manteniéndose en la primera mitad de 2025, aunque con cierto trasvase de turistas hacia las Islas Canarias en detrimento de la península. No obstante, la inestabilidad política y económica del país, que está generando una pérdida de confianza y poder adquisitivo, induce una ligera relajación de la tendencia, un incremento de reservas en períodos de shoulder season y un mayor interés por destinos más asequibles como Grecia, Turquía o Marruecos, hacia los que los principales TT.OO. ya están realizando fuertes inversiones y priorizando estrategias. Las reservas de viajes a España de los TT.OO. pequeños, centrados exclusivamente en la sostenibilidad, continúan creciendo a doble dígito.

Respecto a los turistas británicos que visitaron España, el **año 2024** se cerró con un crecimiento interanual tanto en el volumen de turistas creció un +6,6%, como, sobre todo, en el gasto nominal realizado (+13,5%). Las pernoctaciones hoteleras tuvieron un comportamiento similar al flujo de turistas (+4,3%). En 2024, visitaron España 18,4 millones de turistas británicos, lo que representó el 19,6% 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 y medio de turistas. Este liderato también se repite en cifras de gasto realizado: los turistas provenientes del Reino Unido llevaron a cabo un gasto de 22,5 millardos de euros, aportando el 17,9% del total, muy por encima de Alemania (12,3%) y de Francia (8,7%). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 1.228 y 176 euros, respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 7,0 noches. El turista británico que visitó España el pasado año viajó predominantemente por ocio (93,1% del total) y pernoctó mayoritariamente en hoteles (69,4%), seguido, a gran distancia, del alojamiento de alquiler (12,6%) y de las casas de familiares o amigos (8,6%). Predominaron los turistas de clase media (58%), con estudios superiores (75%), así como los que viajaron en pareja (37%), seguidos de aquellos que viajaron en familia (27%). Su edad media se situó en 46,6 años, por encima de la media de edad del total de turistas (45,2 años). Las principales actividades que realizaron fueron el disfrute de la playa (76%), visitas a ciudades (58%) y realizar compras (53%), decantándose mayoritariamente por el viaje sin paquete turístico (56,8%). Sus destinos favoritos fueron Canarias (32,2%), Baleares (19,4%) y la Comunidad Valenciana (16,0%). (Estimación Turespaña basada en microdatos INE).

En el acumulado del **tercer trimestre de 2025** el mercado británico se sitúa como primer mercado en gasto turístico, aportando un 18% del total, y una quinta parte de los turistas recibidos (20,0%). Se registran sólidos crecimientos respecto a 2024 en la llegada de turistas (+4%) y en el gasto nominal (+4,9%) (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos sep. 2025

% Variación de pasajeros en vuelos realizados	Año 2024	Sep. 2025	Acumulado sep. 2025
sobre el mismo periodo año previo	7,7	2,2	4,0

% Variación de asientos en vuelos previstos	AECFA - Datos noviembre 2025
	Noviembre 2025
sobre el mismo mes año previo	4,9

INDICADORES ECONÓMICOS

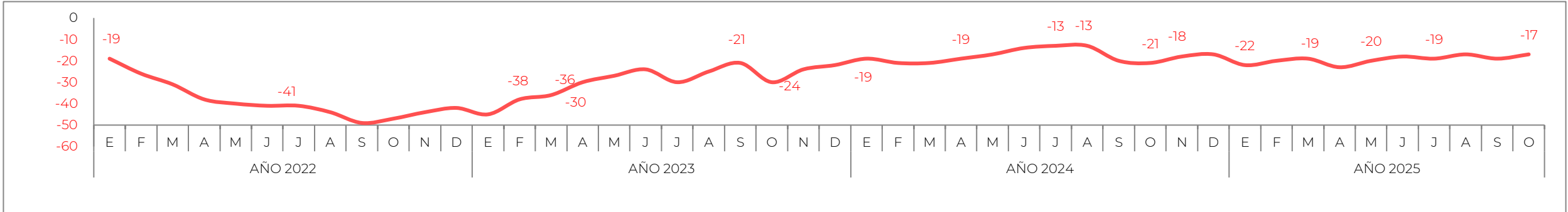
	2022	2023	2024	2025prev	2024-T4	2025-T1	2025-T2	2025-T3
PIB (% variación) ¹	4,8	0,4	1,1	1,1	0,2	0,7	0,3	-
IPC (% variación) ²	7,9	6,8	3,3	3,1	3,4	3,6	4,1	4,1
TASA DE DESEMPLEO	3,8	4,1	4,3	4,5	4,4	4,5	4,7	-

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 (GBP/EUR). Dato: tipo de cambio medio mensual. Fuente: Eurostat

