



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

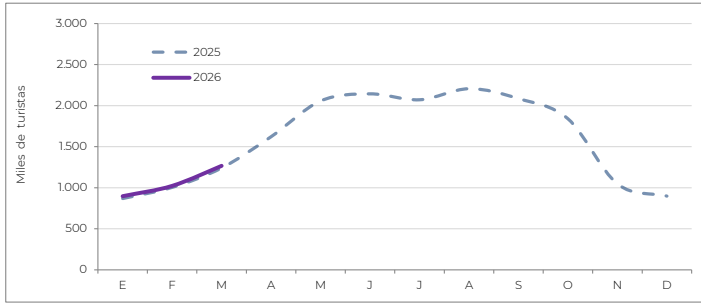
TUR ESPAÑA

REINO UNIDO

Última actualización - Mayo 2026

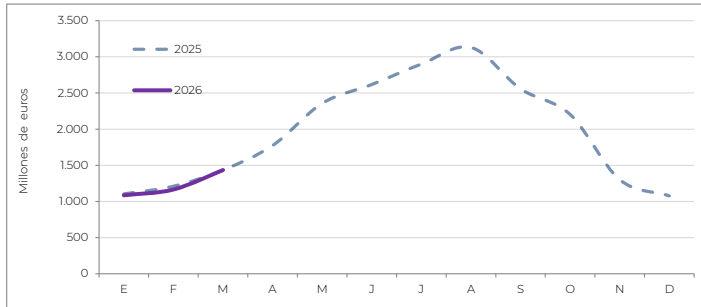
INDICADORES TURÍSTICOS

LLEGADAS DE TURISTAS - Fronter (INE)



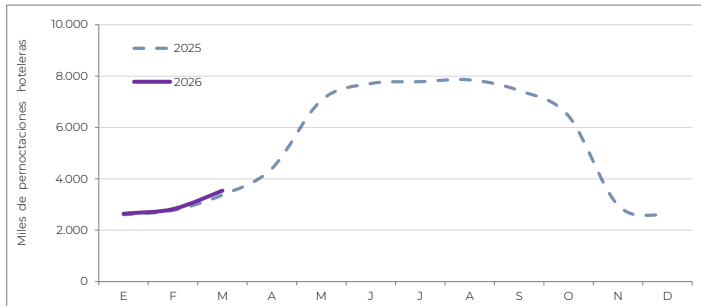
AÑO 2025	Total internacional	96.770.515	Principales destinos 2025 (%)	Canarias	32
	Reino Unido	19.068.319		Baleares	19
	Cuota de mercado (%)	19,7		Andalucía	16

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



AÑO 2025	Total internacional	134.712	Principales destinos 2025 (%)	Canarias	36
	Reino Unido	23.650		Baleares	19
	Cuota de mercado (%)	17,6		Andalucía	16

PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2025	Total internacional	244.838.511	Principales destinos 2025 (%)	Canarias	39
	Reino Unido	62.961.157		Baleares	26
	Cuota de mercado (%)	25,7		Andalucía	11

En el Reino Unido, la imagen de España se mantiene en niveles muy altos de consideración, siendo el principal destino de sol y playa y el preferido por los británicos para sus vacaciones. Según la ONS (Office for National Statistics), España se ha situado en los últimos años como el primer destino de los británicos cuando viajan al extranjero. En los dos primeros trimestres de 2025, la cuota de mercado de España en el turismo emisor británico fue del 18,3%, seguida de Francia (8,7%), EEUU (6%), Italia (4,9%), Grecia (4,5%), Turquía (3,3%) y Portugal (3,2%). Otros países como Alemania, Países Bajos o Irlanda se sitúan entre el 2% y el 3%, mientras que destacan también EAU e India (2,4%) y Egipto (1,7%).

Los británicos no perciben las vacaciones como un lujo, sino como una necesidad, aunque la situación económica condiciona el número de viajes, el gasto y especialmente su duración. El principal tipo de destino demandado sigue siendo el sol y playa, seguido de los city breaks y la naturaleza. España es percibida como un destino "beach plus", donde el producto de sol y playa se complementa con otras experiencias. Esta tendencia se ha consolidado desde el verano de 2022, alcanzando en 2025 niveles récord, aunque con cierto trasvase hacia Canarias en detrimento de la península. No obstante, la inestabilidad política y económica, junto con la inseguridad derivada del conflicto en Oriente Medio, está generando una ligera relajación de la demanda, un aumento de las staycations y de las reservas en shoulder season, así como un mayor interés por destinos más asequibles como Grecia, Turquía o Marruecos, hacia los que los principales TT.OO. están reforzando sus estrategias. Por su parte, las reservas hacia España de pequeños TT.OO. especializados en sostenibilidad siguen creciendo a doble dígito, aunque todavía representan menos de 20.000 pasajeros.

En cuanto a los turistas británicos que visitaron España, el año 2025 cerró con un crecimiento interanual apreciable tanto en el volumen de llegadas (+3,7%) como en el gasto nominal realizado (+4,9%) y en las pernoctaciones hoteleras (+3,4%), consolidándose así al mercado británico un año más.

Durante este ejercicio nos visitaron 19 millones de turistas británicos, lo que representó el 19,7% del total de turistas recibidos, situando a Reino Unido en un incontestable primer puesto, ampliando ventaja respecto al segundo mercado emisor, Francia, en más de seis 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 23,6 millardos de euros, aportando el 17,6% del total, muy por encima de Alemania (11,8%) y de Francia (8,6%). Los gastos medios por persona y día ascendieron a 1.240 y 183 euros, respectivamente, mientras que la estancia media se situó en 6,8 noches.

El turista británico que visitó España el pasado año viajó predominantemente por ocio (92% del total) y pernoctó mayoritariamente en hoteles (75%), seguido, a gran distancia, del alojamiento de alquiler (20%). Predominaron los turistas de clase media (55%), con estudios superiores (76%), así como los que viajaron en pareja (37%), seguidos de aquellos que viajaron en familia con hijos (27%). Su edad media se situó en 46,6 años, por encima de la media de edad del total de turistas (44 años).

Las principales actividades que realizaron fueron el disfrute de la playa (74%), realizar compras (56%) y visitar ciudades (54%), decantándose, además, por el viaje sin paquete turístico (56,4%). Sus destinos favoritos fueron Canarias (31,9%), Baleares (18,7%) y Andalucía (16,3%).

En el acumulado del primer trimestre de 2026, el mercado británico se mantiene como el principal mercado emisor tanto en gasto turístico, aportando el 14,7% del total (frente al 15,9% registrado en 2025), como en flujo de turistas, con una cuota del 18,2%. Respecto al mismo periodo del año anterior, se observa un aumento del 2,3% en el volumen de turistas, aunque el gasto nominal registra una ligera caída del 1,7% (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos abr 2025

% Variación de pasajeros en vuelos realizados	Año 2025	Abr 2025	Acumulado abr 2025
sobre el mismo periodo año previo	4,0	3,2	5,0

% Variación de asientos en vuelos previstos	AECFA - Datos abril 2026	
	Mayo 2026	
sobre el mismo mes año anterior	7,7	

INDICADORES ECONÓMICOS

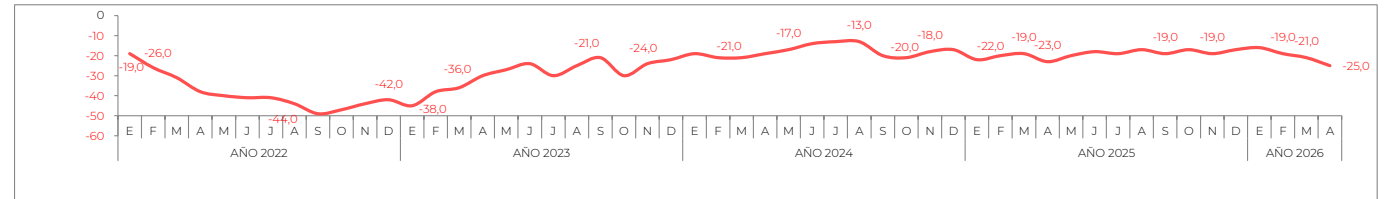
	2023	2024	2025	2026prev	2025-T2	2025-T3	2025-T4	2026-T1
PIB (% variación) ¹	0,3	1,1	1,3	0,8	0,2	0,1	0,1	-
IPC (% variación) ²	7,3	2,5	3,4	3,2	4,1	4,1	3,6	3,4
TASA DE DESEMPLEO	4,1	4,3	4,9	5,6	4,7	5,0	5,2	-

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 - GFK GROUP



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

