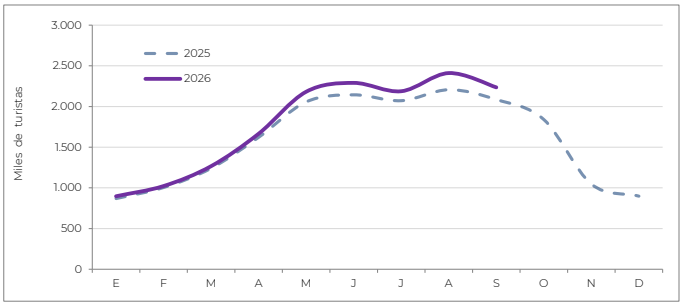
GOBIERNO DE ESPAÑA | MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO | SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO | TURESPAÑA

REINO UNIDO

Última actualización - Noviembre 2026

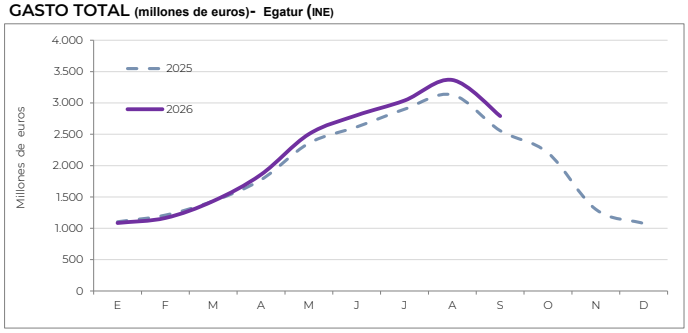
INDICADORES TURÍSTICOS

LLEGADAS DE TURISTAS - Frontur (INE)



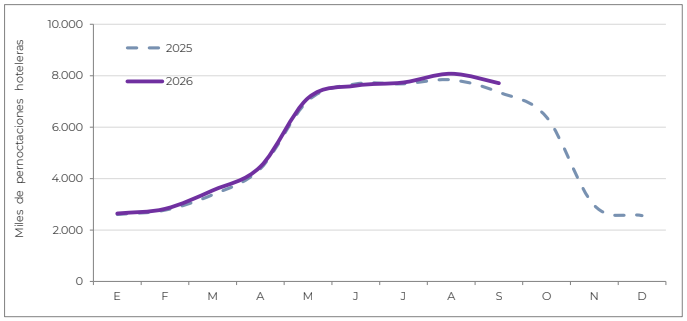
AÑO 2025	Total internacional	96.803.894	Principales destinos 2025 (%)	Canarias	32
	Reino Unido	19.084.423		Baleares	19
	Cuota de mercado (%)	19,7		Andalucía	16

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



AÑO 2025	Total internacional	134.743	Principales destinos 2025 (%)	Canarias	36
	Reino Unido	23.666		Baleares	19
	Cuota de mercado (%)	17,6		Andalucía	16

PERNOCTACIONES HOTELERAS - EOH (INE)



AÑO 2025	Total internacional	244.150.292	Principales destinos 2025 (%)	Canarias	39
	Reino Unido	62.631.324		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 el total de 2025, la cuota de mercado de España en el turismo emisor británico fue del 20%, seguida de Francia (9,6%), Italia (5,9%), Grecia (5,1%), Turquía (4,5%), Irlanda (3,7%), Portugal (3,6%) y EEUU (3,5%). Otros países como Alemania o Polonia se sitúan ligeramente por encima del 3%, mientras que destacan también India (1,9%), Marruecos (1,4%) y Egipto (1,2%).

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, un acortamiento de la duración de los viajes, así como un mayor interés por destinos más asequibles como, últimamente, Marruecos, pero también Grecia o Turquía, hacia los que los principales TT.OO. están reforzando sus estrategias.

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 **tercer trimestre de 2026**, el mercado británico persiste como el principal mercado emisor tanto en gasto turístico, aportando el 17,5% del total, como en flujo de turistas, con una cuota del 20,1%. Respecto al mismo periodo del año anterior, se observa un aumento del +5,6% en el volumen de turistas, así como un incremento del +5,6% en el gasto nominal (INE).

INDICADOR DE CAPACIDAD AÉREA

AENA - Datos sep 2025

% Variación de **pasajeros** en vuelos **realizados**	**Año 2025**	**Sep 2025**	**Acumulado sep 2025**
sobre el mismo periodo año previo	4,0	5,2	5,6

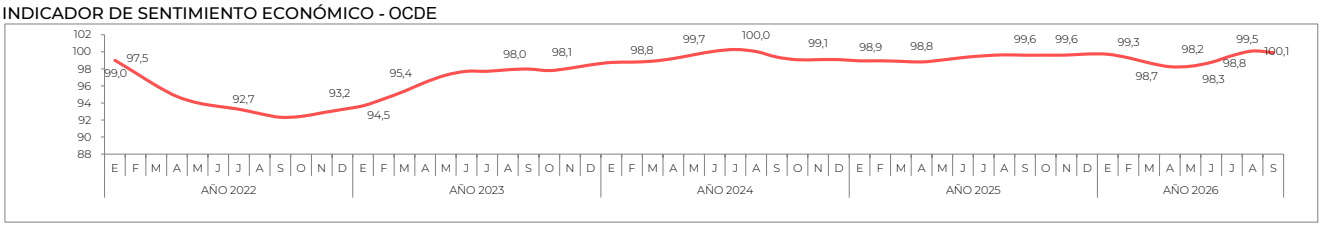
% Variación de **asientos** en vuelos **previstos**	*AECFA - Datos octubre 2026*
	Noviembre 2026
sobre el mismo mes año anterior	-2,6

INDICADORES ECONÓMICOS

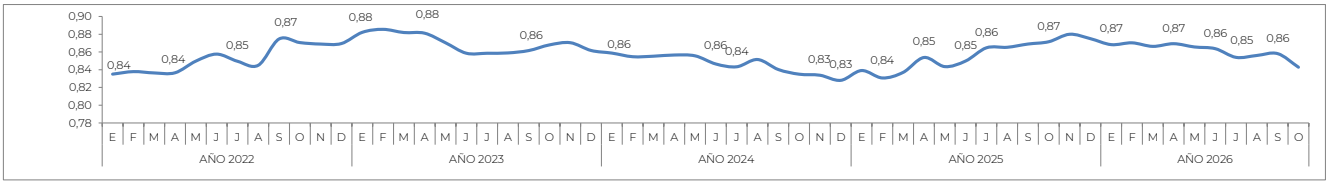
	2023	**2024**	**2025**	**2026prev**	*2025-T4*	*2026-T1*	*2026-T2*	*2026-T3*
PIB (% variación)[1]	0,4	1,1	1,2	1,3	*0,0*	*0,6*	*0,5*	*0,7*
IPC (% variación)[2]	7,3	2,5	3,4	3,3	*3,6*	*3,5*	*2,8*	*3,7*
TASA DE DESEMPLEO	4,1	4,3	4,9	5,3	*5,2*	*5,0*	4,9	-

[1] *Los datos trimestrales reflejan las variaciones intertrimestrales*
[2] *Variación interanual del último mes del trimestre*
Fuentes: OCDE y FMI

INDICADOR DE SENTIMIENTO ECONÓMICO - OCDE



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



NIPO: 219-26-001-4