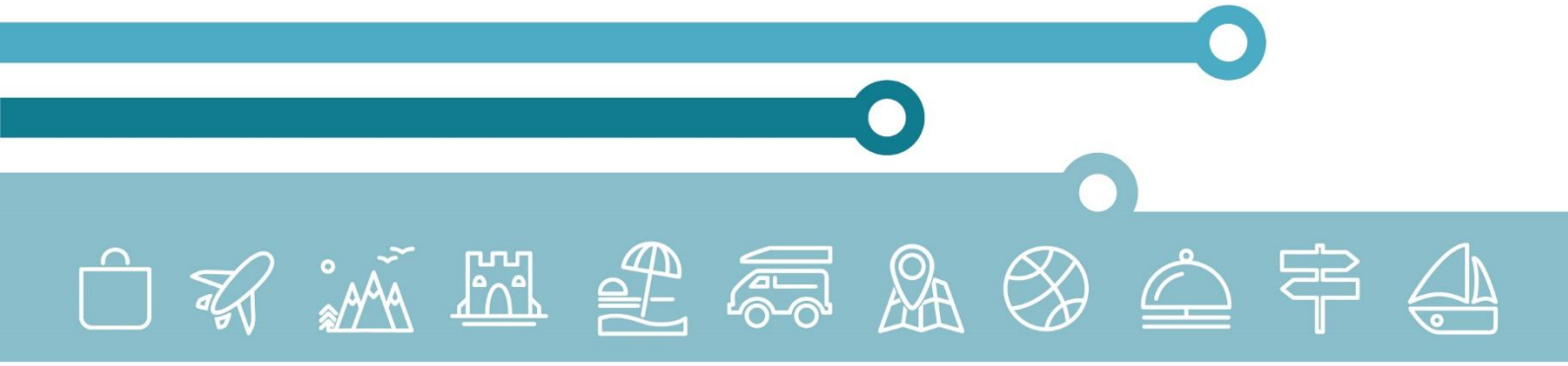
TURESPAÑA

INFORME DE TENDENCIAS DE MERCADO



REINO UNIDO
Temporada de otoño/invierno 2026-2027

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)
Texto: Oficina Española de Turismo de REINO UNIDO (Londres)
NIPO: 219-26-001-4.
Octubre 2026

TABLA DE CONTENIDO

Coyuntura económica

Factores político sociales

Evolución reciente de la demanda turística

Indicadores de prospectiva

Principales conclusiones

COYUNTURA ECONÓMICA

CUADRO MACROECONÓMICO			
	2024	**2025**	**2026 (previsión)**
PIB real (% variación interanual)	1,1*	1,3*	0,7
PIB nominal per cápita (euros)	49.274	51.011	51.667
Gasto consumidor (% variación interanual)	5,6	3,3	2,0
Población empleada (miles)	33.618*	34.165*	36.653
Tasa de desempleo (% sobre población activa)	4,3*	4,9*	5,4
IPC (% variación interanual)	2,5*	3,4*	3,4
Población Total	69.256.300*	69.483.900*	69.583.330
Tasa de hogares de clase media (%)	79,7	80,0	79,5

Fuente: Oxford Economics. y ONS*:

	2024	**2025**	**2026***
TIPO DE CAMBIO (euro /libra)	0,847	0,857	0,855

2024 y 2025: media anual
2026*: último día del último mes completo (30 septiembre).

Fuente: Banco Central Europeo.

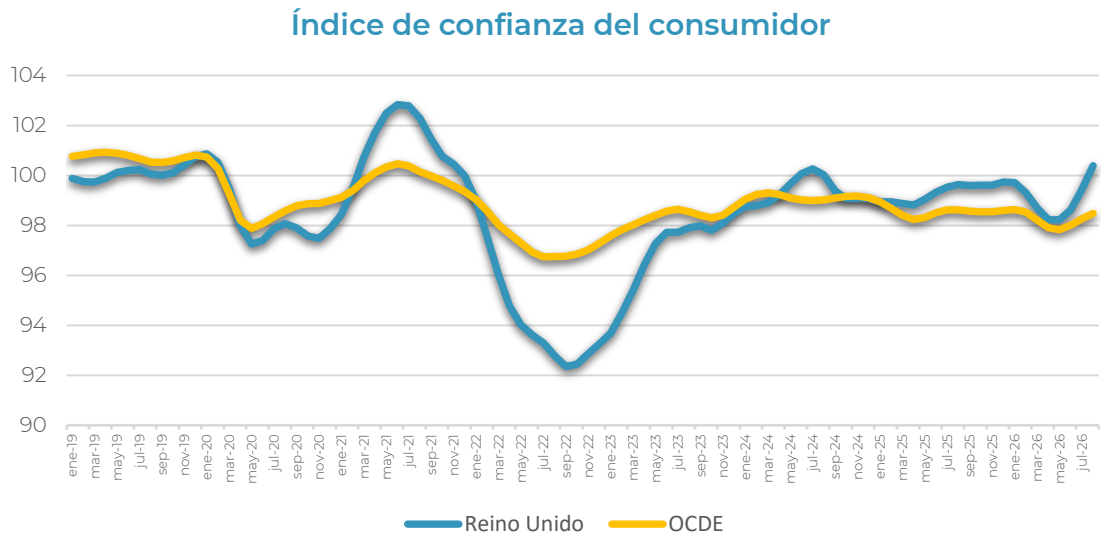
La economía británica mostró una fase de cierta recuperación tras la pandemia pero, los efectos provocados por un cúmulo de circunstancias (algunas sombras ligadas a las consecuencias del Brexit, el mantenimiento de un tipo de interés elevado, y, sobre todo, el importante aumento de la inflación), han llevado a un histórico retroceso en la capacidad adquisitiva de los británicos que se ve reflejado en el índice de confianza del consumidor (Consumer Confidence Index, Gfk), todavía en cifras negativas (-13 puntos en septiembre de 2026).

Esto llevó inicialmente a la entrada en recesión a finales del 2023 para, posteriormente, mejorar ligeramente a lo largo del 2024, aunque un nuevo incremento de la inflación y el aumento de impuestos en el último Presupuesto de Otoño 2025, han producido cierto empeoramiento y/o estancamiento, que se intensifican en 2026 en variables como el crecimiento del PIB, la inflación, la tasa de desempleo o el gasto del consumidor.

El considerable incremento del PIB a inicios de 2025 (+0,6% Q1) parecía mostrar cierto optimismo de cara al resto del año, pero éste se vio frustrado por la ralentización mostrada en el resto de trimestres con prácticamente un estancamiento de la economía (nulo crecimiento en Q2 y Q4 y +0,2% en Q3) rebajando la previsión inicial del total del 2025 hasta el 1,2%. Si bien el 2026 parecía iniciar un proceso de recuperación moderado (+0,6% Q1 y +0,5% Q2), el conflicto en Oriente Medio y sus

consecuencias en el precio del combustible han ido rebajando las expectativas hasta una tasa anual inferior al 1%. A ello se añade el nuevo incremento de la inflación con tasas que, aunque moderándose, estarían muy por encima del 3% (lejos del objetivo del Banco de Inglaterra: 2%) y sin expectativas de que se reduzca al 2%, como se preveía anteriormente, para 2026. Además, destaca la menor capacidad de gasto del consumidor británico que, incluso se prevé, decrezca en el presente año de forma considerable y un aumento de la tasa de desempleo que superaría el 5% (tasas no alcanzadas desde el período de crisis sanitaria provocada por el Covid).

En el siguiente gráfico se muestra el Índice de Confianza del Consumidor elaborado por la OCDE. Durante la totalidad del año 2019 y buena parte del 2020, el índice de la OCDE se ha mantenido por encima de la media del Reino Unido, para invertirse durante el año 2021, alcanzando el índice del Reino Unido su máxima diferencia en el mes de julio, para iniciar, a partir de dicho mes, un descenso continuado que, a inicios del año 2022, cambia de signo y pasa a estar por debajo de la media de la OCDE, continuando su descenso hasta su máxima diferencia en septiembre 2022. A partir de ahí, se inicia una mejora para situarse en niveles más próximos a la OCDE a partir del verano 2023 para, a continuación, iniciar un nuevo período con niveles superiores a los de la OCDE a partir de mayo 2024 y que se ha mantenido (a excepción de los meses finales de 2024 con niveles similares) hasta la actualidad (agosto 2026).



Fuente: OCDE., siendo 100 el promedio histórico del índice.

FACTORES POLITICO SOCIALES

El nuevo gobierno nombrado hace pocos meses tiene que presentar su primer presupuesto en unas semanas en un marco muy difícil de alta inflación, subida importante de los precios (principalmente derivados de los costes del combustible), y

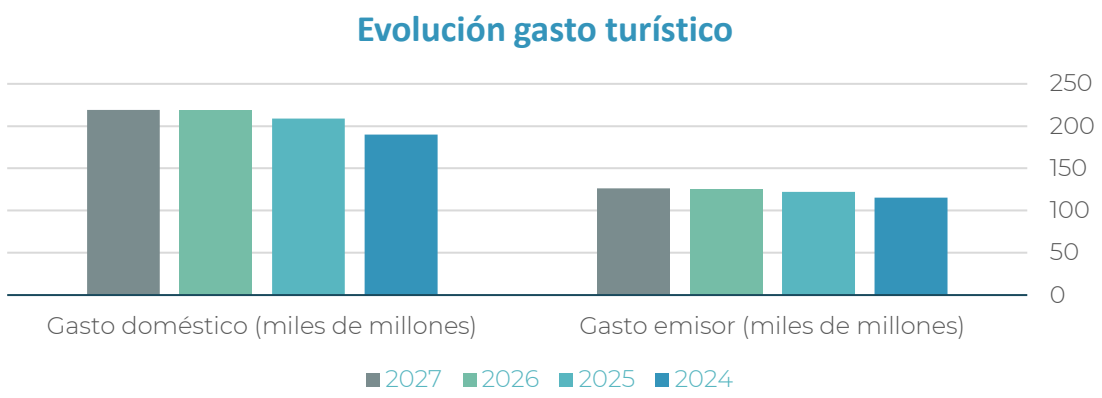
las previsiones no son muy optimistas para la mayoría de los indicadores macroeconómicos para el total del año 2026.

Por un lado, el gobierno laborista anuncia medidas para mejorar la situación de las familias, cuyo poder adquisitivo sigue deteriorándose: según un informe recientemente publicado de The Resolution Foundation, el incremento continuo del coste de la vida en los últimos cinco años ha causado que los ingresos reales de una familia media hayan caído en un 7,9% comparado con lo que hubiera sucedido en cinco años de inflación normal del 2%.

A esta presión se junta la necesidad de invertir para mejorar en servicios públicos, cuya calidad se ha ido deteriorando, como el Servicio Nacional de Salud, y los compromisos de aumentar el presupuesto de Defensa hasta el 3% del presupuesto anual para 2030.

El Gobierno está bajo una presión creciente para demostrar a los mercados financieros que tiene un control estricto de sus finanzas mientras los costes de la deuda suben.

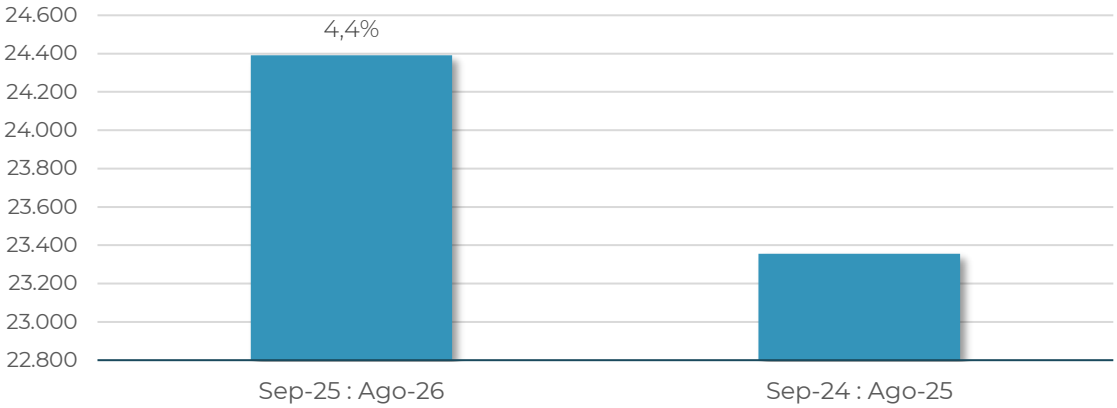
EVOLUCIÓN RECIENTE DE LA DEMANDA TURÍSTICA



Fuente: Oxford Economics

Estimaciones de Oxford Economics de la demanda turística británica muestran para el emisor al exterior una recuperación continua pero moderada desde el año 2024, si bien con la previsión de un crecimiento moderado para el total de 2026 (+2,6% vs 2025) y con signos de debilitación para 2027 (+0,7% vs 2026). Esta situación viene motivada principalmente por la situación económica de los británicos, comentada en apartados anteriores, y que viene experimentando en los últimos años un descenso importante de la capacidad adquisitiva. En cambio, la demanda de viajes domésticos ha mostrado un mejor comportamiento en términos relativos, con un +10% en 2025 vs 2024 y se prevé un mejor comportamiento para 2026 (+4,5% vs 2025) pero, igualmente, un posible estancamiento para 2027 e incluso mayor que para el gasto exterior (+0,5% vs 2026). Y ello viene derivado en parte por las campañas del propio gobierno británico fomentando las *staycations*, a lo que se añade la inseguridad provocada por el conflicto en Oriente Medio, que viene modificando los planes de muchos británicos hacia unas vacaciones en el propio país.

Gasto de los turistas británicos en España (millones €) y tasa de variación interanual (%).
2025 (septiembre)-2026 (agosto).



Fuente: EGATUR (INE).

7

Según datos de Egatur (INE), el gasto de los británicos en España ha crecido un 4,4% en los últimos 12 meses (septiembre 2025 a agosto 2026) respecto del mismo período del año anterior (septiembre 2024 a agosto 2025), lo que supone un crecimiento prácticamente en la misma proporción que el observado en el número de turistas en dicho mismo período (+4,5%).

INDICADORES DE PROSPECTIVA

Consideración, intención del viaje y satisfacción.

España sigue disfrutando de la mayor consideración e intención de viaje entre los principales competidores: el 45,9% de los encuestados la incluyen en el set de consideración y el 18,5% la mencionan como destino favorito para su próximo viaje. En ambos casos ha experimentado un aumento considerable con respecto al mismo trimestre del año anterior (inicios de julio a inicios de octubre).

Entre los competidores, todos ellos mejoran su posición en consideración, si bien Grecia muestra el mejor comportamieno (4pp más frente al año pasado) seguido de Portugal (2,9pp) mientras que Italia y Francia presentan incrementos menores (2,5 y 1,3 pp respectivamente). Esta situación se refleja también en que Grecia ha pasado al segundo lugar en intención de viaje, aumentando su índice en 1 pp con respecto al año pasado, mientras que el resto empeora (Italia y Portugal) y Francia prácticamente se mantiene en la misma puntuación y, todos ellos, a una distancia considerable de España.

Así, entre los que nos han visitado en algún momento, el 76,2% afirma estar satisfecho con su viaje. Además, el indicador ha experimentado un aumento (3,3 pp) desde el último periodo, estando aún ligeramente por debajo de competidores como Grecia o Portugal y algo más distanciado de Italia pero muy por encima de Francia.

ÍNDICES DE CONSIDERACIÓN

Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	**España**	**45,9**	**40,8**
2	Italia	43,4	40,9
3	Grecia	37,4	33,4
4	Portugal	36,4	33,5
5	Francia	31,5	30,2

ÍNDICES DE INTENCIÓN DE VIAJE

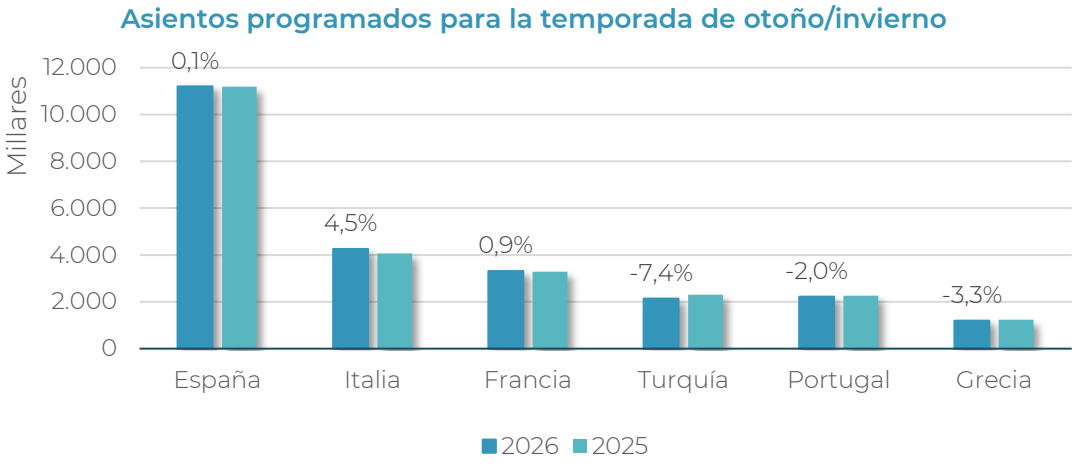
Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	**España**	**18,5**	**15,2**
2	Grecia	10,8	9,8
3	Italia	9,3	10,5
4	Francia	7,2	7,0
5	Portugal	6,5	7,0

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Ranking	Destino	2026 (%)	2025 (%)
1	Italia	81,4	81,2
2	Grecia	78,3	76,0
3	Portugal	77,9	76,4
4	**España**	**76,2**	**72,9**
5	Francia	60,9	56,5

Fuente: https://es.yougov.com/

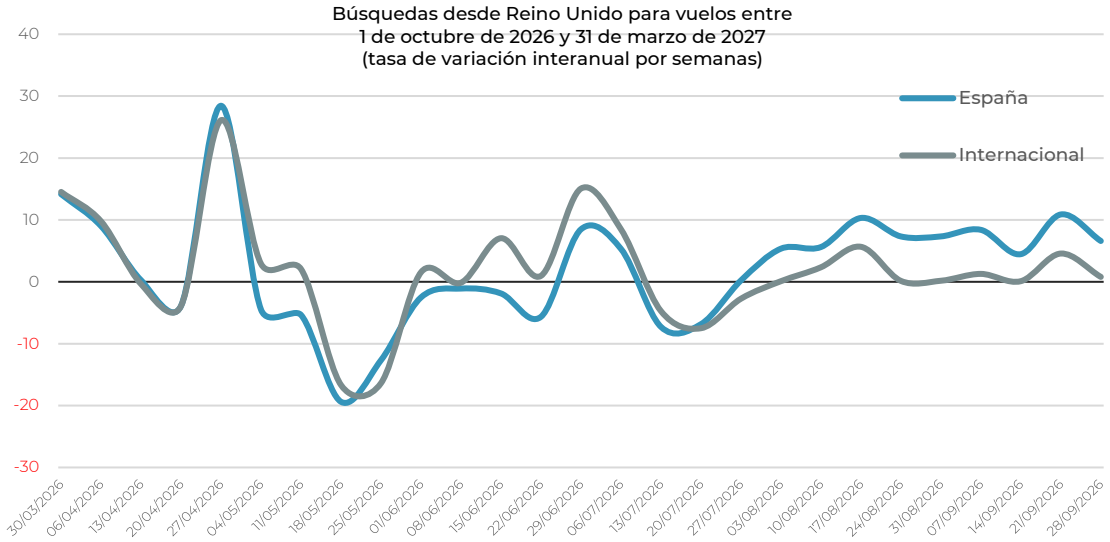
Previsiones de vuelos



Fuente: OAG Schedules Analyser

Las capacidades programadas para España entre el 1 de octubre y el 31 de marzo 2027 suponen casi el triple de las programadas hacia el principal competidor en volumen (Italia) y más que triplica para el siguiente, Francia. Sin embargo, tanto en España como en Francia muestran incrementos muy moderados, frente al mejor comportamiento de Italia. Tanto Turquía como Portugal y Grecia muestran un descenso, que es más acusado en el caso de Turquía, al verse afectado por su cercanía con el conflicto de Oriente Medio (-7,4%).

Búsquedas y reservas



Fuente: https://www.partners.skyscanner.net/

Las búsquedas de vuelos de ida y vuelta en el motor de búsqueda de Skyscanner (que tiene una gran implantación en el Reino Unido) para la próxima temporada de invierno parecen mostrar un retorno hacia el comportamiento habitual del turista británico, favorable a las búsquedas hacia España (principalmente motivado por las búsquedas a las Islas Canarias y, en la actualidad, por motivos de seguridad derivados del conflicto en Oriente Medio) frente a las búsquedas de otros destinos internacionales.

Desde la pasada temporada de invierno 2024/25, y continuando en la temporada verano 2025 y en buena parte de la temporada de invierno 2025/26, existió una clara tendencia a unas mayores búsquedas de otros destinos internacionales frente a los españoles. En cambio, durante todo este último semestre (marzo a octubre 2026) la tendencia es a una igualación entre ambas búsquedas (con ligeras variaciones) pero aumentando, en favor de España, a partir de finales de julio 2026.

Se observa asimismo que, a medida que avanza la actual temporada de verano y sin una mejora clara del conflicto en Oriente Medio, los británicos buscan un refugio seguro para sus vacaciones de invierno en España y de ahí las variaciones de hasta más de un 10% sobre las búsquedas del año pasado, mientras que otras internacionales se mantienen casi inalteradas. Al mismo tiempo, a finales de septiembre 2026, en vísperas de la presentación del Presupuesto de Otoño en el RU (octubre 2026) por el nuevo Ejecutivo, las búsquedas en ambos casos muestran cierta contracción, si bien todavía en tasas superiores al año anterior. Consideradas en conjunto en los últimos 6 meses, las búsquedas hacia España se han comportado, en general, ligeramente mejor que las búsquedas a otros destinos internacionales.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

Superada la crisis sanitaria (marzo 2022) hubo un crecimiento muy fuerte de las reservas en los meses posteriores, pero, el inicio de un fuerte proceso inflacionista, por el incremento del precio de la energía (guerra en Ucrania) y los efectos del Brexit, provocó la entrada en recesión de la economía a finales del 2023, con una significativa caída del poder adquisitivo de las familias. En 2024 la economía se recuperó ligeramente, pero en 2025, tras un inicio ligeramente optimista, acabó por prácticamente estancarse en los trimestres siguientes. Algo similar ocurre en el presente 2026, con un inicio ligeramente optimista pero, con la irrupción del conflicto en Oriente Medio y las consecuencias que tiene sobre el precio del combustible, llevan a una previsión más pesimista para el total del año, acentuando la **pérdida del poder adquisitivo**.

Esto está llevando a un **cambio en el comportamiento del turista británico (reducción de las estancias, destinos más baratos, viajes en *shoulder season***, etc.) que se consolida en 2026.

Pese a todo, se ha registrado un comportamiento positivo en 2025 y los primeros 8 meses de 2026, superando cifras de 2019. Hay un trasvase de turistas del verano a los meses iniciales y finales del año, y se mantiene con intensidad en los meses inmediatamente anteriores a los centrales de la presente temporada de verano actual **con cifras muy altas (+11,9% entre abril y junio 2026 vs mismo período 2019), especialmente para Canarias**.

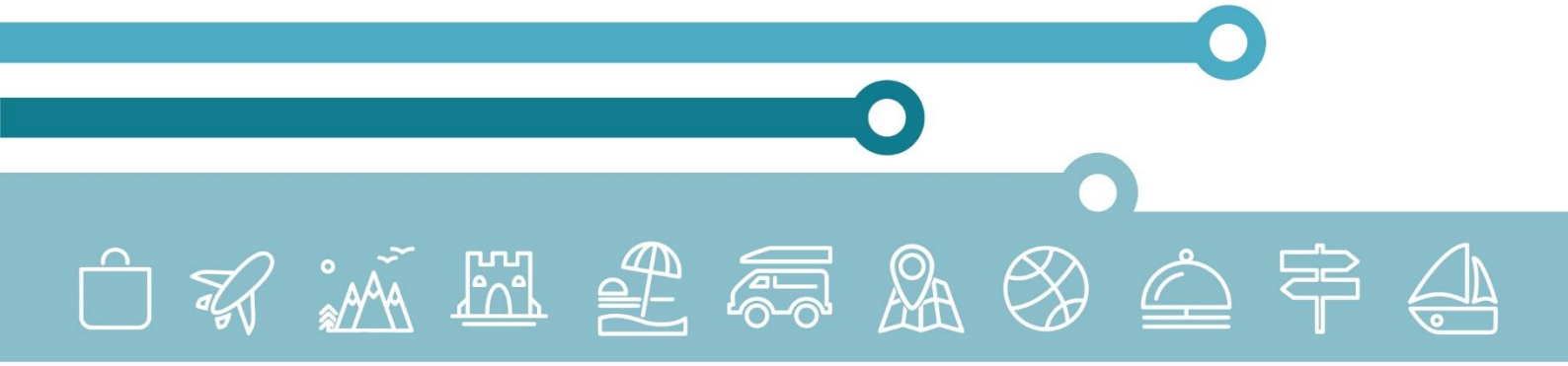
Sin embargo, las ***staycations*, vacaciones domésticas**, crecieron por las extraordinarias circunstancias en estos últimos años, y las campañas de estímulo del Gobierno británico. La demanda de *staycations* se refuerza por la coyuntura económica, y la inseguridad por el conflicto en Oriente Medio. Las agencias de viajes británicas así lo confirman, y la previsión del **gasto doméstico en viajes para 2026 es un 4,5% mayor que en 2025, frente a un aumento del 2,6% para las vacaciones internacionales.** No obstante, ambas presentan una previsión más pesimista para 2027.

España se mantiene como destino preferido para los británicos, como indican las capacidades aéreas programadas para invierno 2026/27 en términos absolutos, aunque en términos relativos solo aumenta un 0,1% respecto al invierno anterior, tras los importantes incrementos de los años anteriores. Esta capacidad casi triplica la de Italia y más que triplica la de Francia. Skyscanner muestra ese mayor interés por España para las temporadas de invierno y verano, como un destino cómodo, cercano y seguro.

Las capacidades hacia el Mediterráneo (Turquía, aunque también Grecia), se ven afectadas por el conflicto en Oriente Medio, experimentando descensos (-7,4% y -3,3% respectivamene), si bien existe una clara apuesta de los turoperadores TUI y Jet2 hacia estos destinos. Turquía, que venía experimentando importantes crecimientos, continúa viéndose afectada para la próxima temporada invierno por su cercanía al conflicto, al igual que Egipto. Nuevamente parte de la capacidad parece se desvía hacia España.

Se anticipa un buen invierno, con dos fuerzas que actúan en sentidos opuestos. Por una parte, la situación económica y el tipo de cambio GBP/EUR y USD podría provocar un desvío de turistas hacia destinos asequibles (Marruecos o Túnez). Por otra parte, la incertidumbre actual y la guerra en Oriente Medio actúan favoreciendo a los destinos más seguros (España y el propio R. Unido).

En el Reino Unido existe una demanda potencial muy importante, siendo uno de los mercados más avanzados mundialmente y muy sensible a los grandes cambios y retos derivados del cambio de era turística. En la medida en que mejore la coyuntura económica y disminuya la incertidumbre geopolítica, es posible una evolución positiva de la demanda, pero con una fuerte competencia para España. Hay que seguir con atención la recuperación de destinos sustitutivos tradicionales como Grecia y Turquía, y los emergentes como Marruecos y Túnez. Además, los destinos de largo radio son pieza fundamental en la estrategia de negocio de los grandes turoperadores, especialmente TUI.



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