

canarias  
OBJETIVO de PROGRESO



Unión Europea

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional



Gobierno  
de Canarias



Turismo de  
Islas Canarias

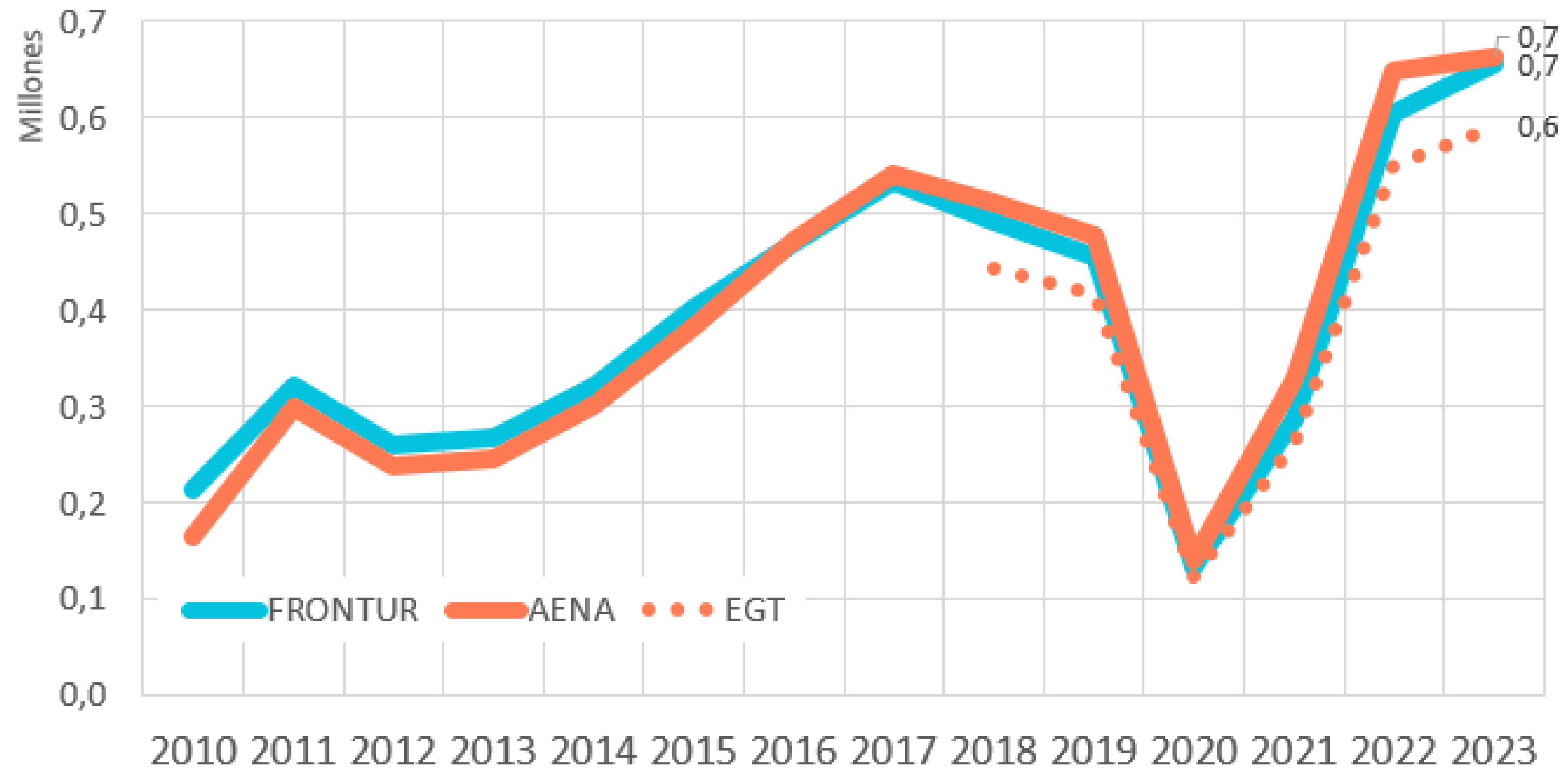
MARKETING FOR CANARY ISLANDS

# PERFIL DEL TURISTA ITALIANO QUE VISITA CANARIAS -2023-



# ¿CUÁNTOS SON?

 **4,2%**  
Sobre el total  
turistas EGT



AENA: pasajeros en vuelos internacionales + pasajeros en vuelos procedentes de Península y Baleares.

FRONTUR: turistas (ISTAC)

EGT: total turistas (≥ 16 años) (ISTAC)

# ¿CUÁNTO GASTAN?

**135,1 €**

Gasto medio diario

TOTAL MERCADOS: 167,8€

**95 €**

Gasto medio diario  
(sin incluir el vuelo)

TOTAL MERCADOS: 120,2€

**323,4 €**

Coste medio del vuelo

TOTAL MERCADOS: 387,4€

**667 M€**

Facturación total (≥ 16 años)

TOTAL MERCADOS: 19.565 M€

**1.129 €**

Gasto por viaje

TOTAL MERCADOS: 1.387€

**10,09 noches**

Estancia media

TOTAL MERCADOS: 9,47 noches

# ¿CÓMO SON?

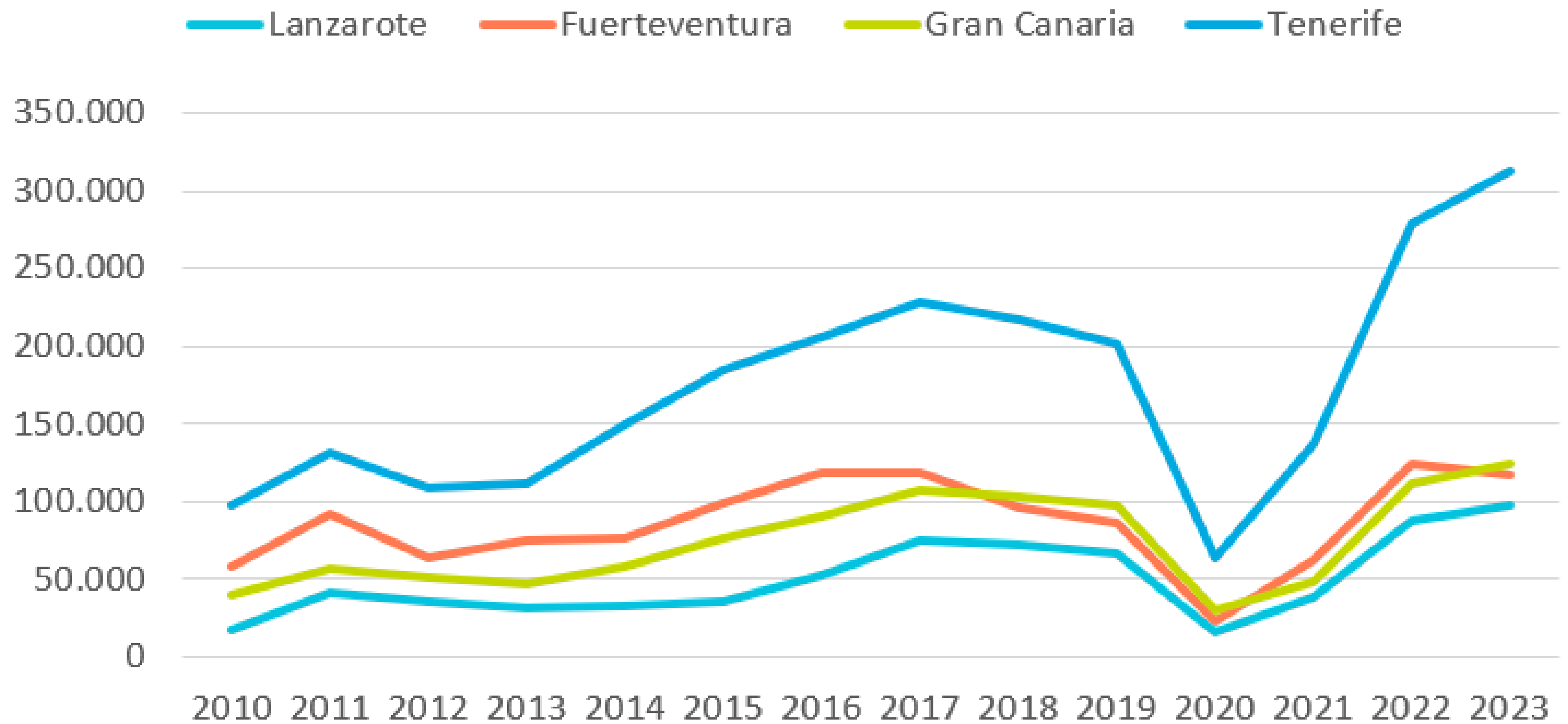
## Principales características

		Italia	Total mdos
Sexo	% mujeres	50,14%	51,82%
Edad <sup>(1)</sup>	años	41,65	46,37
Situación laboral	% Asalariados cargos altos y medios	43,2%	55,7%
	% Empresarios y autónomos	6,9%	0,9%
Capacidad adquisitiva <sup>(2)</sup>	Renta anual del hogar (miles de €)	43,87 €	54,29 €

(1) Número de turistas (≥ 16 años)

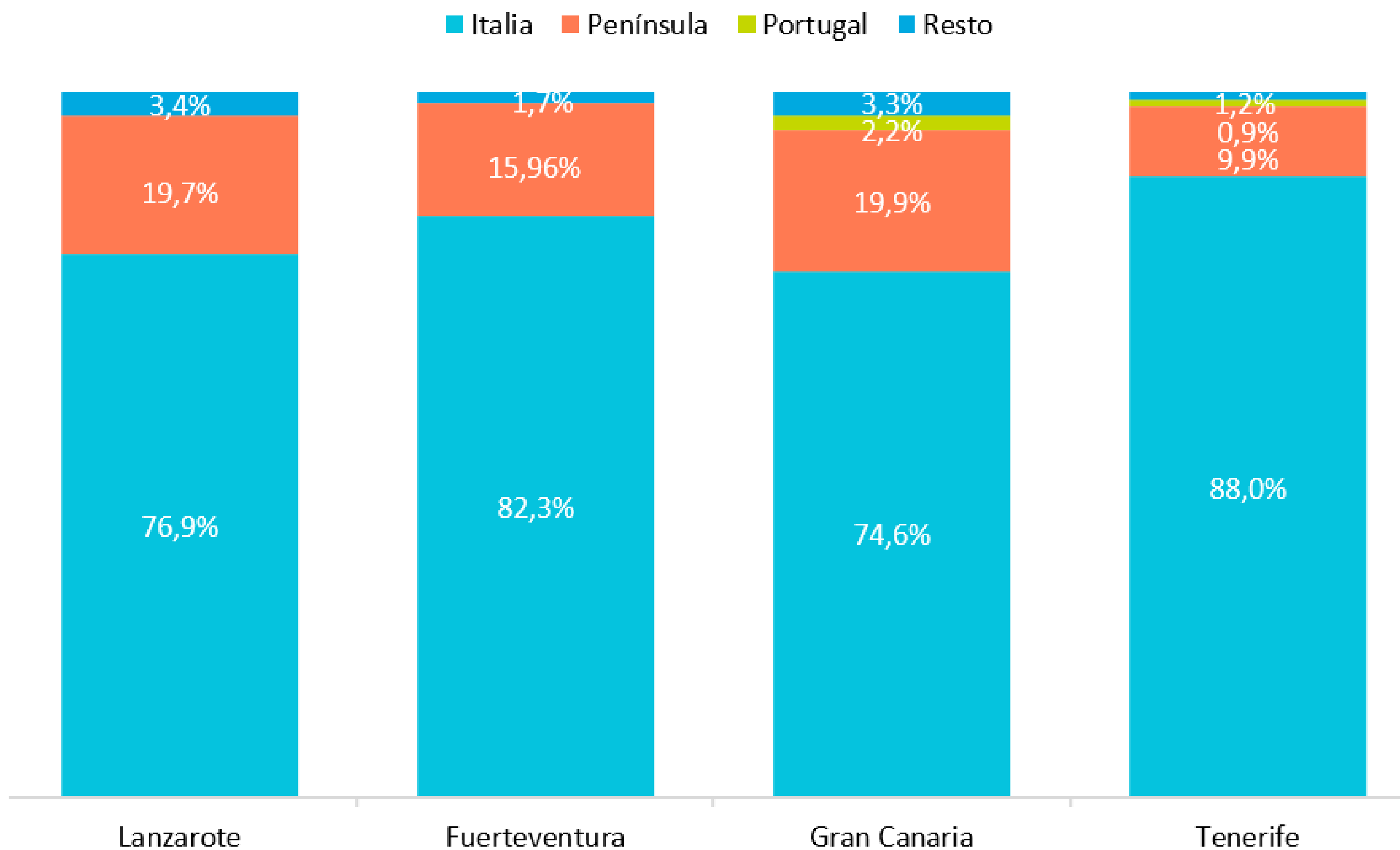
(2) Estimación Promotur.

# ¿A QUÉ ISLA VAN?

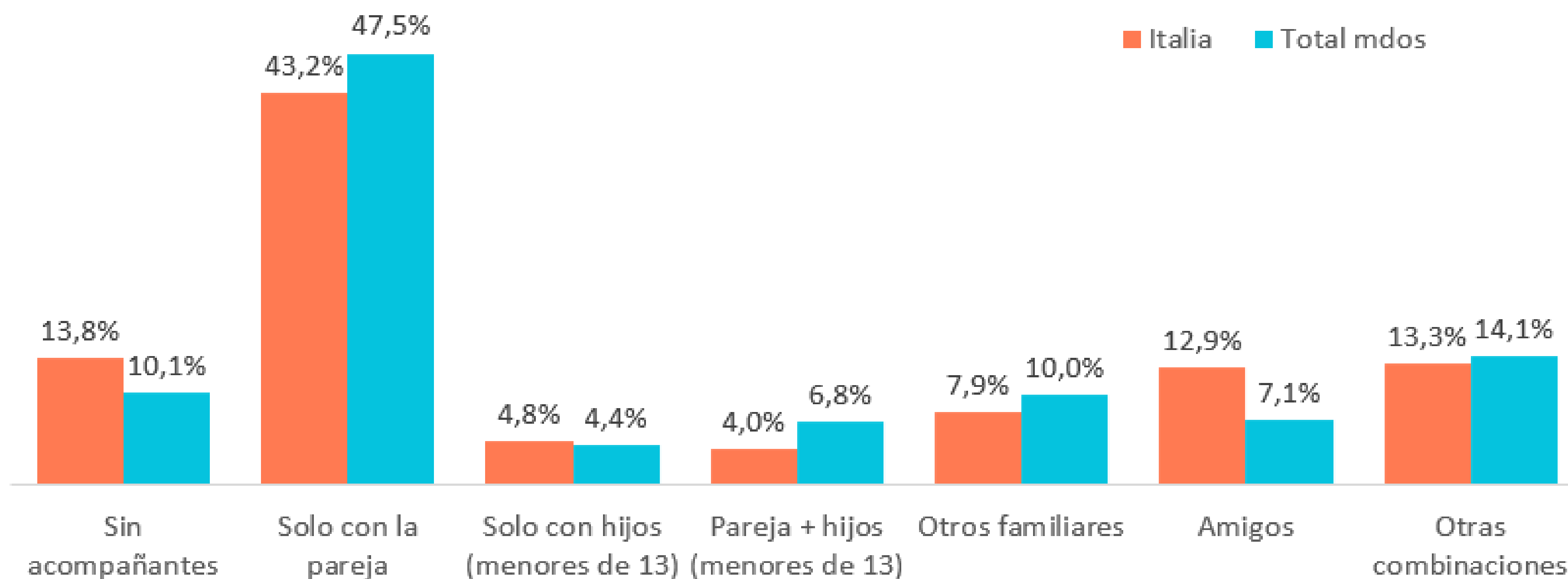


# ¿ES LA CONECTIVIDAD SUFICIENTE?

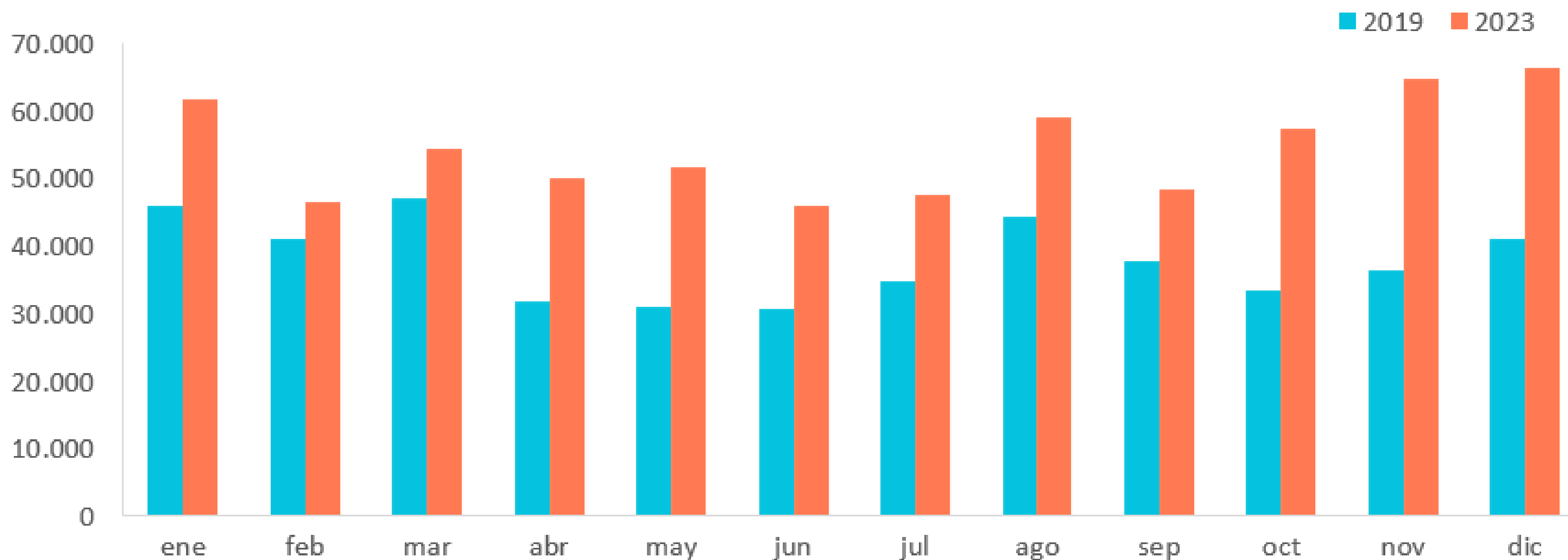
País de origen del vuelo en el que llegan los turistas italianos a Canarias



# ¿CON QUIÉN VIENEN?



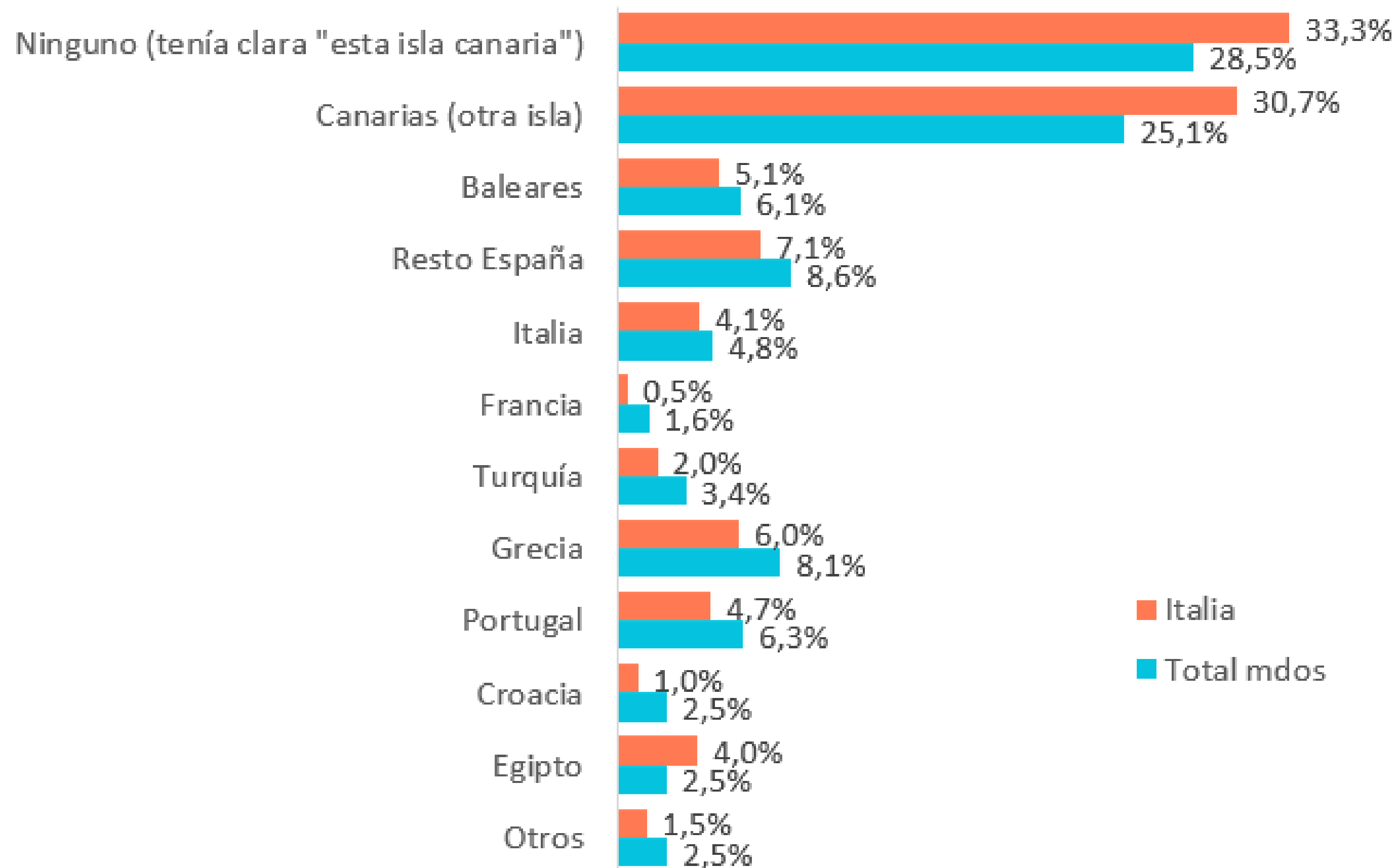
# ¿CUÁNDO VIENEN?



Fuente: Frontur ISTAC.

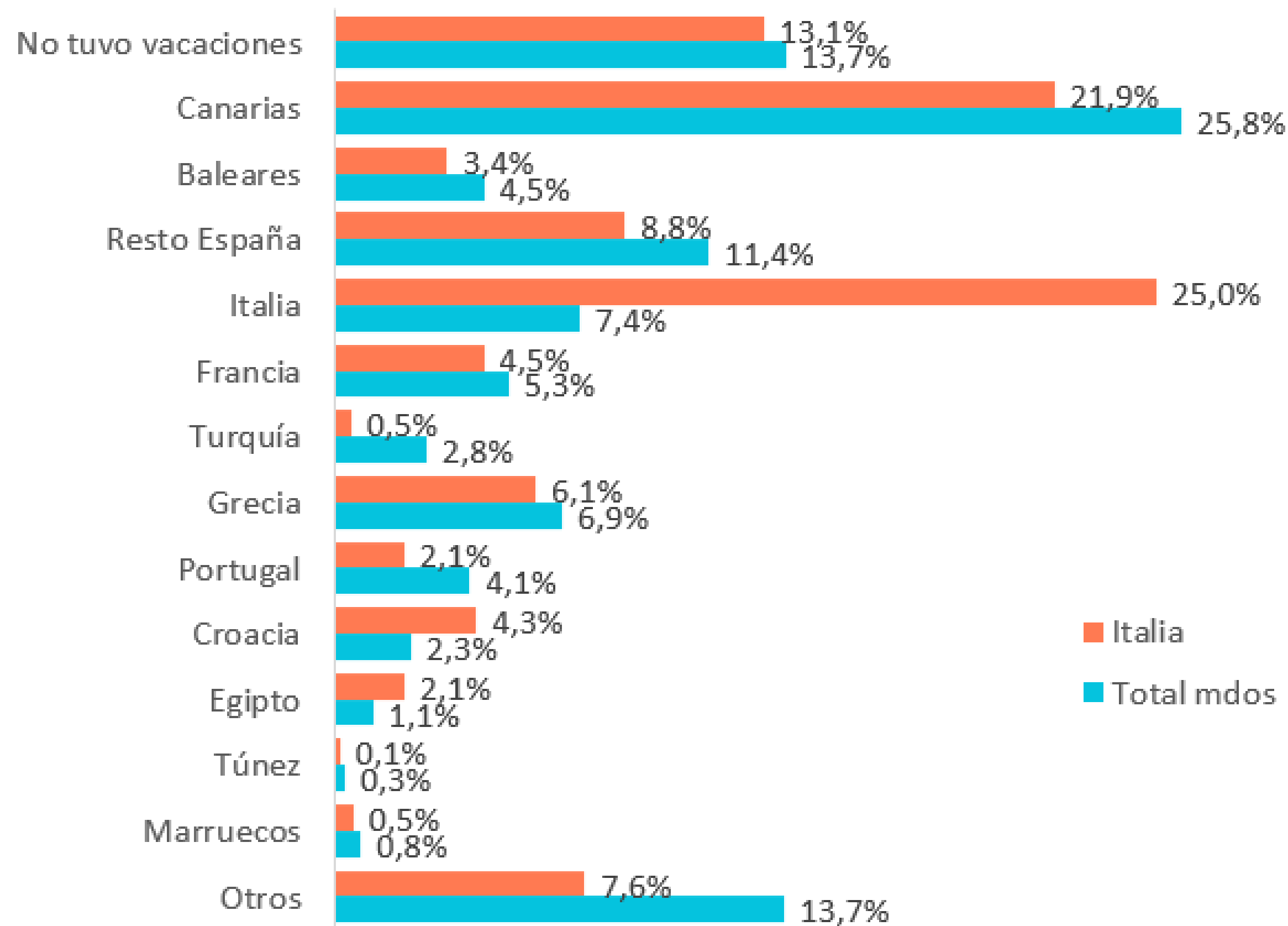


# ¿QUÉ OTROS DESTINOS CONSIDERARON PARA ESTE VIAJE?



% sobre respuestas válidas

# ¿EN QUÉ DESTINOS PASARON SUS VACACIONES PRINCIPALES EL AÑO PASADO?



% sobre respuestas válidas

# ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL MOTIVACIÓN PARA VIAJAR A CANARIAS?



**42,4%**

**DESCANSAR**



**30%**

**EXPLORAR  
LAS ISLAS**



**14,8%**

**DISFRUTAR DE  
LA FAMILIA**



**9,2%**

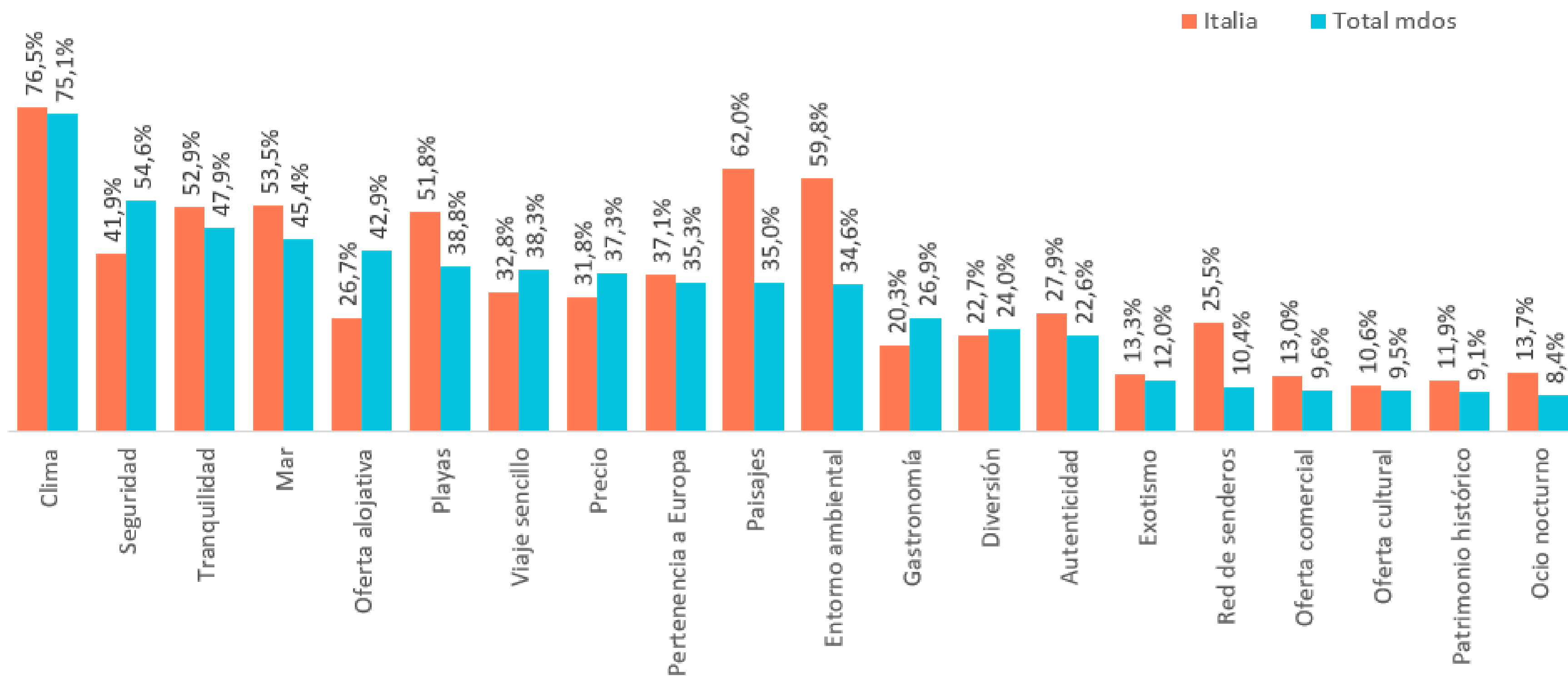
**DIVERSIÓN**



**2,1%**

**PRACTICAR  
AFICIONES**

# ¿POR QUÉ ELIGEN CANARIAS?

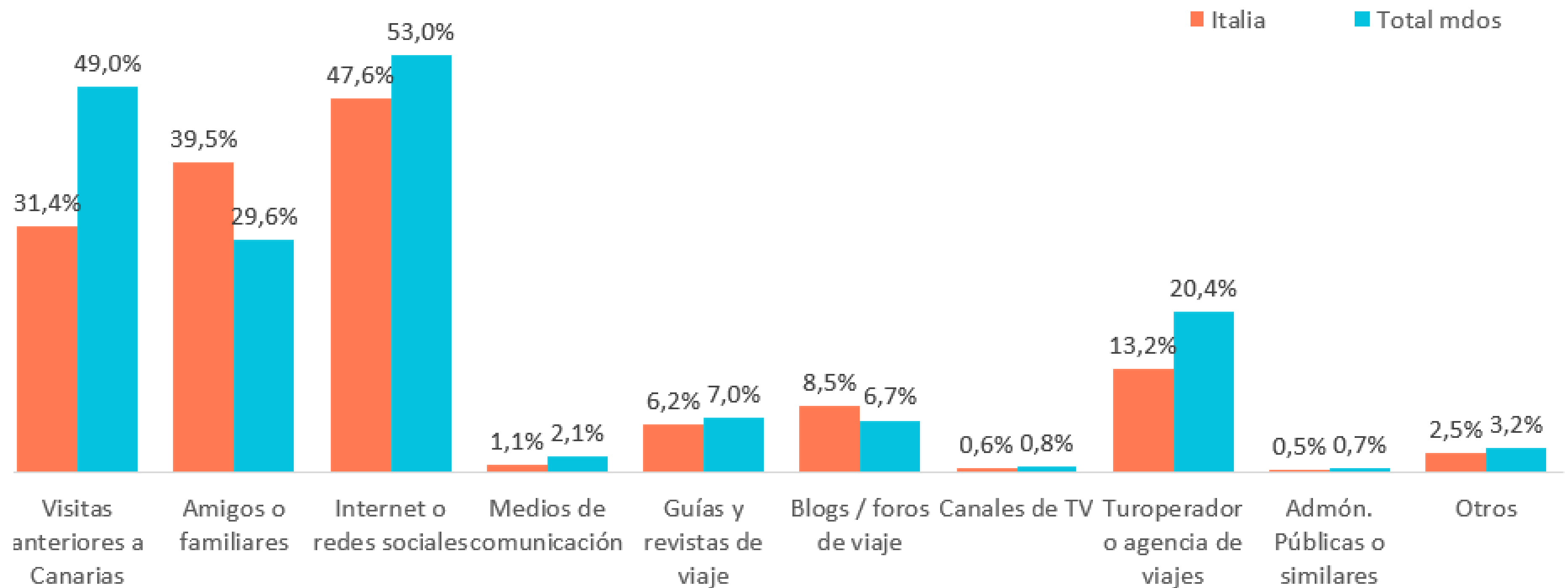


Nota:

Para cada aspecto existen 4 posibles respuestas ("Nada importante", "Algo", "Bastante", "Muy importante").

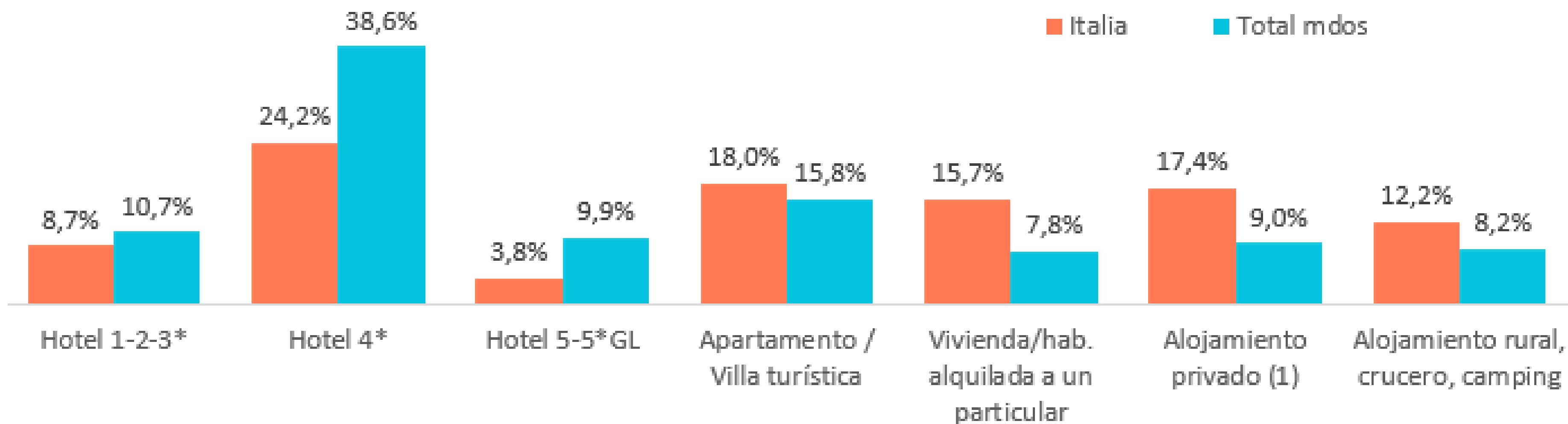
El dato se refiere al % de turistas que señala que el aspecto es "Muy importante" en su elección.

# ¿EN QUÉ CANALES SE INFORMAN PARA ORGANIZAR SU VIAJE?



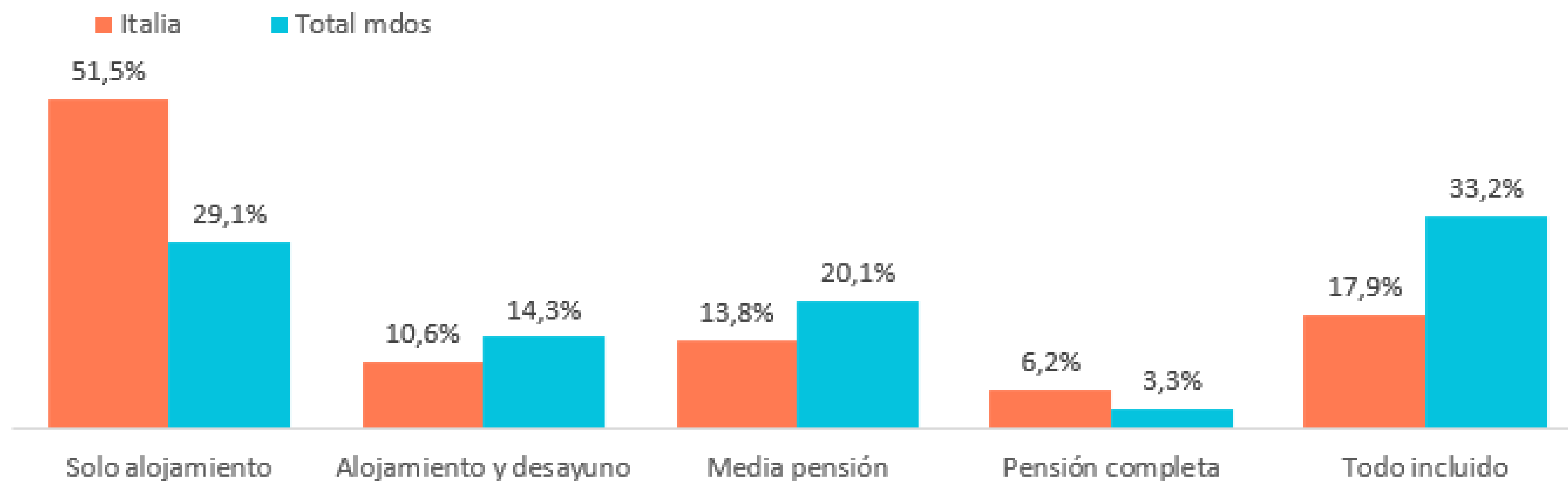
Pregunta multirrespuesta.

# ¿DÓNDE SE ALOJAN?

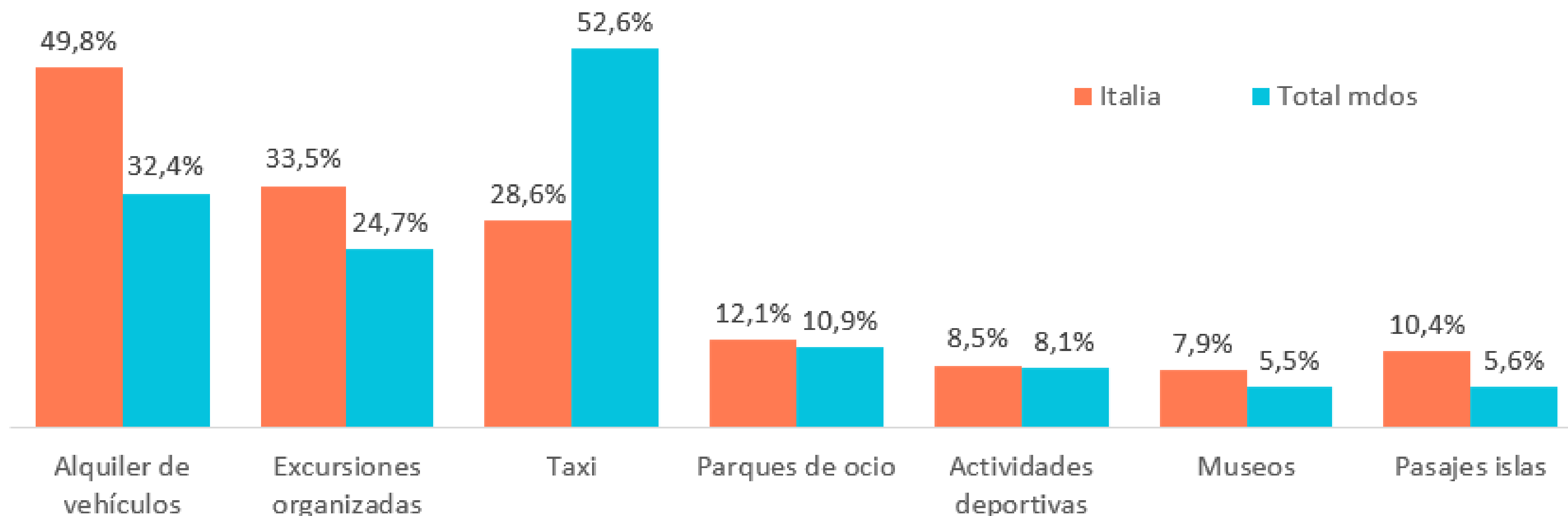


(1) Vivienda propia, de amigos o de familiares, intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados.

# ¿QUÉ RÉGIMEN DE ALOJAMIENTO CONTRATAN?

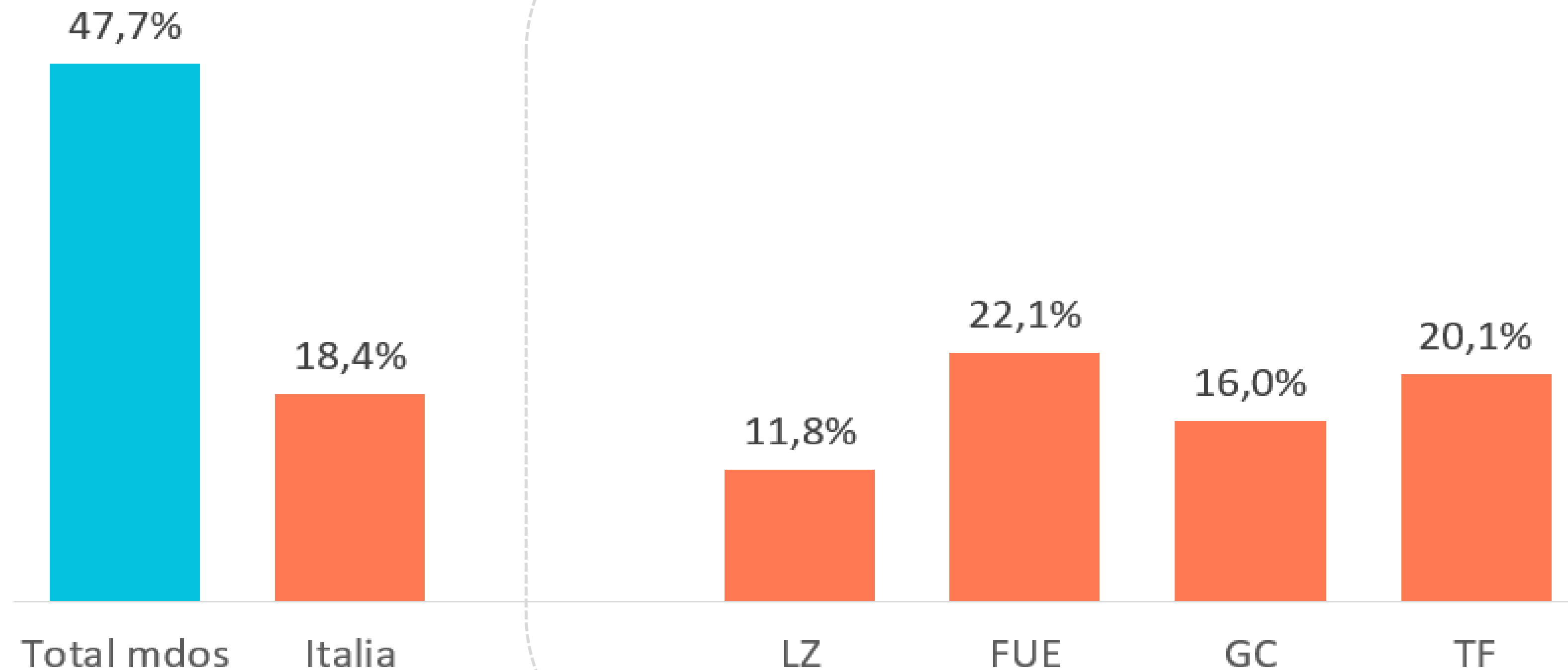


# % TURISTAS CUYO GASTO HA SIDO SUPERIOR A 0€ EN CADA CONCEPTO





# % DE TURISTAS QUE CONTRATAN PAQUETE

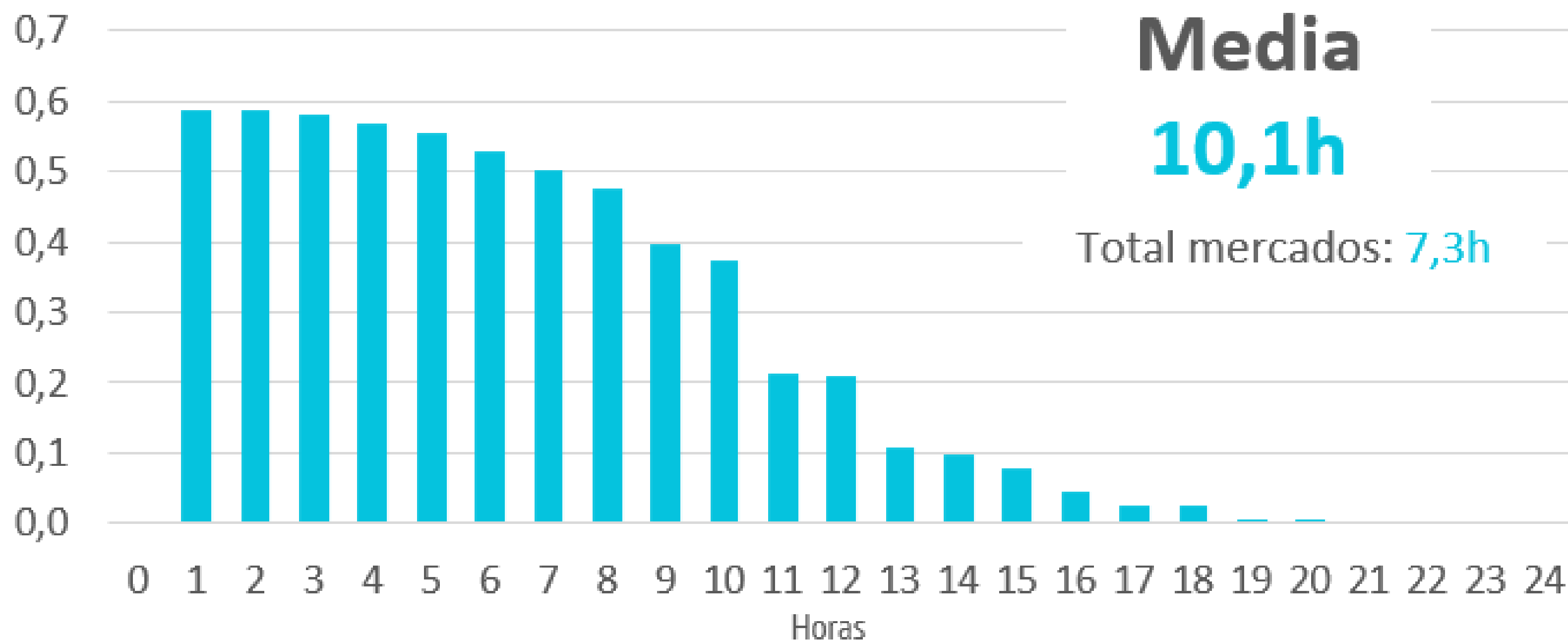


# ¿QUÉ SABEMOS DE LO QUE HACEN EN CANARIAS?

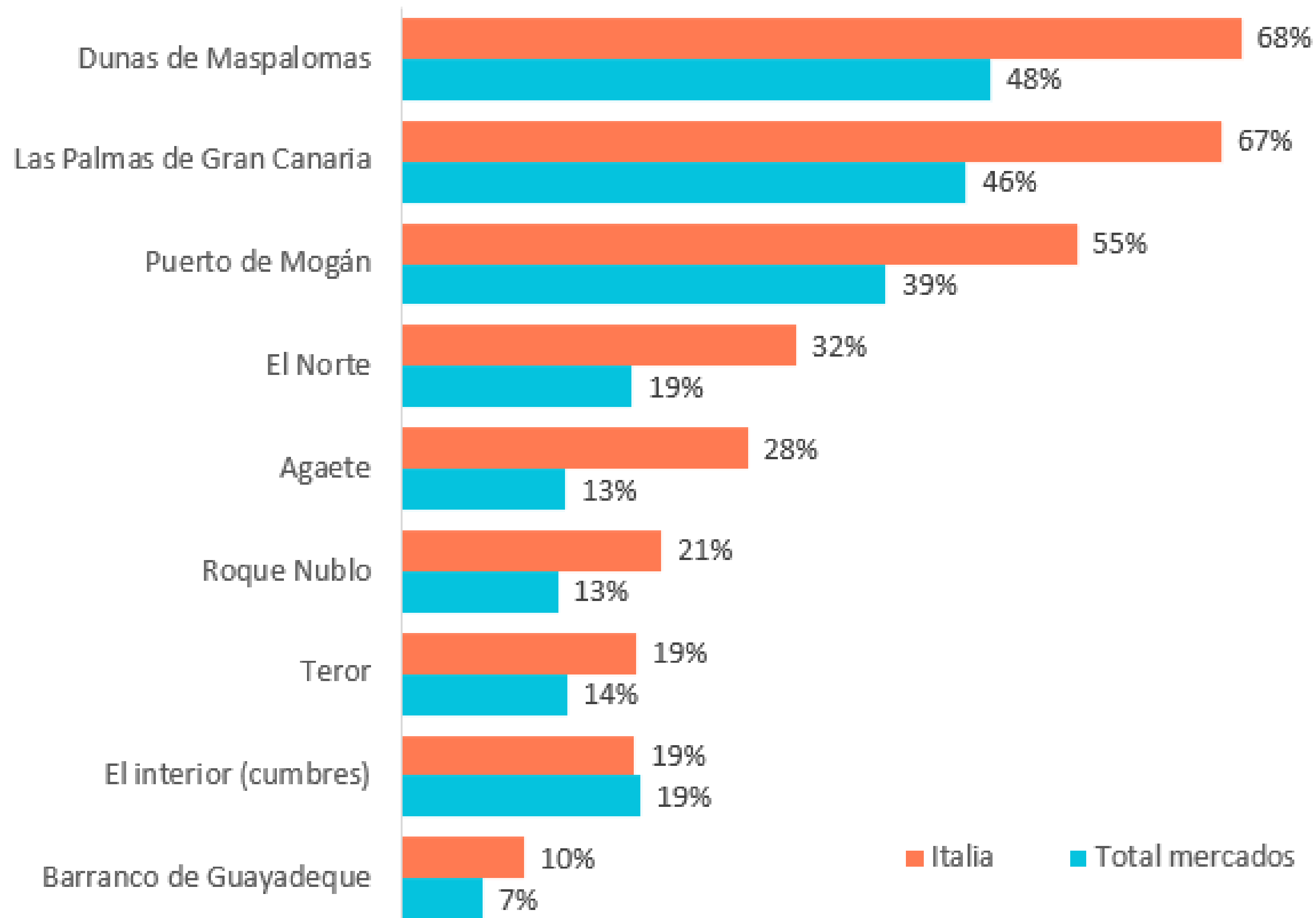


# NÚMERO DE TURISTAS SEGÚN HORAS DIARIAS QUE PASAN FUERA DEL ESTABLECIMIENTO

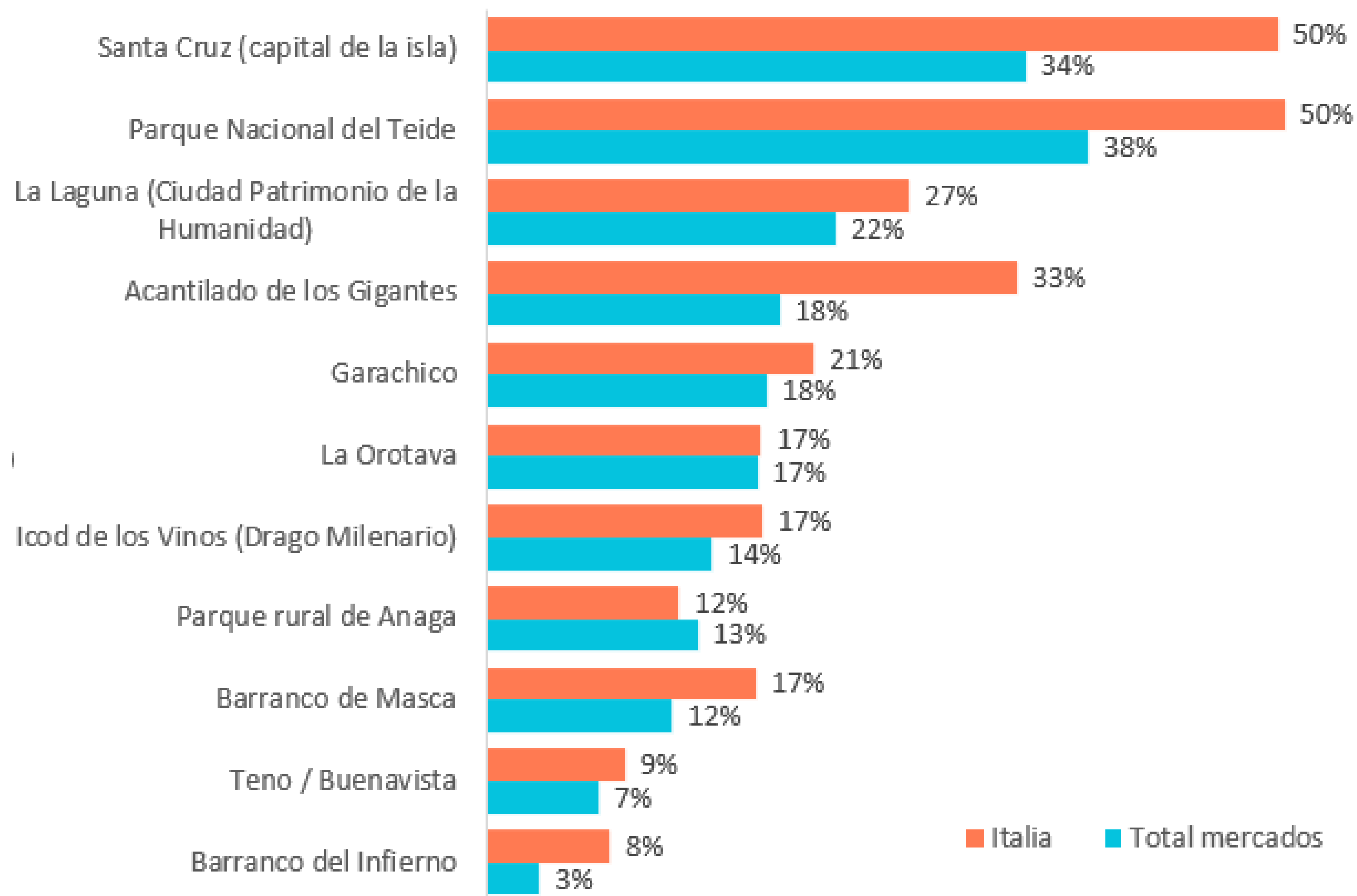
Mill. de turistas



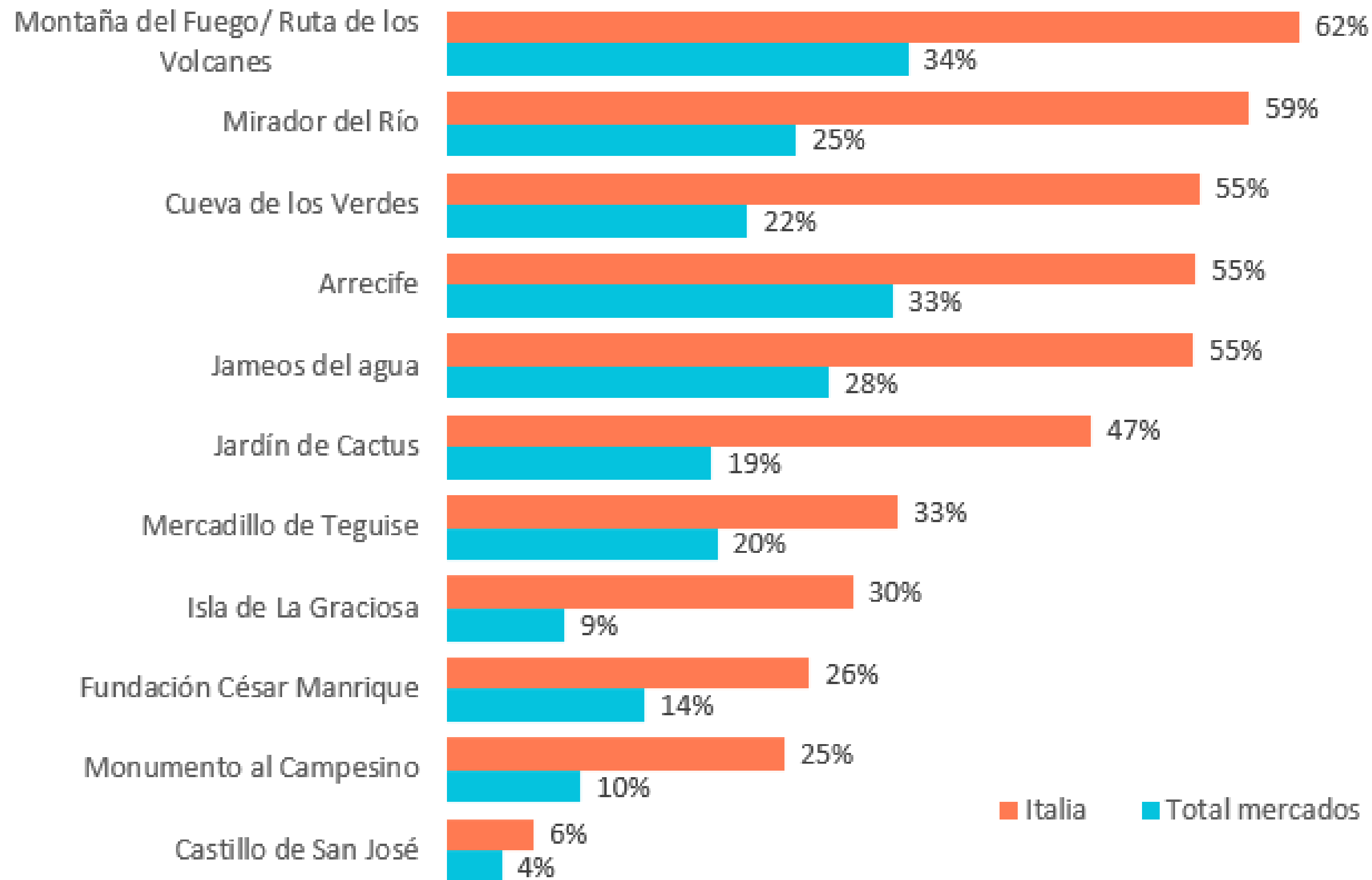
# ¿QUÉ HACEN EN GRAN CANARIA?



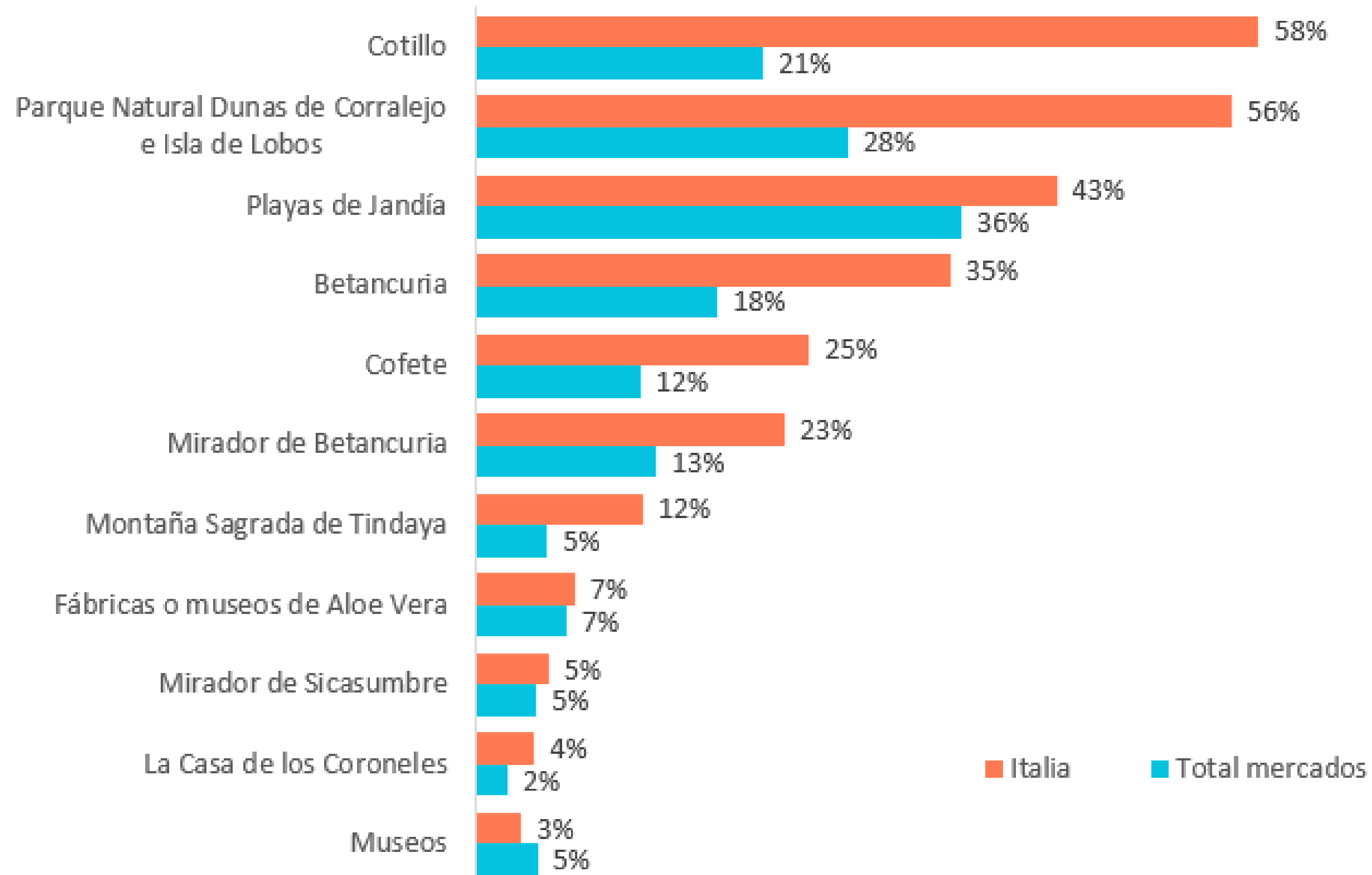
# ¿QUÉ HACEN EN TENERIFE?



# ¿QUÉ HACEN EN LANZAROTE?



# ¿QUÉ HACEN EN FUERTEVENTURA?

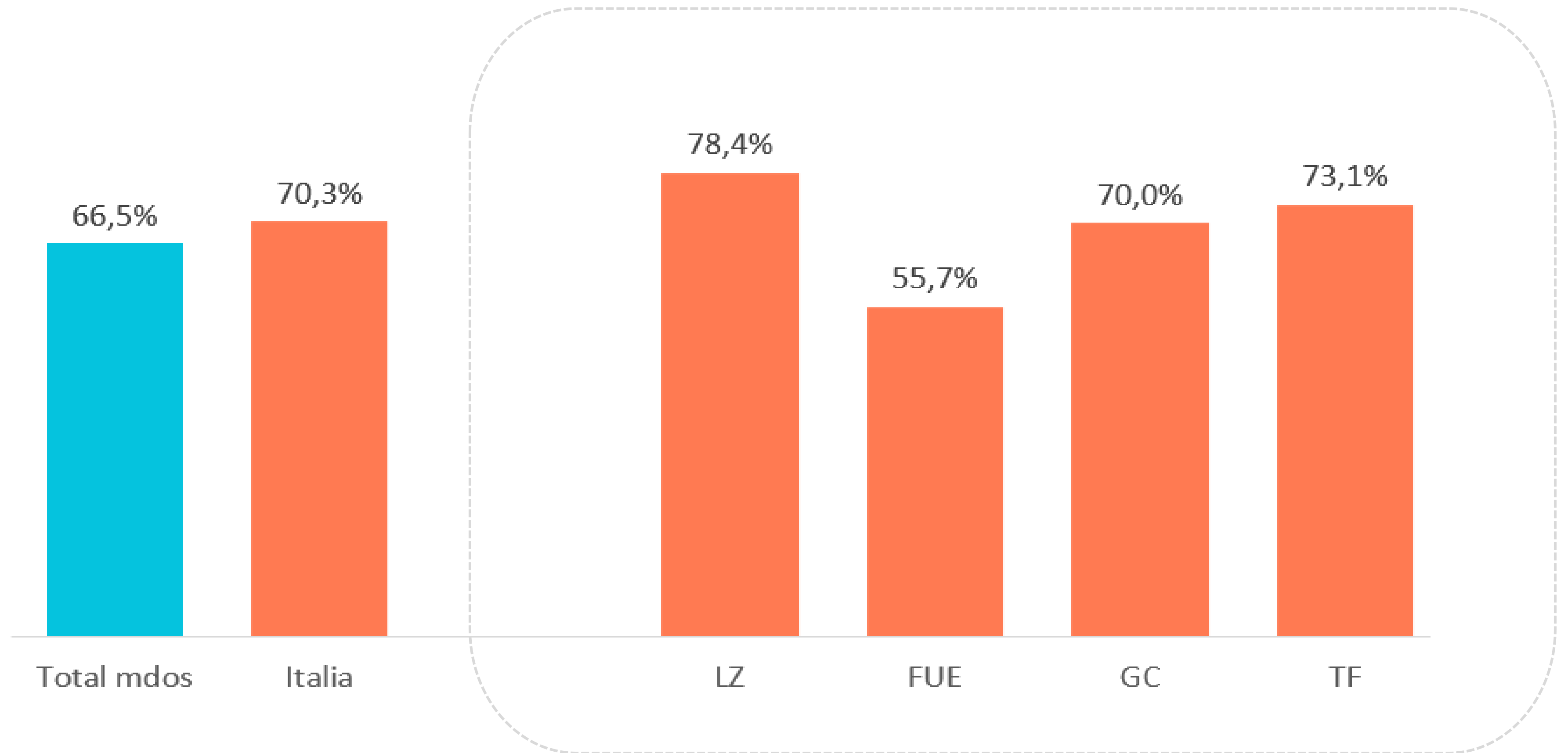


# GASTRONOMÍA



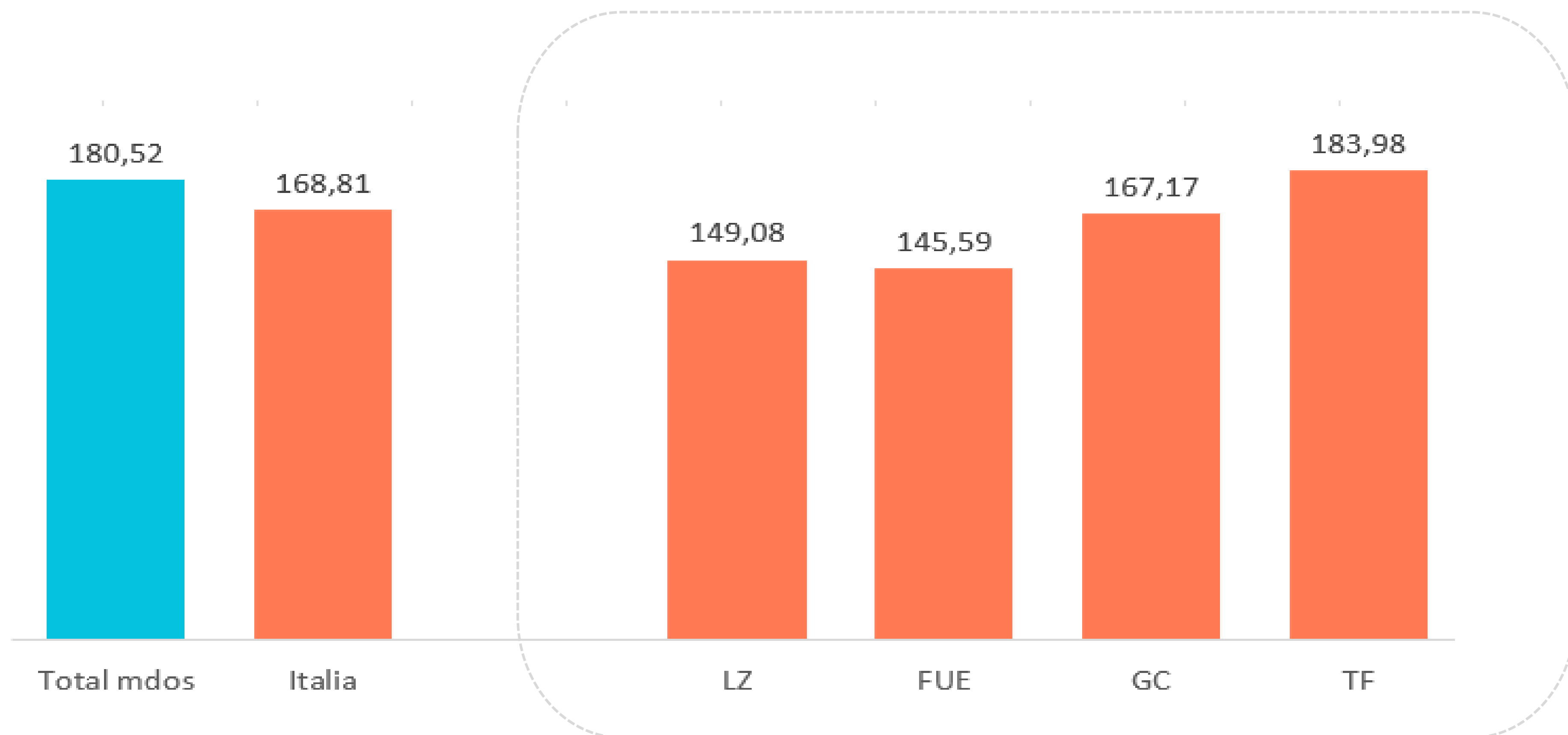


# CUÁNTOS GASTAN EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS



*% Turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto*

# CUÁNTO GASTAN EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS

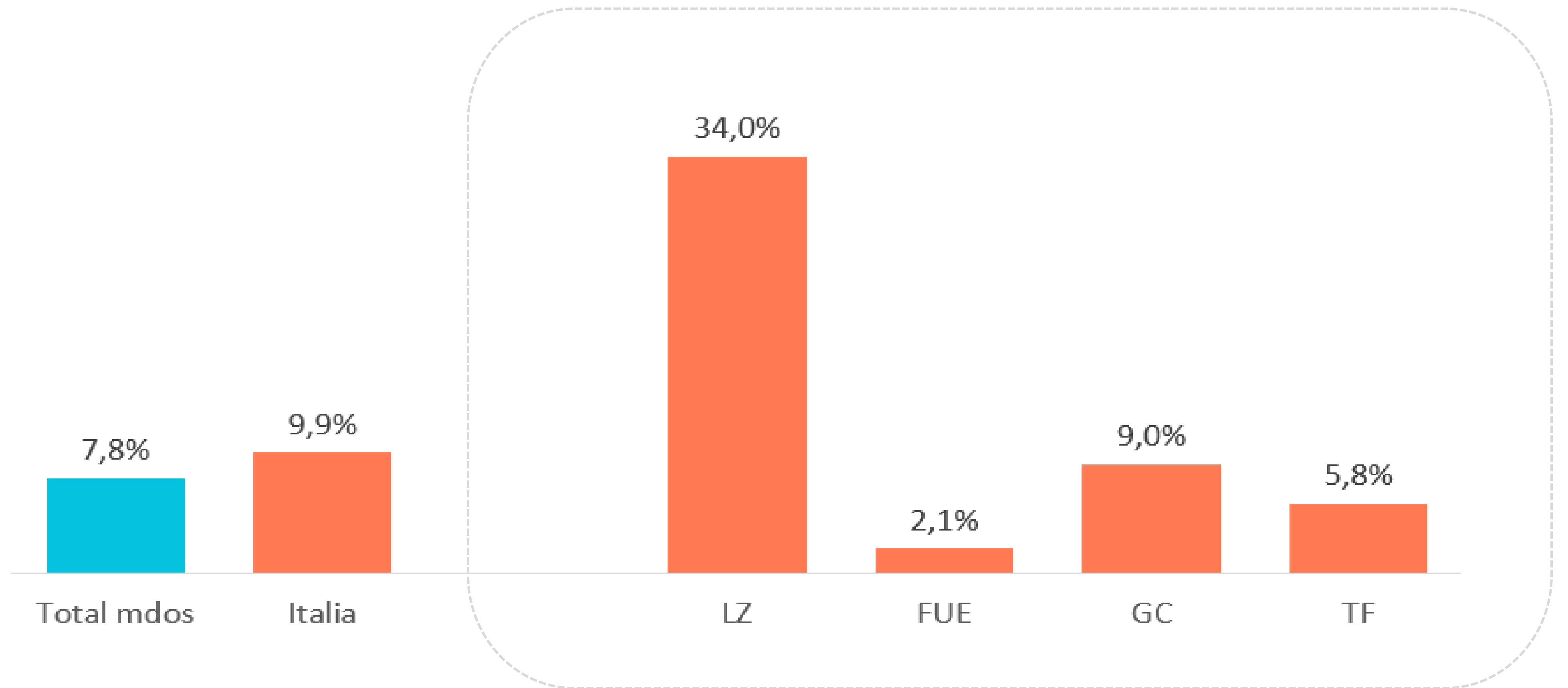


*% Turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto*

A young girl with blonde hair is shown in profile, looking through a cardboard telescope. She is wearing a red and white striped dress and a cape with a red and white star pattern. The background is a dark night sky filled with stars, with a soft orange glow from a sunset or sunrise on the horizon. The word "CULTURA" is written in large, white, bold letters across the bottom of the image.

**CULTURA**

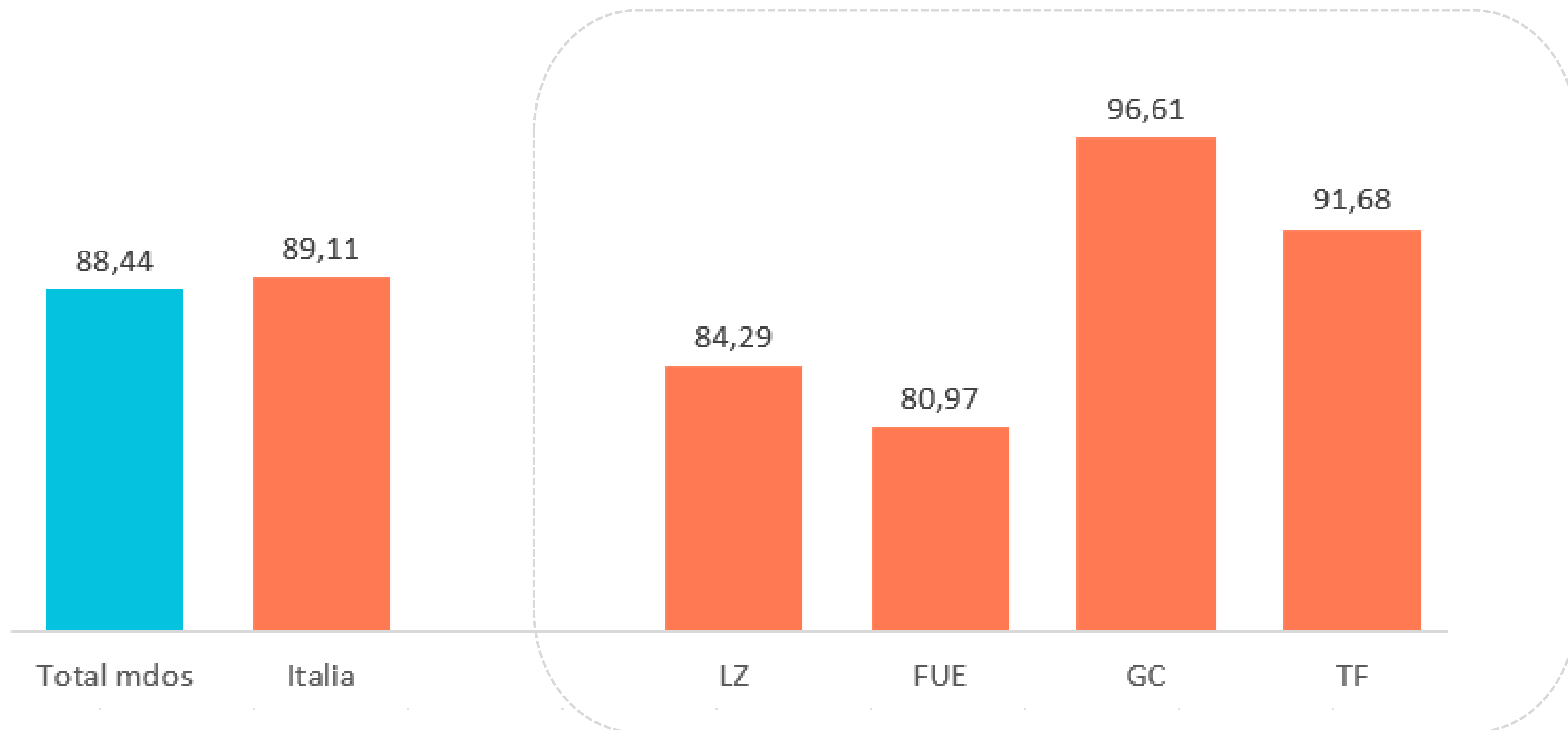
# CUÁNTOS GASTAN EN ACTIVIDADES CULTURALES



*% Turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto*

*Actividades culturales = actividades o espectáculos culturales + museos o similares*

# CUÁNTO GASTAN EN ACTIVIDADES CULTURALES



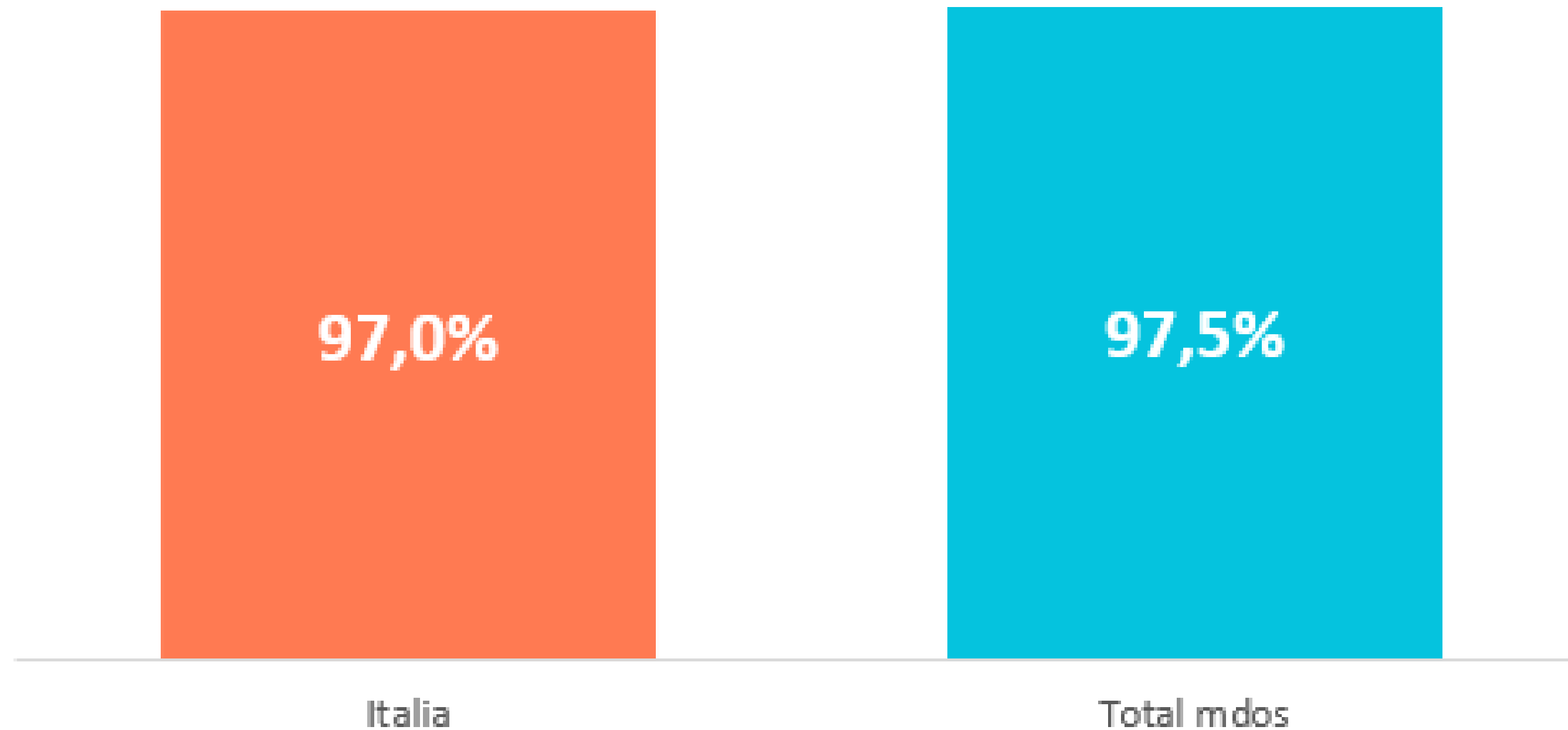
*Gasto medio de los turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto*

*Actividades culturales = actividades o espectáculos culturales + museos o similares*

# ¿CÓMO VALORAN LA EXPERIENCIA DEL VIAJE A CANARIAS?

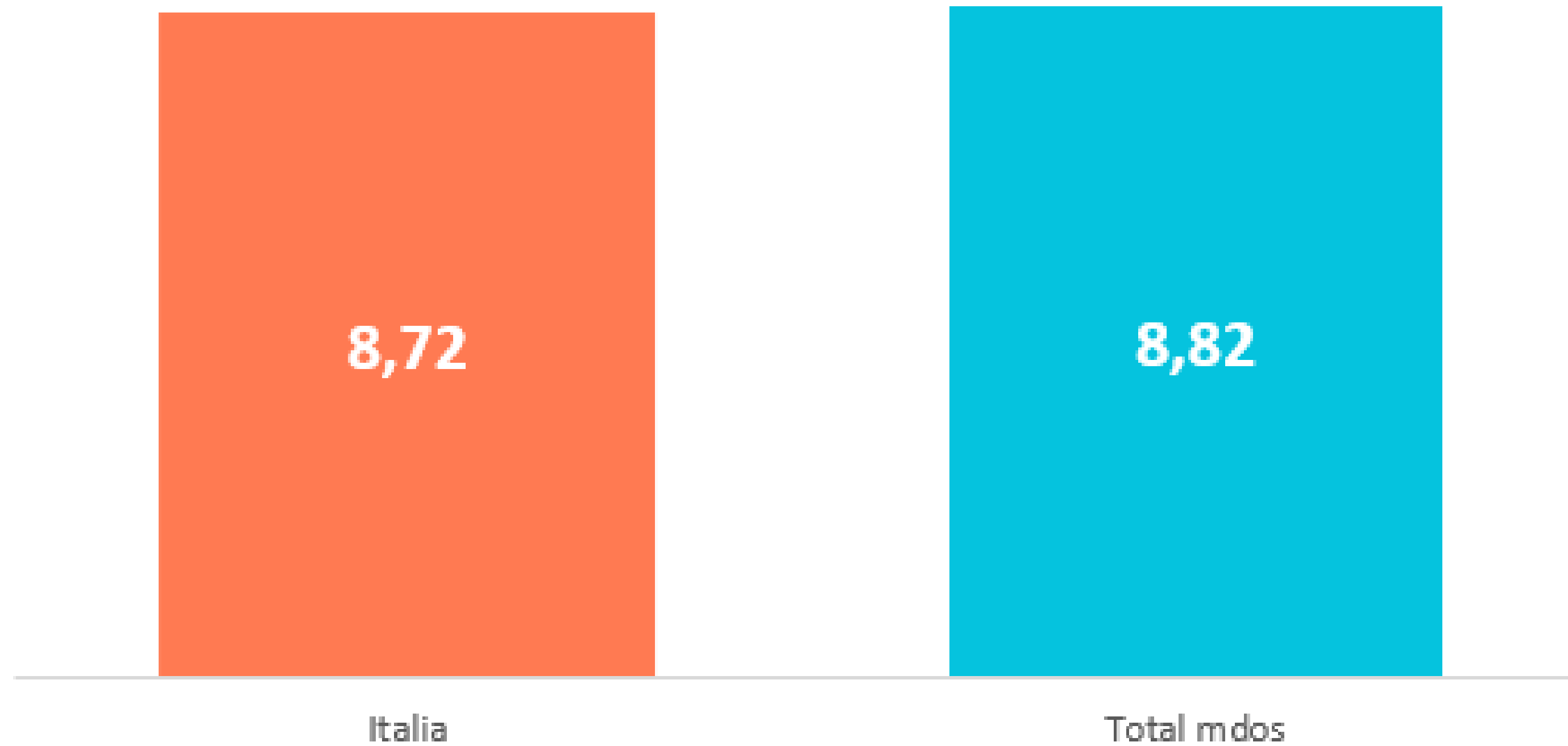


# ¿CÓMO CALIFICAN SU EXPERIENCIA EN CANARIAS?



*El dato se refiere al % de turistas que señalan que su experiencia estuvo a la altura, mejor o mucho mejor de lo esperado.*

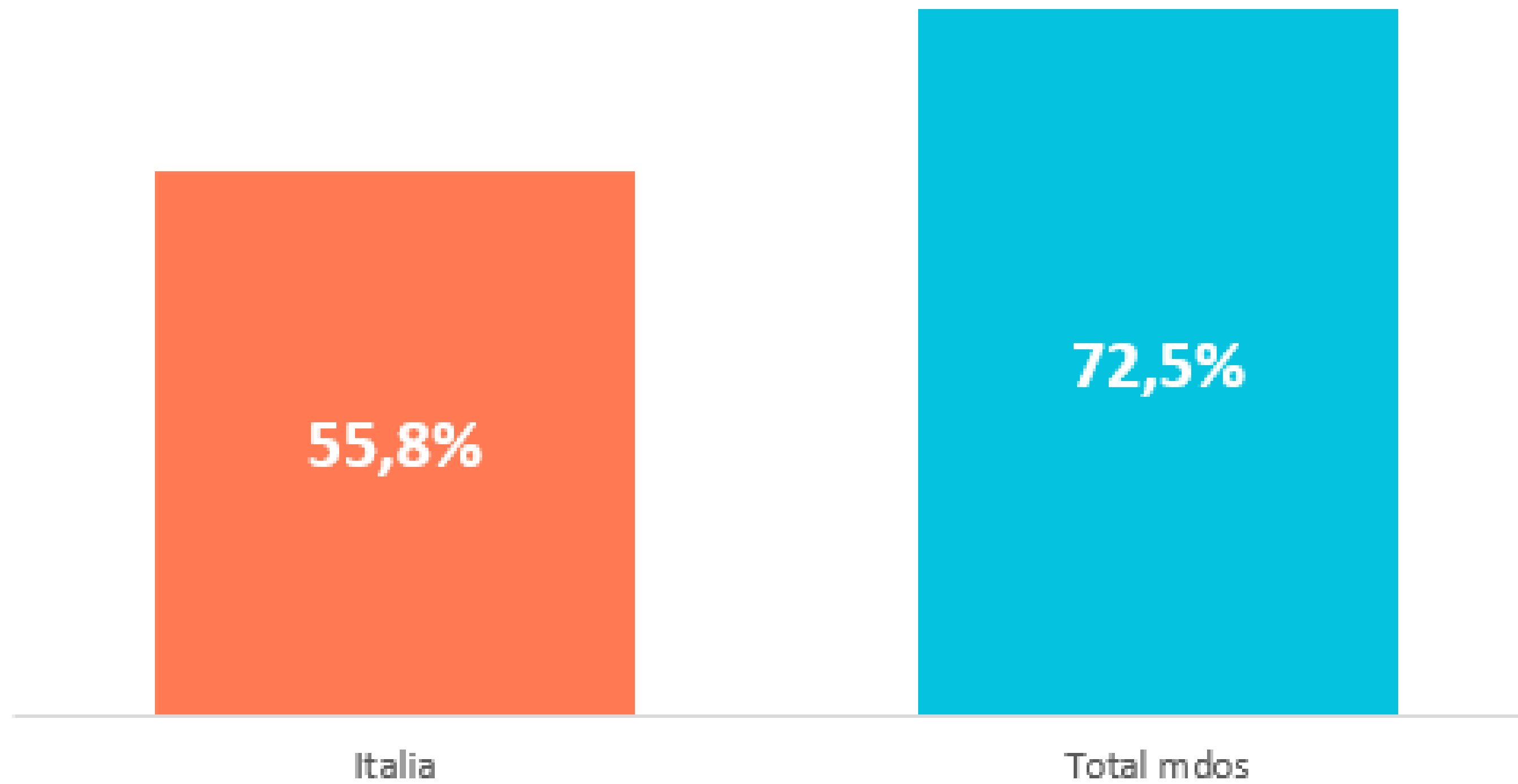
# ¿QUÉ NOTA NOS DAN COMO DESTINO?



*Escala (0-10)*

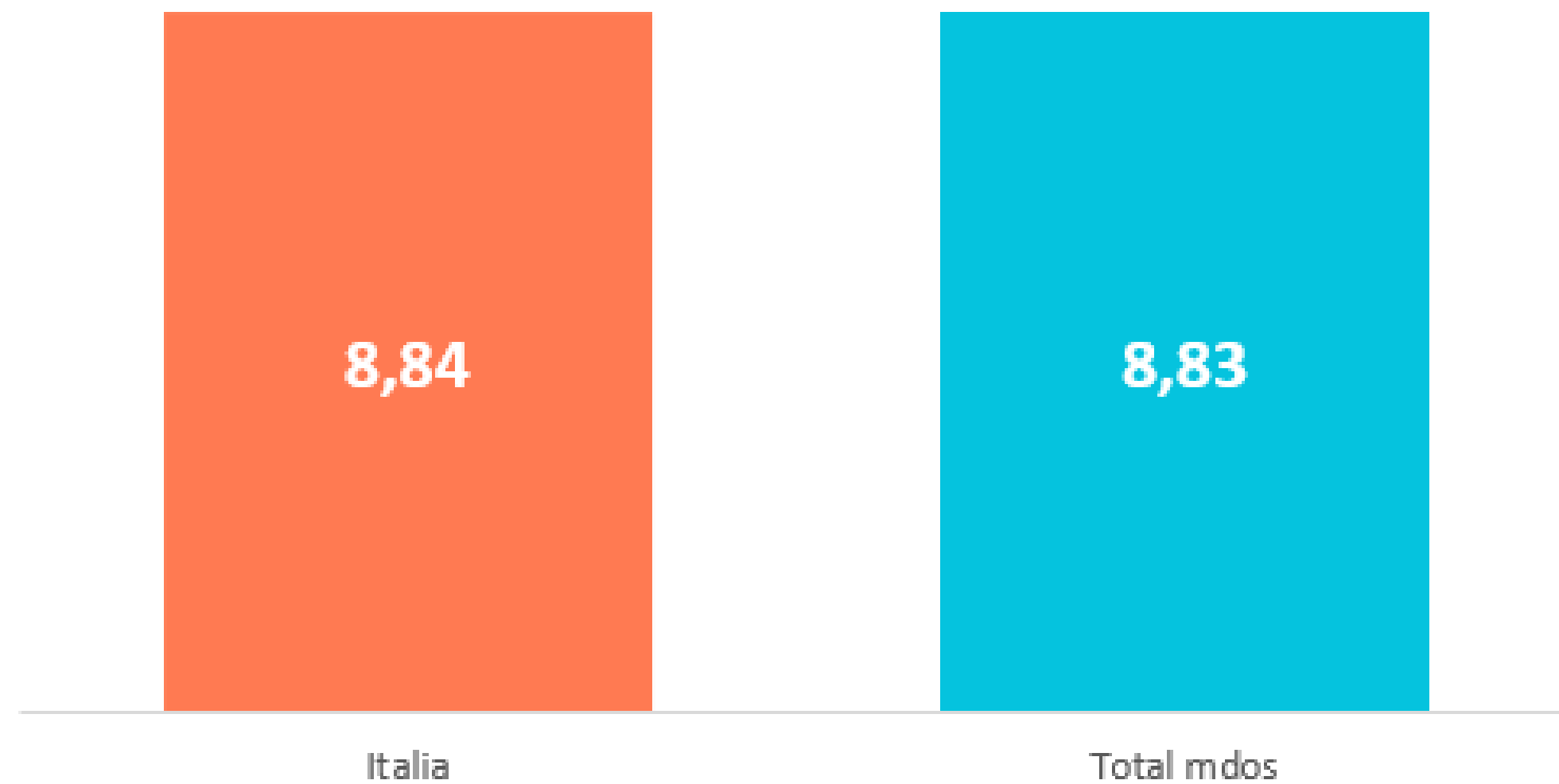


# ¿CUÁNTOS REPITEN?

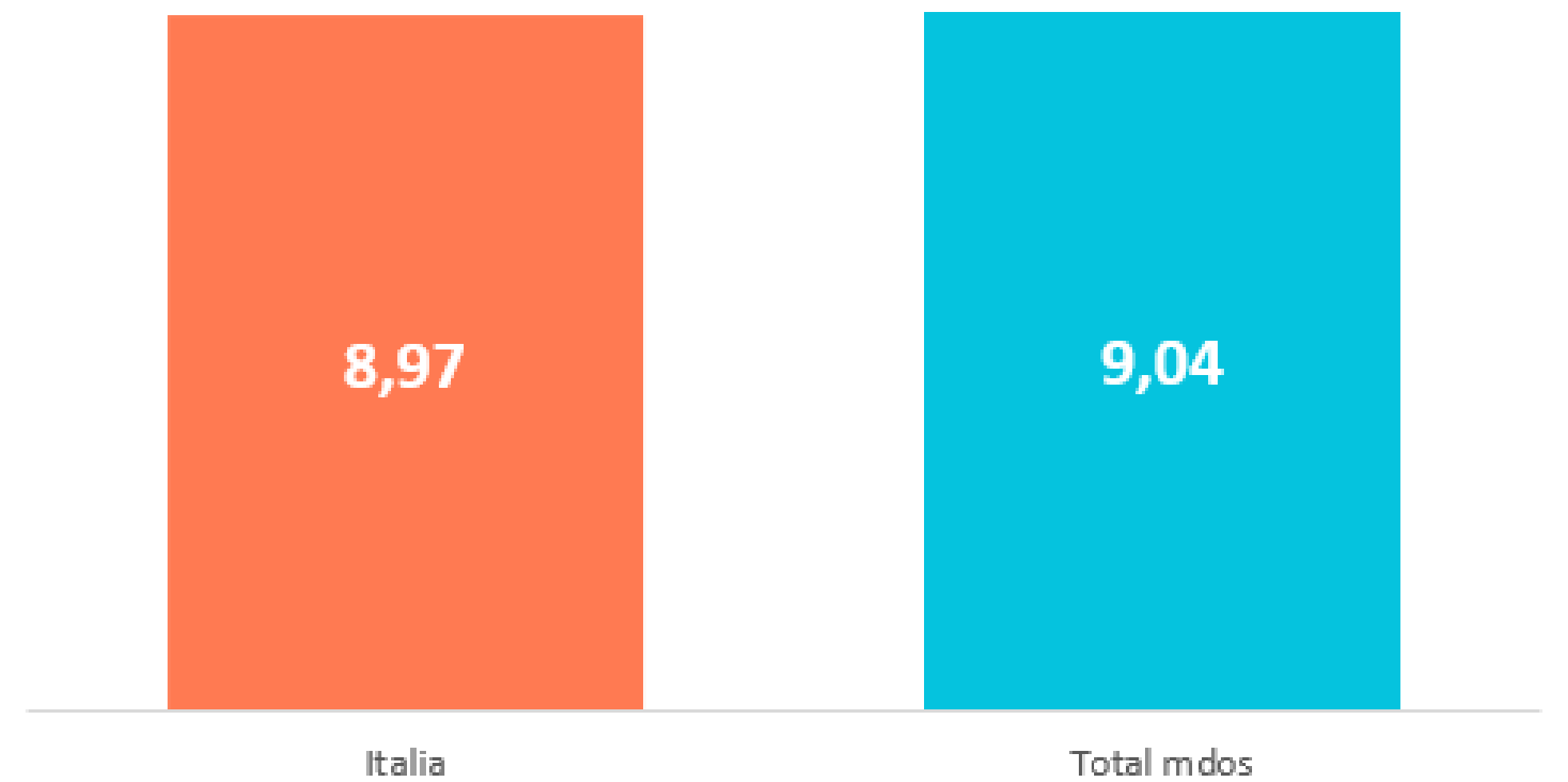


# ¿CUÁLES SON SUS INTENCIONES FUTURAS?

## Volver a Canarias



## Recomendar Canarias

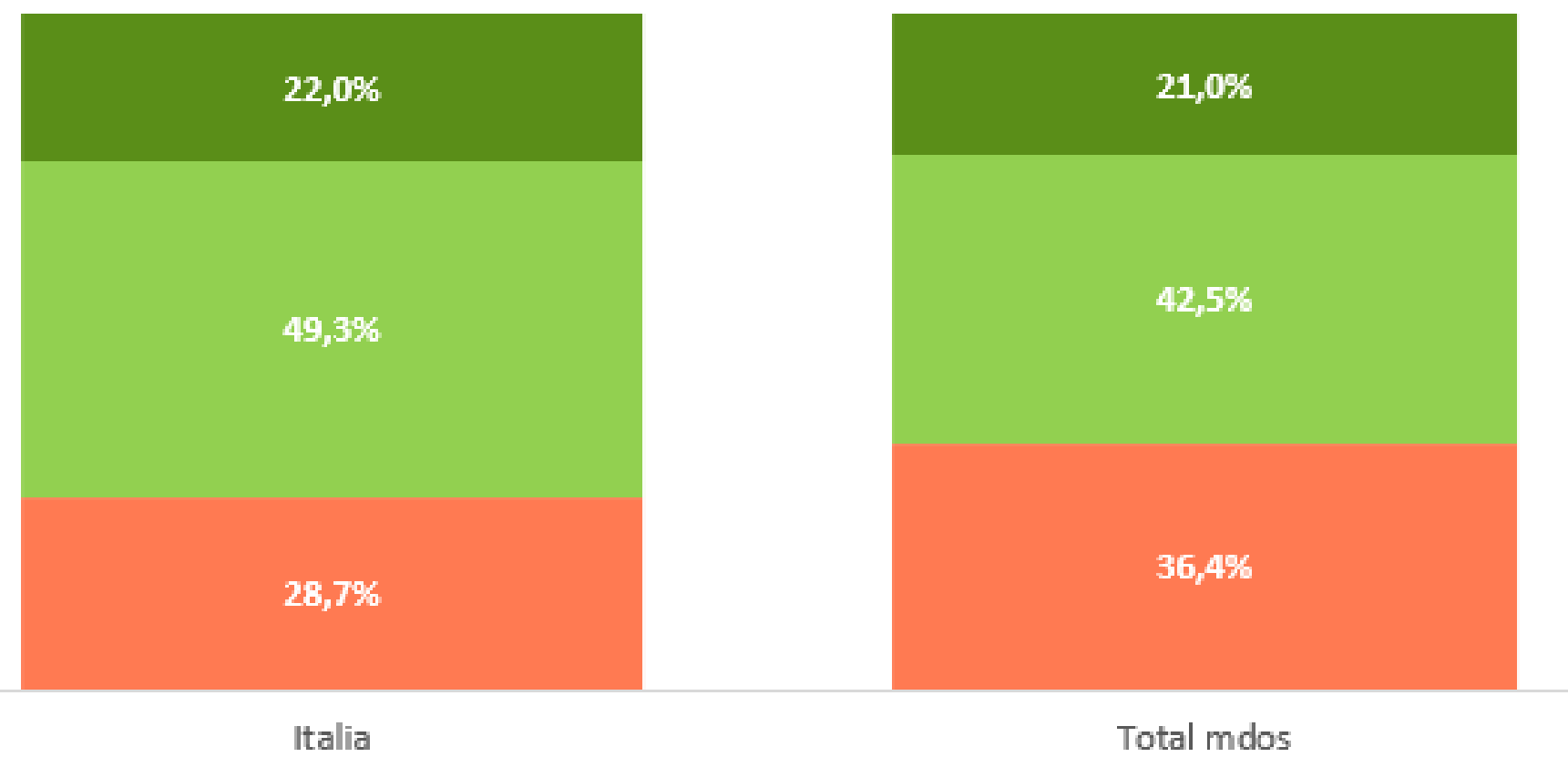


*Escala (0-10)*

# SOSTENIBILIDAD (I)

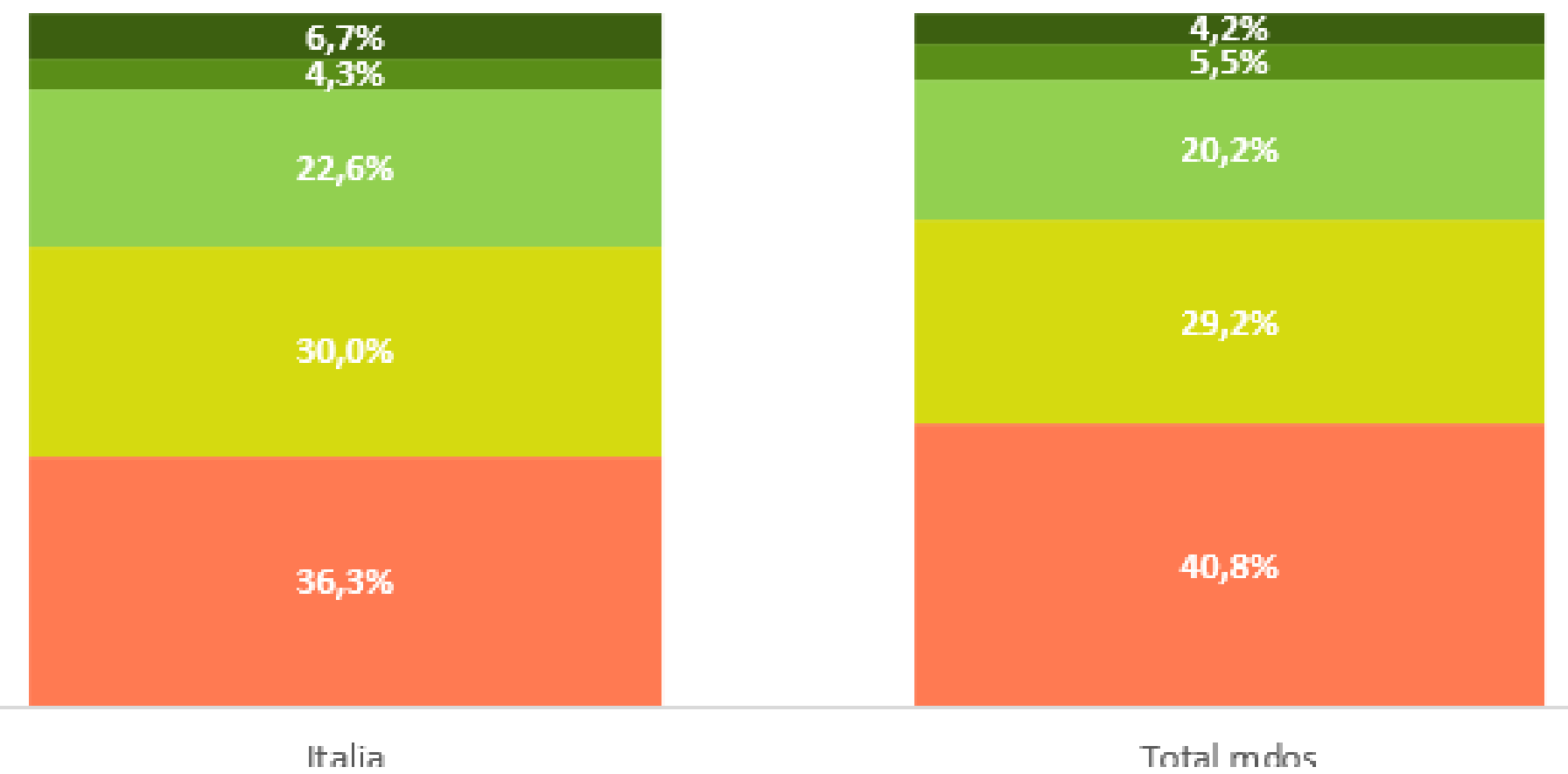
En sus viajes, ¿Suele elegir opciones más sostenibles?

■ No ■ Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente ■ Sí, aunque me suponga algún inconveniente



¿Estaría dispuesto a gastar más en el viaje para reducir su huella de carbono?

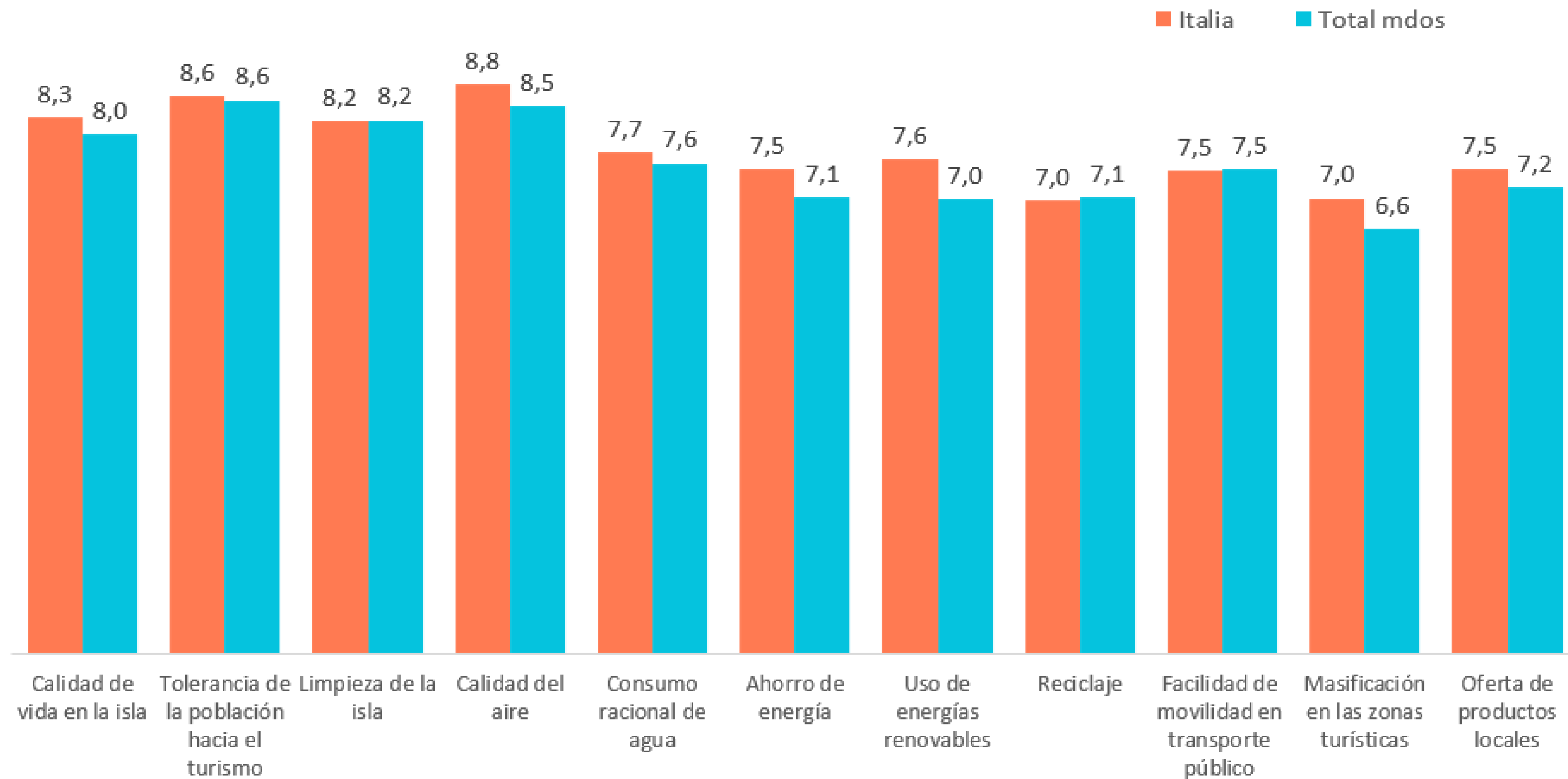
■ No ■ Si, hasta un 5% más ■ Si, hasta un 10% más ■ Si, hasta un 20% más ■ Si, más del 20%



# SOSTENIBILIDAD (II)

## Percepción durante su estancia

Valore la percepción de las siguientes medidas de sostenibilidad durante su estancia.



Escala (0-10) (0 = Nada importante y 10 = Muy importante)



# Turismo de Islas Canarias

MARKETING FOR CANARY ISLANDS

canarias  
OBJETIVO de PROGRESO



Unión Europea

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional



Gobierno  
de Canarias