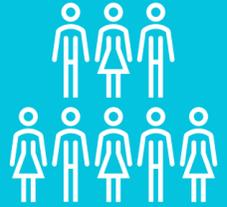
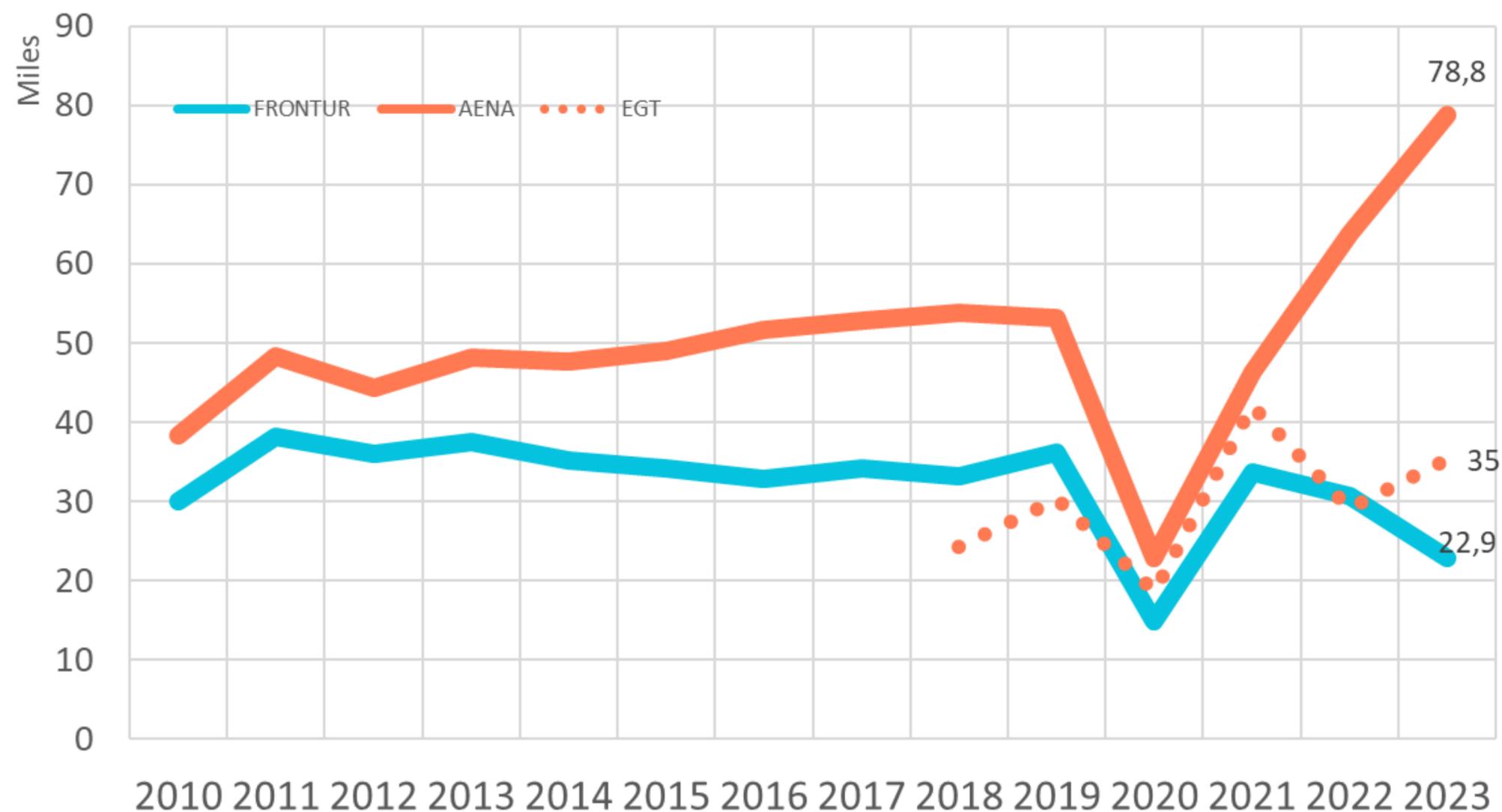


PERFIL DEL TURISTA DE LUXEMBURGUÉS QUE VISITA CANARIAS – 2023–



¿CUÁNTOS SON?

 **0,4%**
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?

233,6 €

Gasto medio diario

TOTAL MERCADOS: 167,8€

154,7 €

Gasto medio diario
(sin incluir el vuelo)

TOTAL MERCADOS: 120,2€

580,7 €

Coste medio del vuelo

TOTAL MERCADOS: 387,4€

80 M€

Facturación total (≥ 16 años)

TOTAL MERCADOS: 19.565 M€

1.800 €

Gasto por viaje

TOTAL MERCADOS: 1.387€

9,78 noches

Estancia media

TOTAL MERCADOS: 9,47 noches

¿CÓMO SON?

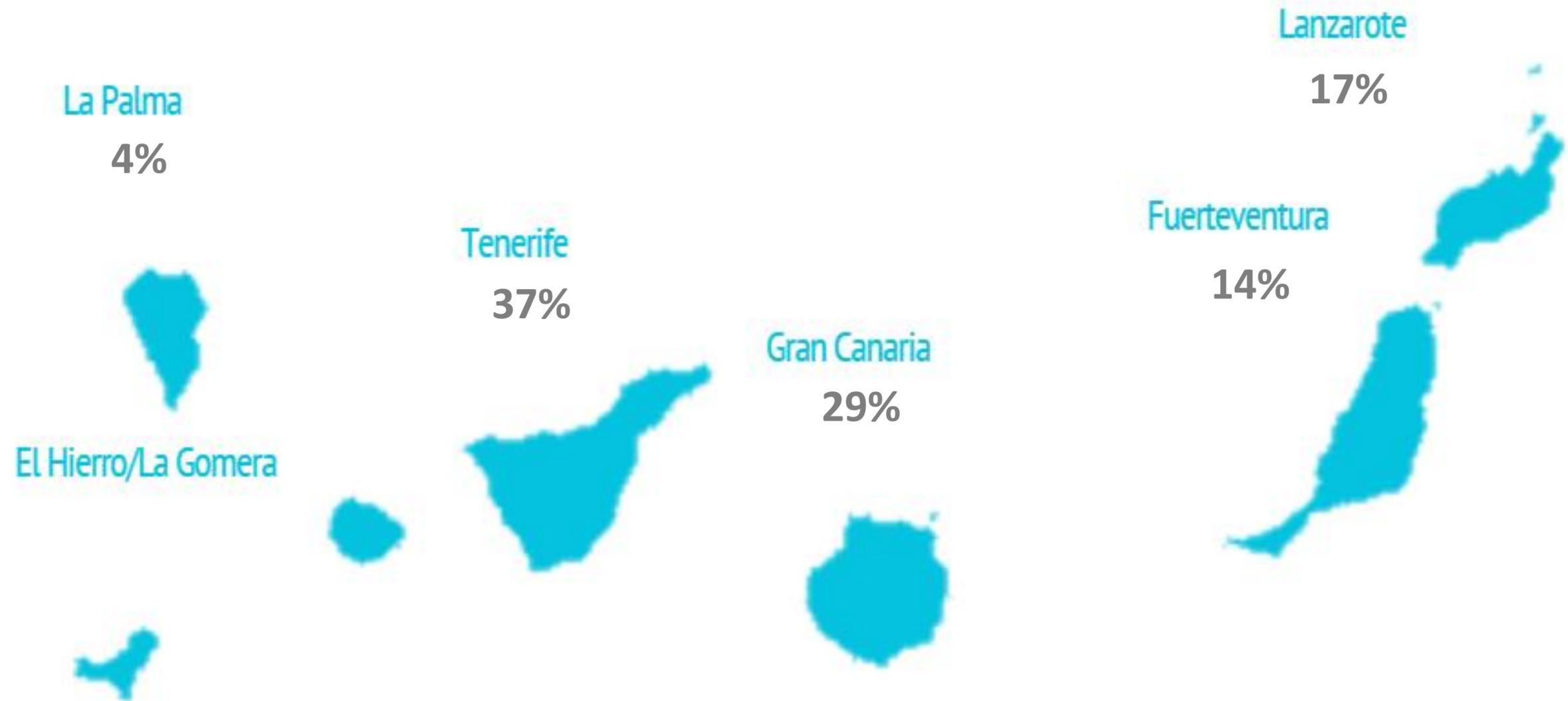
Principales características

		Luxemburgo	Total mdos
Sexo	% mujeres	55,81%	51,82%
(1)	años	49,98	46,37
Situación laboral	% Asalariados cargos altos y medios	54,4%	55,7%
	% Empresarios y autónomos	9,9%	0,9%
ciudad adquisitiva ⁽²⁾	Renta anual del hogar (miles de €)	67,41 €	54,29 €

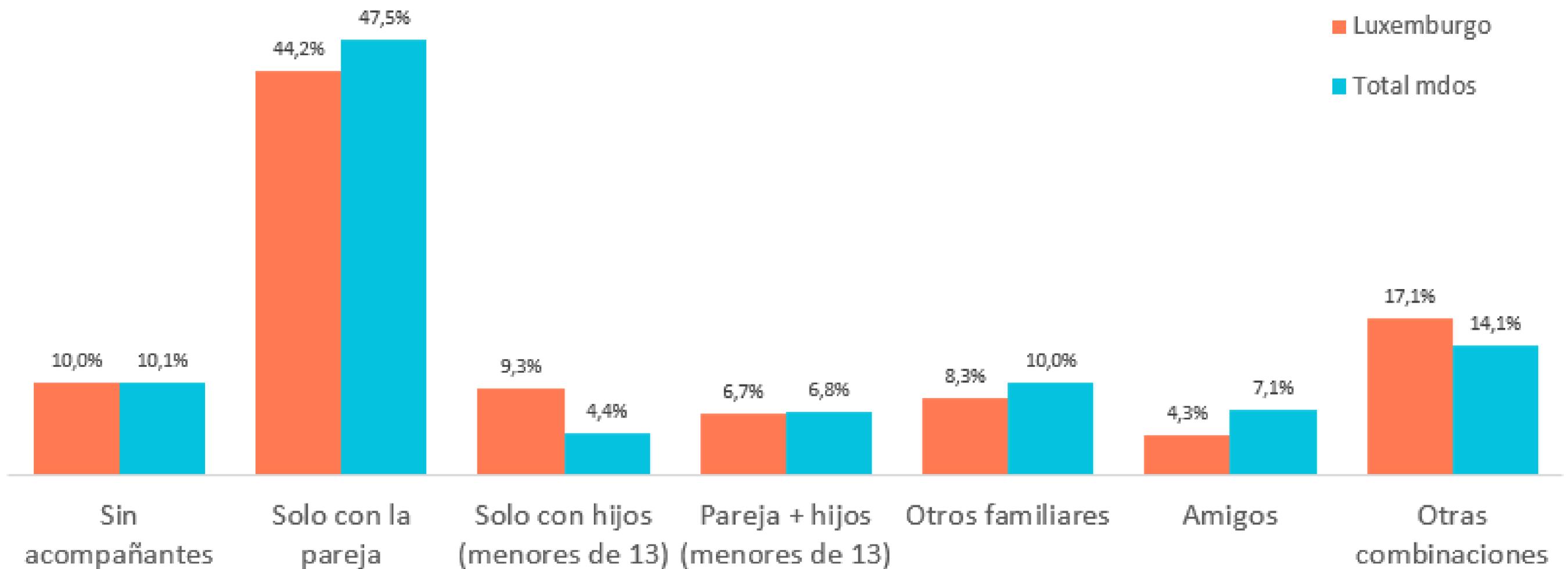
(1) Número de turistas (≥ 16 años)

(2) Estimación Promotur.

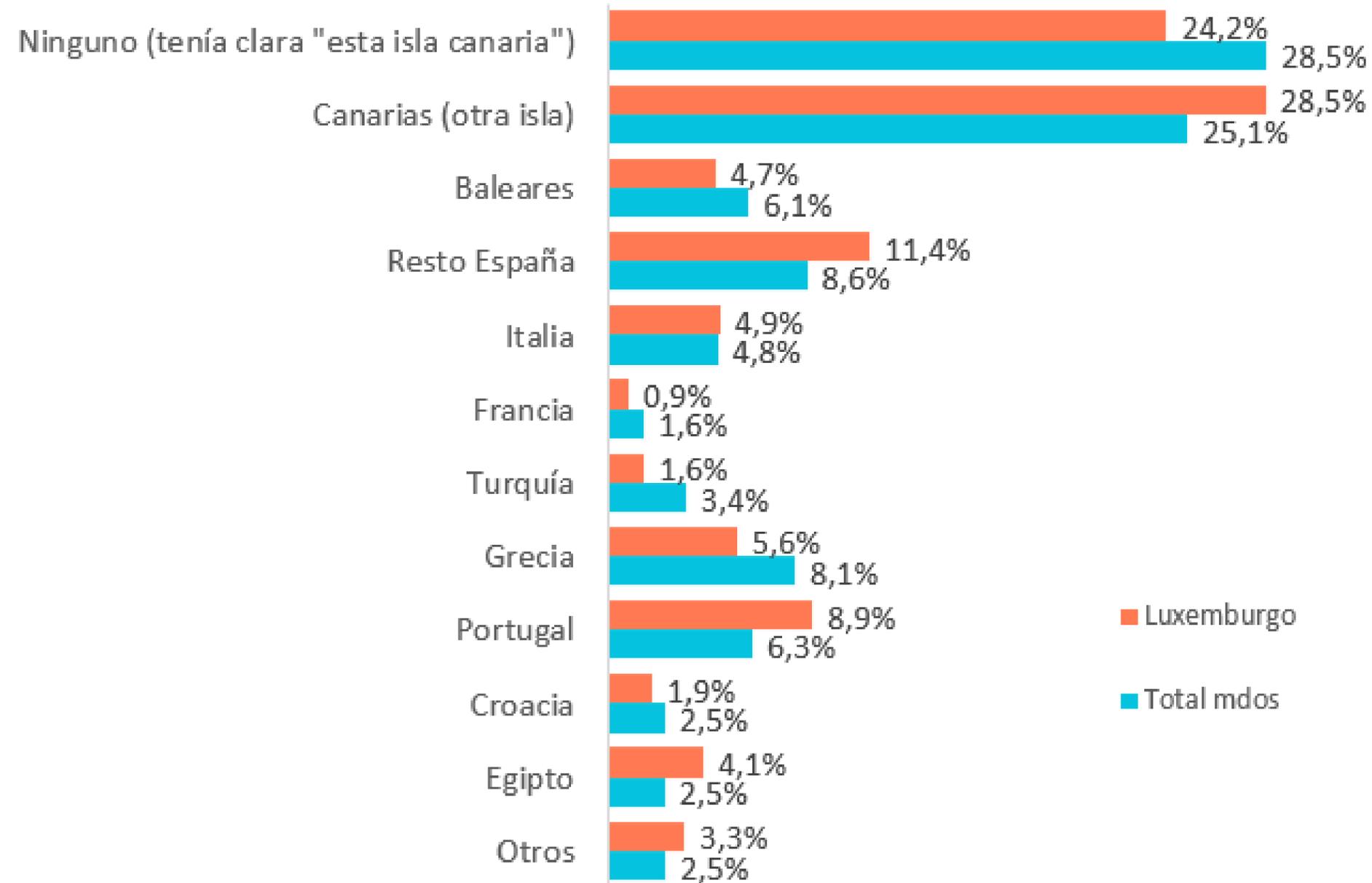
¿A QUÉ ISLA VAN?



¿CON QUIÉN VIENEN?

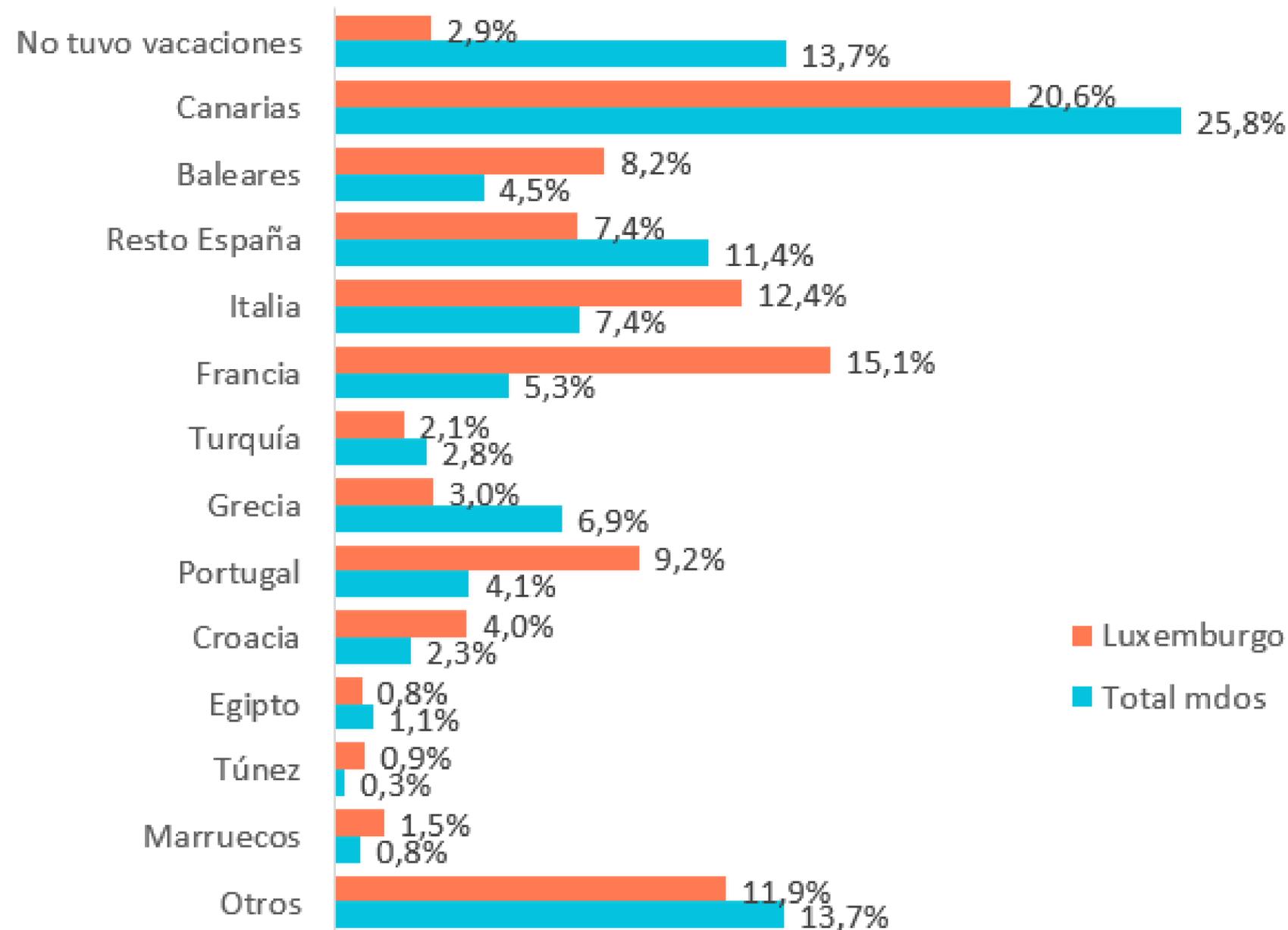


¿QUÉ OTROS DESTINOS CONSIDERARON PARA ESTE VIAJE?



% 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?



55,8%

DESCANSAR



20,9%

**EXPLORAR
LAS ISLAS**



14,6%

**DISFRUTAR DE
LA FAMILIA**



5,5%

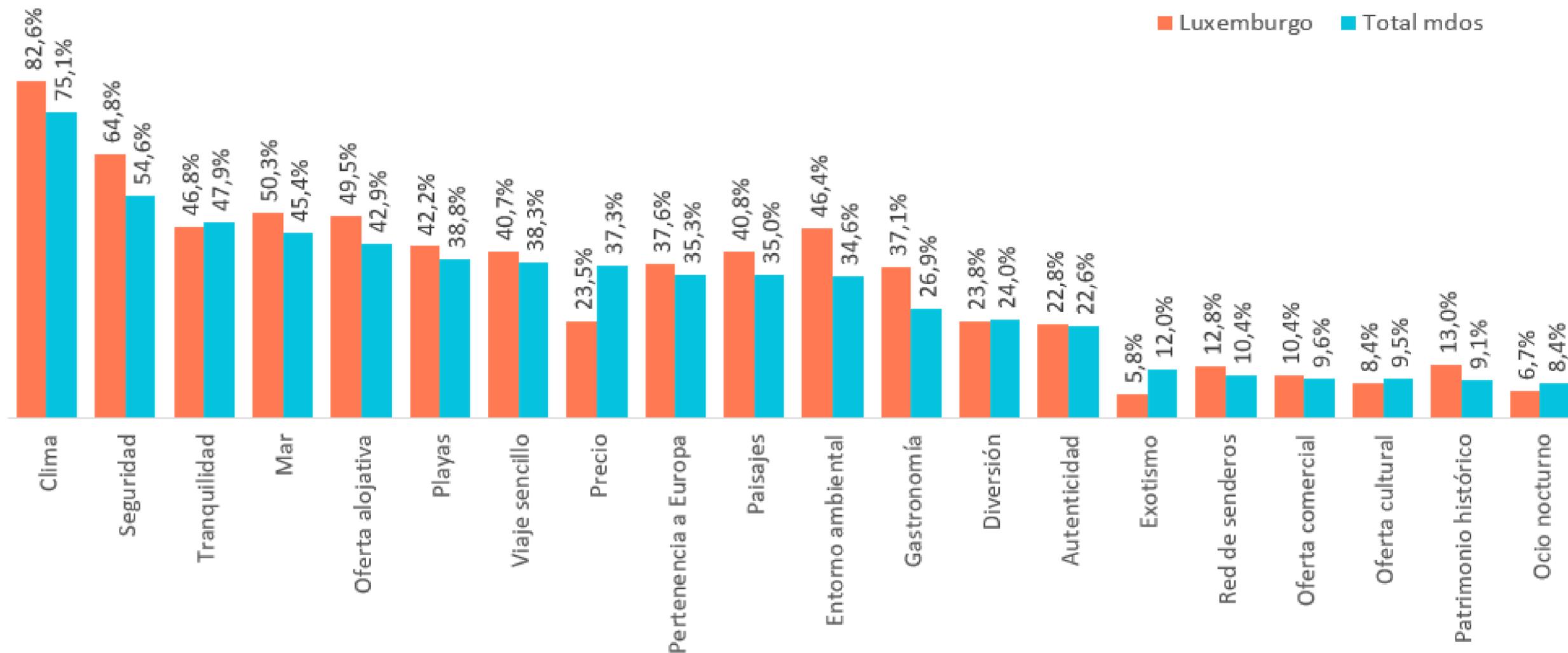
**PRACTICAR
AFICIONES**



3,2%

DIVERSIÓN

¿POR QUÉ ELIGEN CANARIAS?

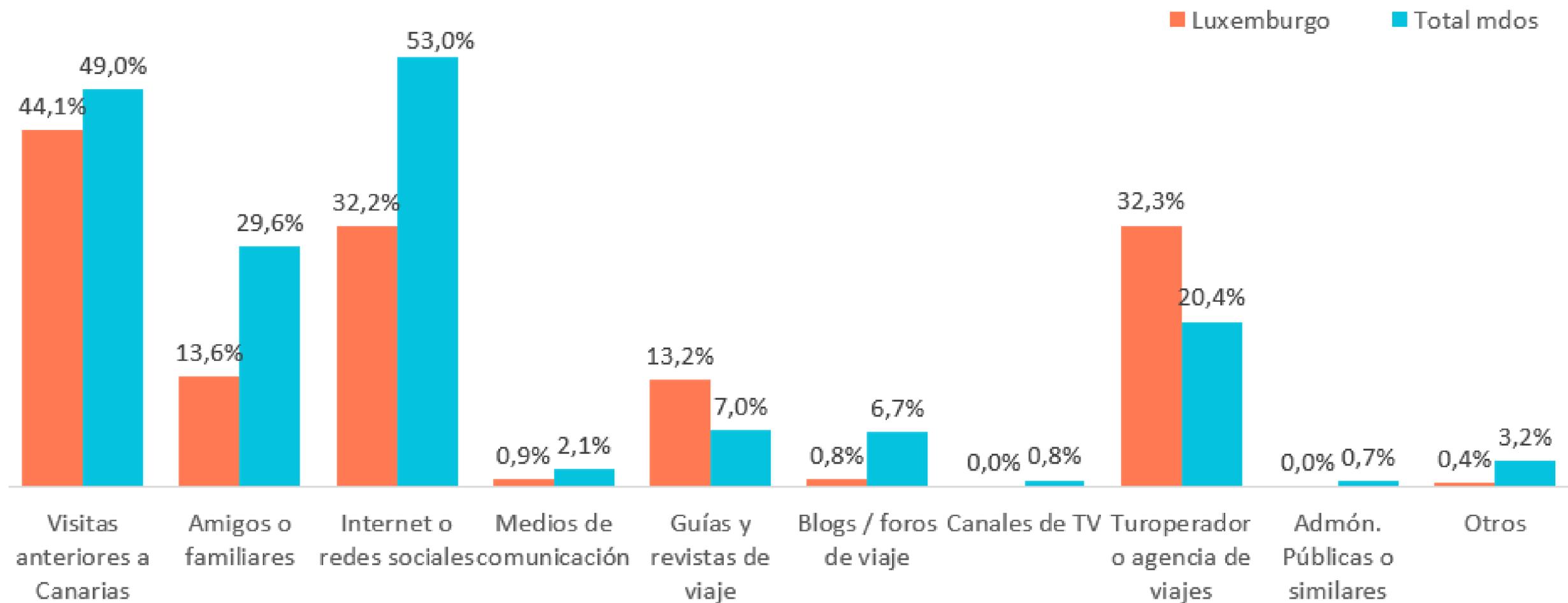


Nota:

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

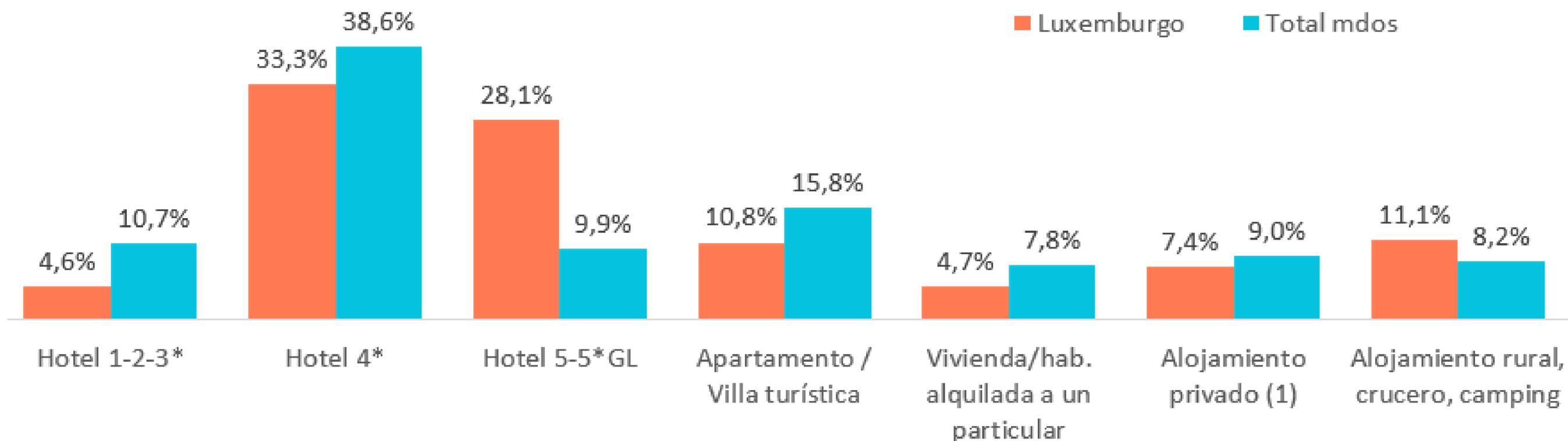
El dato se refiere al % de turistas que señala que el aspecto es "Muy importante" en su elección.

¿EN QUÉ CANALES SE INFORMAN PARA ORGANIZAR SU VIAJE?



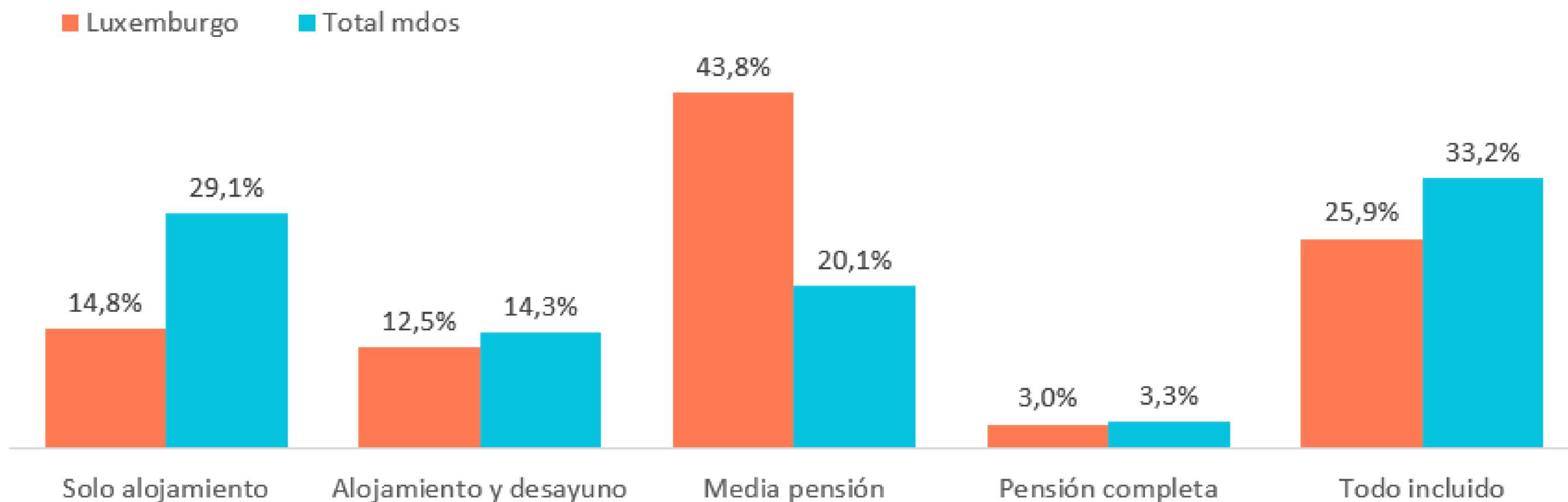
Pregunta multirrespuesta.

¿DÓNDE SE ALOJAN?

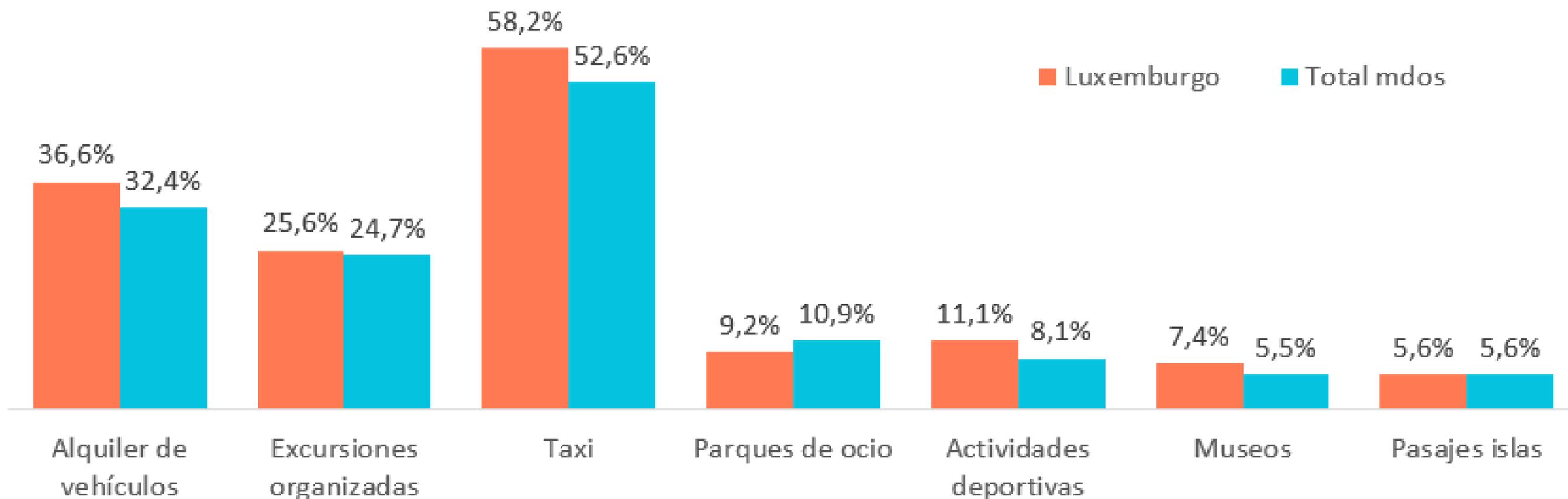


(1) Vivienda propia, de amigos o de familiares, intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados.

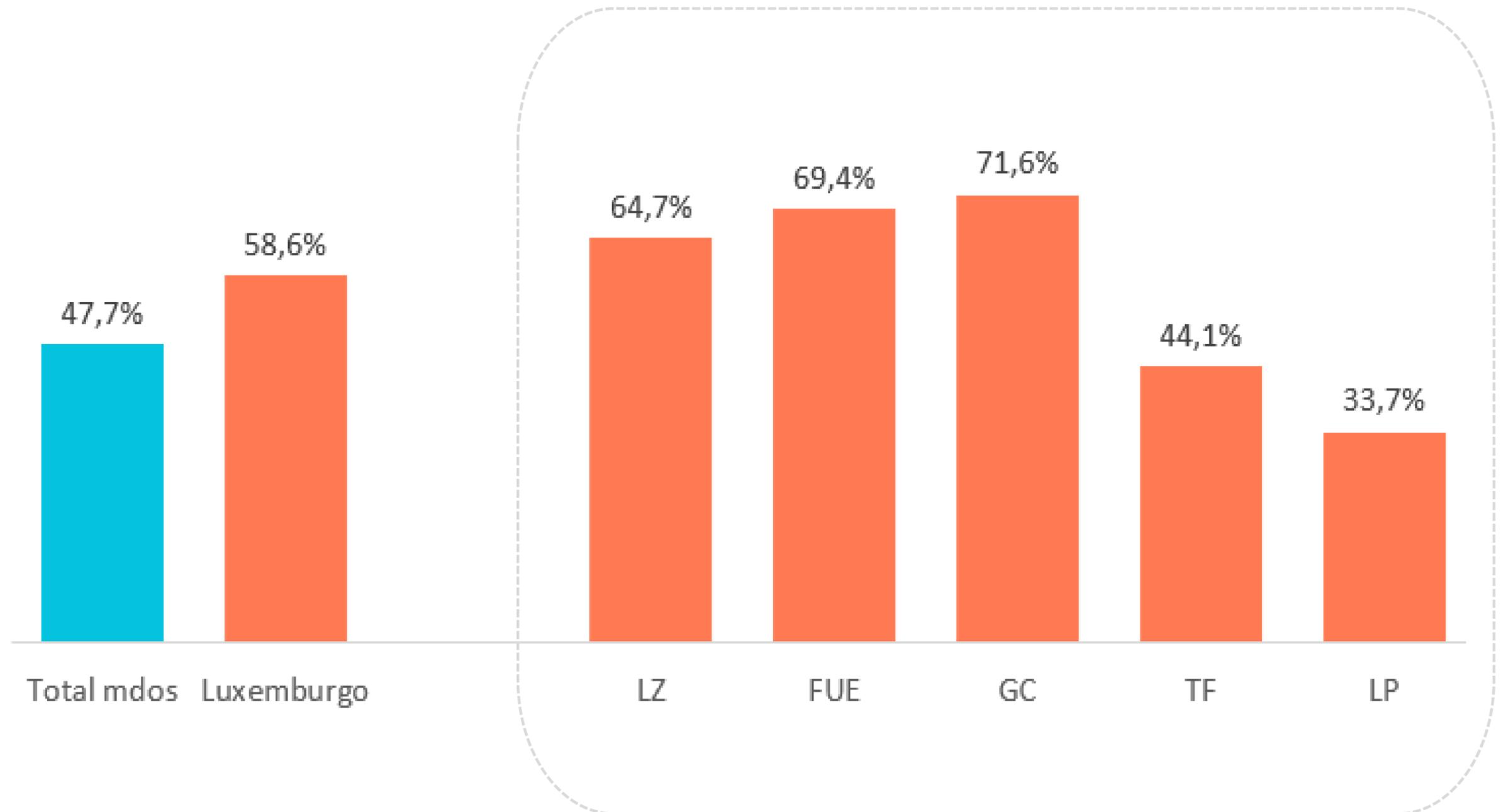
¿QUÉ RÉGIMEN DE ALOJAMIENTO CONTRATAN?



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



% DE TURISTAS QUE CONTRATAN PAQUETE

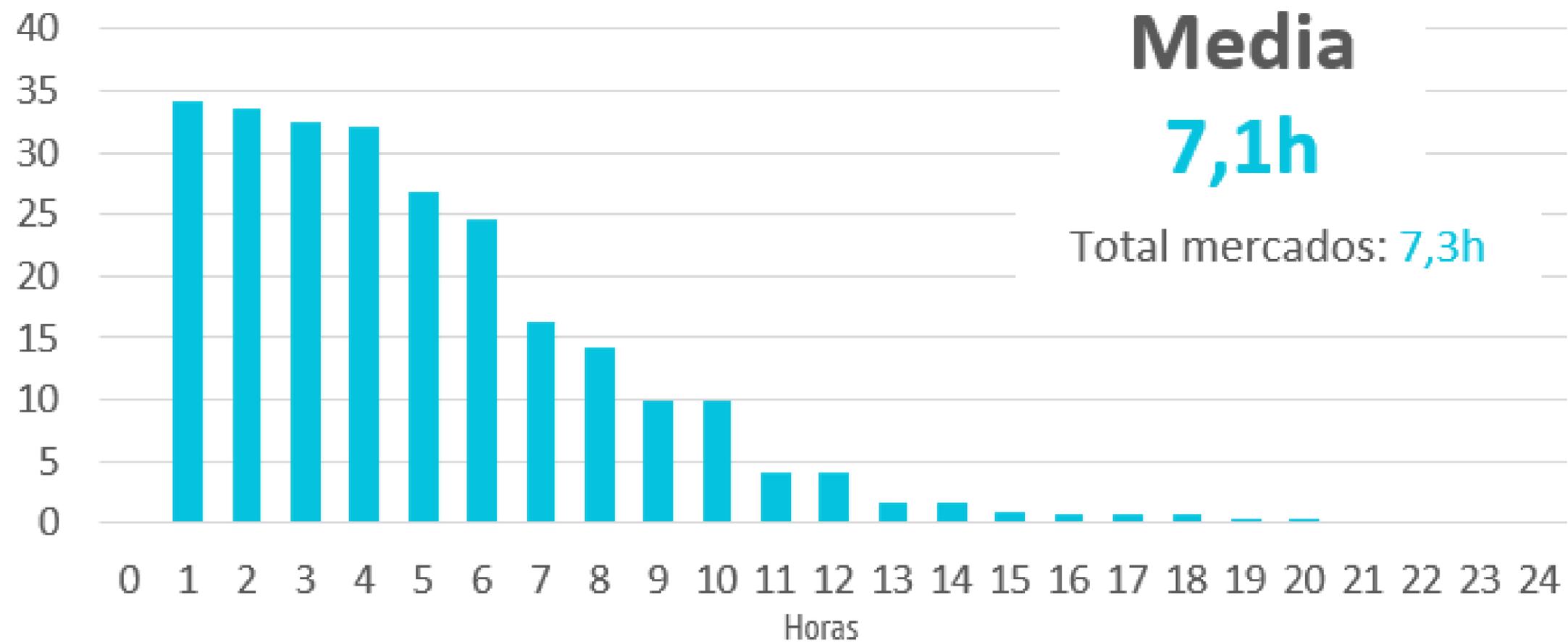




**¿QUÉ SABEMOS
DE LO QUE HACEN
EN CANARIAS?**

NÚMERO DE TURISTAS SEGÚN HORAS DIARIAS QUE PASAN FUERA DEL ESTABLECIMIENTO

Miles de turistas



GASTRONOMÍA

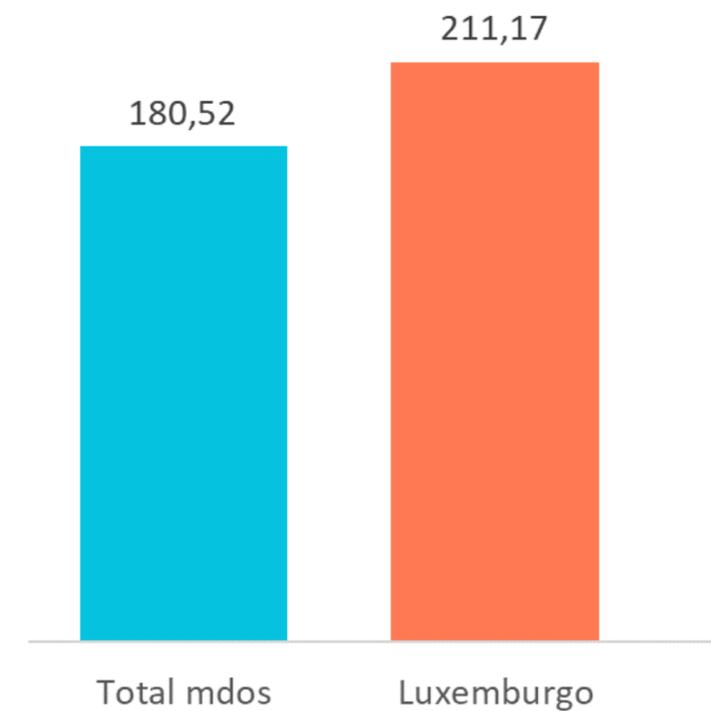


CUÁNTOS Y CUÁNTO GASTAN EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS

¿CUÁNTOS SON? (1)



¿CUÁNTO GASTAN? (2)



(1) % Turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto

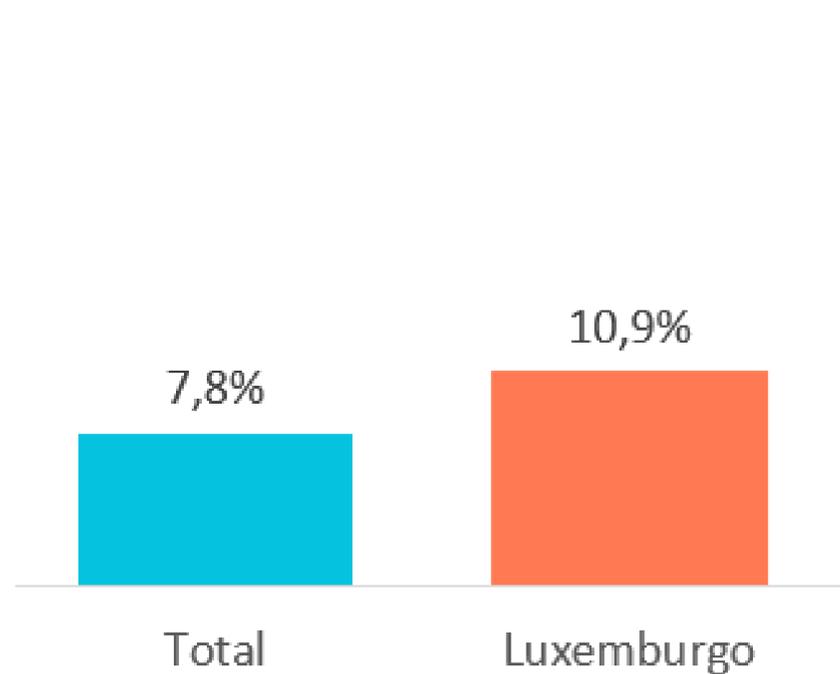
(2) Gasto medio de los turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto

CULTURA

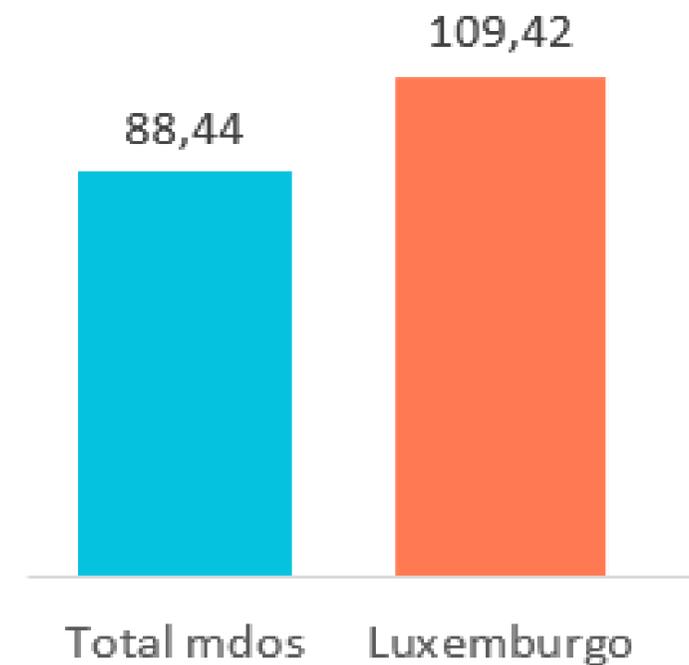


CUÁNTOS Y CUÁNTO GASTAN EN ACTIVIDADES CULTURALES

¿CUÁNTOS SON? (1)



¿CUÁNTO GASTAN? (2)



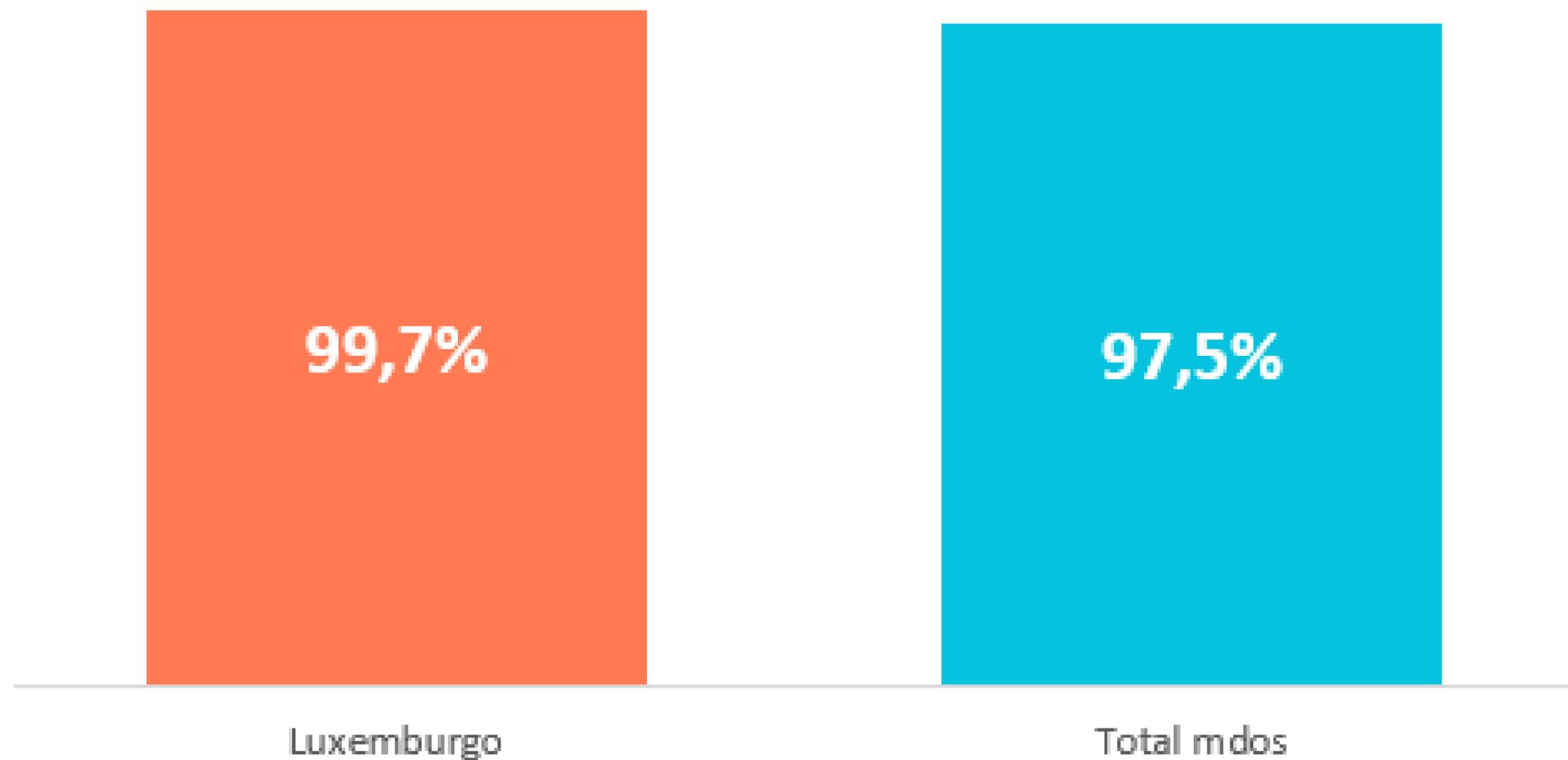
(1) % Turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto

(2) 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?

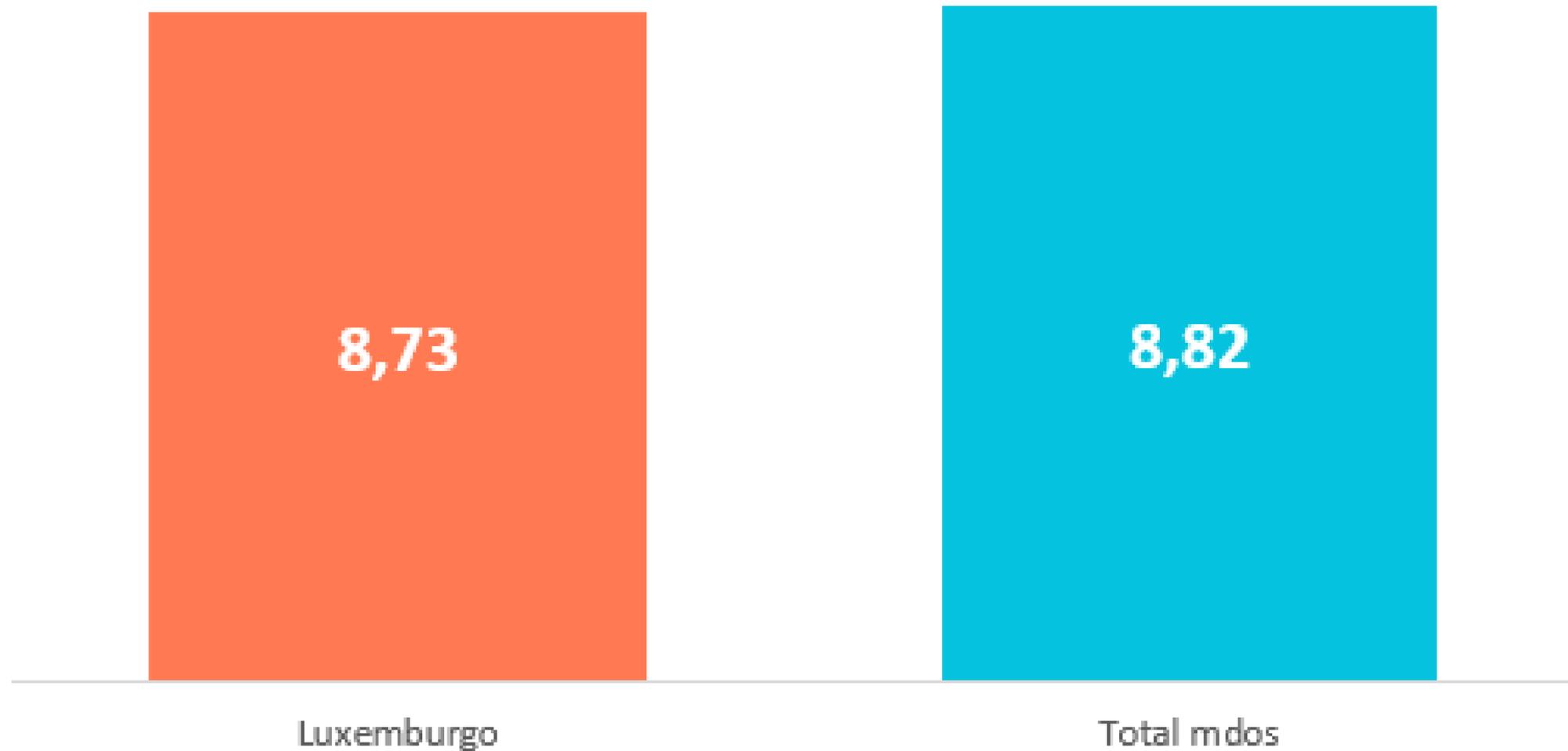


¿CÓMO CALIFICAN SU EXPERIENCIA EN CANARIAS?



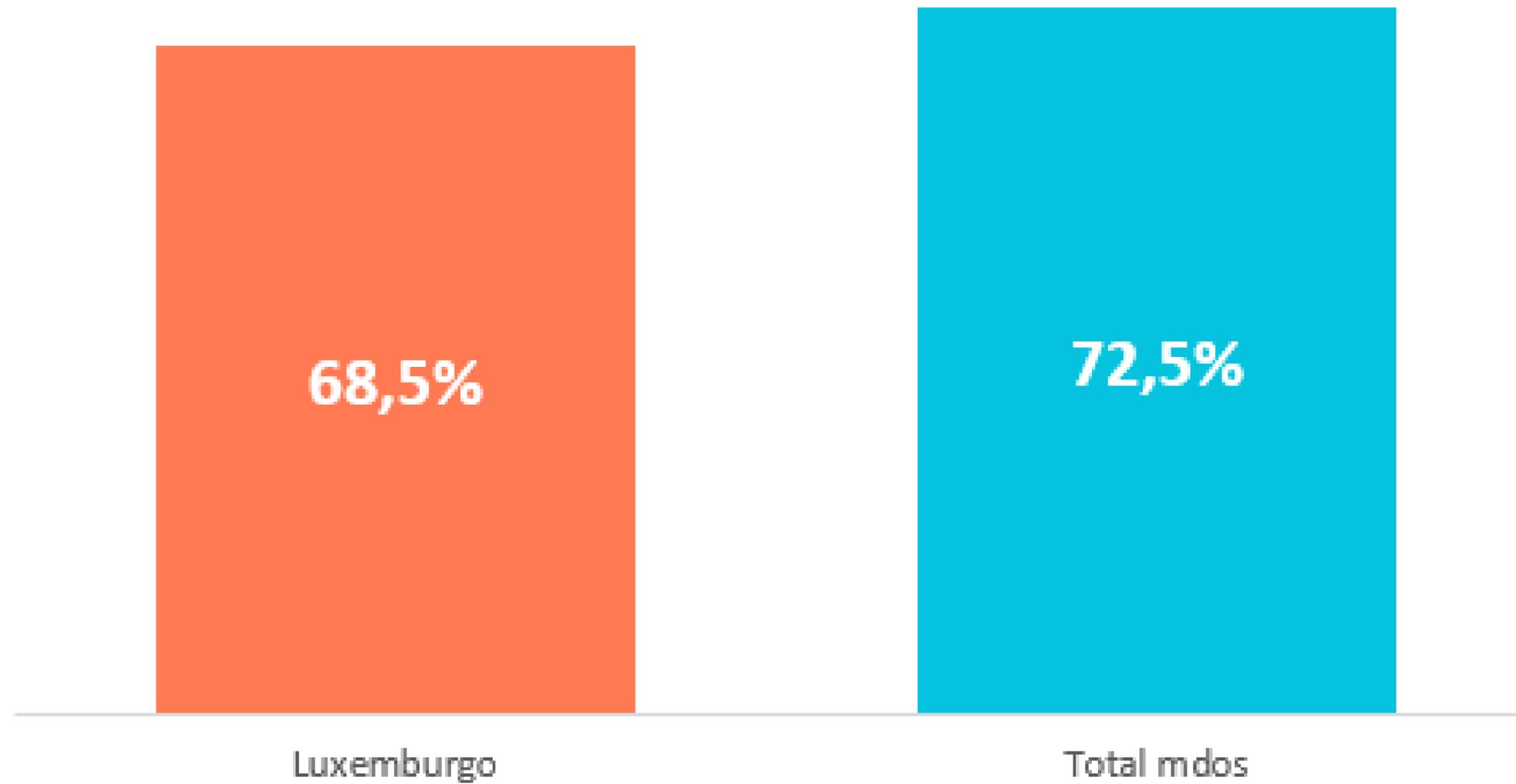
El dato se refiere al % de turistas que señalan que su experiencia estuvo a la altura, mejor o mucho mejor de lo esperado.

¿QUÉ NOTA NOS DAN COMO DESTINO?



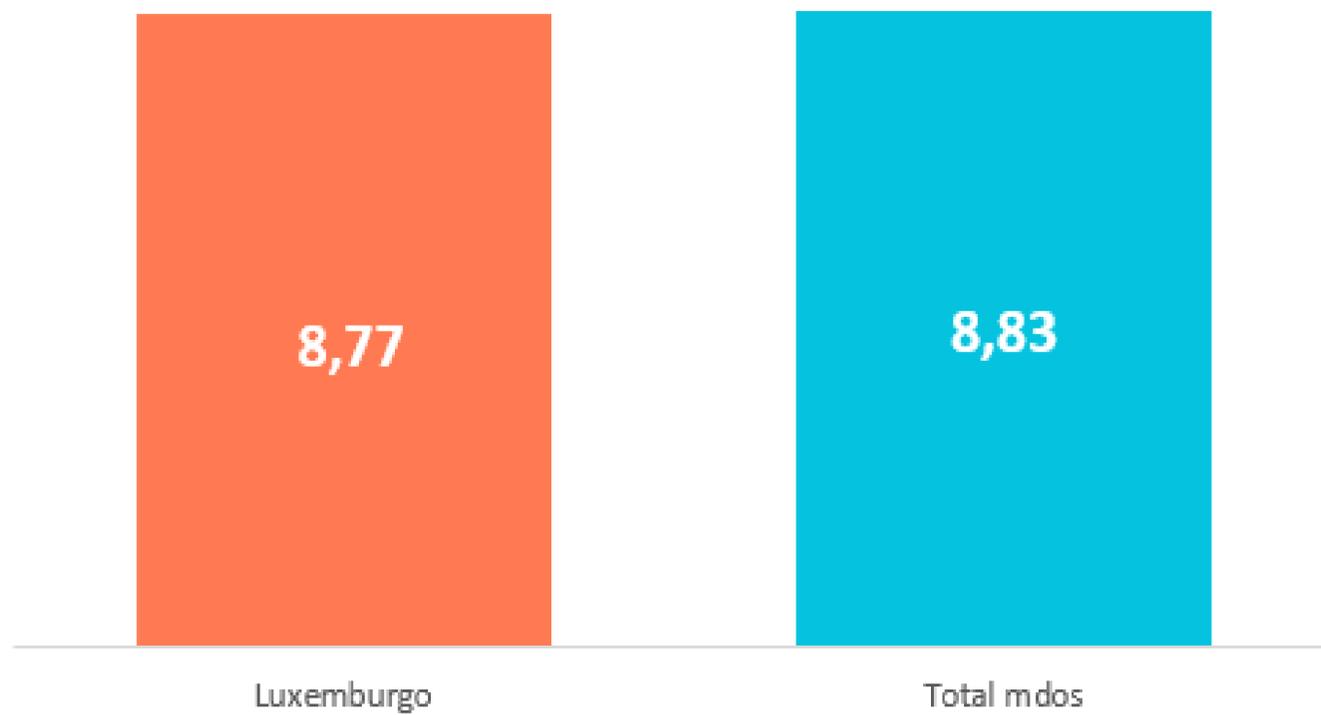
Escala (0-10)

¿CUÁNTOS REPITEN?

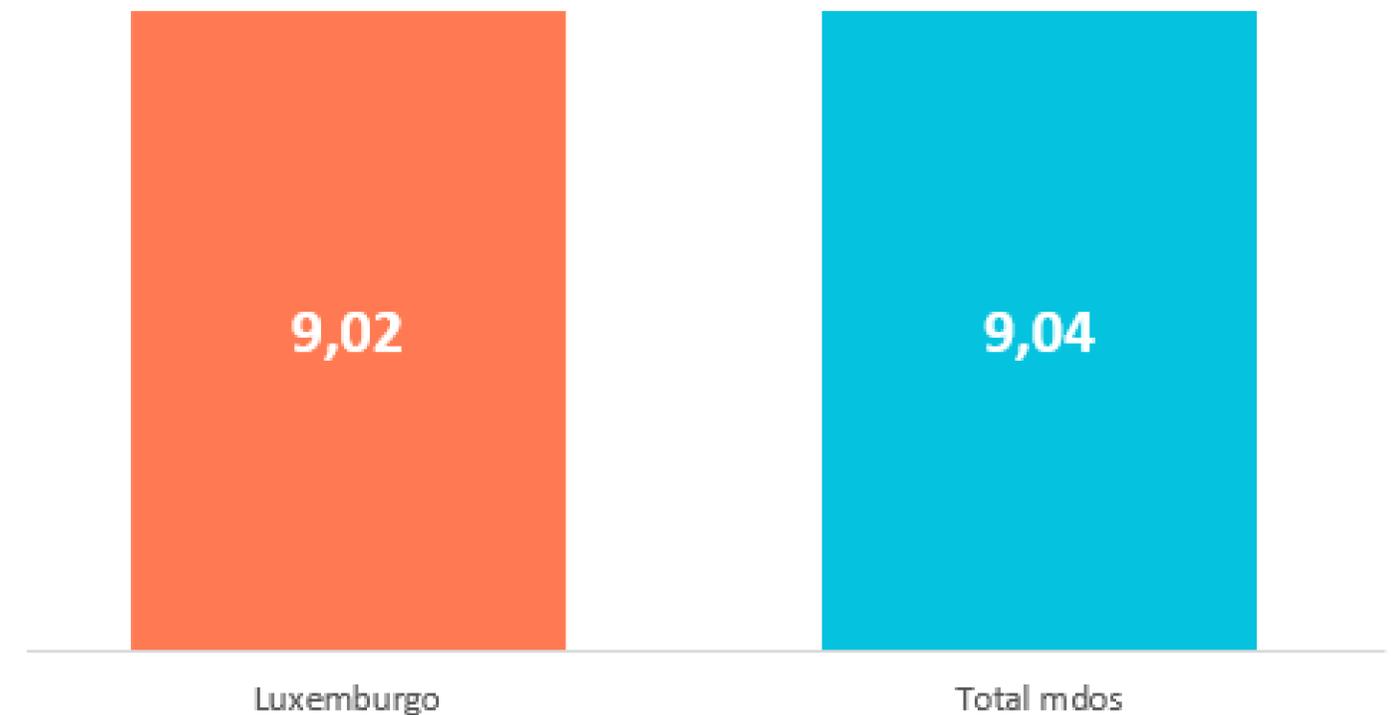


¿CUÁLES SON SUS INTENCIONES FUTURAS?

Volver a Canarias



Recomendar Canarias

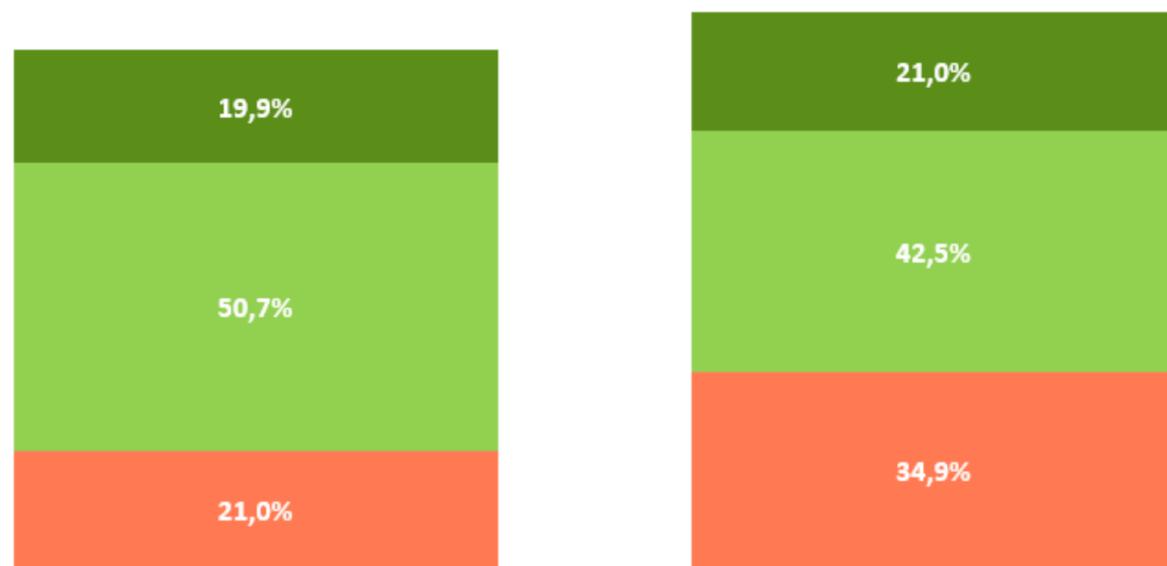


Escala (0-10)

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

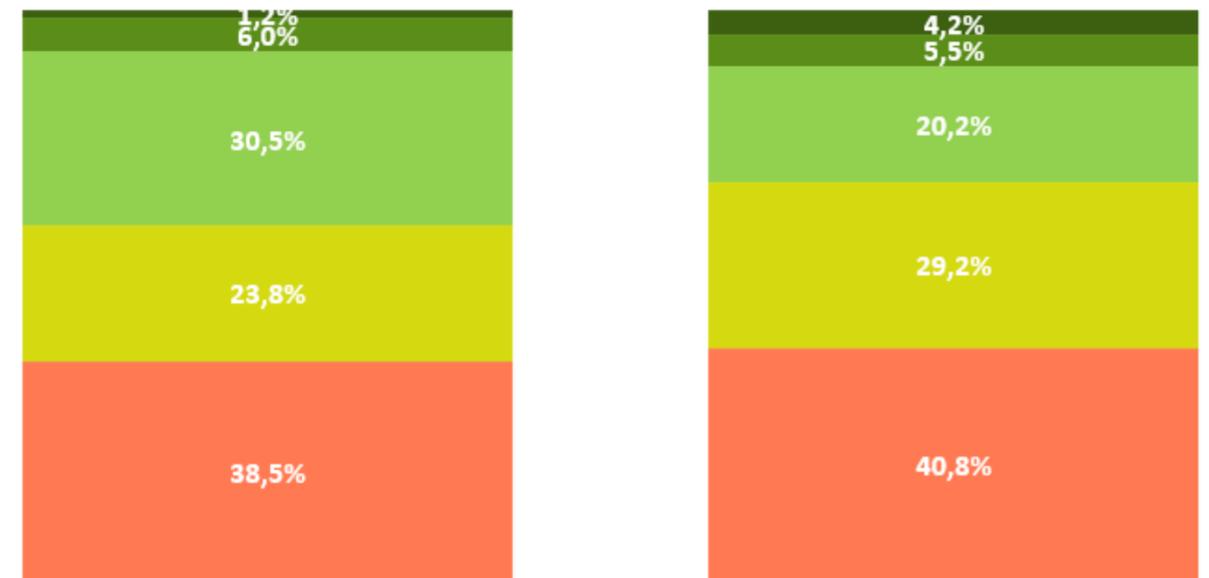


Luxemburgo

Total mdos

¿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%



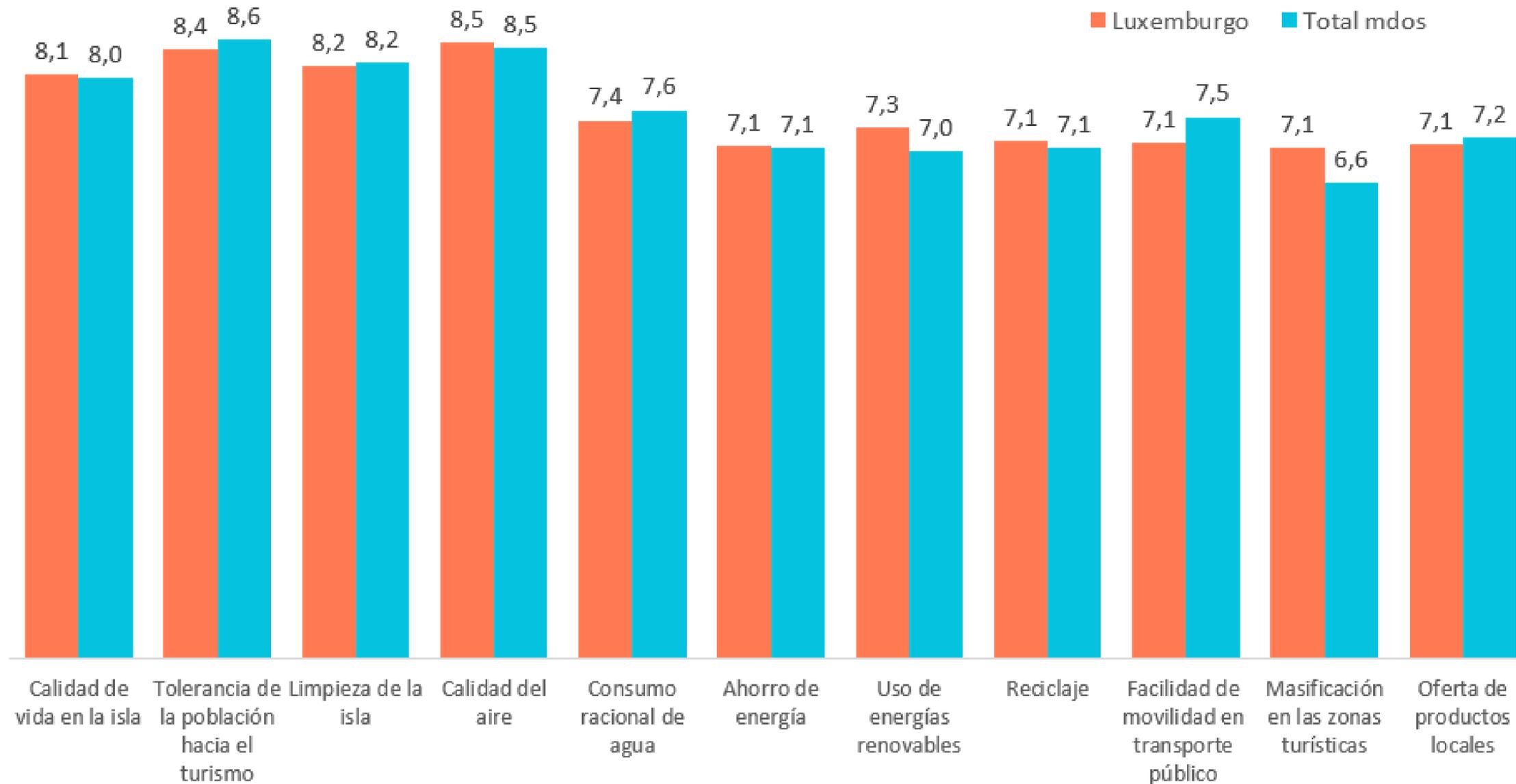
Luxemburgo

Total mdos

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