

canarias  
OBJETIVO de PROGRESO



Unión Europea

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional



Gobierno  
de Canarias



Turismo de  
Islas Canarias

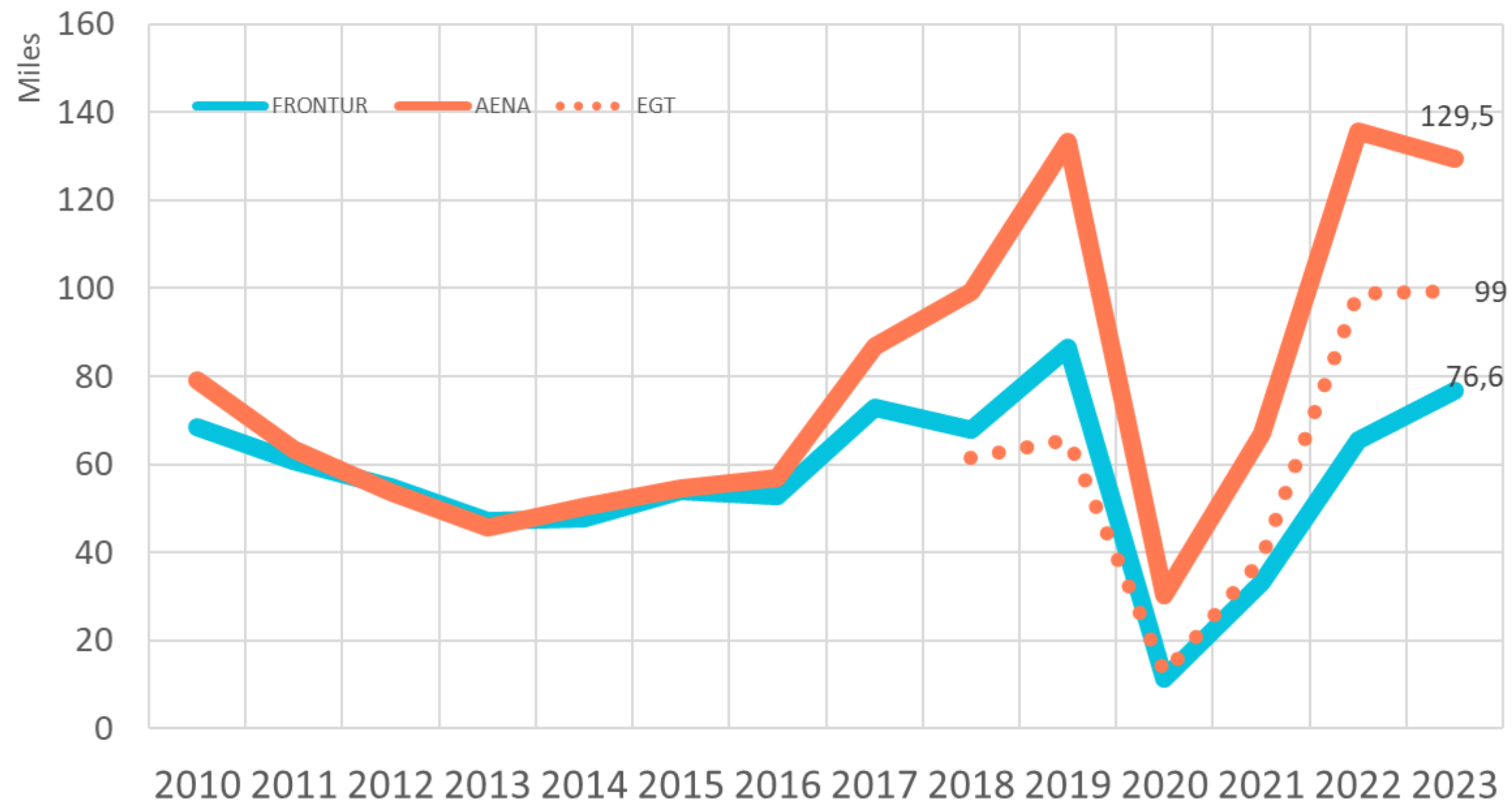
MARKETING FOR CANARY ISLANDS



# PERFIL DEL TURISTA PORTUGUÉS QUE VISITA CANARIAS - 2023 -

# ¿CUÁNTOS SON?

 **0,7%**  
Sobre el total  
turistas EGT



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

FRONTUR: turistas (ISTAC)

EGT: total turistas ( $\geq 16$  años) (ISTAC)

# ¿CUÁNTO GASTAN?

**162,9 €**

Gasto medio diario

TOTAL MERCADOS: 167,8€

**114 €**

Gasto medio diario  
(sin incluir el vuelo)

TOTAL MERCADOS: 120,2€

**306,3 €**

Coste medio del vuelo

TOTAL MERCADOS: 387,4€

**102 M€**

Facturación total (≥ 16 años)

TOTAL MERCADOS: 19.565 M€

**1.029 €**

Gasto por viaje

TOTAL MERCADOS: 1.387€

**7,01 noches**

Estancia media

TOTAL MERCADOS: 9,47 noches

# ¿CÓMO SON?

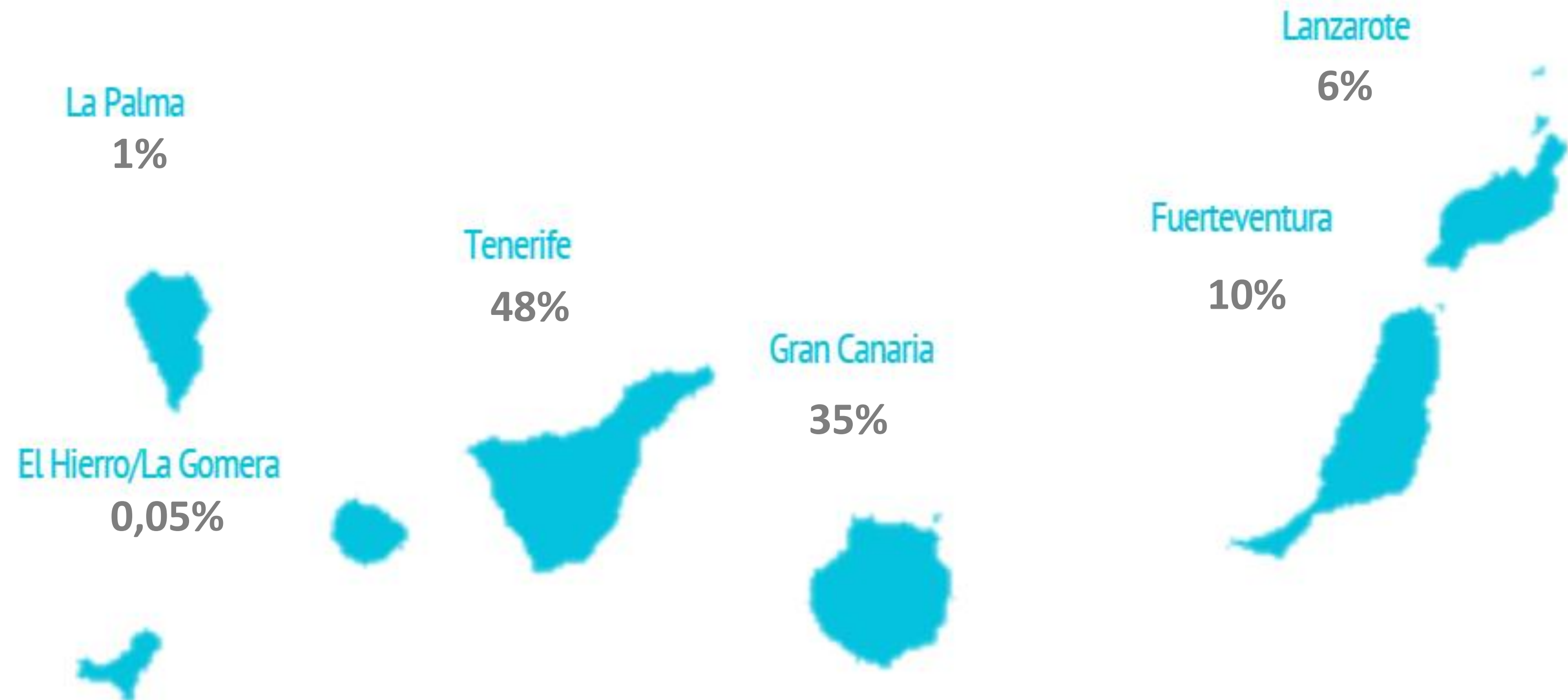
## Principales características

		Portugal	Total mdos
Sexo	% mujeres	48,94%	51,82%
Edad <sup>(1)</sup>	años	39,99	46,37
Situación laboral	% Asalariados cargos altos y medios	49,7%	55,7%
	% Empresarios y autónomos	19,4%	0,9%
Capacidad adquisitiva <sup>(2)</sup>	Renta anual del hogar (miles de €)	39,31 €	54,29 €

(1) Número de turistas (≥ 16 años)

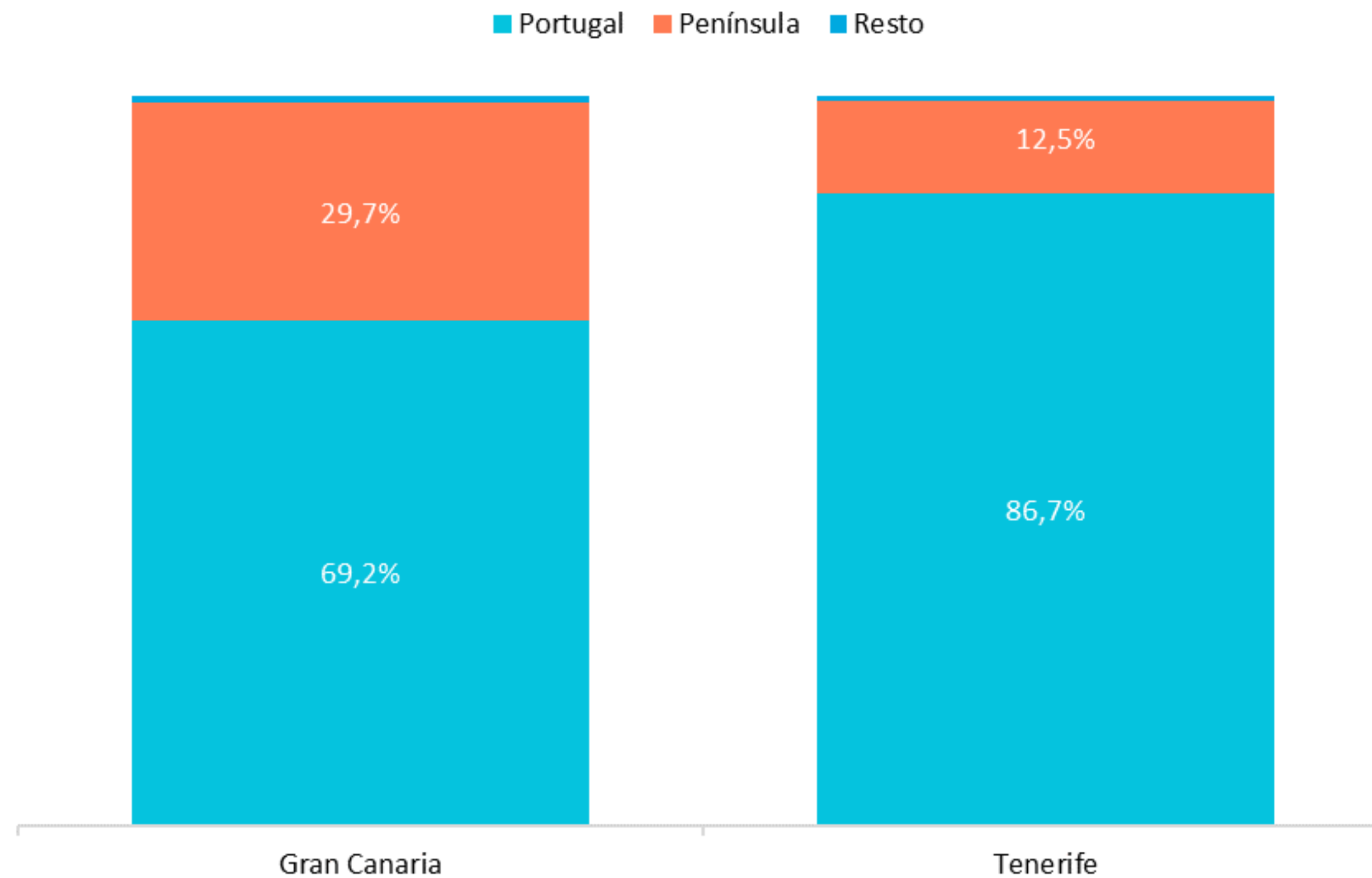
(2) Estimación Promotur.

# ¿A QUÉ ISLA VAN?



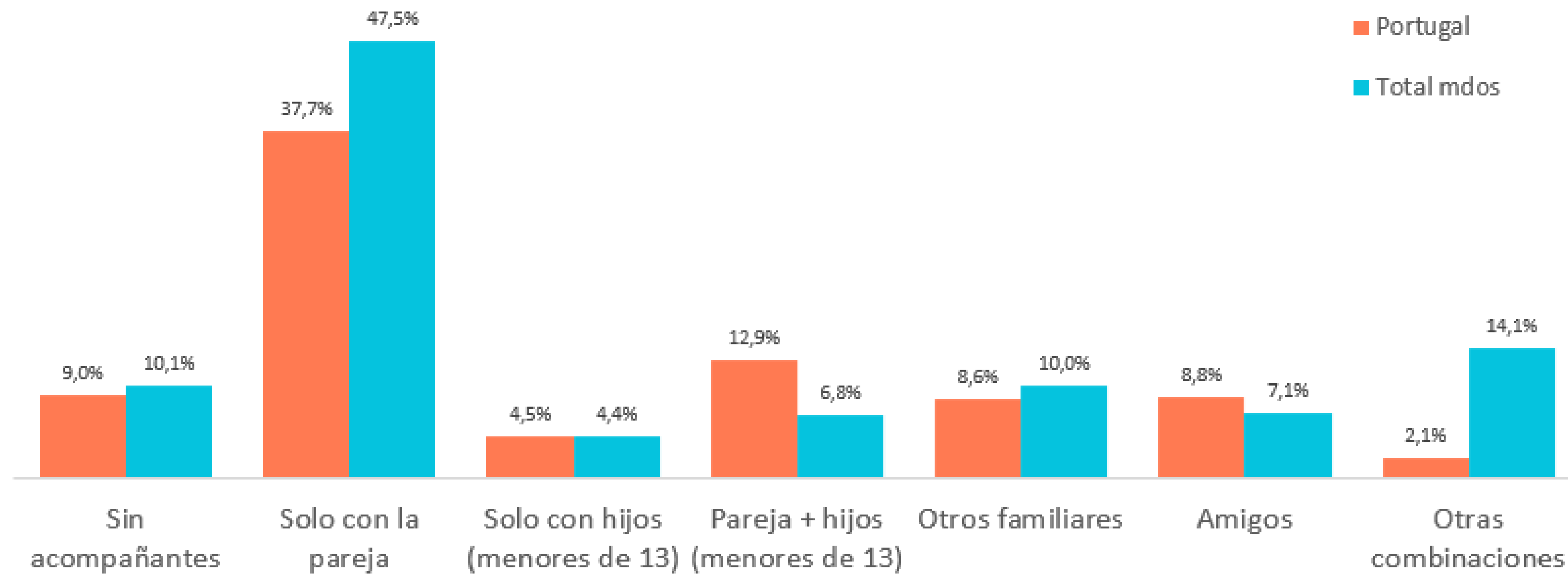
# ¿ES LA CONECTIVIDAD SUFICIENTE?

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

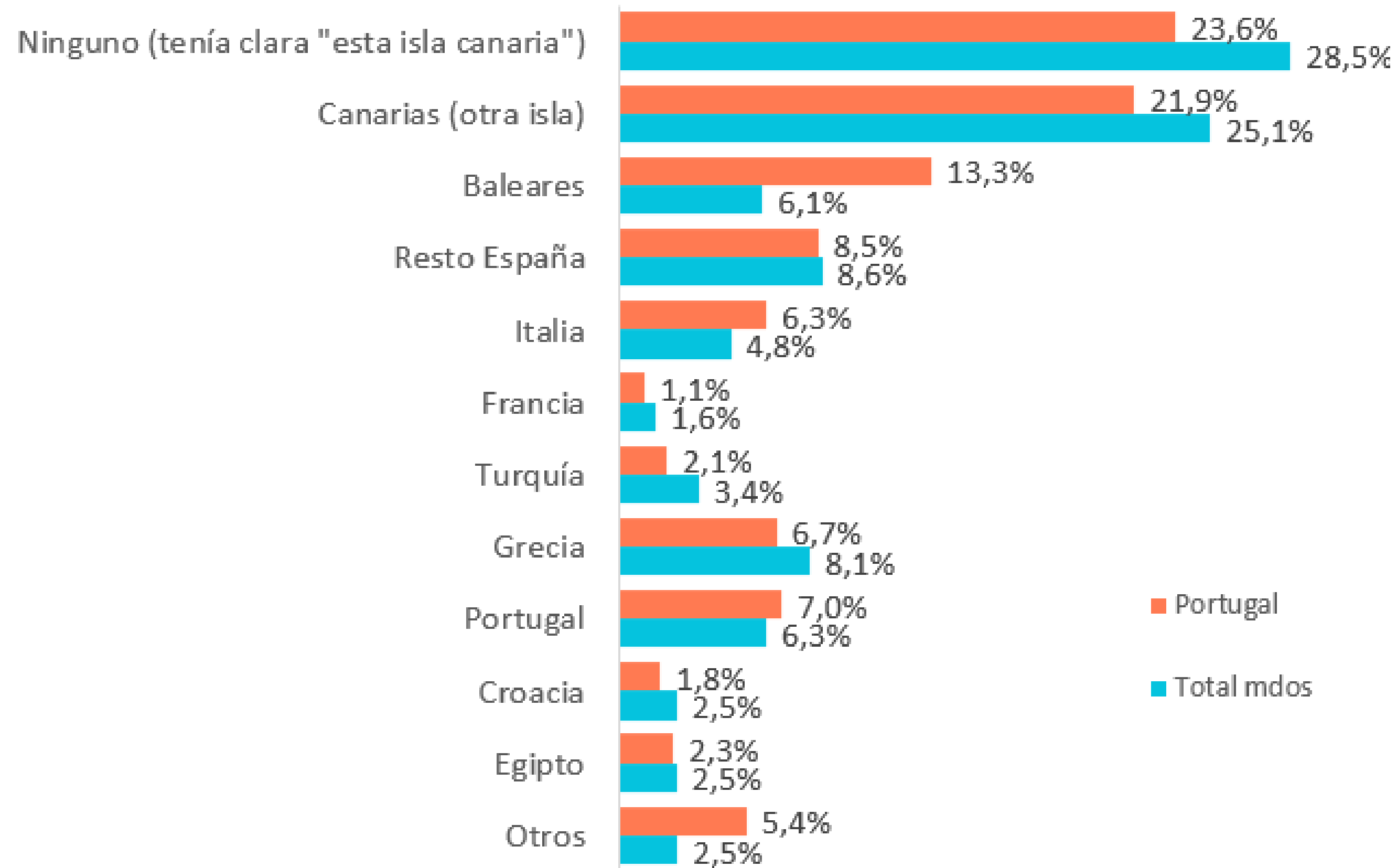


# ¿CON QUIÉN VIENEN?

 **23,9%**  
Viaja con niños



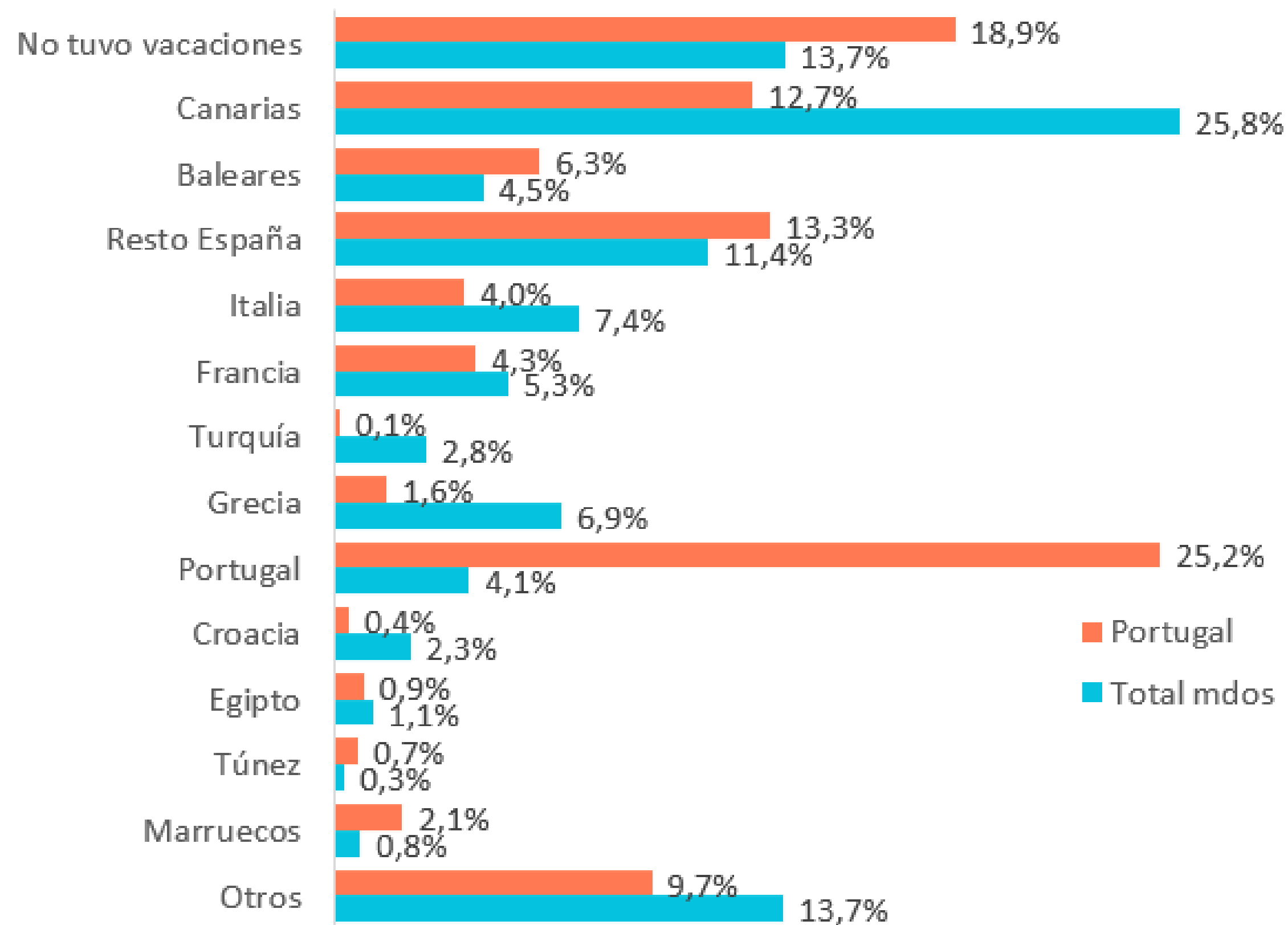
# ¿QUÉ OTROS DESTINOS CONSIDERARON PARA ESTE VIAJE?



% 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?



**35,7%**

**DESCANSAR**



**31,4%**

**EXPLORAR  
LAS ISLAS**



**17,1%**

**DISFRUTAR DE  
LA FAMILIA**



**10,3%**

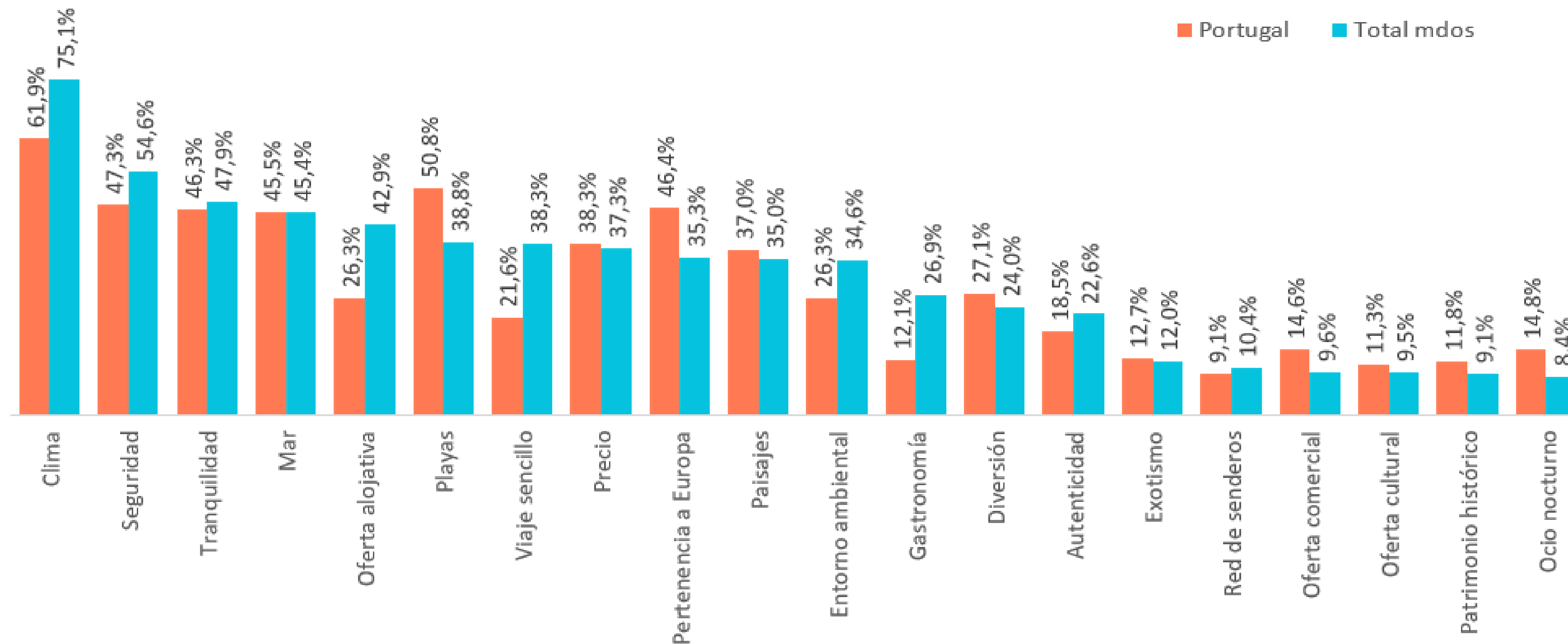
**DIVERSIÓN**



**3%**

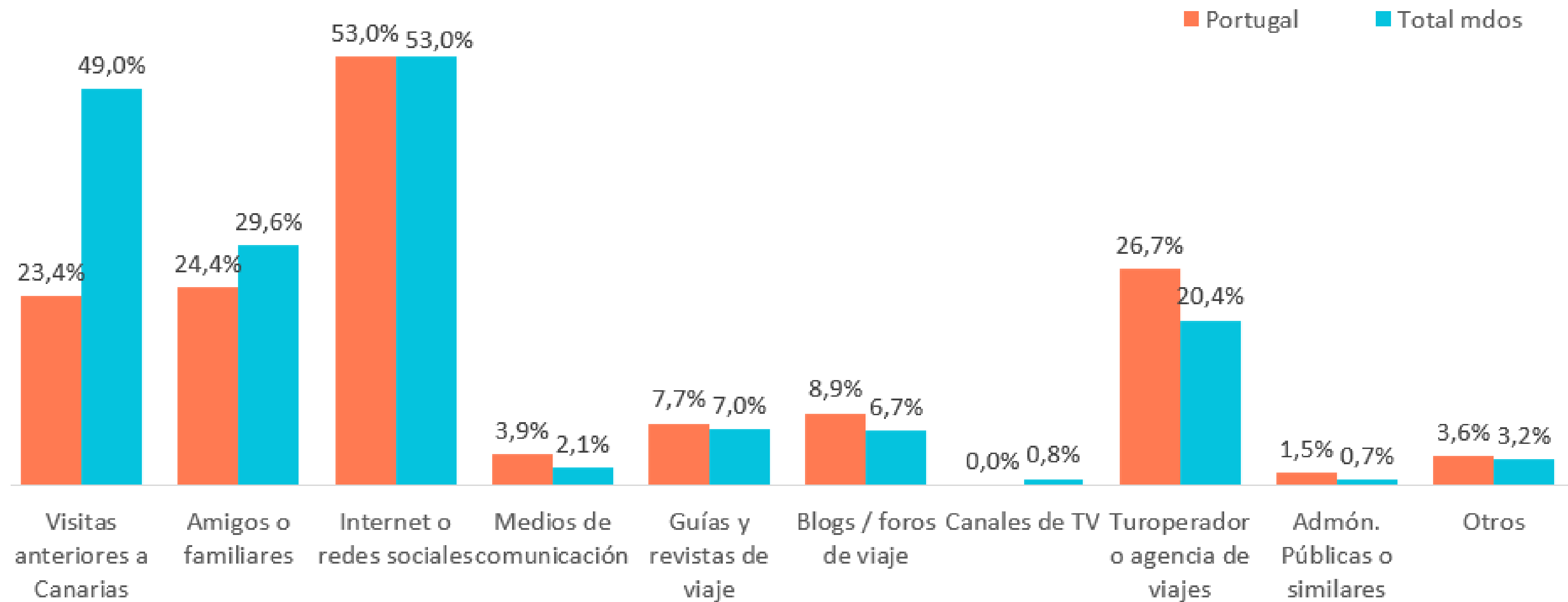
**PRACTICAR  
AFICIONES**

# ¿POR QUÉ ELIGEN CANARIAS?



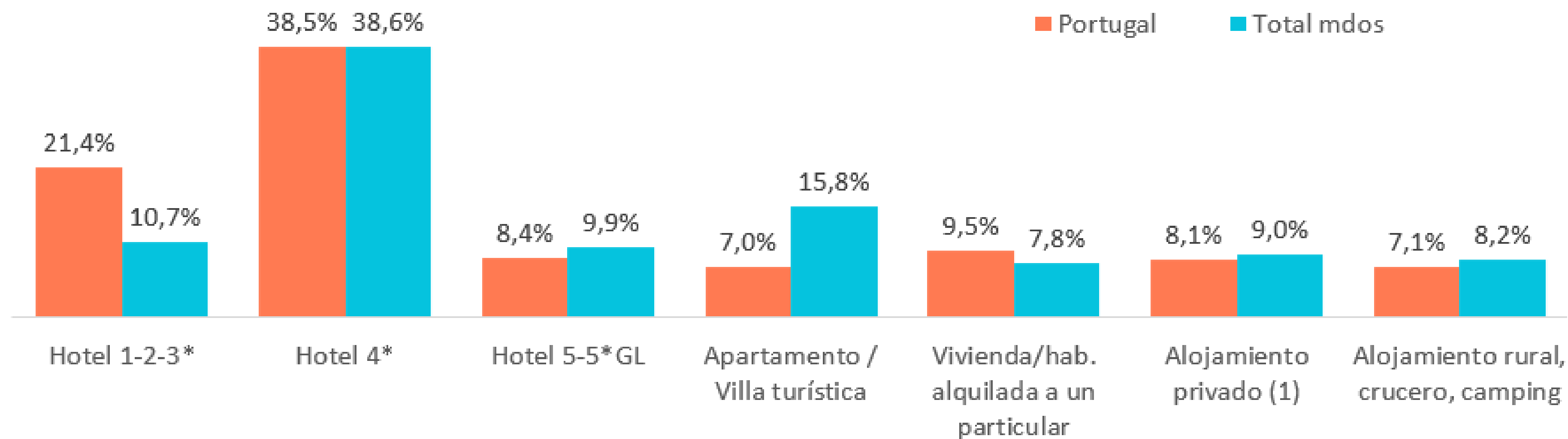
*Nota:*  
Para cada aspecto existen 4 posibles respuestas ("Nada importante", "Algo", "Bastante", "Muy importante").  
El dato se refiere al % de turistas que señala que el aspecto es "Muy importante" en su elección.

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



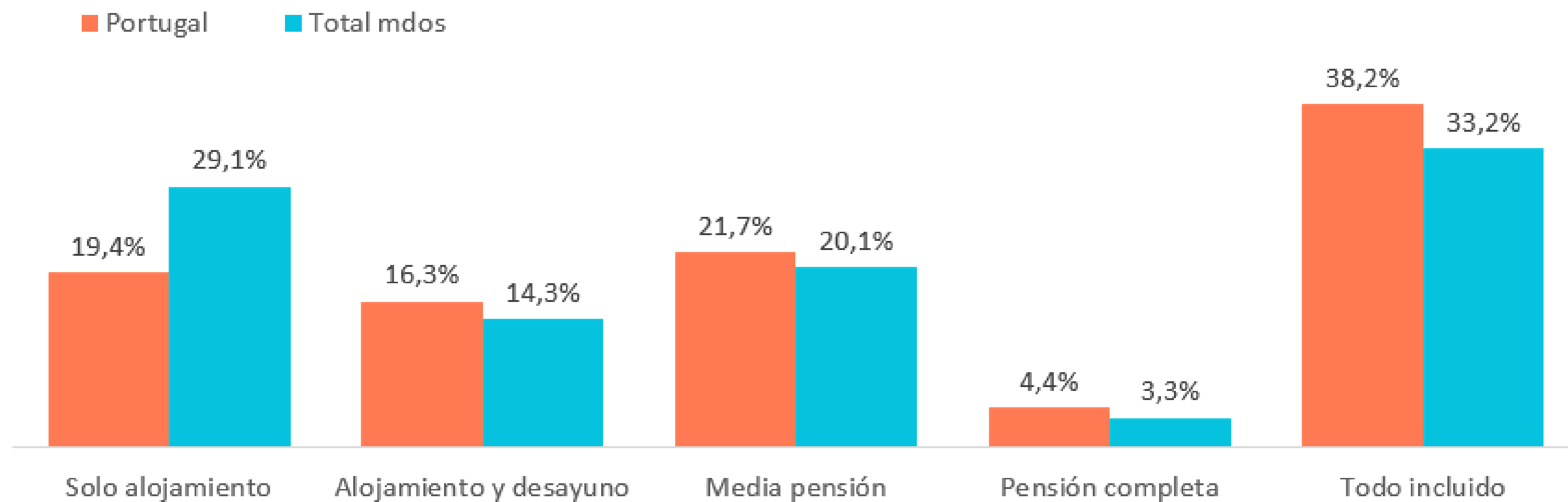
Pregunta multirrespuesta.

# ¿DÓNDE SE ALOJAN?

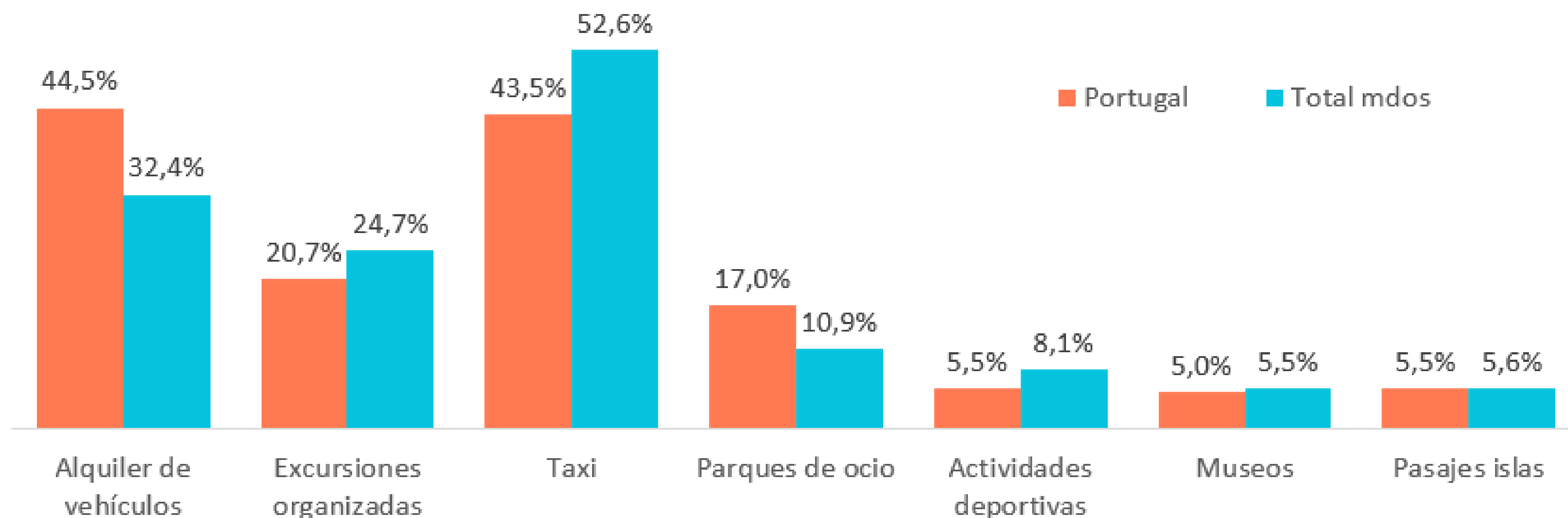


(1) Vivienda propia, de amigos o de familiares, intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados.

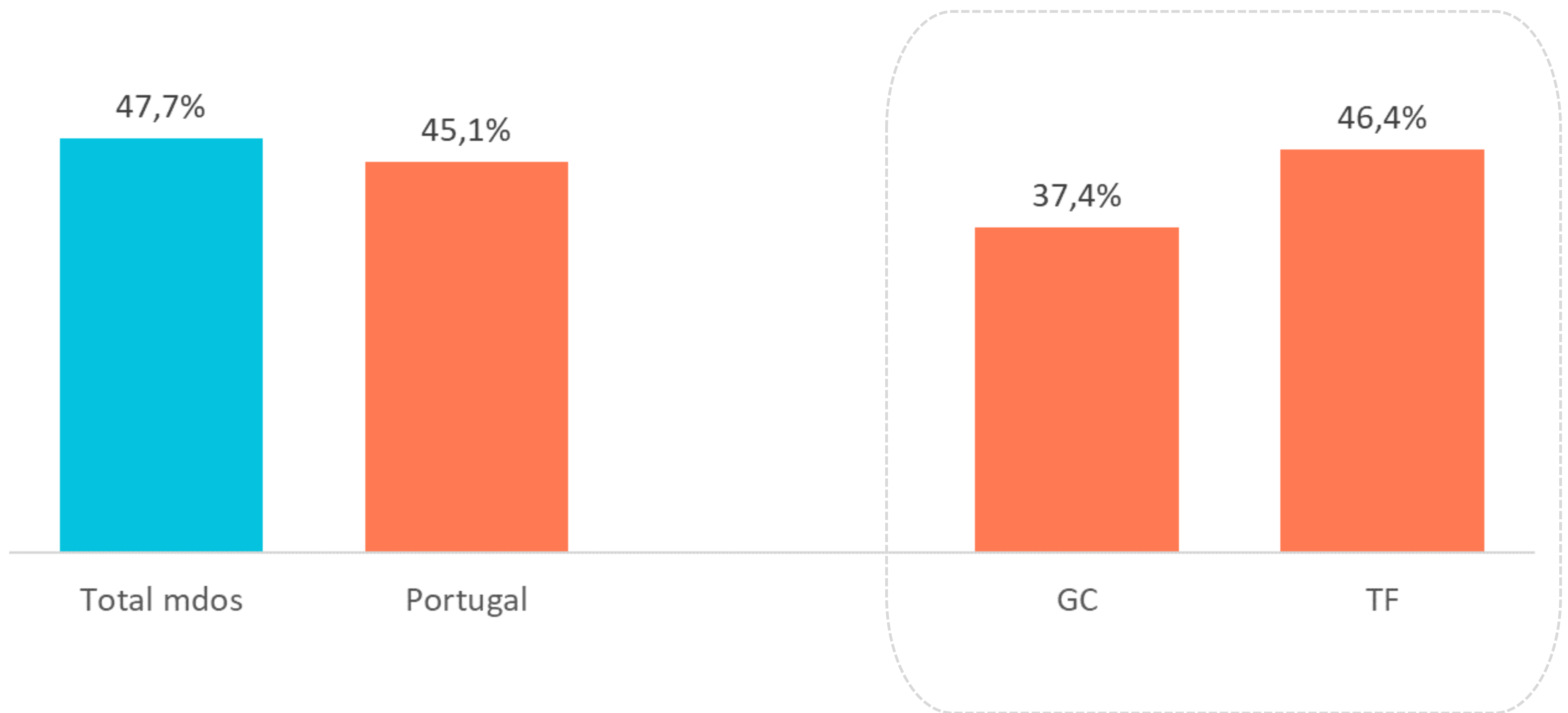
# ¿QUÉ RÉGIMEN DE ALOJAMIENTO CONTRATAN?



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



# % DE TURISTAS QUE CONTRATAN PAQUETE

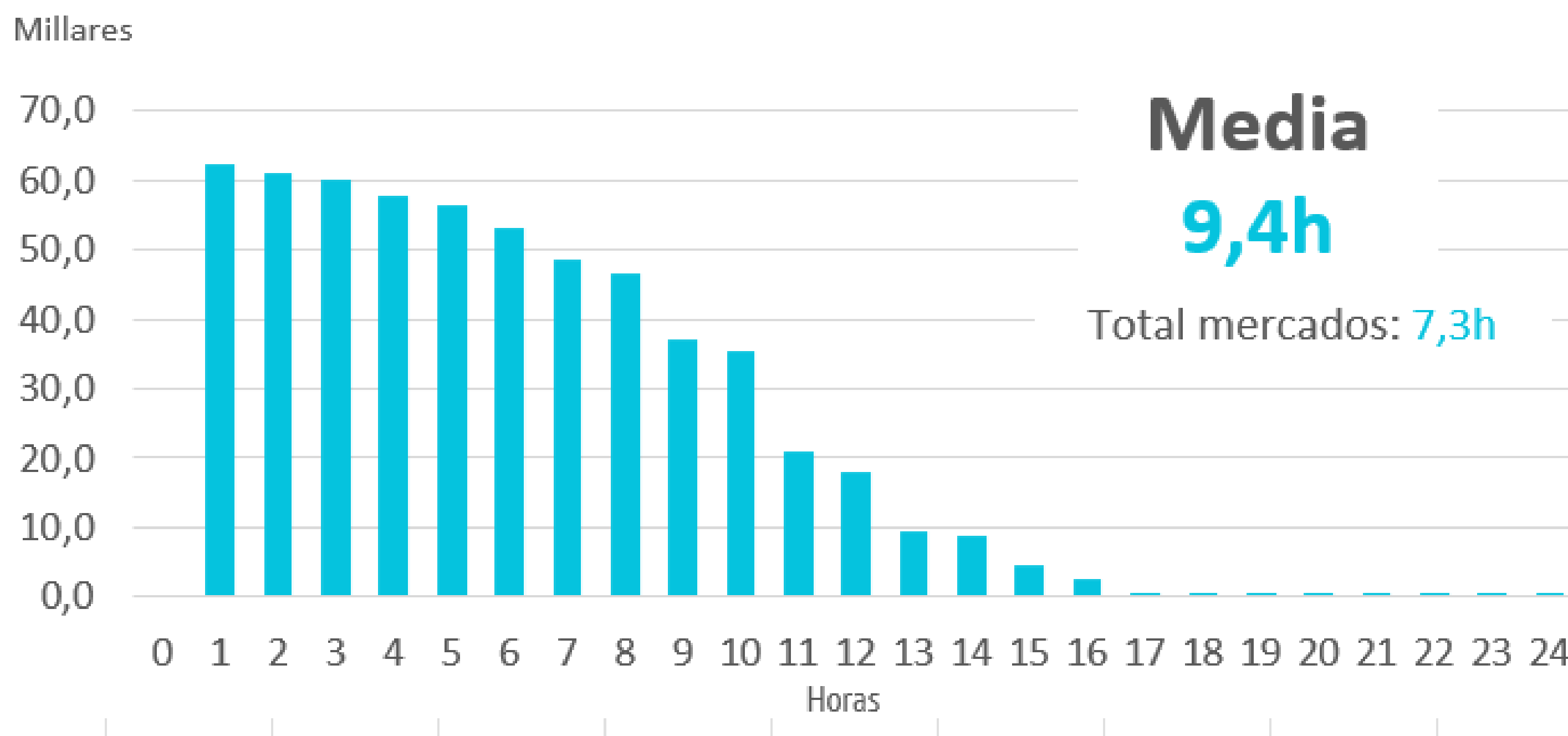




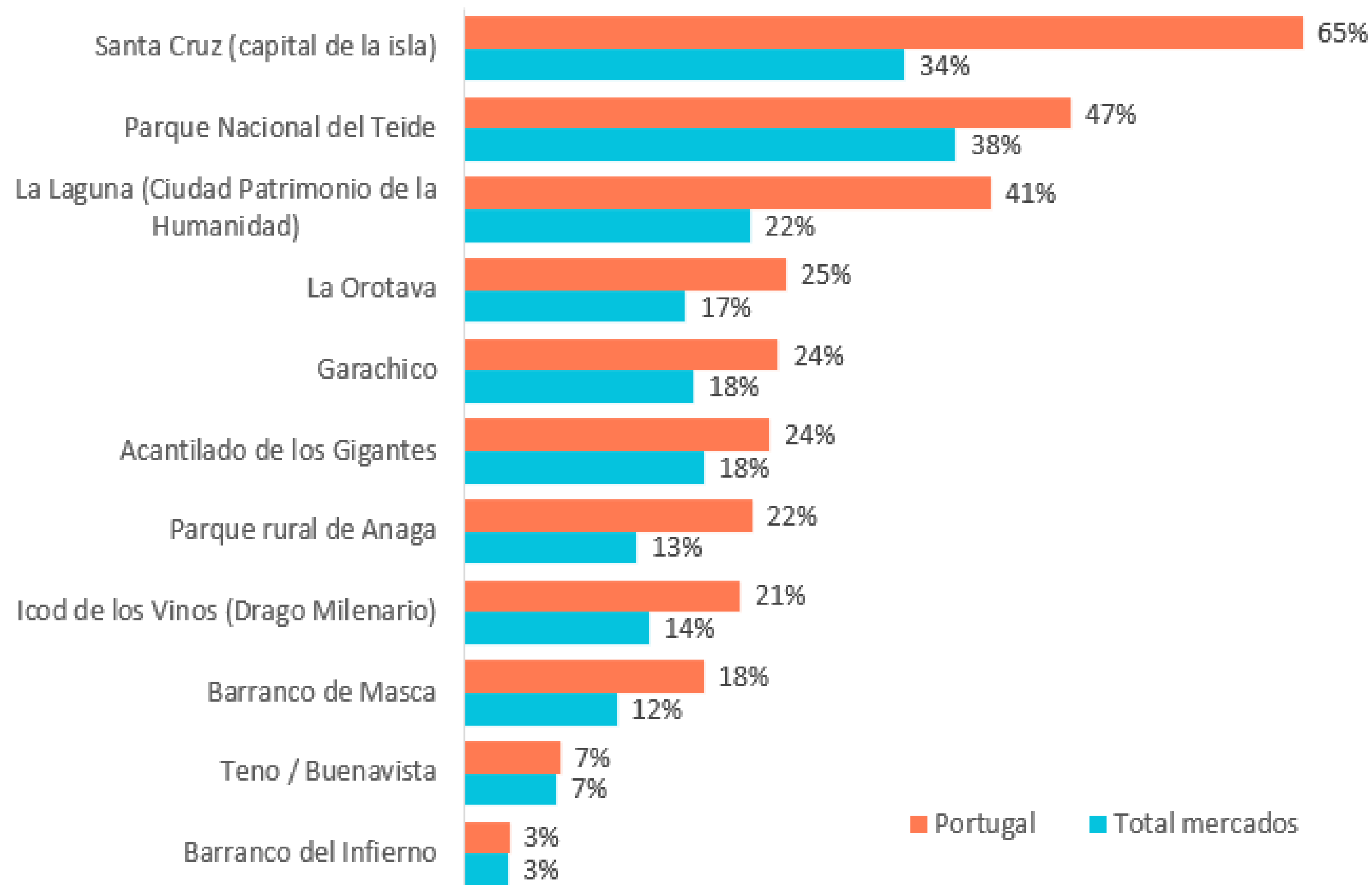
# ¿QUÉ SABEMOS DE LO QUE HACEN EN CANARIAS?



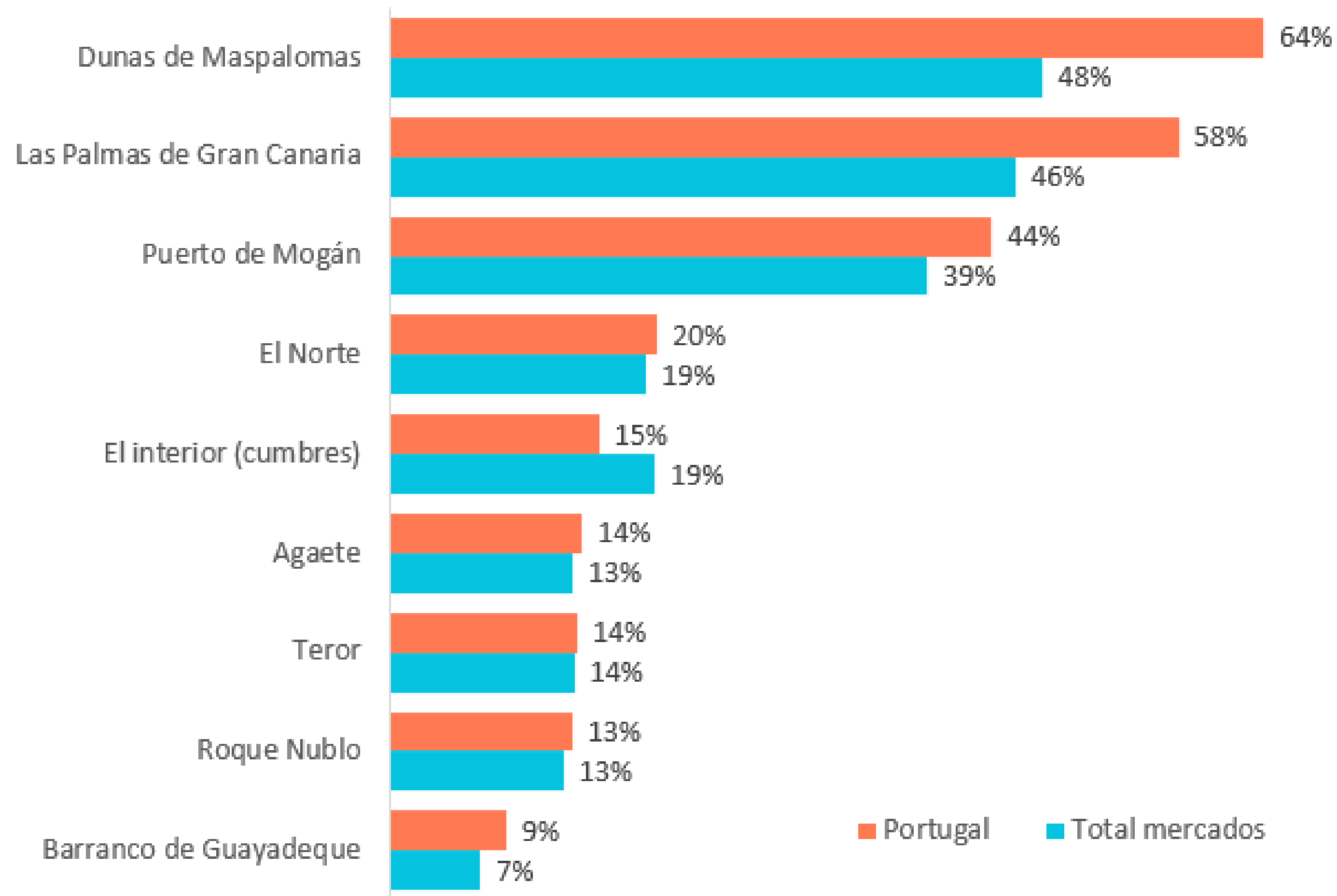
# NÚMERO DE TURISTAS SEGÚN HORAS DIARIAS QUE PASAN FUERA DEL ESTABLECIMIENTO



# ¿QUÉ HACEN EN TENERIFE?



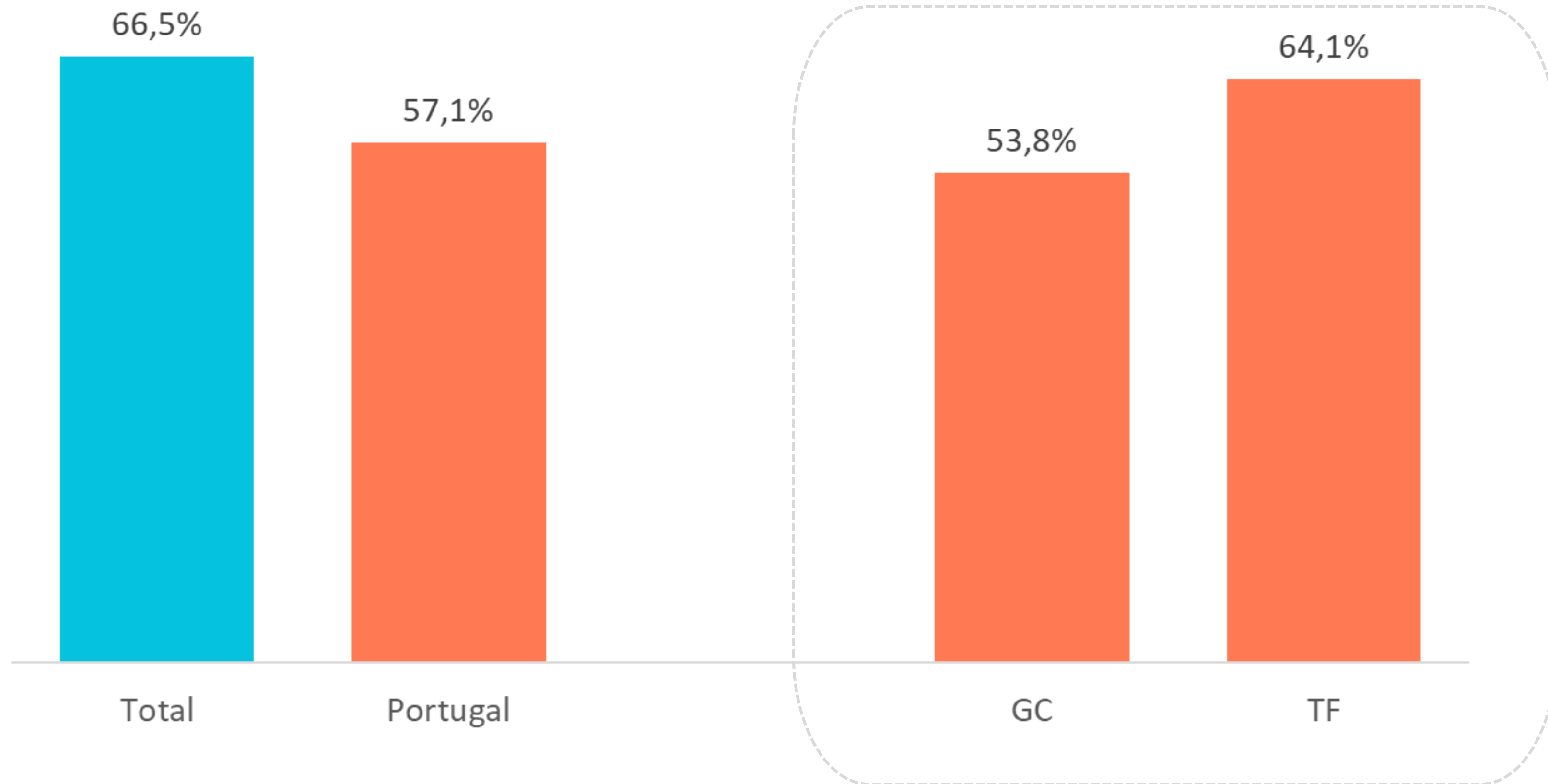
# ¿QUÉ HACEN EN GRAN CANARIA?



# GASTRONOMÍA

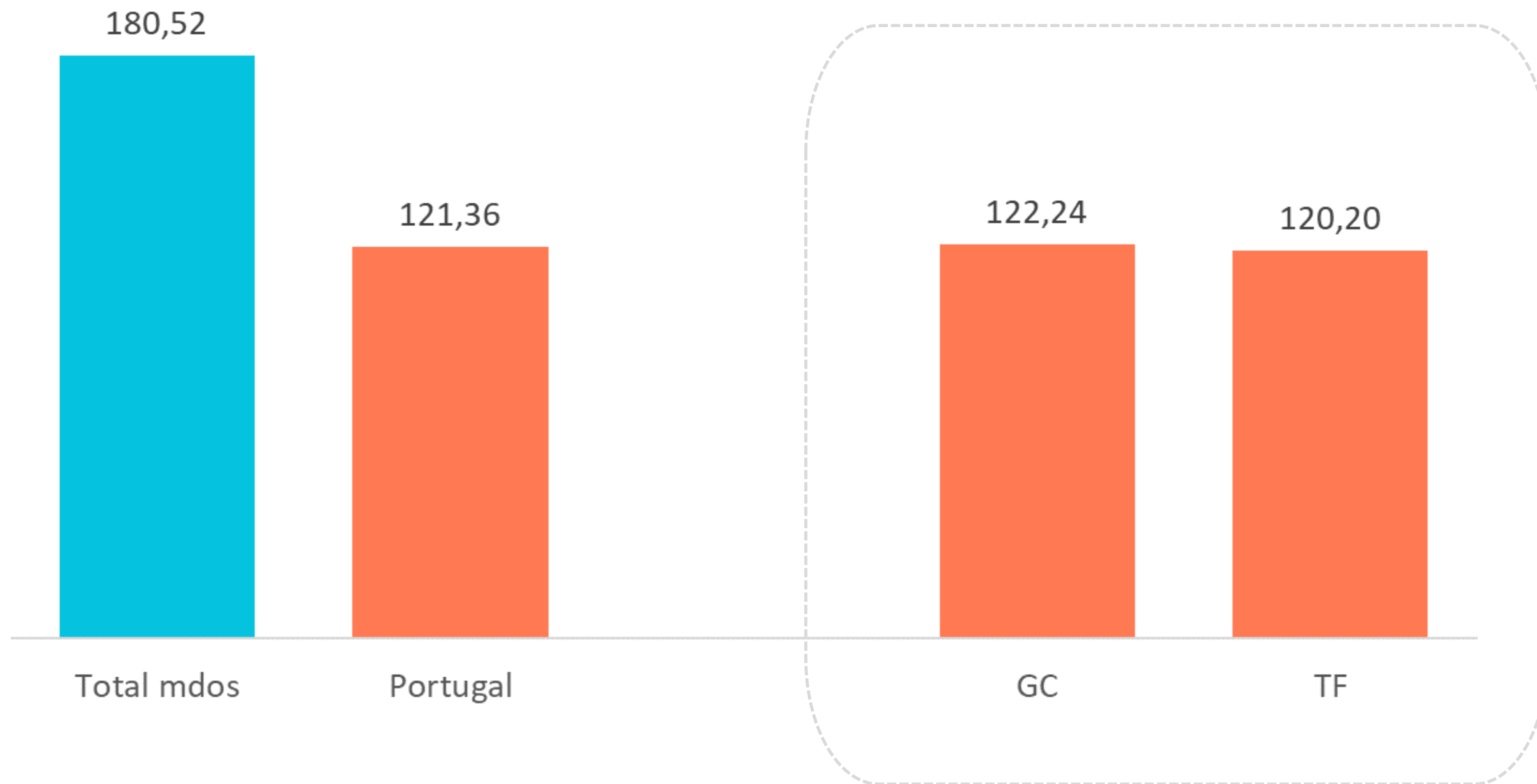


# CUÁNTOS GASTAN EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS



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

# CUÁNTO GASTAN EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS



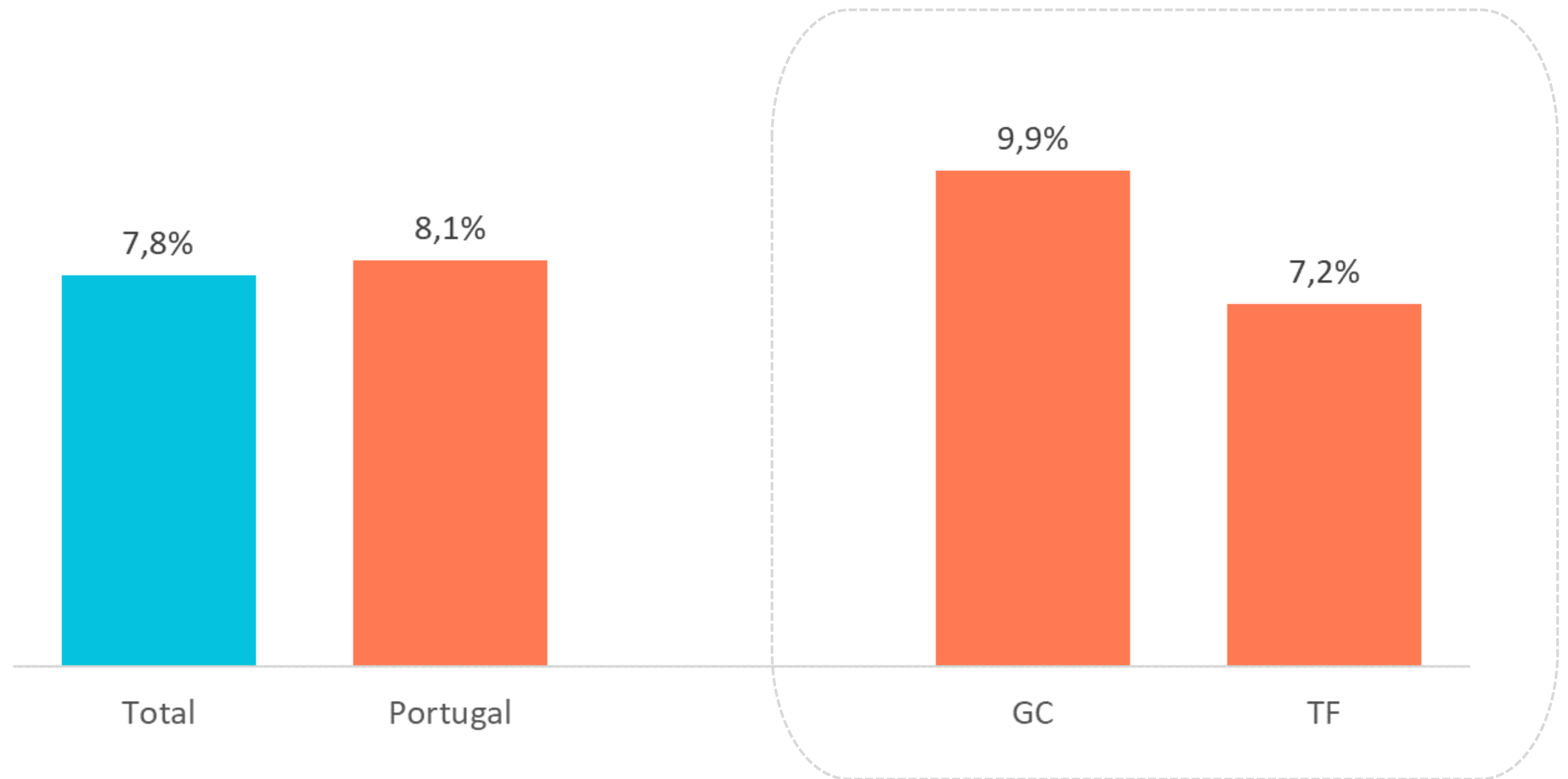
*% Turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto*

# CULTURA





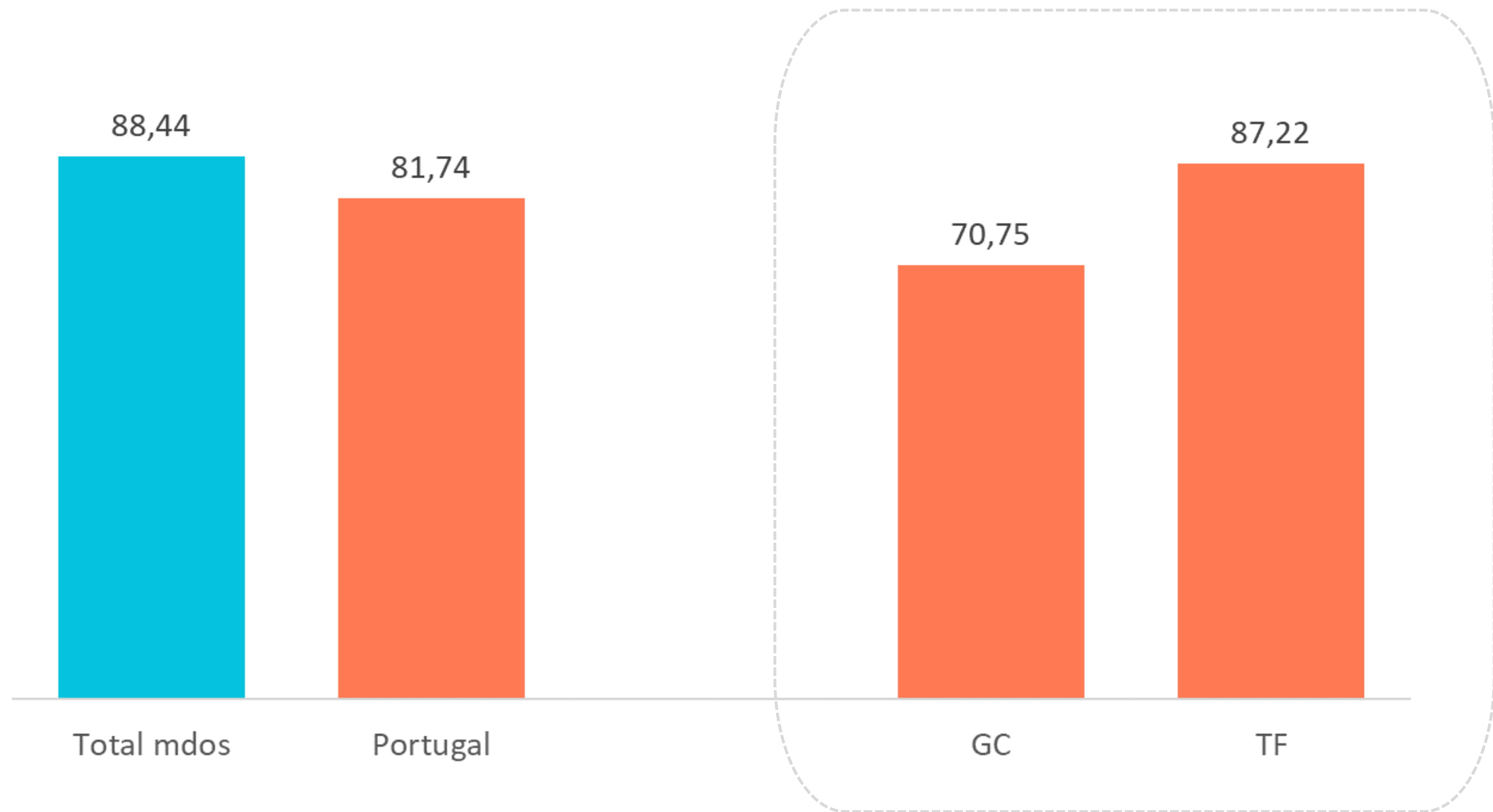
# CUÁNTOS GASTAN EN ACTIVIDADES CULTURALES



*% 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



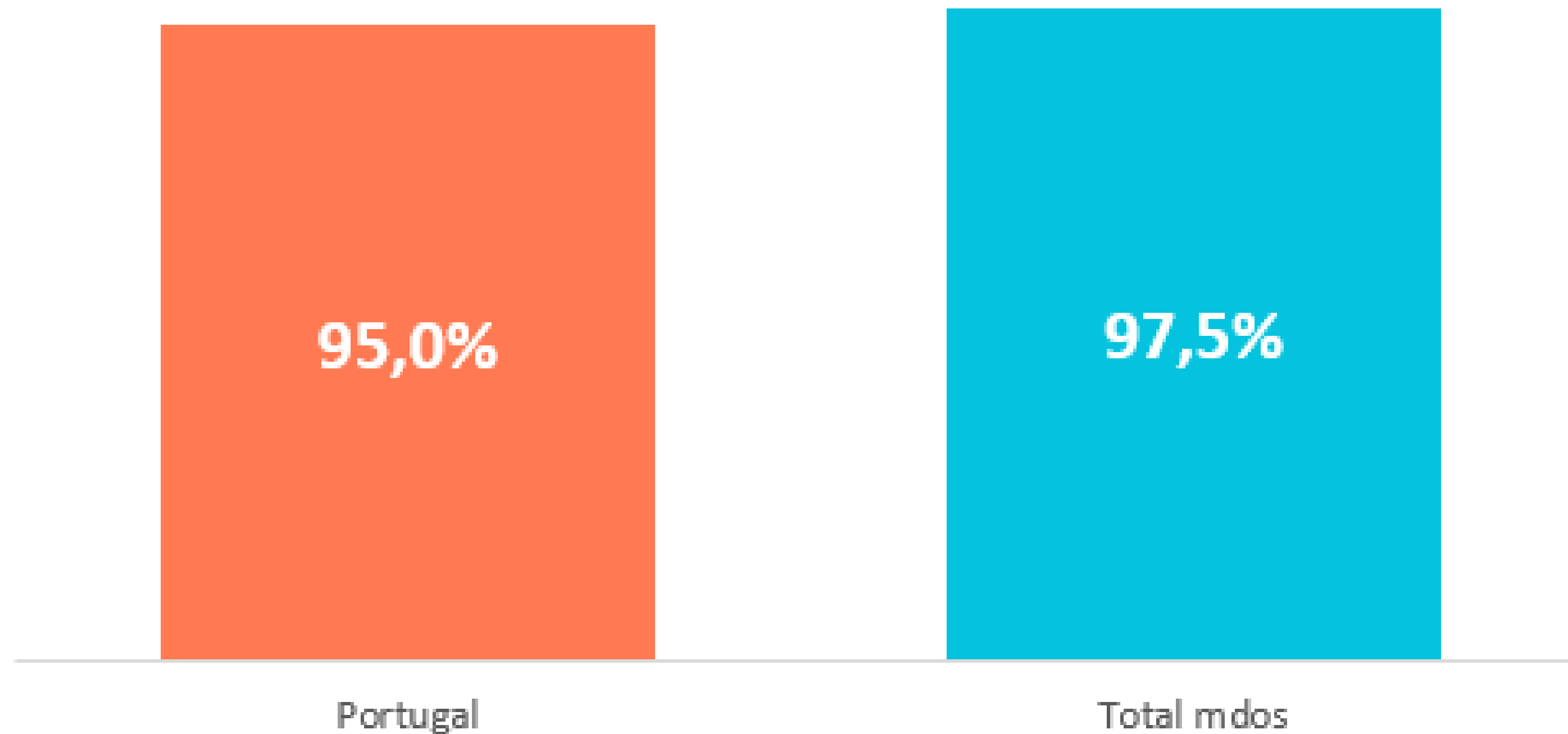
*Gasto medio de los turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto*

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

A scenic view of a rocky canyon with a wooden walkway leading to a cave entrance. The walkway is made of wooden planks and has a rope railing. The canyon walls are made of large, light-colored rocks. In the background, there are palm trees and a valley. The sky is bright and clear.

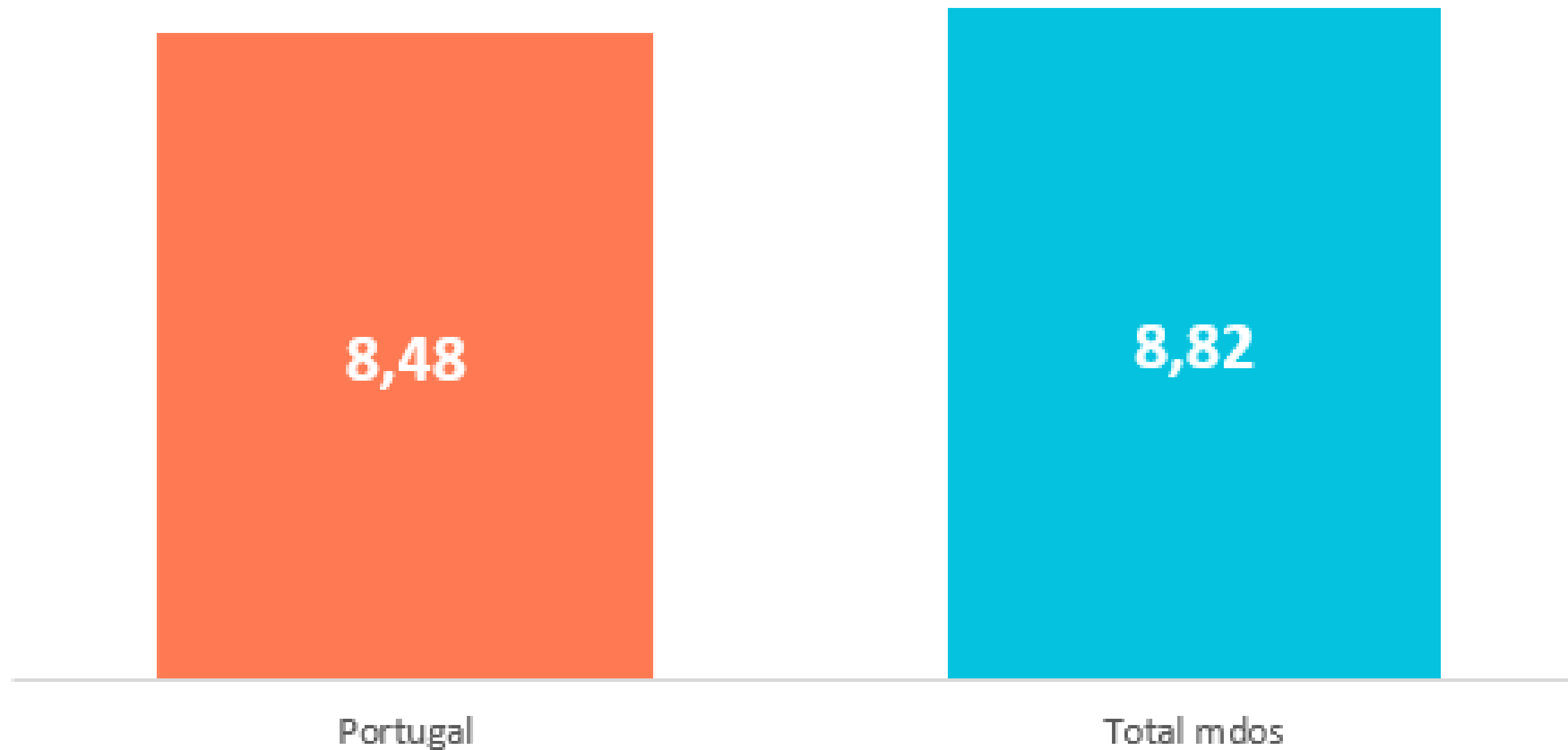
**¿CÓMO VALORAN LA  
EXPERIENCIA DEL VIAJE  
A CANARIAS?**

# ¿CÓMO CALIFICAN SU EXPERIENCIA EN CANARIAS?



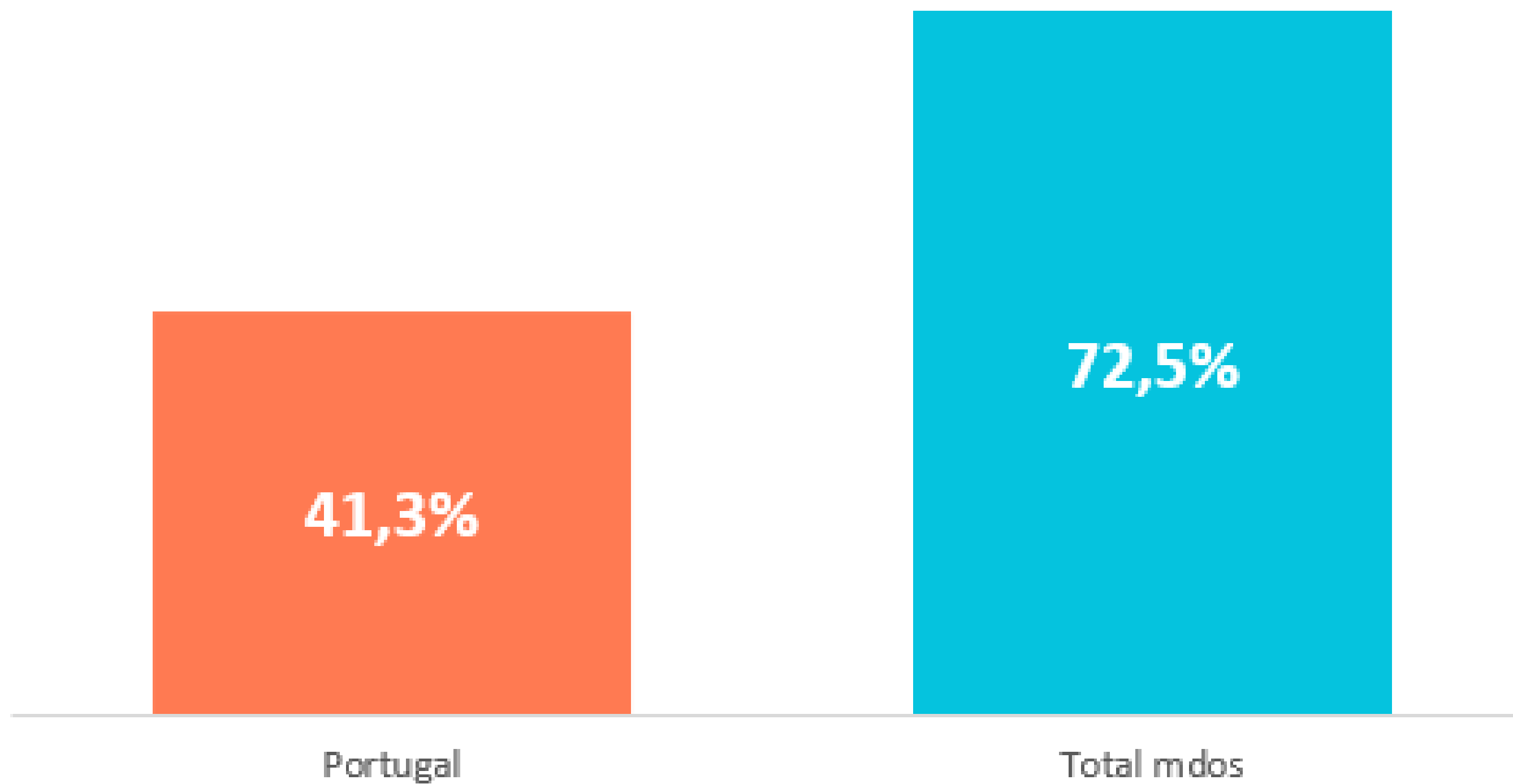
*El dato se refiere al % de turistas que señalan que su experiencia estuvo a la altura, mejor o mucho mejor de lo esperado.*

# ¿QUÉ NOTA NOS DAN COMO DESTINO?



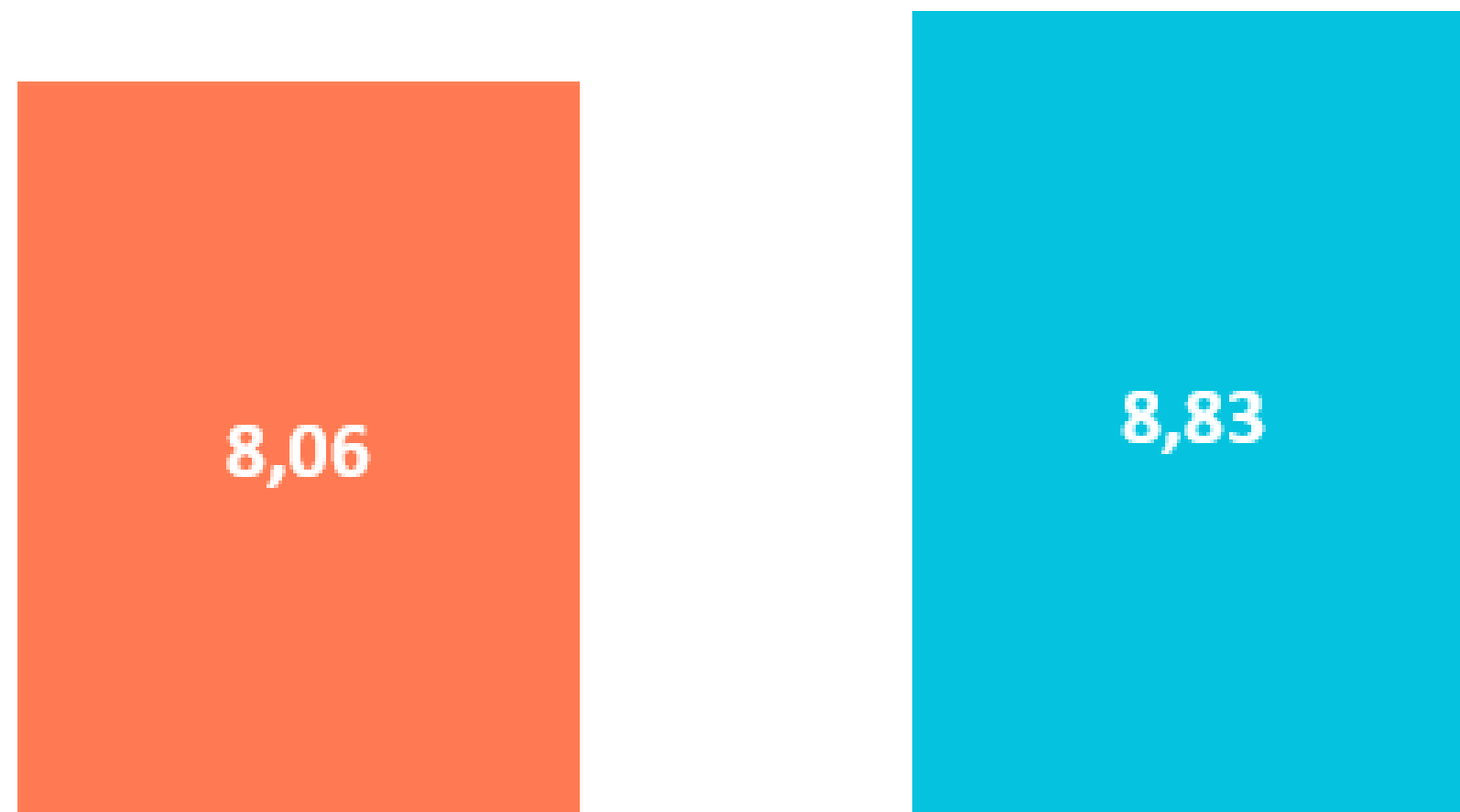
*Escala (0-10)*

# ¿CUÁNTOS REPITEN?



# ¿CUÁLES SON SUS INTENCIONES FUTURAS?

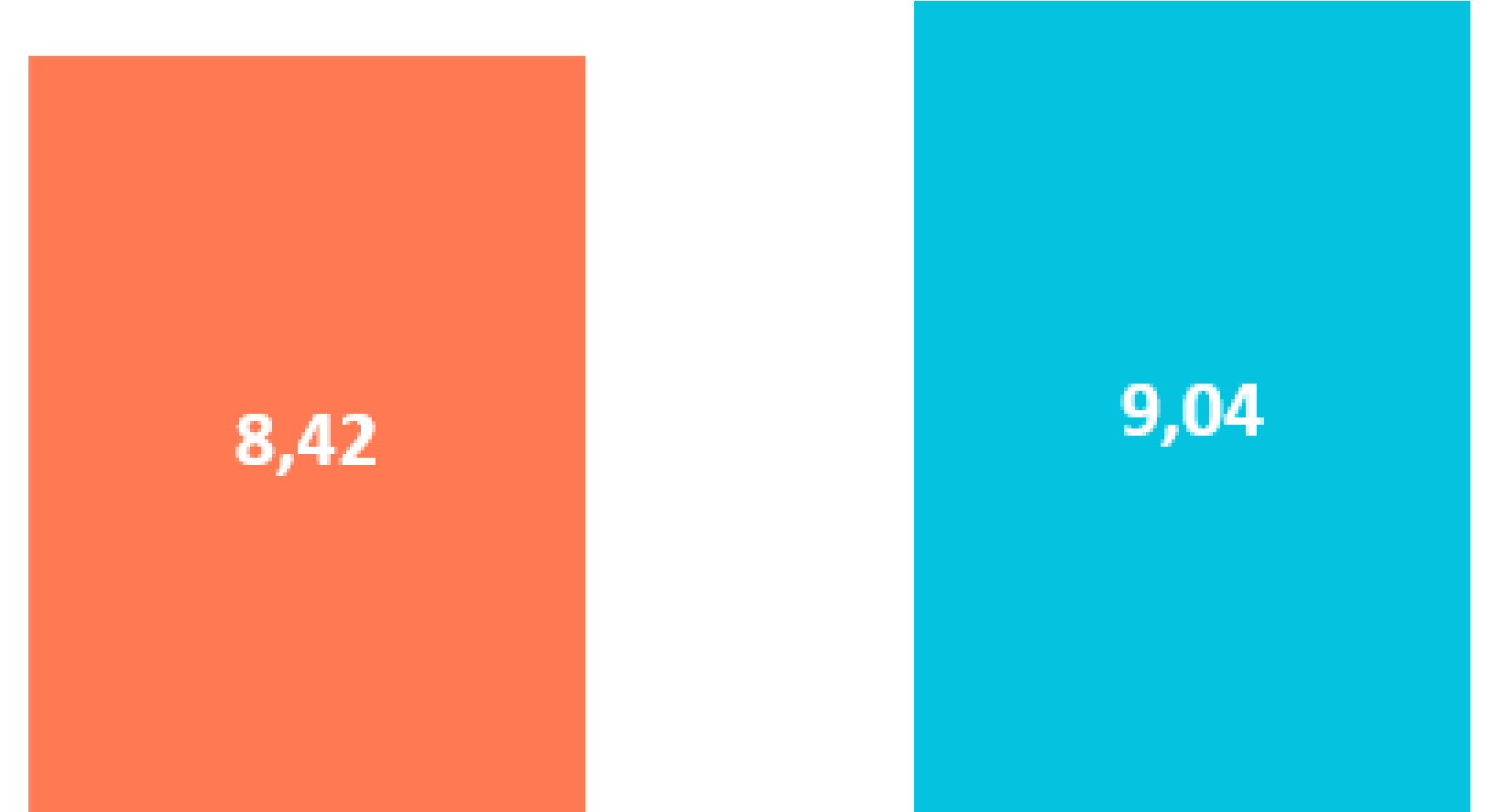
## Volver a Canarias



Portugal

Total mdos

## Recomendar Canarias



Portugal

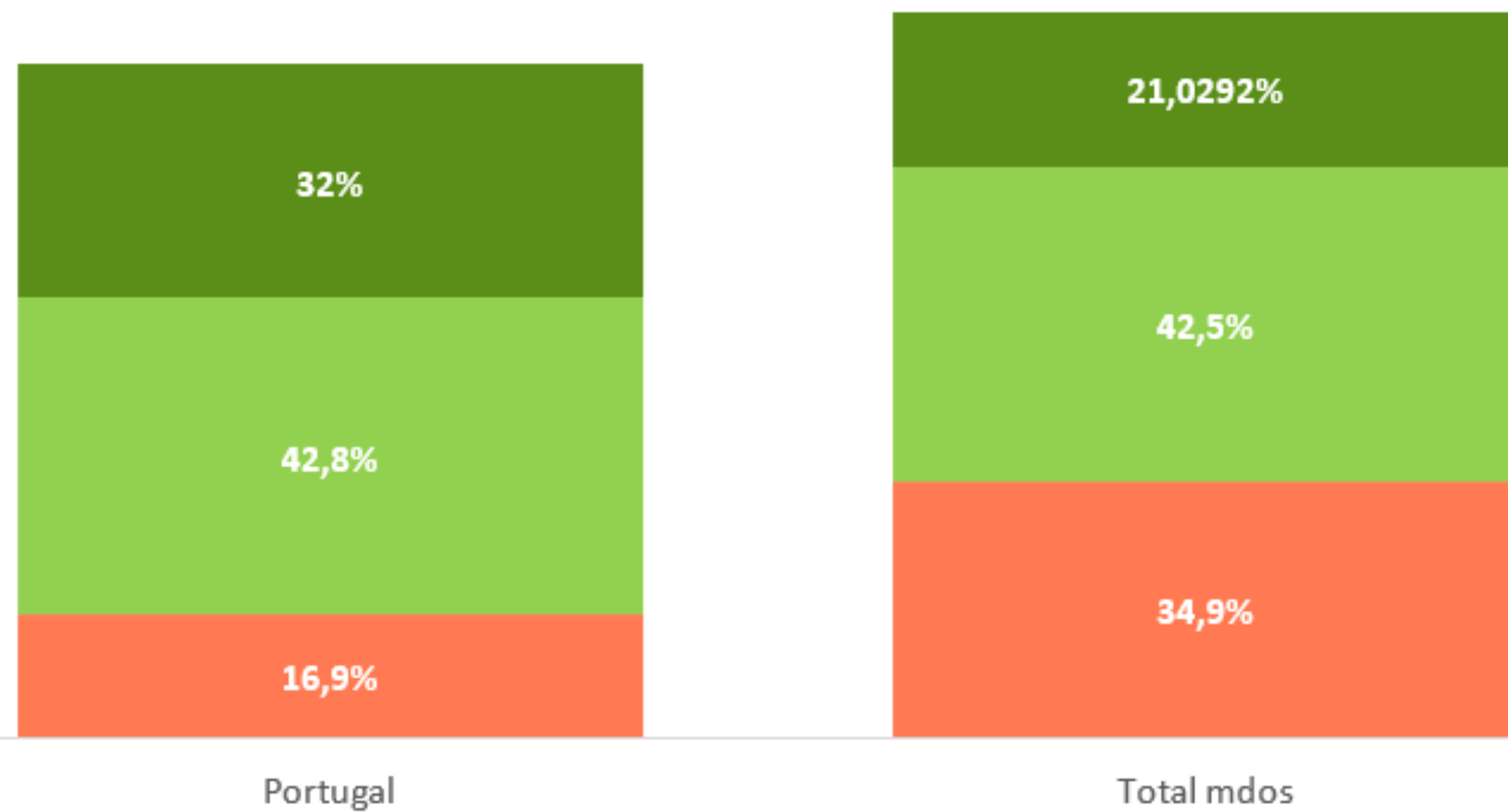
Total mdos

*Escala (0-10)*

# SOSTENIBILIDAD (I)

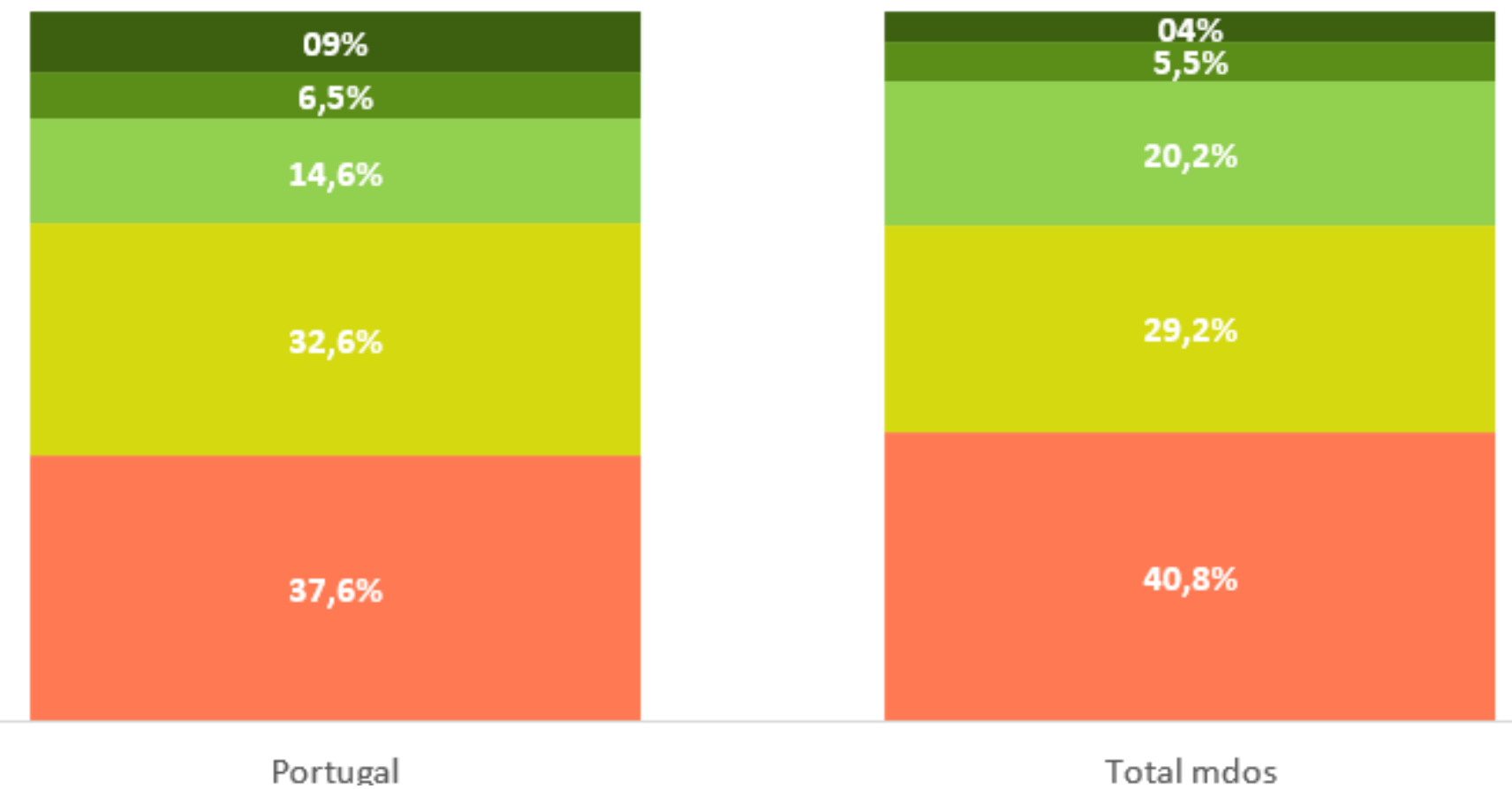
En sus viajes, ¿Suele elegir opciones más sostenibles?

■ 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%

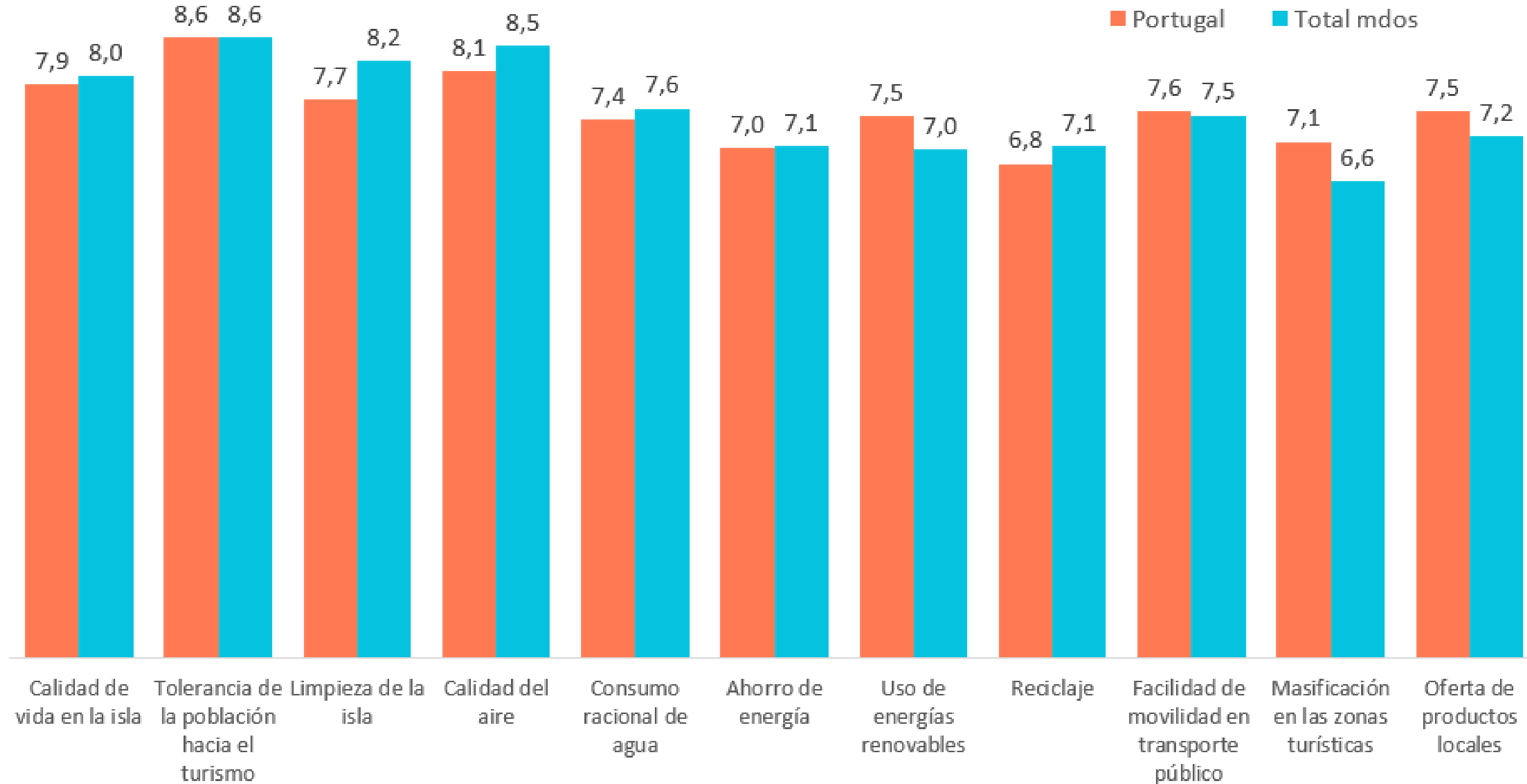




# SOSTENIBILIDAD (II)

## 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