

canarias  
OBJETIVO de PROGRESO



Unión Europea

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional



Gobierno  
de Canarias



Turismo de  
Islas Canarias

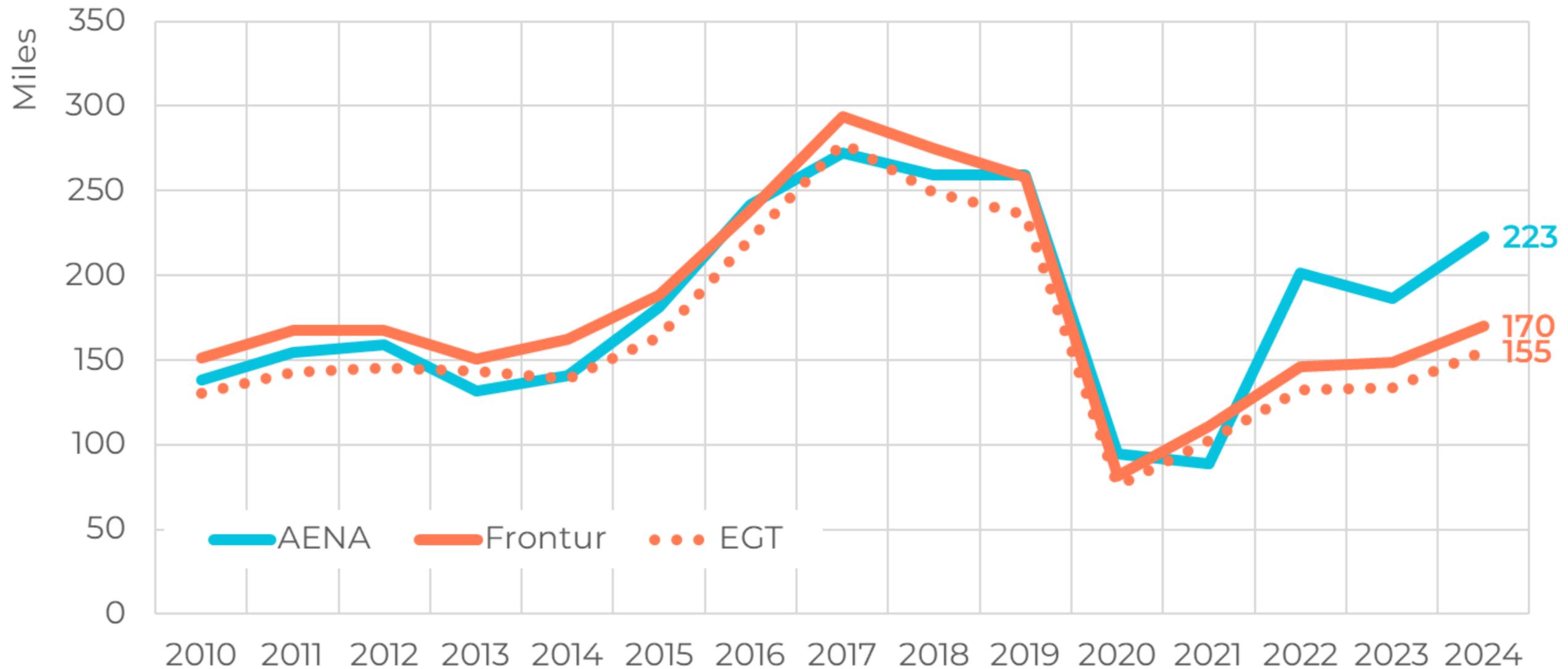
MARKETING FOR CANARY ISLANDS



# PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA PALMA –2024–

Fuente: Encuesta sobre Gasto Turístico (ISTAC)

# ¿CUÁNTOS SON?



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

FRONTUR: turistas (ISTAC)

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

# ¿CUÁNTO GASTAN?

**1.294 €**  
Gasto medio  
por viaje  
CANARIAS: 1.443€

=

**394 €**  
Coste medio  
del vuelo  
CANARIAS: 410€

+

**900 €**  
Coste medio de  
la estancia  
CANARIAS: 1.033€

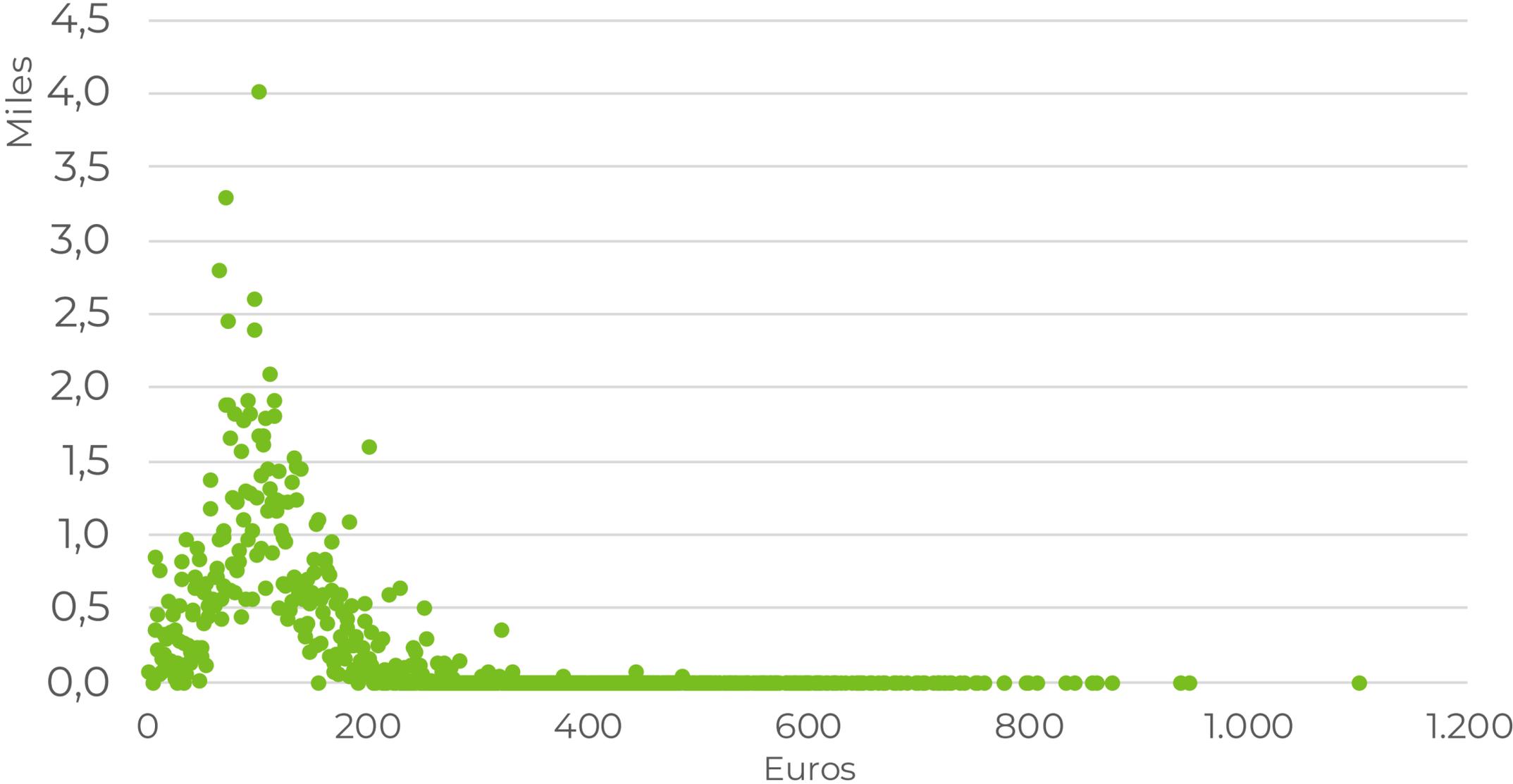
**154,3 €**  
Gasto medio  
diario  
CANARIAS: 176,9€

**106,6 €**  
Gasto medio diario  
(sin incluir el vuelo)  
CANARIAS: 125,7€

**201 M€**  
Facturación  
total (≥ 16 años)  
CANARIAS: 22.351 M€

# GASTO MEDIO DIARIO SIN VUELO

Número de turistas según gasto medio diario sin vuelo

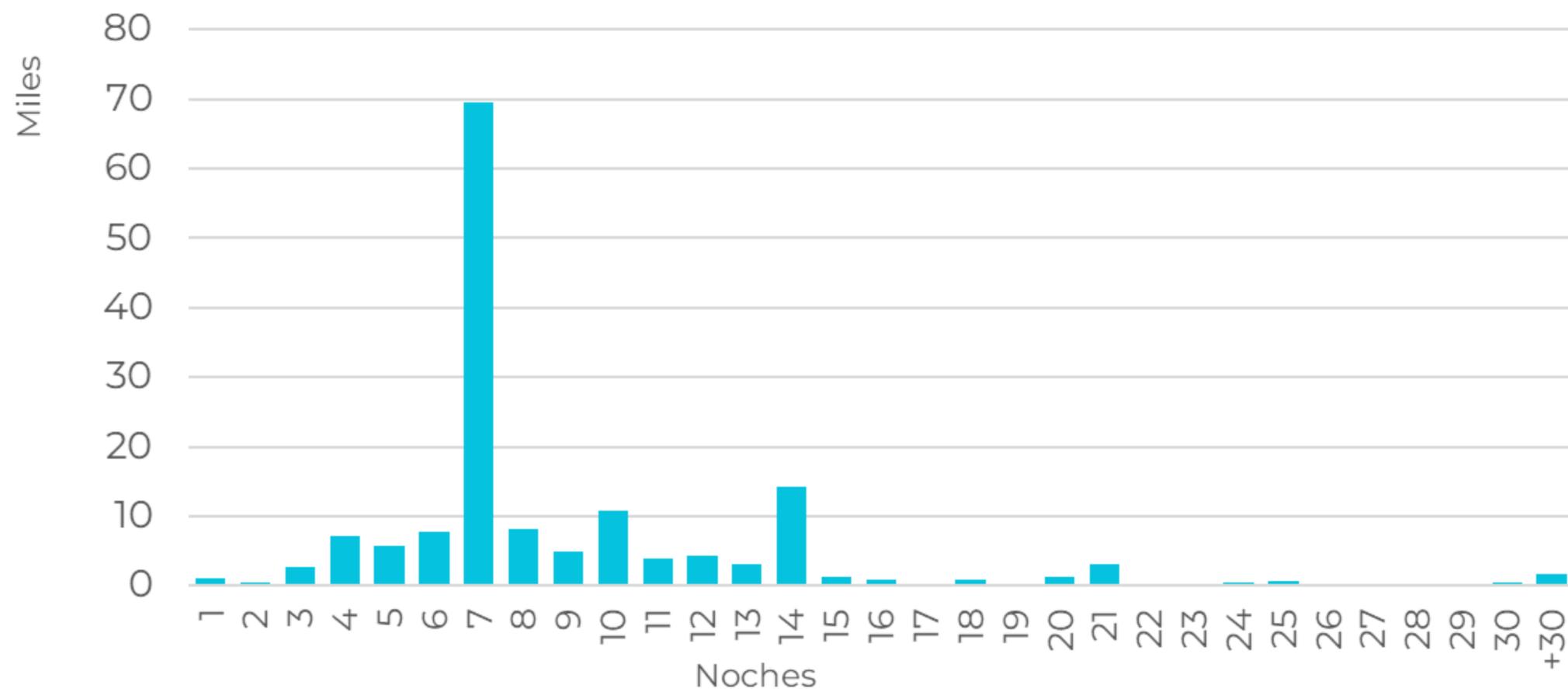


# DURACIÓN DE LA ESTANCIA

**9,5** noches  
Estancia media  
CANARIAS: 9,4 noches

**7,0** noches  
Estancia mediana  
CANARIAS: 7,0 noches

Número de turistas según noches de estancia



# ¿CÓMO SON?

## Principales características

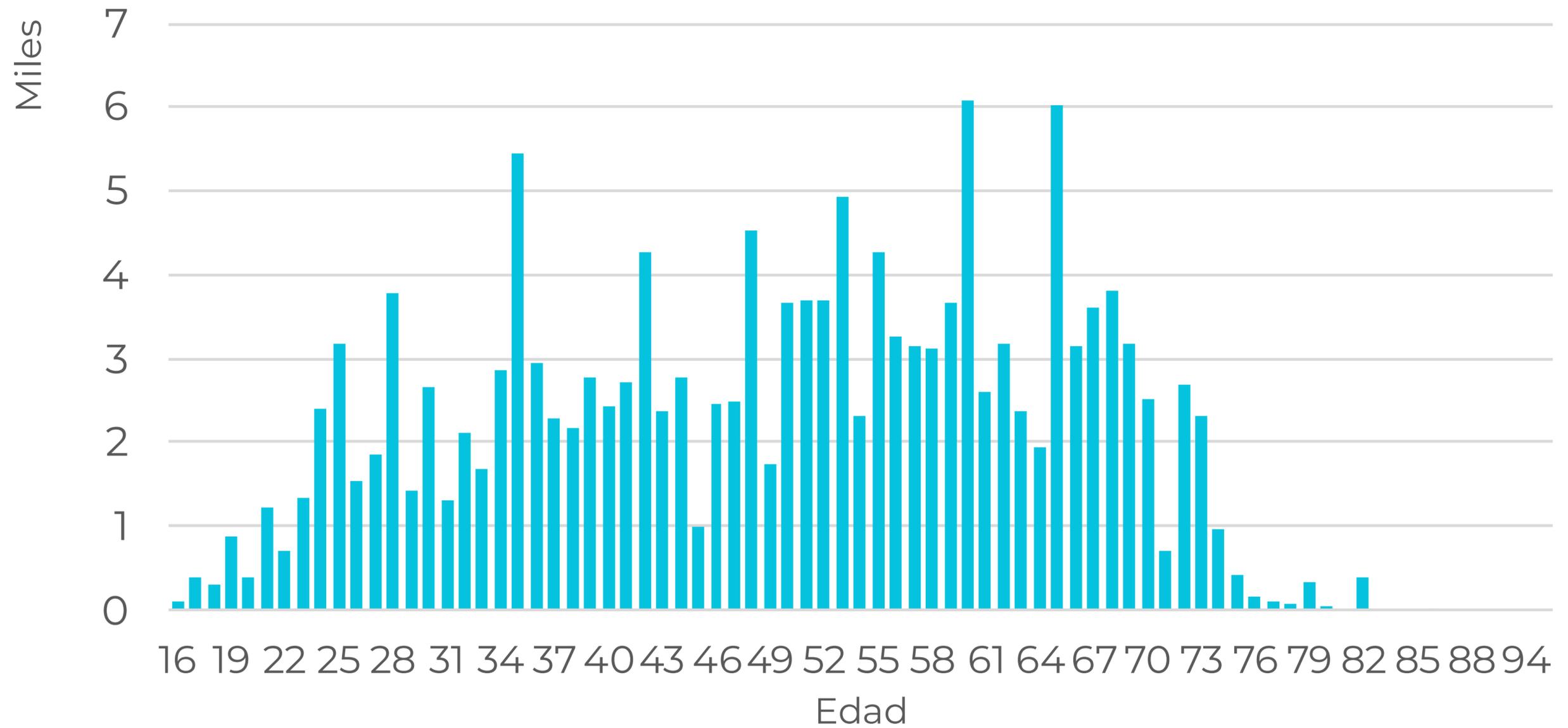
		<b>La Palma</b>	<b>CANARIAS</b>
Sexo	% mujeres	51,80%	51,58%
Edad <sup>(1)</sup>	años	49,19	46,79
Situación laboral	% Asalariados cargos altos y medios	58,3%	55,9%
	% Empresarios y autónomos	17,6%	18,5%
Capacidad adquisitiva <sup>(2)</sup>	Renta anual del hogar (miles de €)	54,97 €	54,75 €

(1) Turistas (≥ 16 años) (ISTAC).

(2) Estimación Promotur.

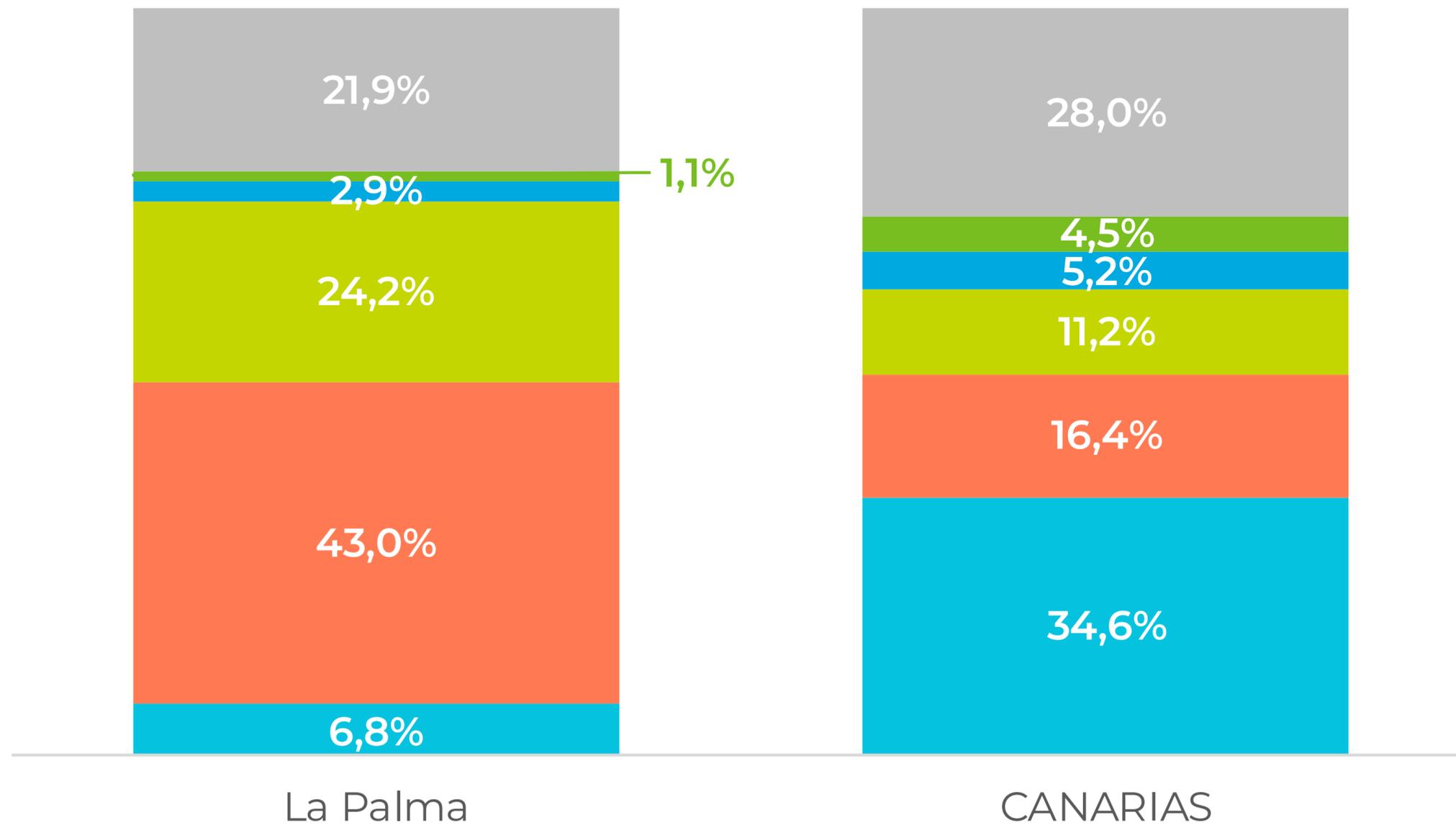
# EDAD

Número de turistas según edad

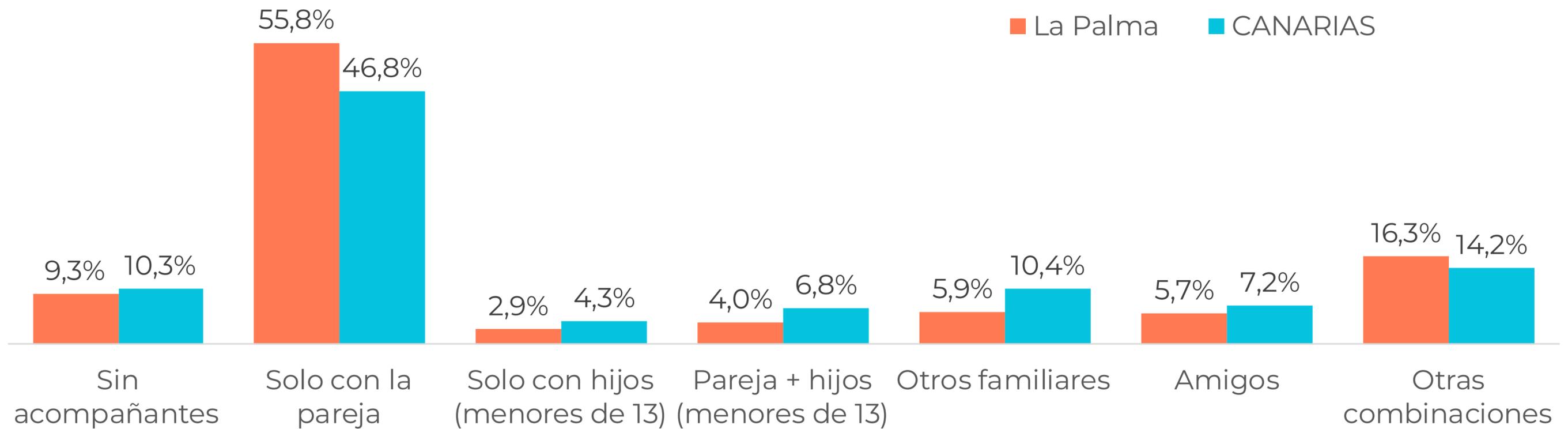


# ¿DE DÓNDE SON?

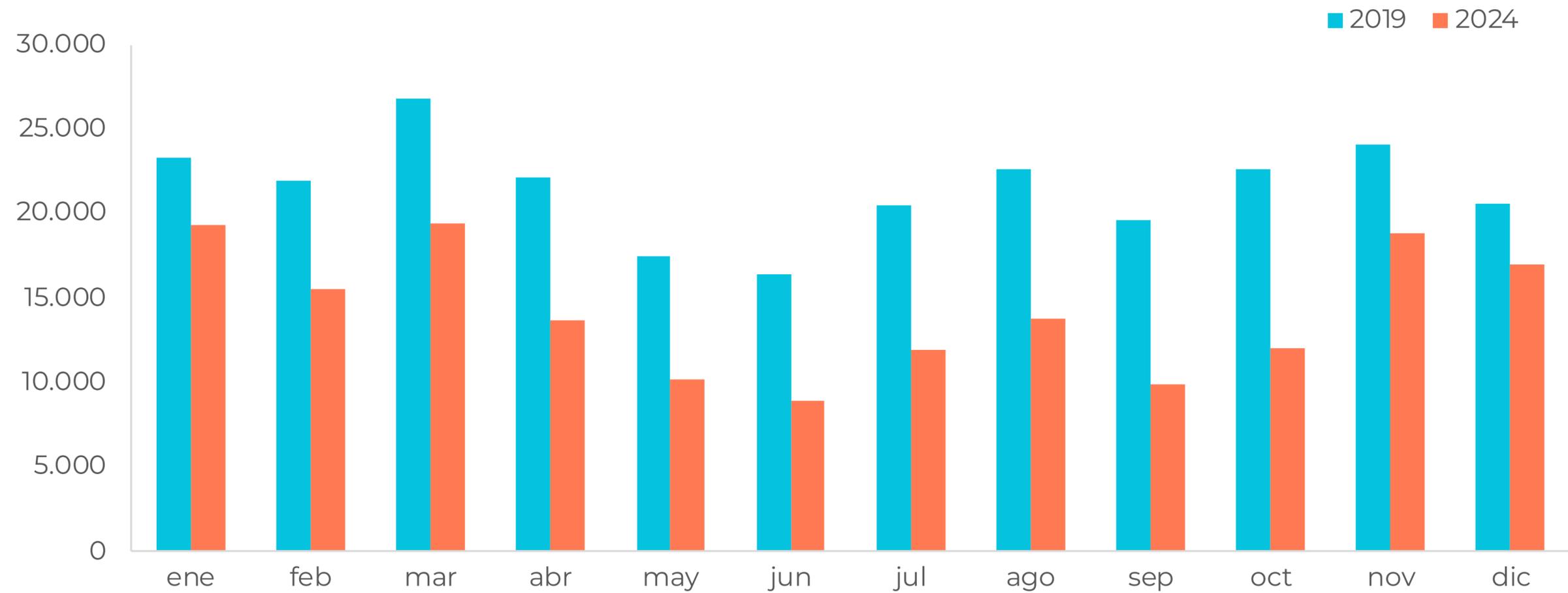
■ Reino Unido ■ Alemania ■ Península ■ Francia ■ Italia ■ Otros



# ¿CON QUIÉN VIENEN?

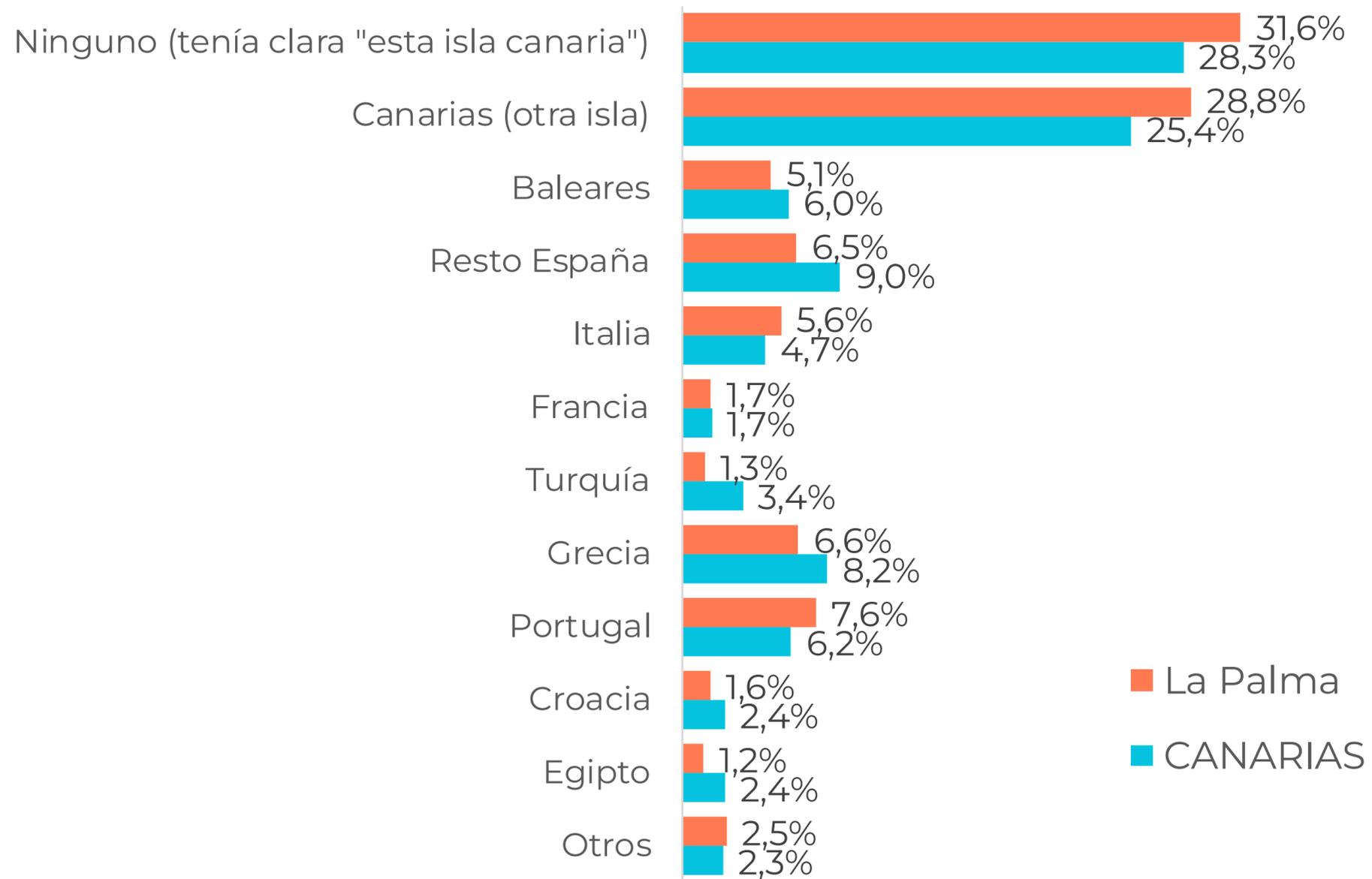


# ¿CUÁNDO VIENEN?



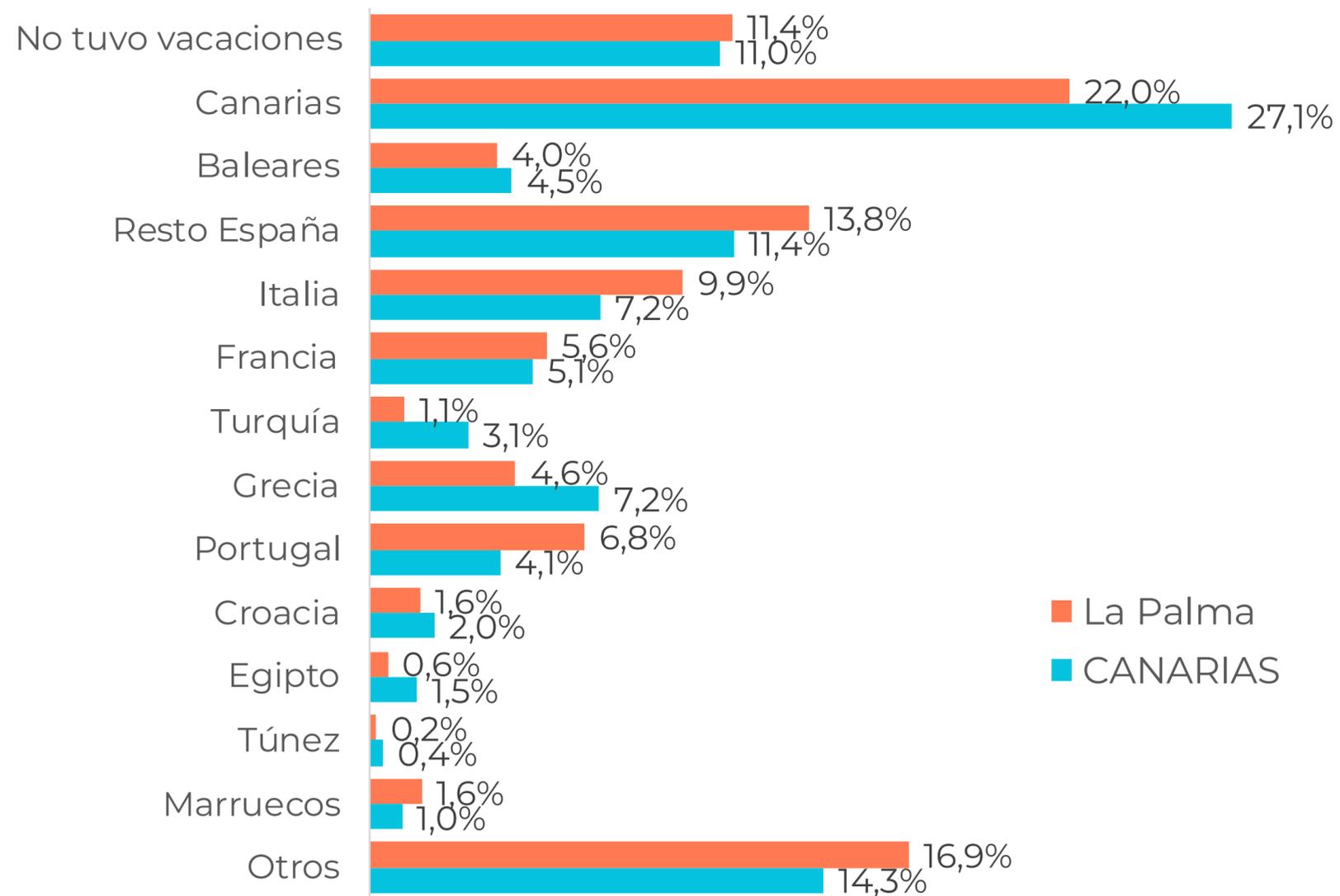
Fuente: Frontur ISTAC.

# ¿QUÉ OTROS DESTINOS CONSIDERARON PARA ESTE VIAJE?



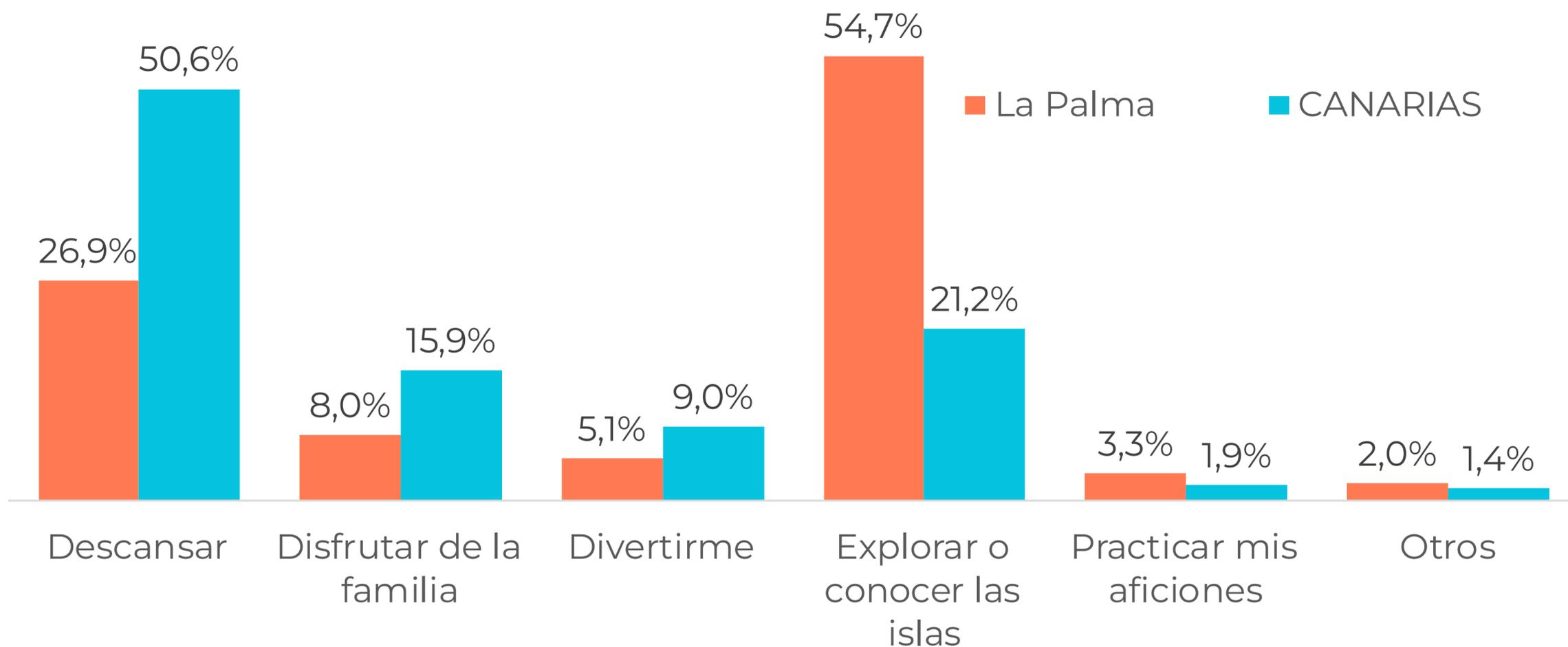
% sobre respuestas válidas

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

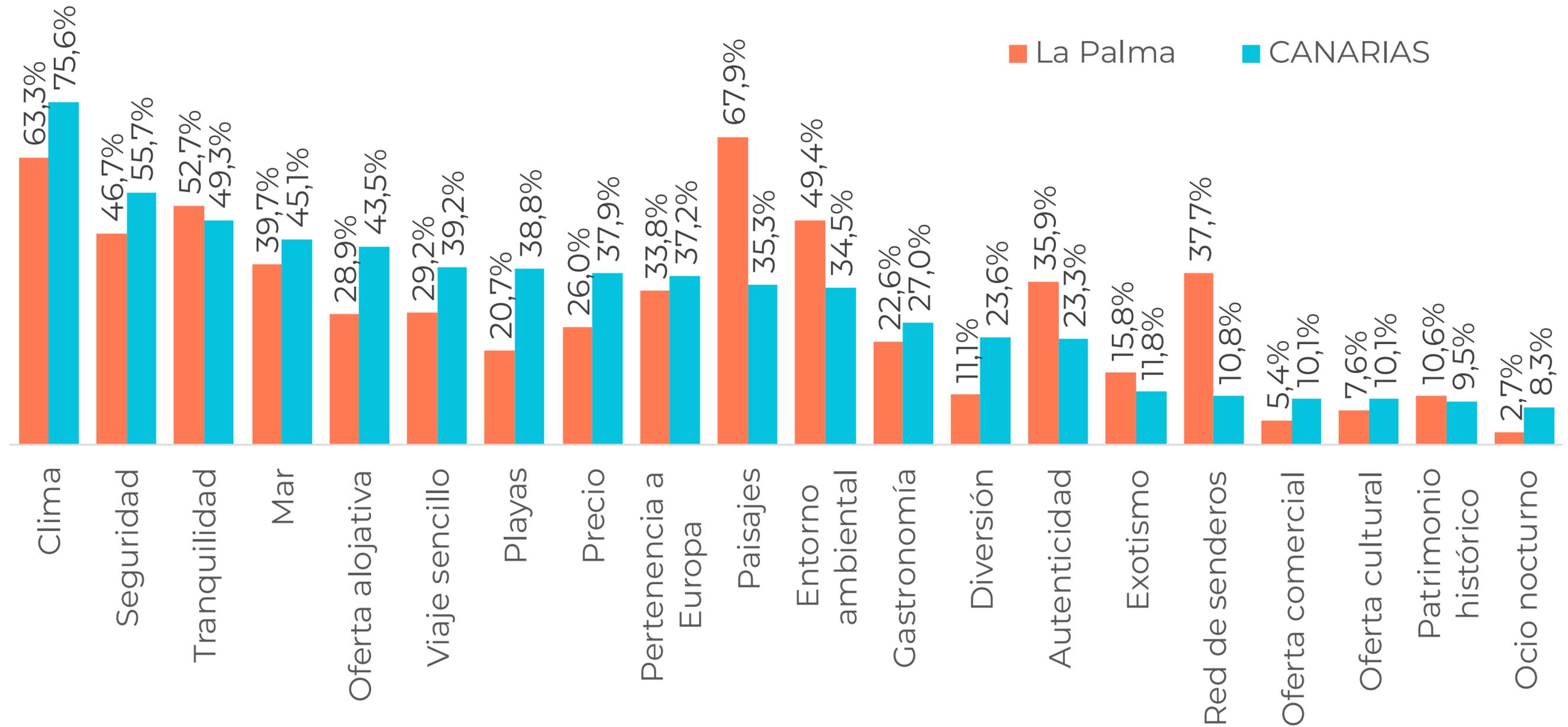


% sobre respuestas válidas

# ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL MOTIVACIÓN PARA VIAJAR A LA PALMA?

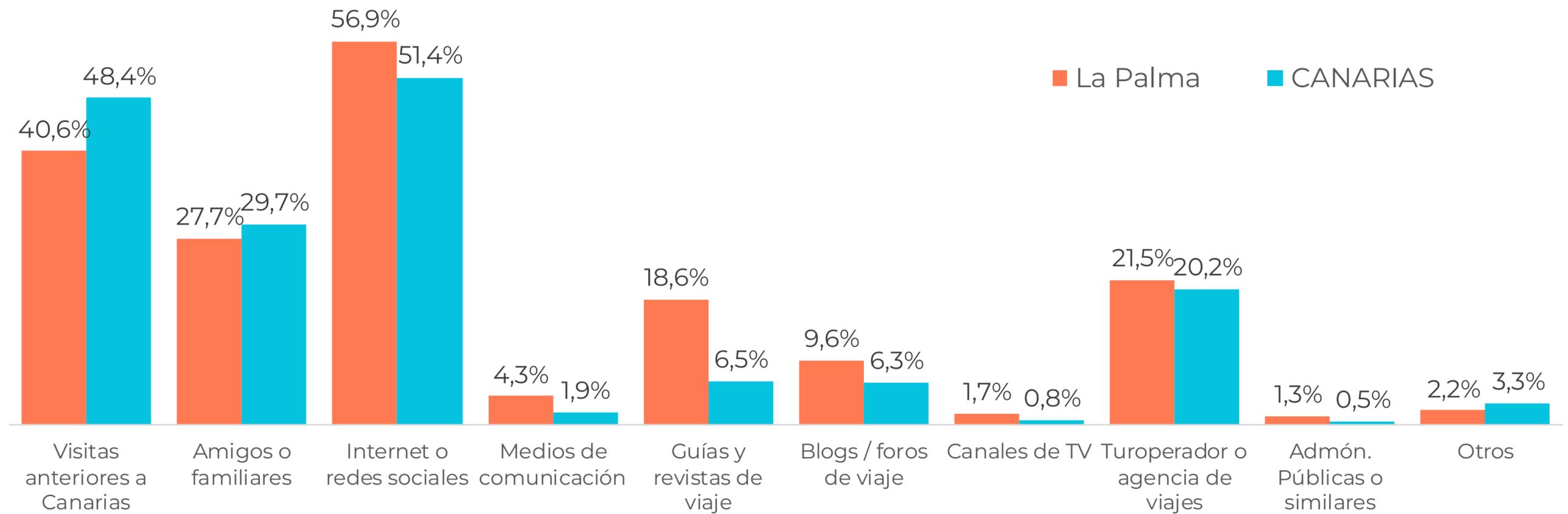


# ¿POR QUÉ ELIGEN LAS ISLAS?



**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.

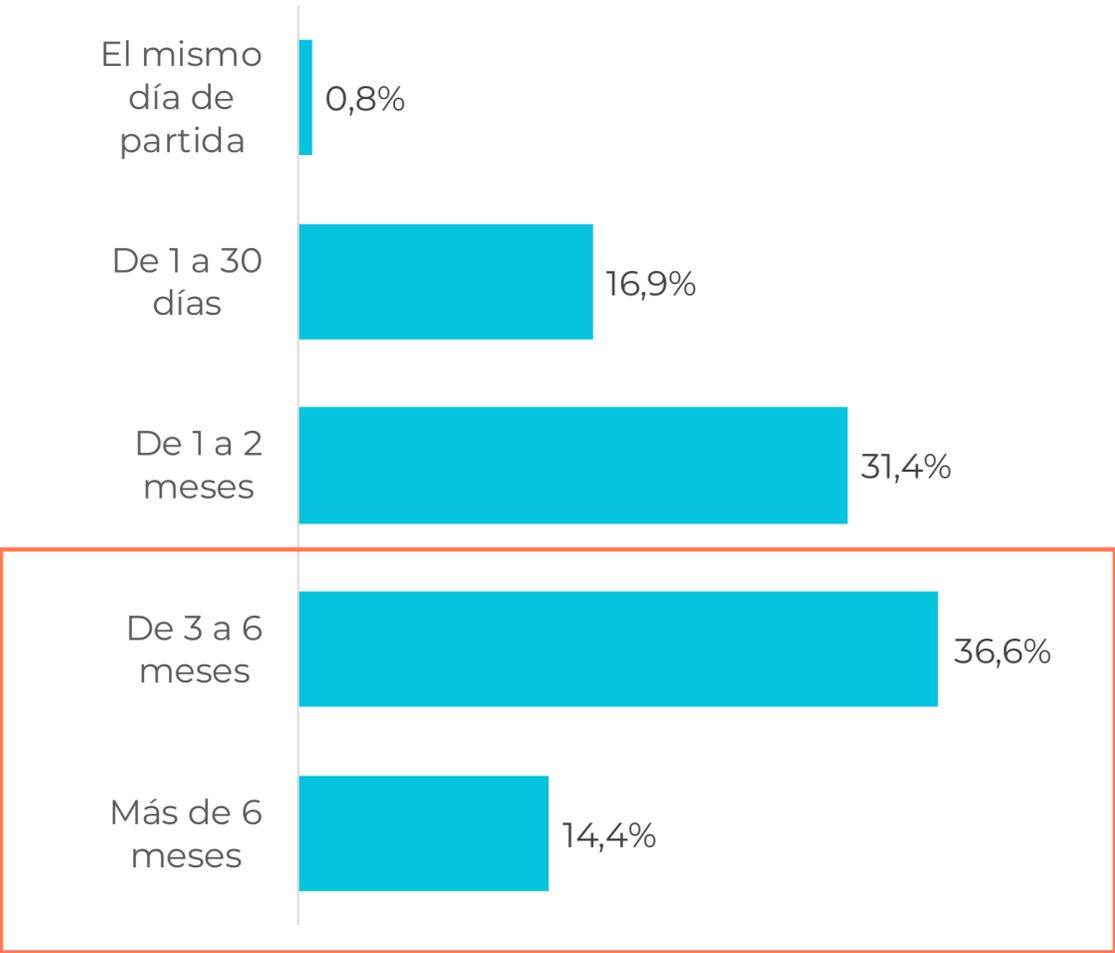
# ¿EN QUÉ CANALES SE INFORMAN PARA ORGANIZAR SU VIAJE?



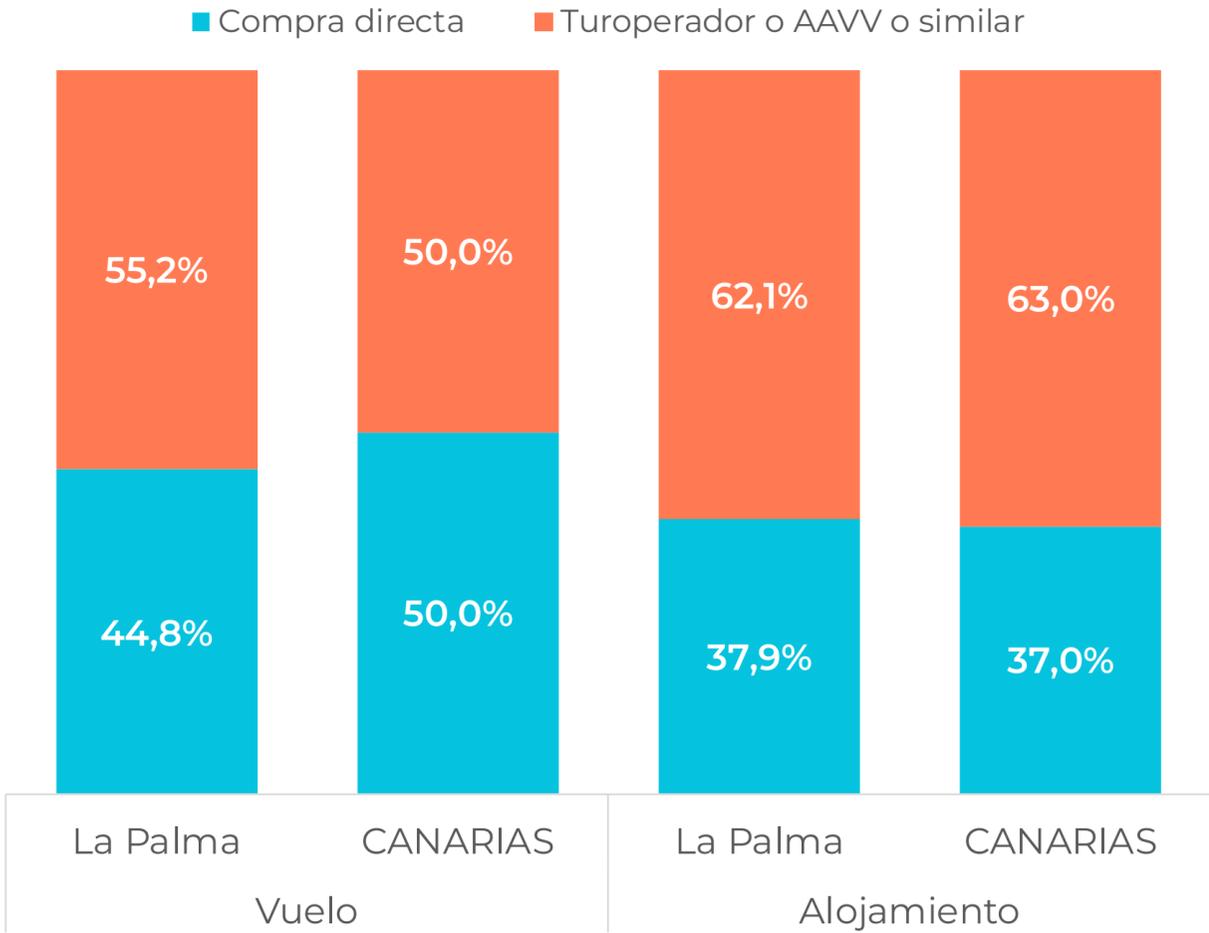
Pregunta multirrespuesta.

# RESERVA DEL VIAJE

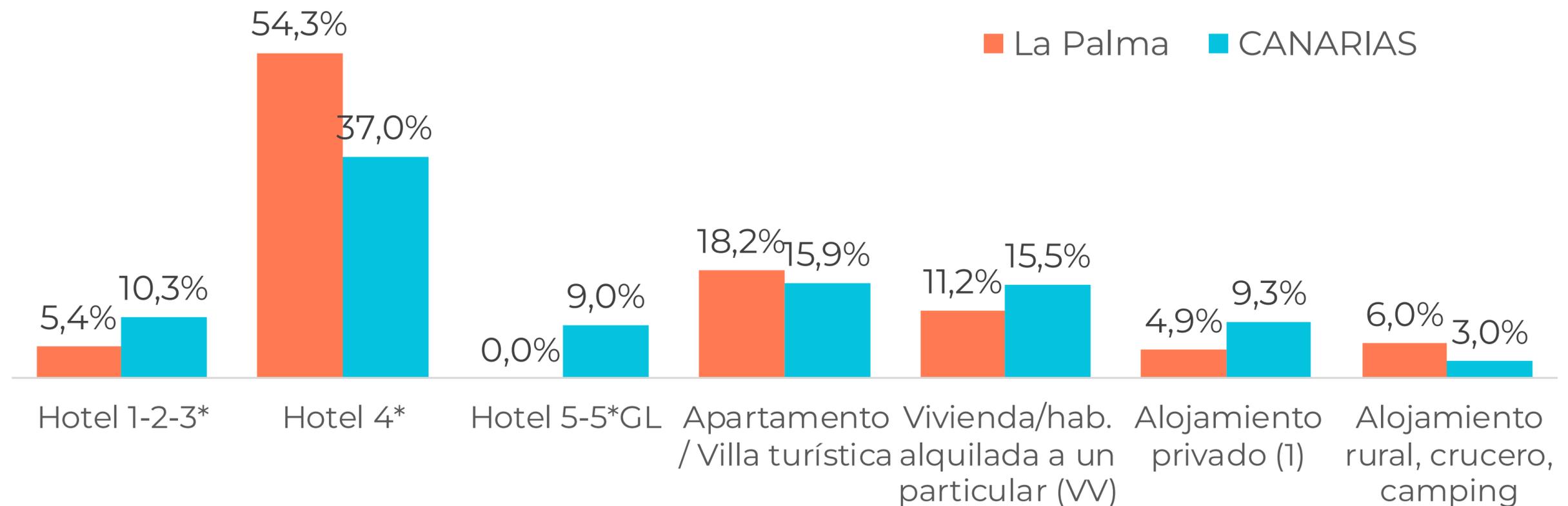
El **51%** de los turistas que visitan La Palma **reserva** con **más de 3 meses** de antelación.



¿Dónde compran el vuelo y el alojamiento?

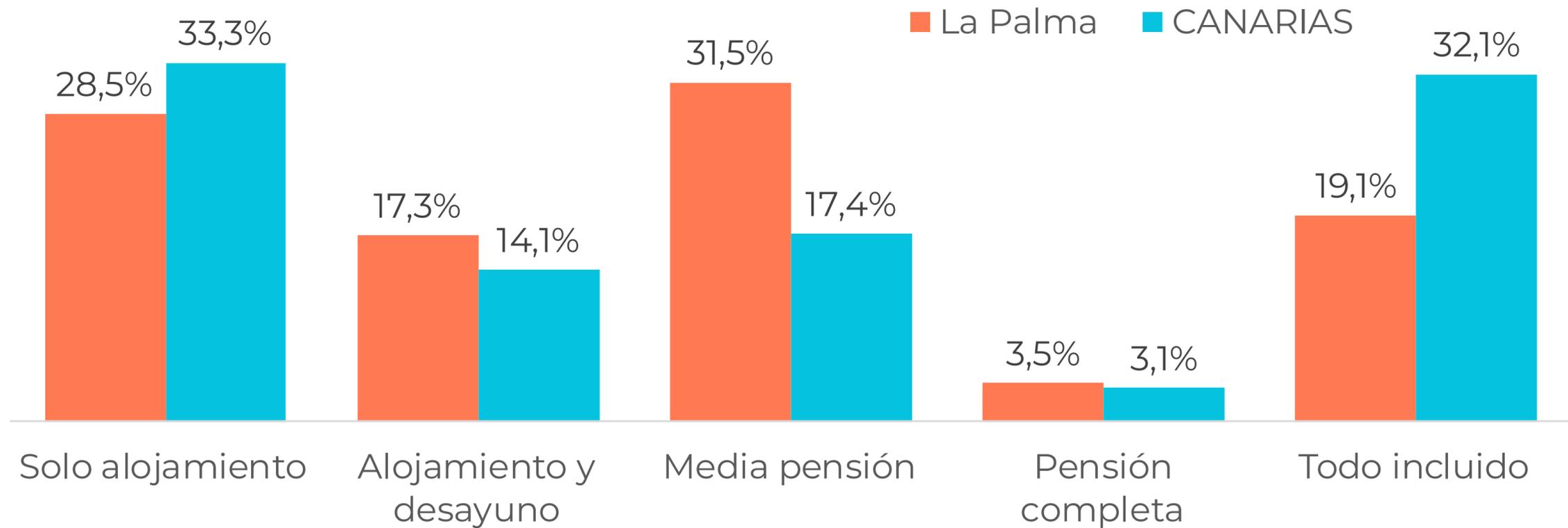


# ¿DÓNDE SE ALOJAN?

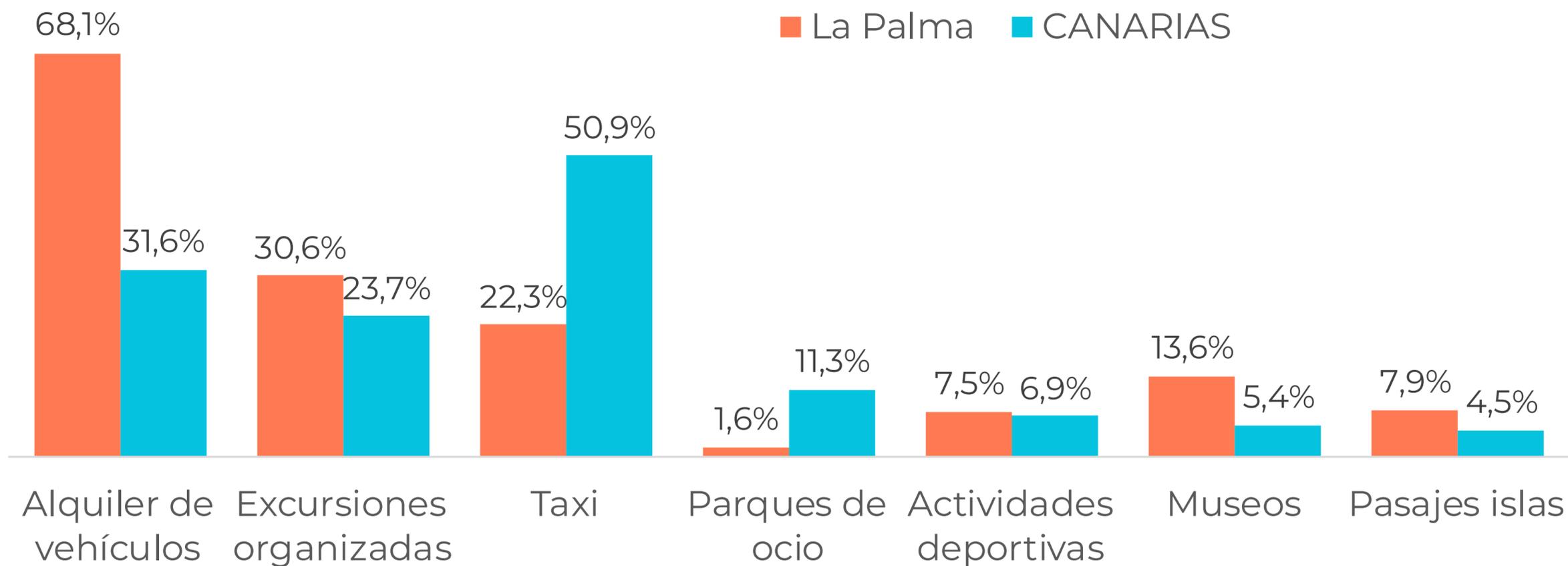


(1) Vivienda propia, de amigos o de familiares, intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados.

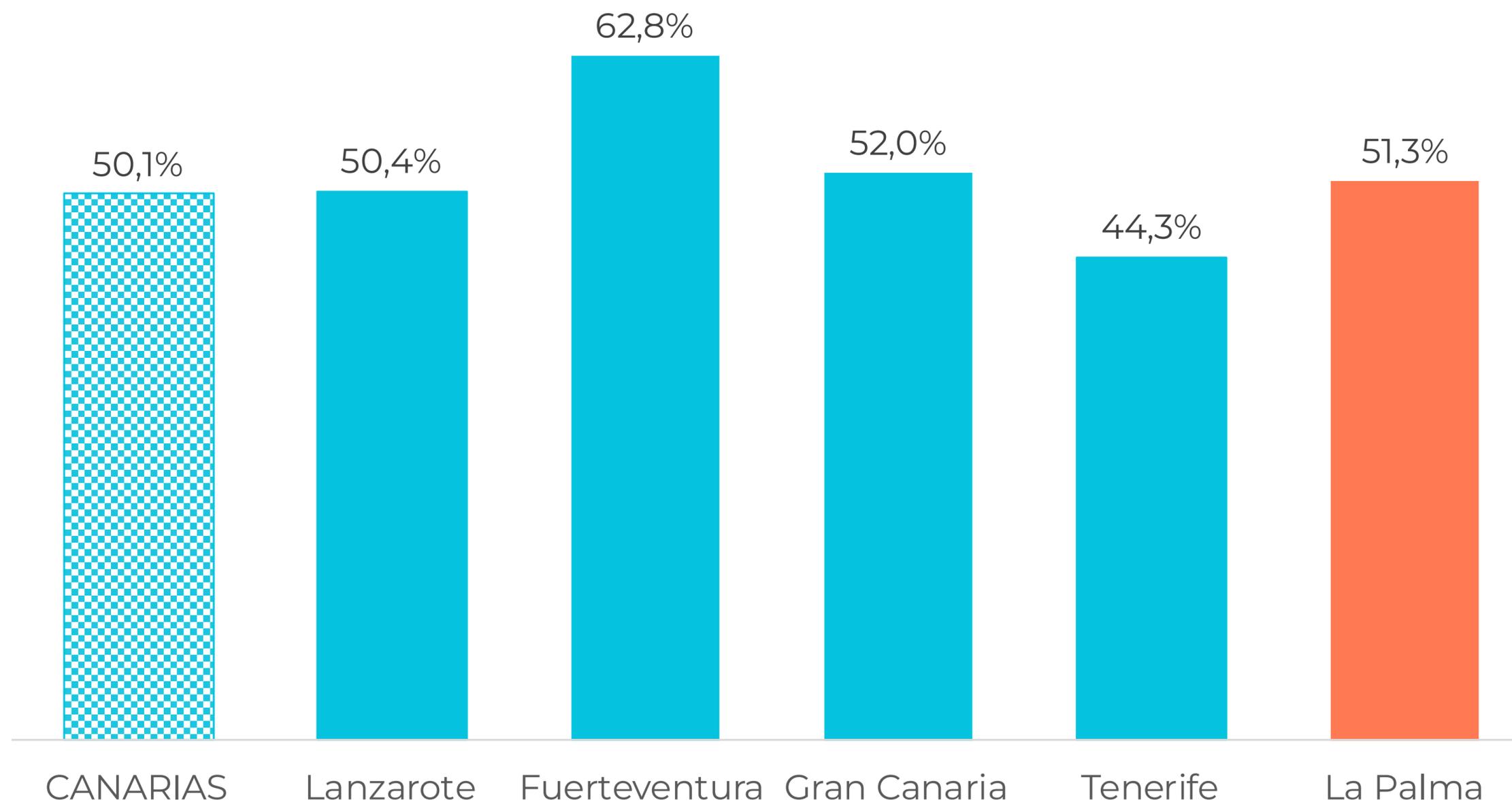
# ¿QUÉ RÉGIMEN DE ALOJAMIENTO CONTRATAN?



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



# % DE TURISTAS QUE CONTRATAN PAQUETE

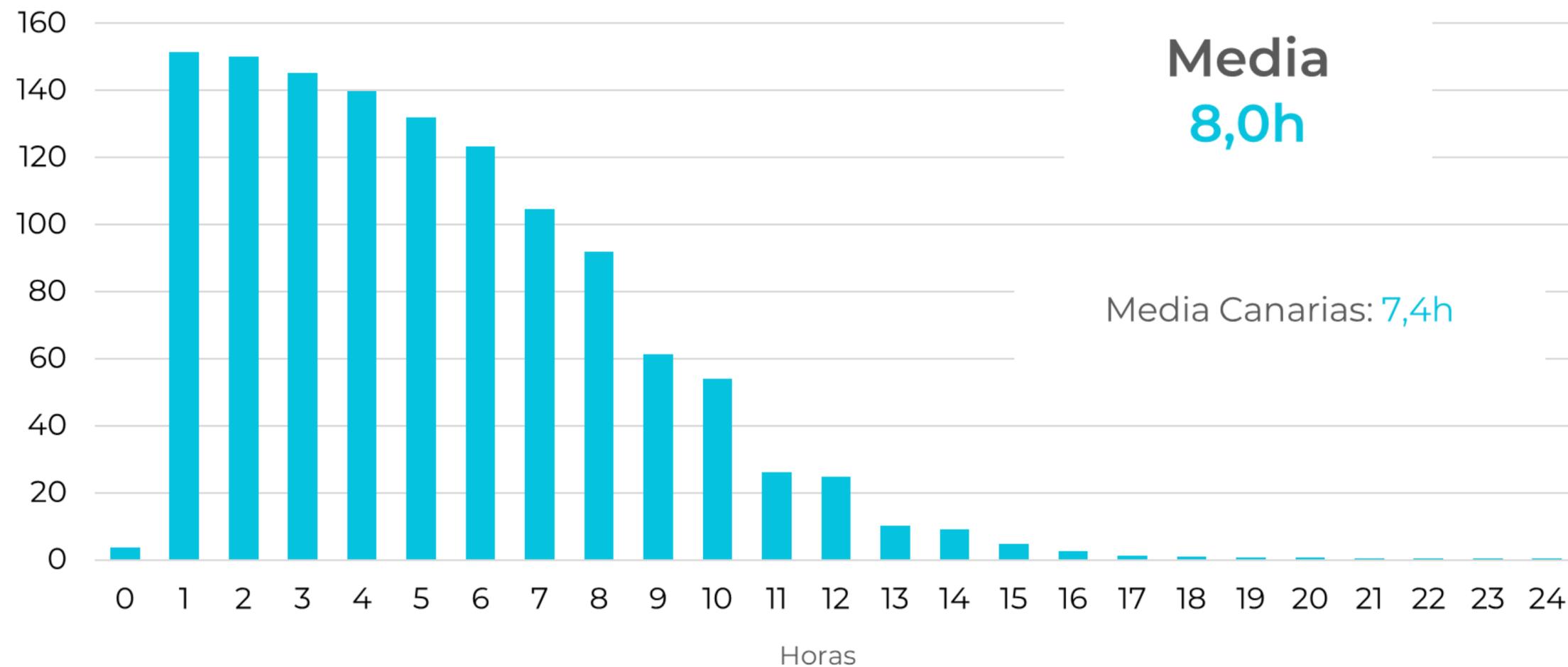


A man and a woman are hiking on a rocky mountain trail. The man is wearing a blue denim shirt, brown pants, and a tan cap. The woman is wearing a dark t-shirt, a plaid skirt, and a green hat. They are standing on a stone path with a wooden railing. In the background, there is a vast landscape of dark, jagged mountains rising above a thick layer of white clouds. The sky is clear and blue.

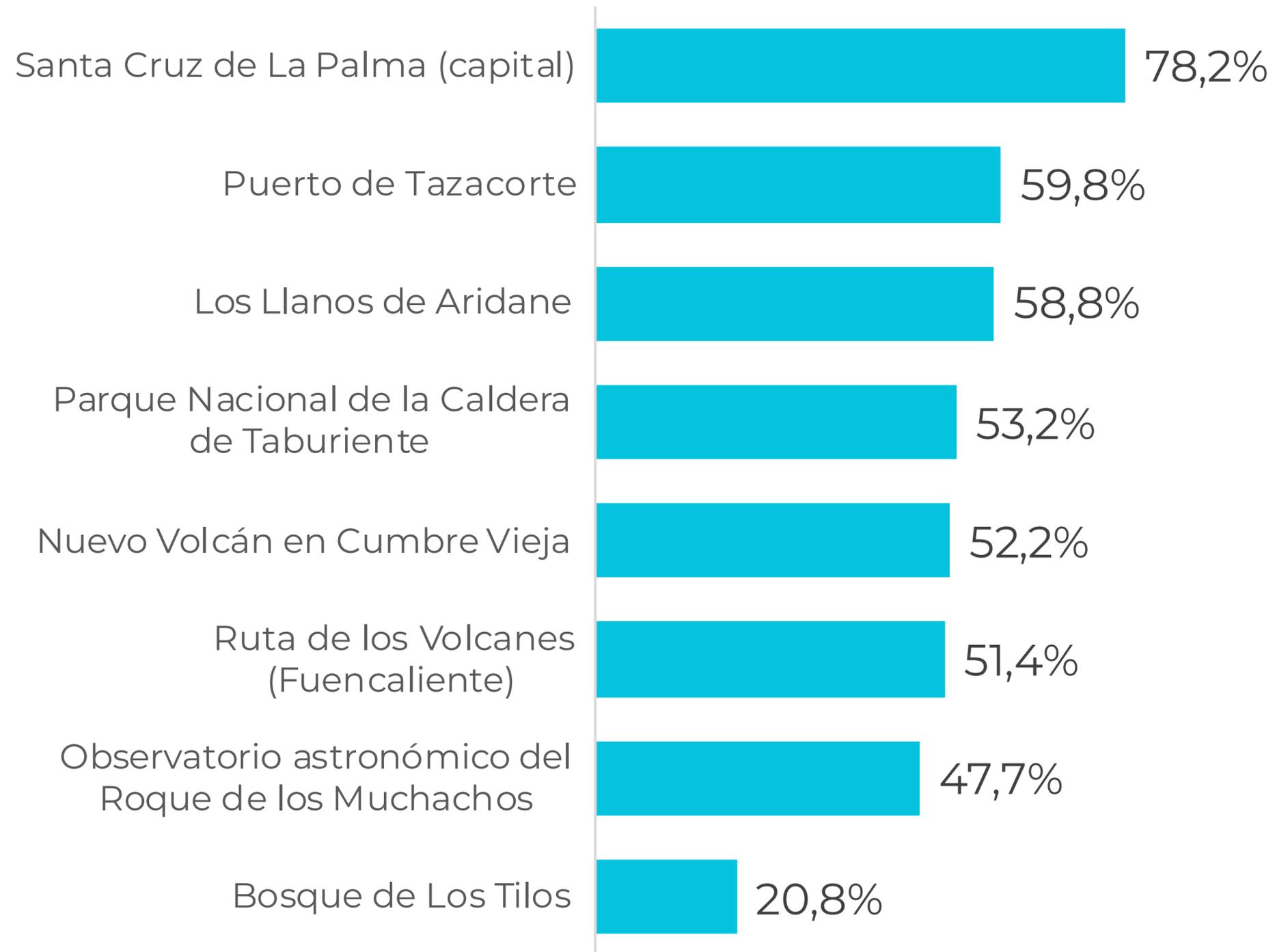
**¿QUÉ SABEMOS DE  
LO QUE HACEN EN  
LA PALMA?**

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

Miles de turistas



# ¿QUÉ LUGARES VISITAN?

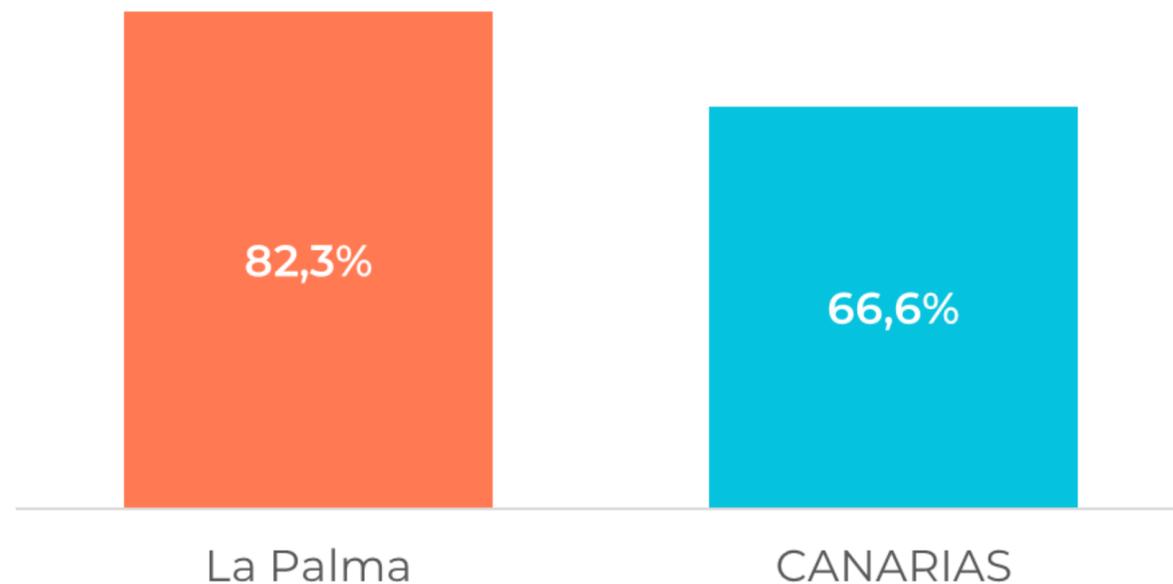




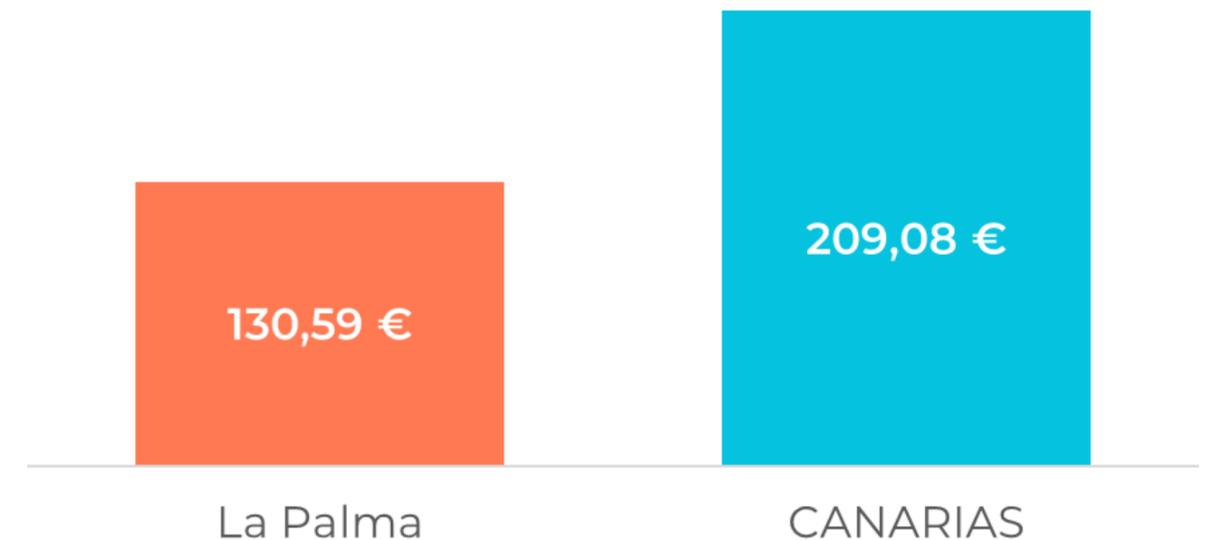
# GASTRONOMÍA

# 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

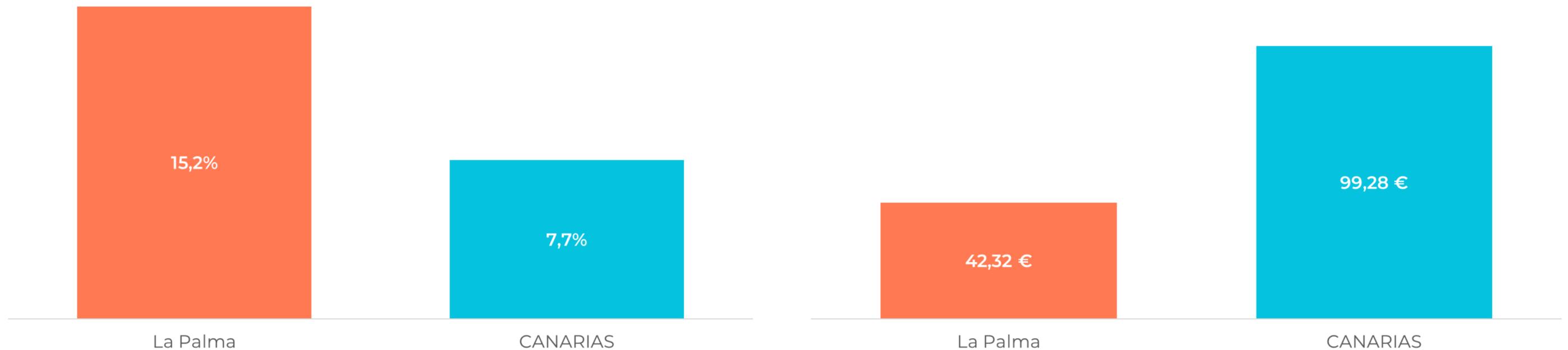
# CULTURA



# CUÁNTOS Y CUÁNTO GASTAN EN ACTIVIDADES CULTURALES

¿CUÁNTOS SON? (1)

¿CUÁNTO GASTAN? (2)



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

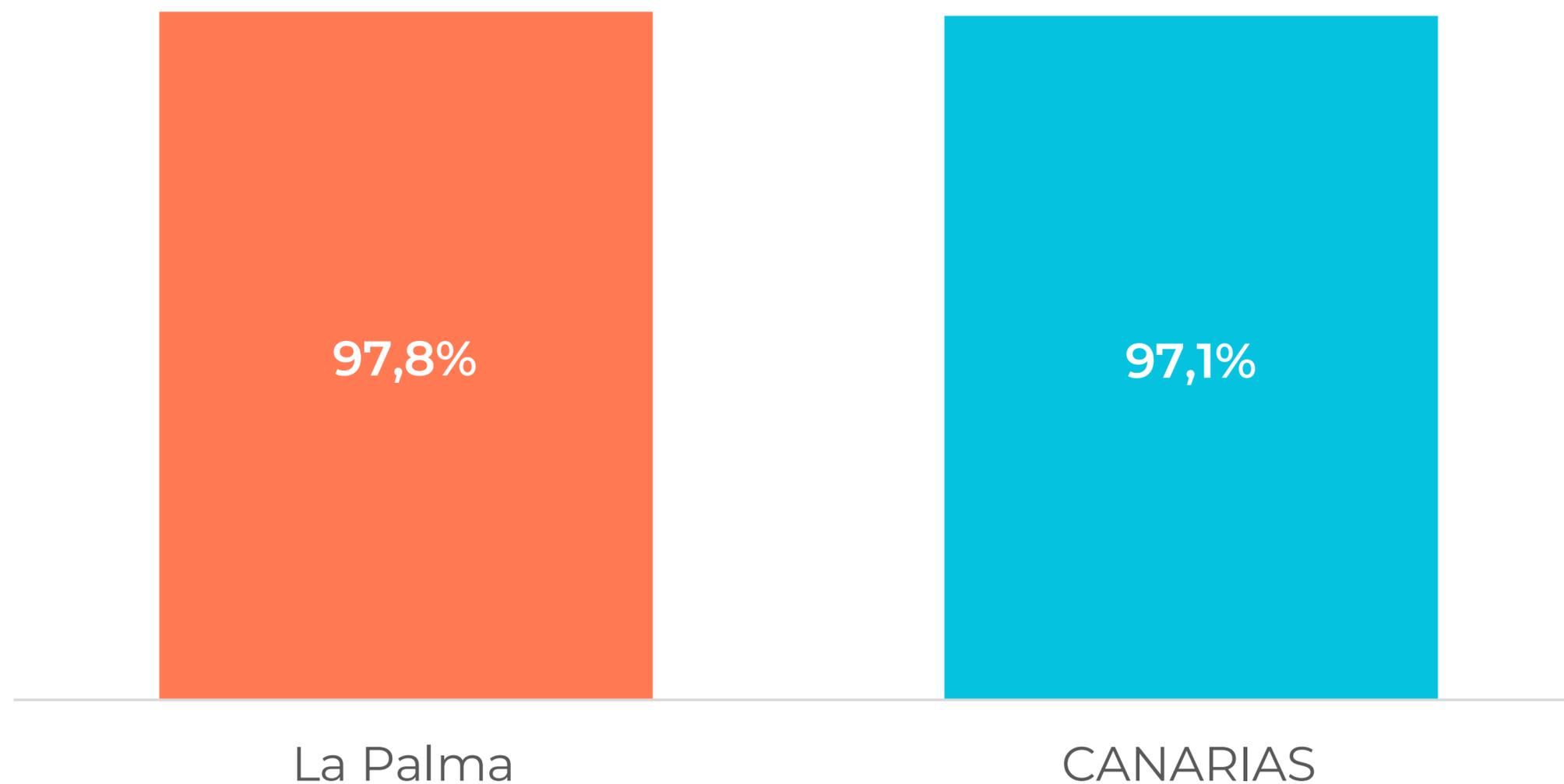
*(1) % Turistas cuyo gasto ha sido superior a 0€ en cada concepto*

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

# ¿CÓMO VALORAN LA EXPERIENCIA DEL VIAJE A LA PALMA?

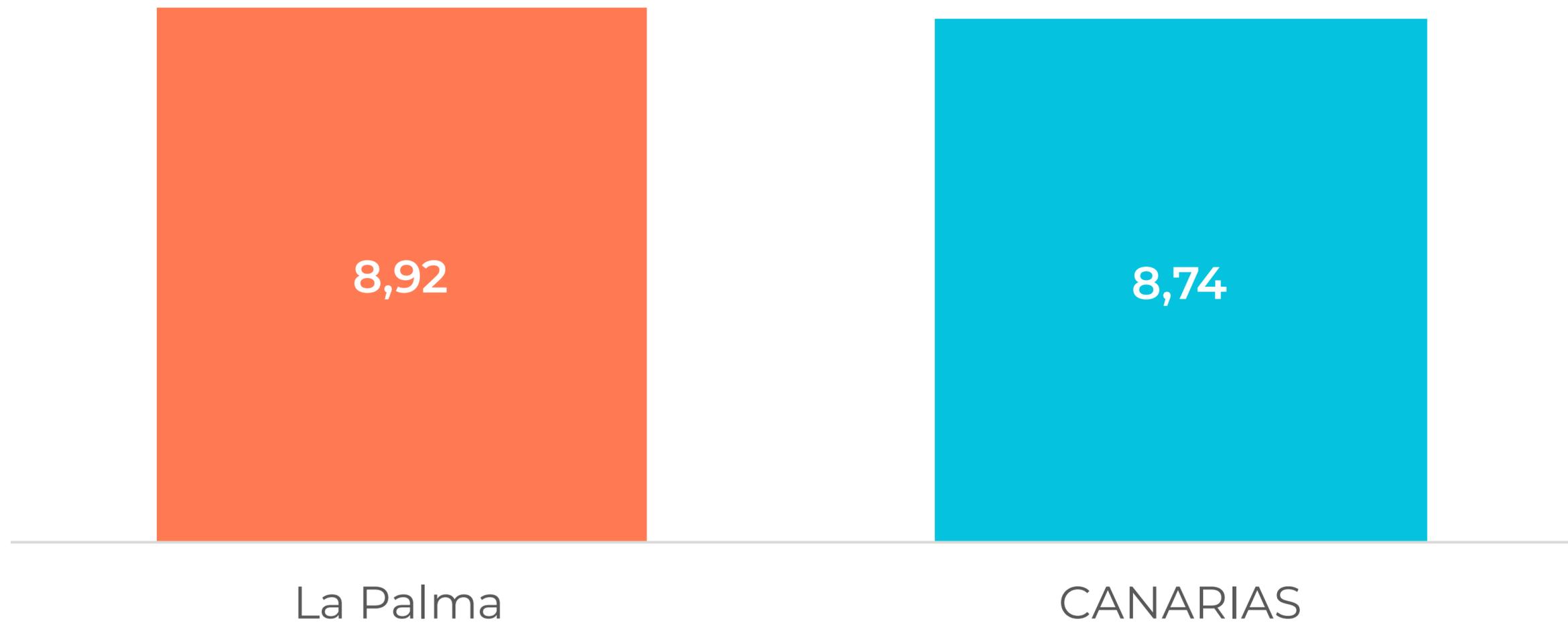


# ¿CÓMO CALIFICAN SU EXPERIENCIA?



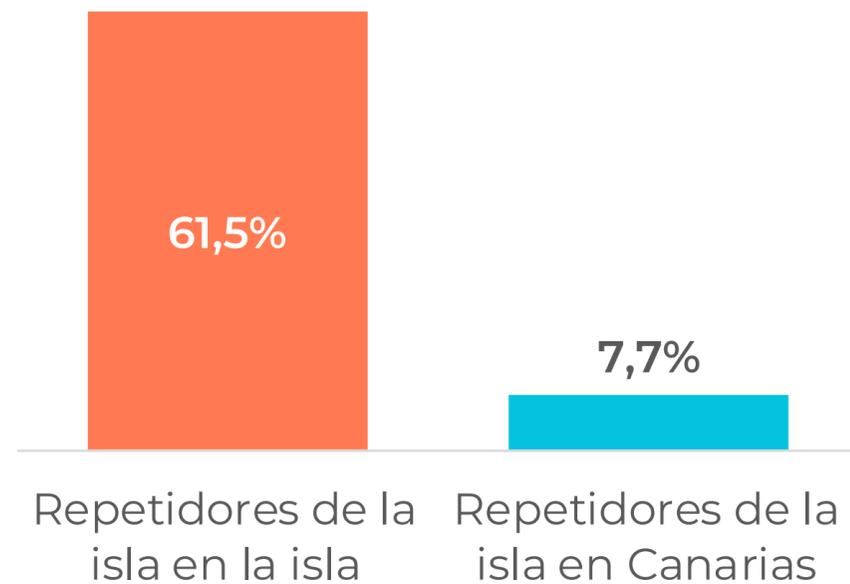
*El dato se refiere al % de turistas que señalan que su experiencia estuvo a la altura, mejor o mucho mejor de lo esperado.*

# ¿QUÉ NOTA NOS DAN COMO DESTINO?



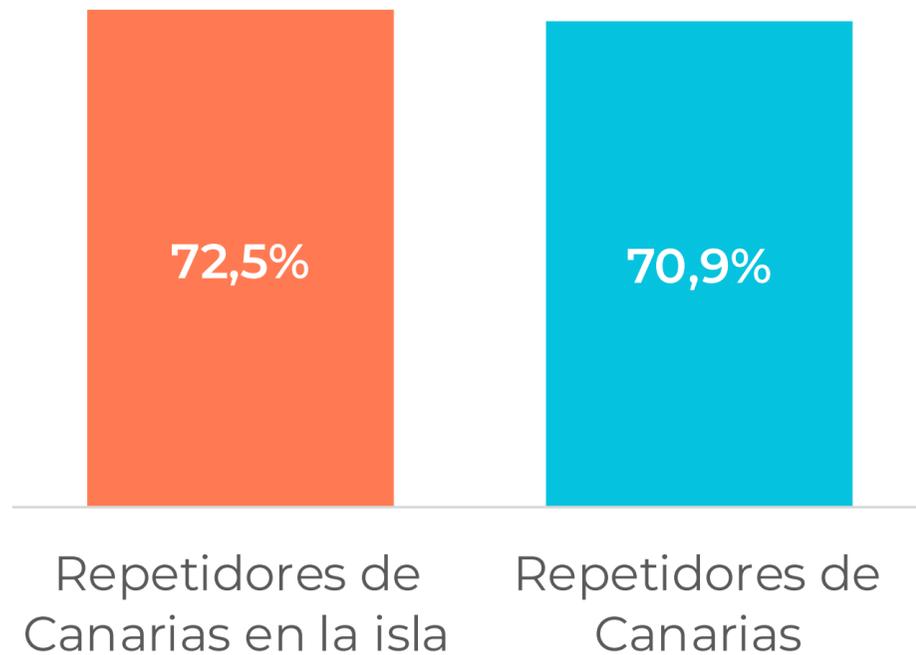
Escala (0-10)

# ¿CUÁNTOS REPITEN?



El **61,5%** de los turistas  $\geq 16$  años que eligieron La Palma como isla de mayor estancia en 2024, había visitado previamente la isla.

El **7,7%** de los turistas  $\geq 16$  años que visitaron Canarias en 2024, había estado previamente en La Palma.

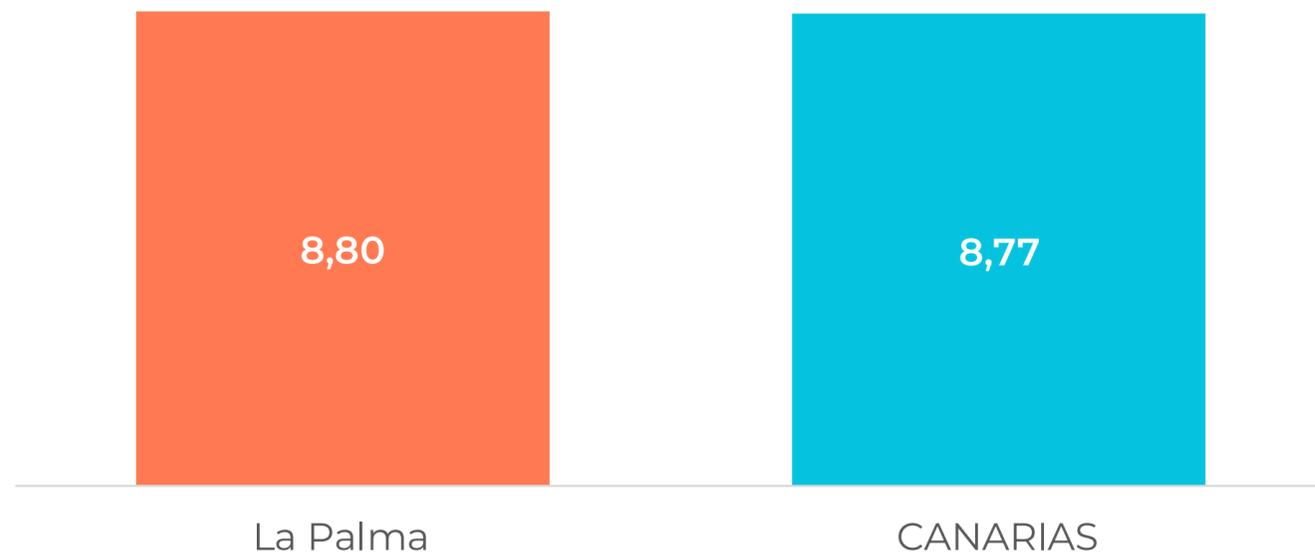


El **72,5%** de los turistas  $\geq 16$  años que eligieron La Palma como isla de mayor estancia en 2024, había visitado previamente Canarias.

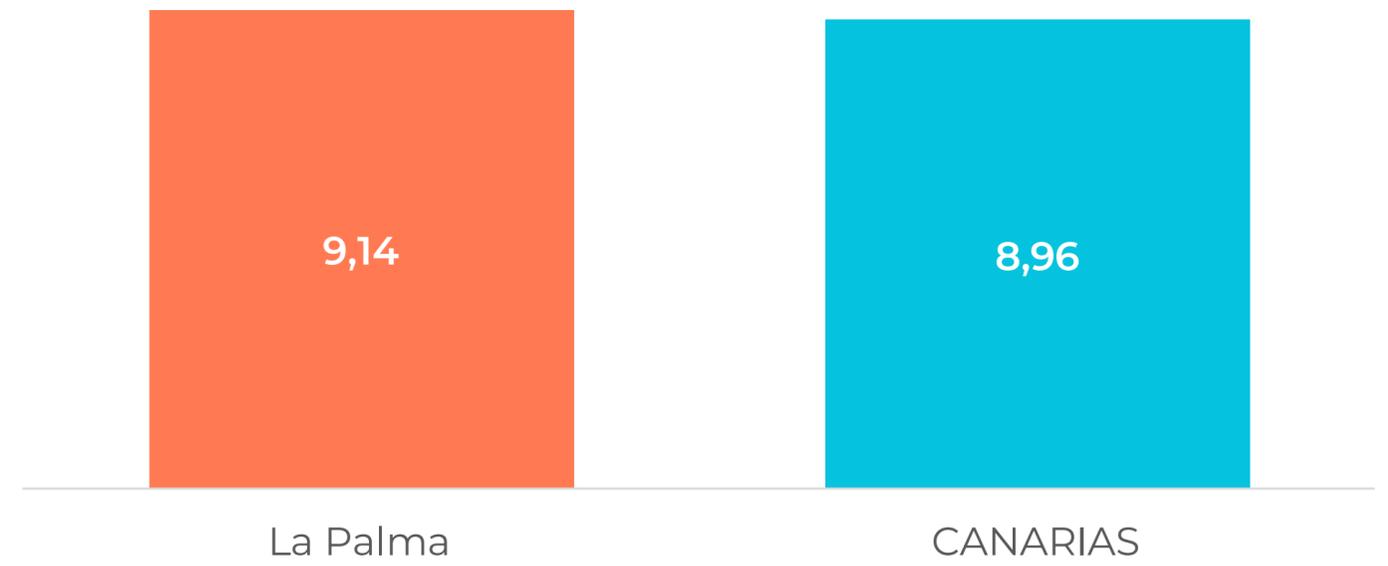
El **70,9%** de los turistas  $\geq 16$  años han visitado previamente Canarias.

# ¿CUÁLES SON SUS INTENCIONES FUTURAS?

## Volver a Canarias



## Recomendar Canarias

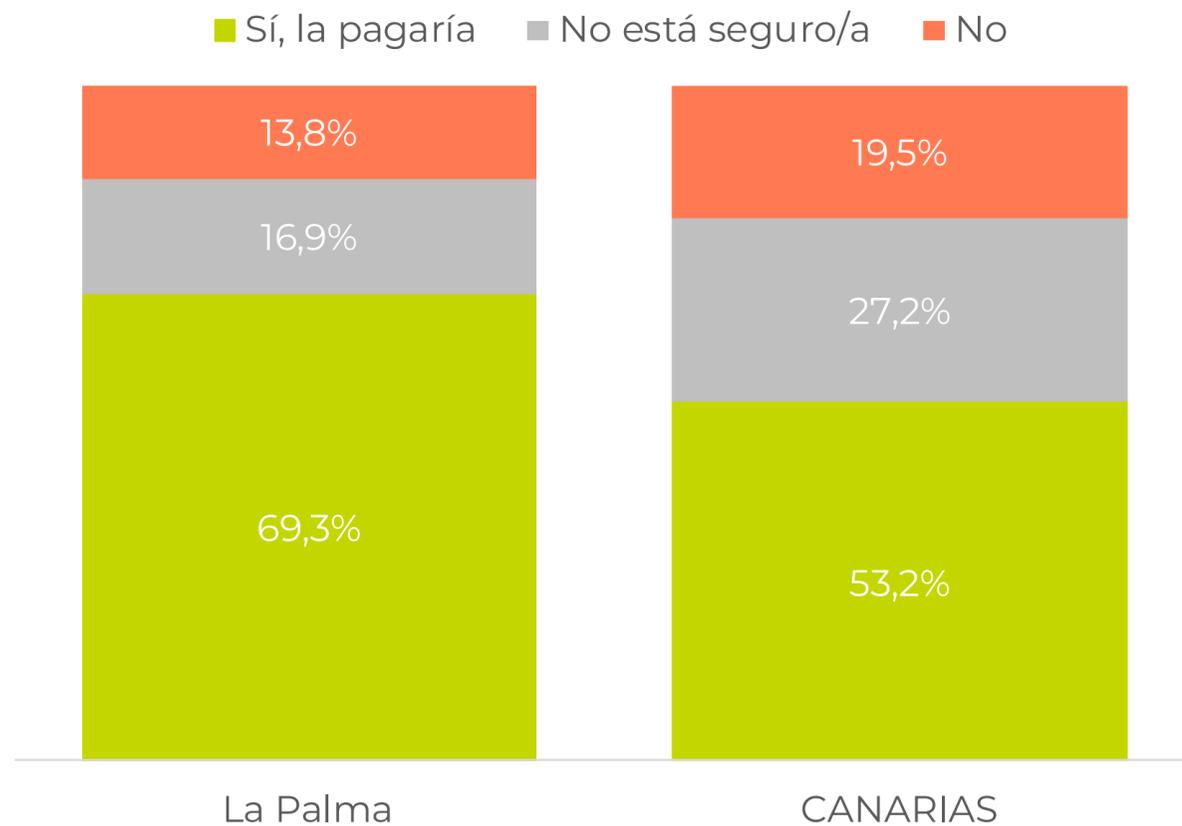


Escala (0-10)

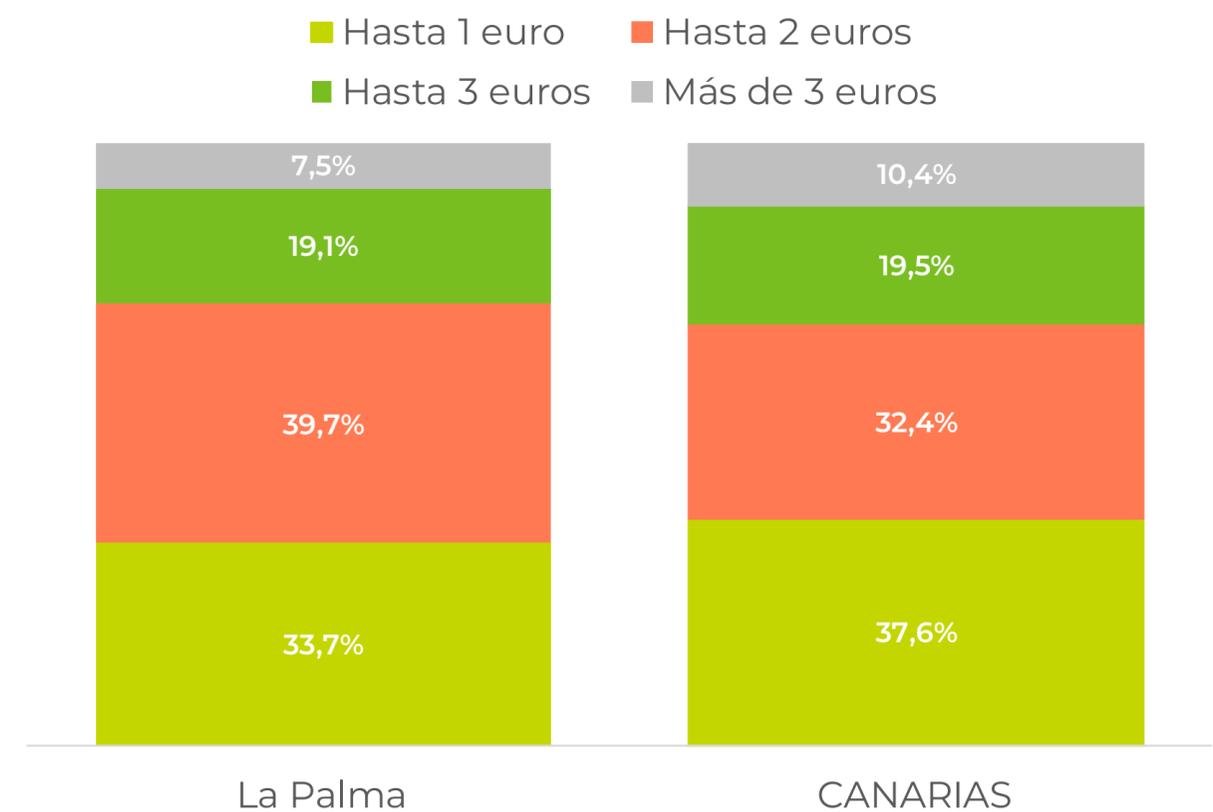
# TASA TURÍSTICA \*

El **87%** de los turistas que visitan La Palma no excluye aquellos destinos que aplican una tasa turística.

## ¿Estaría dispuesto a pagar una tasa turística?



## ¿Hasta cuánto estaría puesto a pagar?

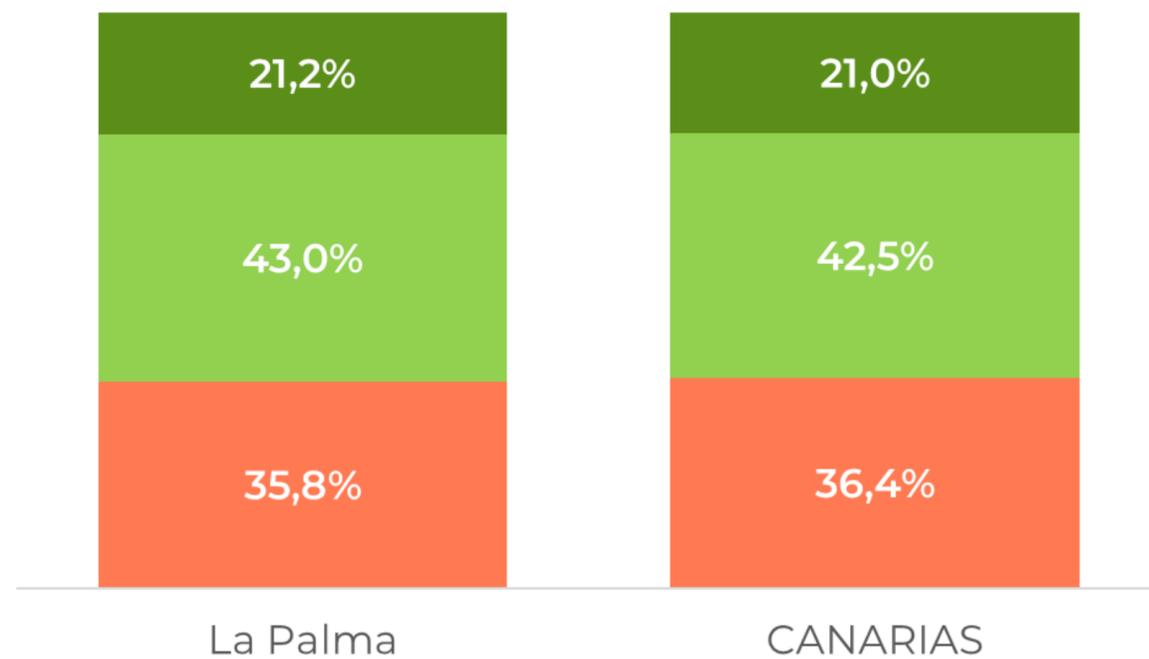


\* Datos disponibles a partir del segundo trimestre de 2024

# SOSTENIBILIDAD (I) \*

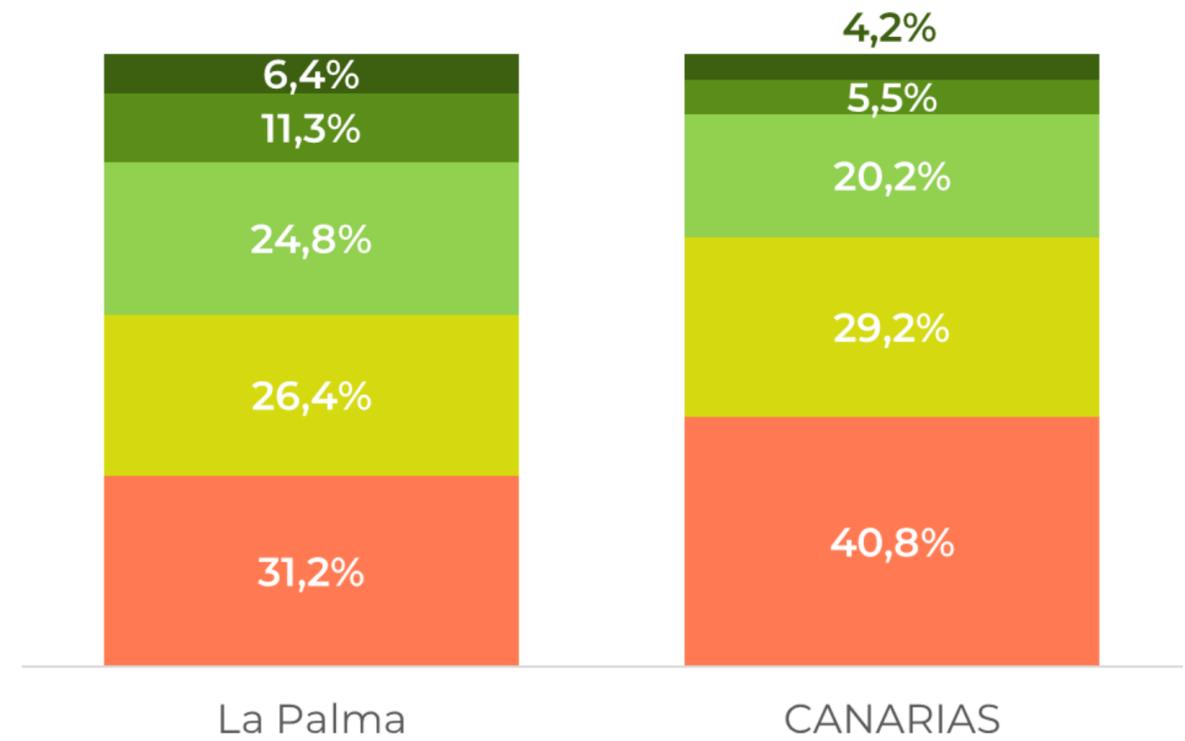
En sus viajes, ¿Suele elegir opciones más sostenibles?

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



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

- No
- Sí, hasta un 5% más
- Sí, hasta un 10% más
- Sí, hasta un 20% más
- Sí, más del 20%

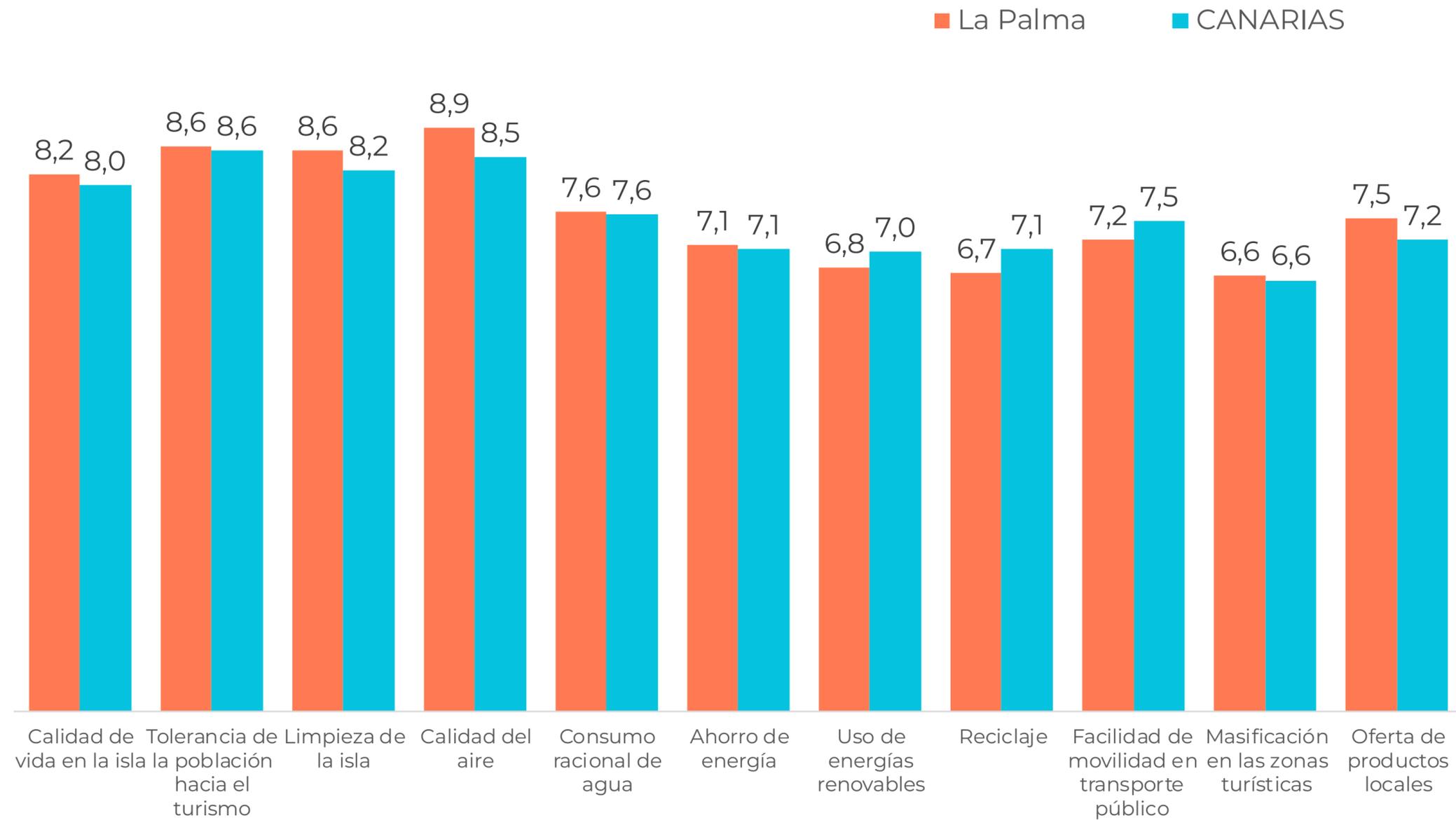


\* Datos año 2023

# 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)

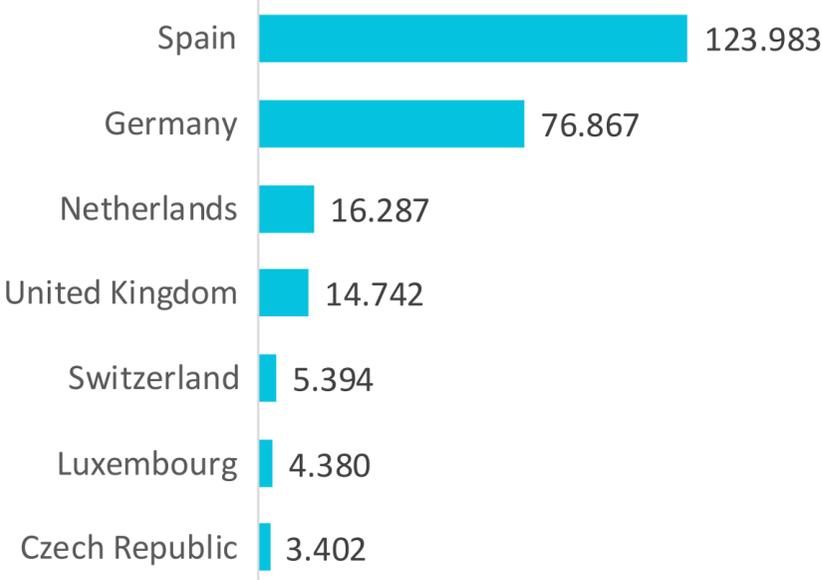
\* Datos año 2023

A woman with long dark hair is shown in profile, looking out of an airplane window. The view outside the window is a vast, golden-hued ocean under a clear sky, suggesting a sunset or sunrise. The lighting is warm and soft, creating a serene atmosphere. The text 'CONECTIVIDAD AÉREA' is overlaid in white, bold, sans-serif font in the lower-left quadrant of the image.

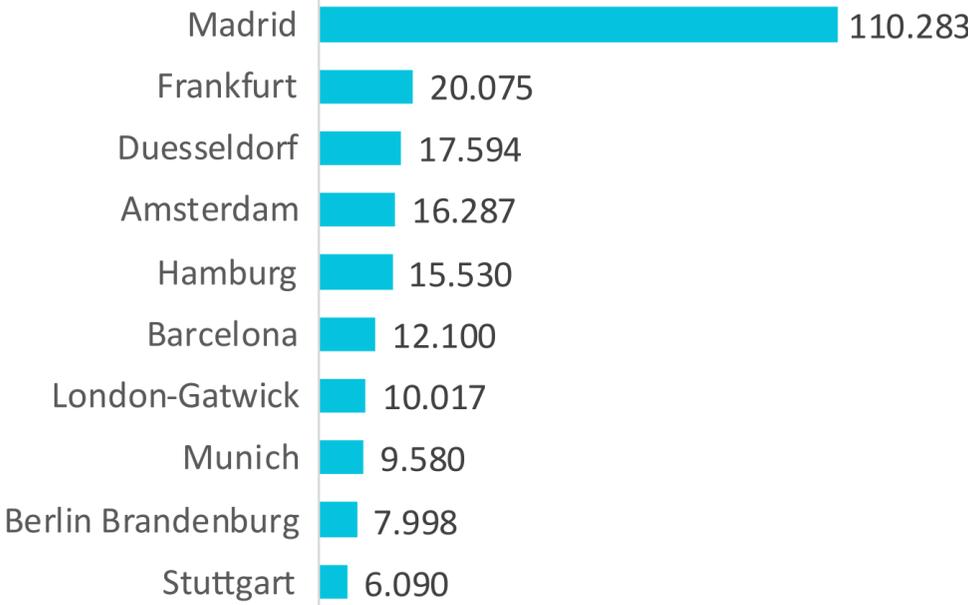
# CONECTIVIDAD AÉREA

# CONECTIVIDAD AÉREA DE LA PALMA 2024

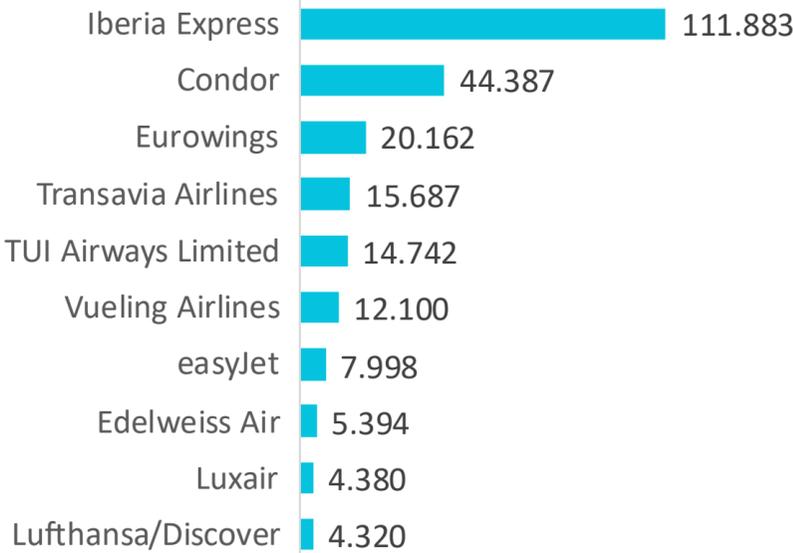
## 6 MERCADOS



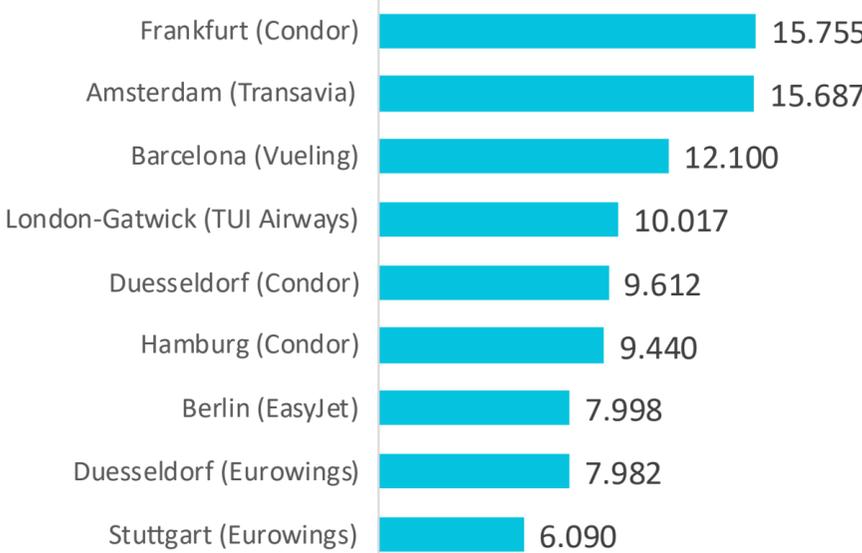
## 13 DESTINOS



## 12 AEROLÍNEAS



## 16 RUTAS



Todos los gráficos se refieren al número de plazas regulares de llegada a Lanzarote. Excluido el tráfico interinsular (W2324 / S24).



# Turismo de Islas Canarias

MARKETING FOR CANARY ISLANDS

