

INFORME DE COYUNTURA  
TURÍSTICA DE CANARIAS Y  
PERSPECTIVAS.  
PRIMER TRIMESTRE 2025

# Índice

## **1. Indicadores claves**

## **2. Demanda turística**

2.1. Número de turistas principales

2.2. Número de turistas principales (nacionales y extranjeros)

2.3. Estancia media alojamientos turísticos

2.4. Número de pernoctaciones.

2.5. Gasto turístico

## **3. Oferta turística**

3.1. Tasa de ocupación por plazas alojamientos turísticos

3.2. Ingreso por habitación disponible (RevPAR)

## **4. Mercado laboral turístico**

## **5. Perspectivas turísticas en Canarias**

## **6. Índice de desarrollo turístico**

**1**

# Indicadores claves

# Indicadores claves: 2025 T1 vs 2024 T1

## Demanda turística



### TURISTAS TOTALES

4.951.626 (2025 T1)  
(+2,42%)\*  
4.834.525 (2024 T1)

### ESTANCIA MEDIA

7,23 (2025 T1)  
**(-0,10)\***  
7,33 (2024 T1)

### NÚMERO DE PERNOCTACIONES

25.316.473 (2025 T1)  
**(-2,12%)\***  
25.865.023 (2024 T1)

### GASTO TURÍSTICO TOTAL

6.639.835.944€ (2025 T1)  
(+1,75%)\*  
6.175.411.891 (2024 T1)

Fuente: ISTAC.

\* Variación respecto al mismo trimestre del año anterior.

## Oferta turística



### TASA DE OCUPACIÓN POR PLAZA

75,76% (2025 T1)  
**(-0,78 pp)\***  
76,53% (2024 T1)

### INGRESOS (RevPar)

115,97 € (2025 T1)  
(+8,02%)\*  
107,37 € (2024 T1)

## Mercado laboral



### EMPLEO TURÍSTICO (afiliados)

231.265 (2025 T1)  
(+4,16%)\*  
222.027 (2024 T1)

### EMPLEO TURÍSTICO (participación)

24,70% (2025 T1)  
(+0,18 p.p.)\*  
24,52% (2024 T1)

Fuente: ISTAC.

\* Variación respecto al mismo trimestre del año anterior.

# Indicadores claves: 2025 T1 vs 2024 T4

## Demanda turística



### TURISTAS TOTALES

4.951.626 (2025 T1)  
(+1,92%)\*  
4.856.442 (2024 T4)

### ESTANCIA MEDIA

7,23 (2025 T1)  
(+0,12)\*  
7,11 (2024 T4)

### NÚMERO DE PERNOCTACIONES

25.316.473 (2025 T1)  
**(-0,67%)\***  
25.487.350 (2024 T4)

### GASTO TURÍSTICO TOTAL

6.639.835.944€ (2025 T1)  
(+7,52%)\*  
6.175.411.891 (2024 T4)

Fuente: ISTAC.

\* Variación respecto al trimestre anterior.

## Oferta turística



### TASA DE OCUPACIÓN POR PLAZA

75,76% (2025 T1)  
(+1,09 pp)\*  
74,67% (2024 T4)

### INGRESOS (RevPar)

115,97 € (2025 T1)  
(+5,59%)\*  
109,83 € (2024 T4)

## Mercado laboral



### EMPLEO TURÍSTICO (afiliados)

231.265 (2025 T1)  
(+0,07%)\*  
231.113 (2024 T4)

### EMPLEO TURÍSTICO (participación)

24,70% (2025 T1)  
(+0,10 p.p.)\*  
24,60% (2024 T4)

Fuente: ISTAC.

\* Variación respecto al trimestre anterior.

**2**

# **Demanda turística**

# Número de turistas

A **escala nacional**, y según señala Exceltur en su Informe de Perspectivas Turísticas, la demanda extranjera mantiene su evolución positiva en los primeros meses de 2025 dentro del proceso de normalización en su senda de avance, tanto en términos de pernoctaciones como de gasto turístico sostenido por el buen comportamiento de los principales mercados europeos (Reino Unido, Alemania, Francia e Italia) y el continente americano.

Este buen comportamiento se refleja especialmente en Canarias como principal destino vacacional del turismo extranjero invernal en España que concentra entre enero y febrero el 27% de la demanda extranjera y una de cada dos pernoctaciones de extranjeros en hoteles.

Entre enero y febrero Canarias explica el 50% del crecimiento experimentado por la demanda turística extranjera en hoteles recogiendo los resultados del intenso proceso de

reposicionamiento y renovación de su planta hotelera.

Durante este **primer trimestre del año 2025** han llegado a **Canarias** 4.951.626 turistas, de los cuales el 91,95% son extranjeros mientras el 8,05% restantes corresponde a turistas nacionales.

La llegada de turistas ha supuesto un crecimiento respecto al mismo trimestre del año anterior de 117.101 personas que supone una tasa de crecimiento de 2,42%. Este crecimiento se debe en su totalidad al aumento de la llegada de turistas extranjeros que crece en 138.793 (3,14%) compensando la caída de los turistas nacionales en 21.691 personas (-5,16%).

También crece la llegada de turistas principales respecto al cuarto trimestre del año 2024. Este crecimiento se sitúa en 95.184 personas debido íntegramente al aumento de los visitantes extranjeros que crece en 121.690 personas compensando la caída de los nacionales en 26.505 personas.

(\*) En un viaje se pueden visitar varios destinos y se define el destino principal de un viaje como aquel cuya visita resultó decisiva en la organización del viaje. Así en los viajes realizados a Canarias se pueden visitar varias islas, de modo que se cuantifican como turistas principales aquellos turistas que viajan a una isla como destino principal.

# Número de turistas

Con carácter general la llegada de turistas principales por **islas** durante el **primer trimestre del año 2025** se caracteriza por un incremento generalizado en todos los territorios insulares con respecto al primer trimestre del año 2024. Crecimiento generalizado que también se observa con respecto al cuarto trimestre del año 2024 a excepción de Lanzarote.

A **Lanzarote** han llegado un total de 845.278 turistas principales durante el primer trimestre del año 2025 que representan algo más del 17% del total de llegadas a Canarias. Durante este trimestre, el número de turistas principales ha crecido en un 1,23% respecto al mismo trimestre del año 2024, esto es en 10.263 personas. Mientras decrece un 1,10% respecto al último trimestre del año anterior, esto es se reduce la llegada de turistas en 9.431 personas.

El número de turistas principales llegados a **Fuerteventura** se estima en 697.190 personas que representa algo más del 13%

del total de llegadas a Canarias. Esta cifra se ha incrementado con respecto al mismo trimestre del año 2024 en 48.825 personas, esto implica una tasa del 7,53%. También se ha producido un crecimiento de la llegada de turistas durante el primer trimestre respecto al cuarto trimestre del año 2024, que asciende a 21.598 personas personas que significa una tasa de 3,20%.

A la isla de **Gran Canaria** llegaron 1.369.123 turistas principales que representa cerca del 27% del total. Durante los tres primeros meses del año, la llegada de turistas aumento en 9.796 personas que supone una tasa de crecimiento del 0,72%. Además, en el primer trimestre la llegada de turistas creció en 49.690 personas que implica una tasa de crecimiento del 3,77%.

# Número de turistas

La llegada de turistas a **Tenerife** en los tres primeros meses del año 2025 ascendió a 1.969.403 personas que supone cerca del 40% del total. Durante este primer trimestre la llegada se incrementó en 46.246 personas respecto al mismo trimestre del año anterior y 19.644 respecto al cuarto trimestre del mismo año. Esto significa una tasa de crecimiento del 2,40 y 1,01% respectivamente.

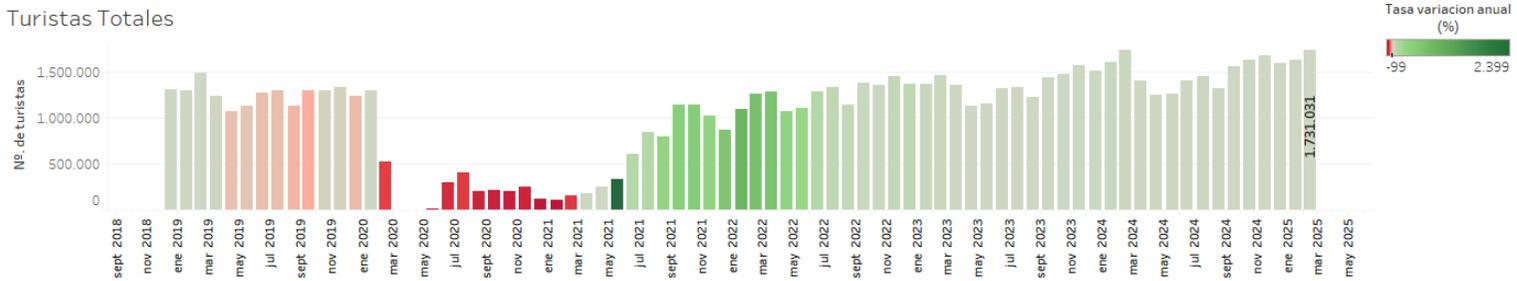
La afluencia turística a **La Palma** se cifra en 57.317 personas representando cerca del 1% del total de llegadas a Canarias. Esto ha significado un crecimiento del número de turistas en 3.069 personas y una tasa de crecimiento anual de 5,66% respecto al mismo trimestre del año anterior. Con respecto al cuarto trimestre, el número de turistas creció en 9.544, que supone una tasa de crecimiento de cerca del 20%.

**En conclusión, durante este primer trimestre del año 2025 se ha producido un crecimiento generalizado en la llegada de turistas a Canarias y a cada una de sus islas respecto al primer trimestre del año 2024 gracias a la fortaleza de la demanda turística extranjera que ha compensado la caída del turista nacional. Este crecimiento demuestra la fortaleza del sector más teniendo en cuenta que durante este año la celebración de la Semana Santa se trasladó al mes de abril. También durante este primer trimestre se ha producido un crecimiento respecto al cuarto trimestre del año 2024, aunque con menor intensidad y a excepción de Lanzarote donde la llegada ha caído.**

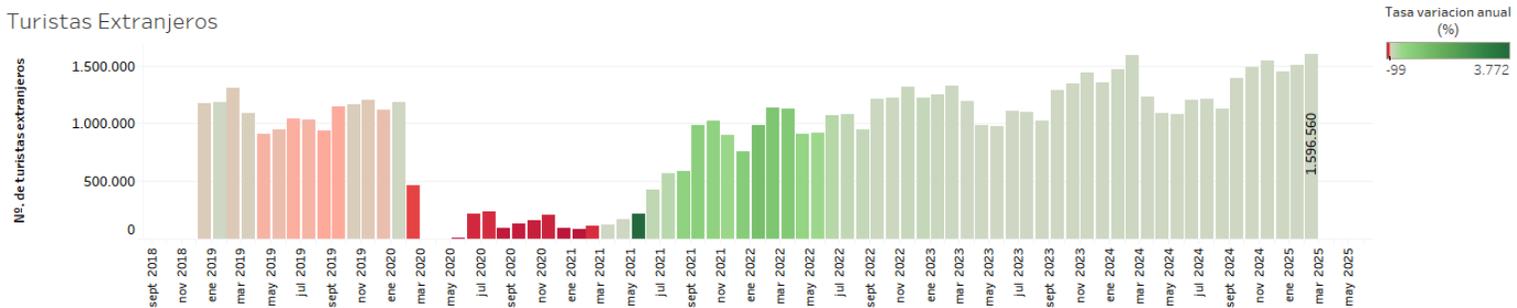
# Número de turistas principales (totales, extranjeros y nacionales)

**Evolución del número de turistas principales y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T1.**  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.

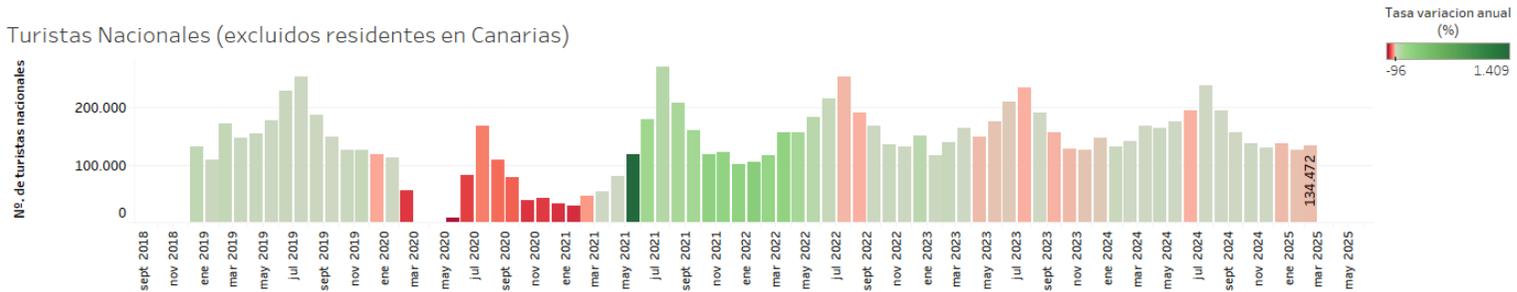
## Turistas Totales



## Turistas Extranjeros



## Turistas Nacionales (excluidos residentes en Canarias)



# Estancia media en alojamientos turísticos y pernoctaciones

La **estancia media** de los turistas en alojamientos turísticos de Canarias durante el primer trimestre del año 2025 asciende a 7,23 días que supone 0,1 días menos que respecto al mismo trimestre del año anterior (7,33 días). Pero 0,12 días más que respecto al trimestre justamente anterior (7,11 días).

**Por islas**, la mayor estancia media se sitúa en Fuerteventura con 7,73 días, seguido de Gran Canaria (7,66 días) y Lanzarote (7,38 días). Mientras en las islas occidentales la estancia es menor alcanzado la cifra más baja El Hierro con 3,68 días y seguido por Tenerife (6,69 días) y La Palma (6,82 días). Únicamente La Gomera llega a alcanzar una estancia superior a la semana (7,10 días).

En comparación con el primer trimestre del año 2024 se observa una tendencia decreciente generalizada a excepción de La Gomera y El Hierro. Oscilando la caída entre 0,31 días en

Fuerteventura y 0,01 en Lanzarote.

La evolución de la estancia media del primer trimestre del año 2025 respecto al último trimestre del año anterior se observa un crecimiento generalizado.

Así el mayor crecimiento lo experimenta las islas occidentales con La Palma a la cabeza, cuya estancia media crece en 0,8 días, seguido de La Gomera con 0,7 días y El Hierro con 0,33 días.

Las islas capitalinas también experimentan un crecimiento de su estancia media respecto a los meses de invierno, pero en menor medida. Concretamente la estancia media de Gran Canaria aumenta en 0,24 días y en Tenerife crece en 0,16 días.

Finalmente, en Lanzarote la estancia media permanece constante en los 7,38 días. Mientras en Fuerteventura se reduce su estancia en 0,18 días.

# Estancia media en alojamientos turísticos y pernoctaciones

Durante el primer trimestre del año 2025 se realizaron un total de 25.316.473 **pernoctaciones**, que ha supuesto una reducción en 548.550 noches respecto al primer trimestre del año 2024. Esto significa una tasa de variación negativa que ronda el 2,12%. Reducción que se explica por la caída de la estancia media en Canarias que no ha podido ser compensada por el incremento del número de turistas.

También se reducen las pernoctaciones respecto al cuarto trimestre del año 2024 en 170.877 noches. Este descenso es debido nuevamente a la reducción de la estancia pese al por el aumento del número de turistas.

Por islas, las pernoctaciones se concentran principalmente en las islas capitalinas, concretamente en Tenerife se realizan 8.845.981 noches y Gran Canaria las pernoctaciones asciende a 7.387.891 noches, le siguen las islas de Lanzarote (4.441.351 noches) y

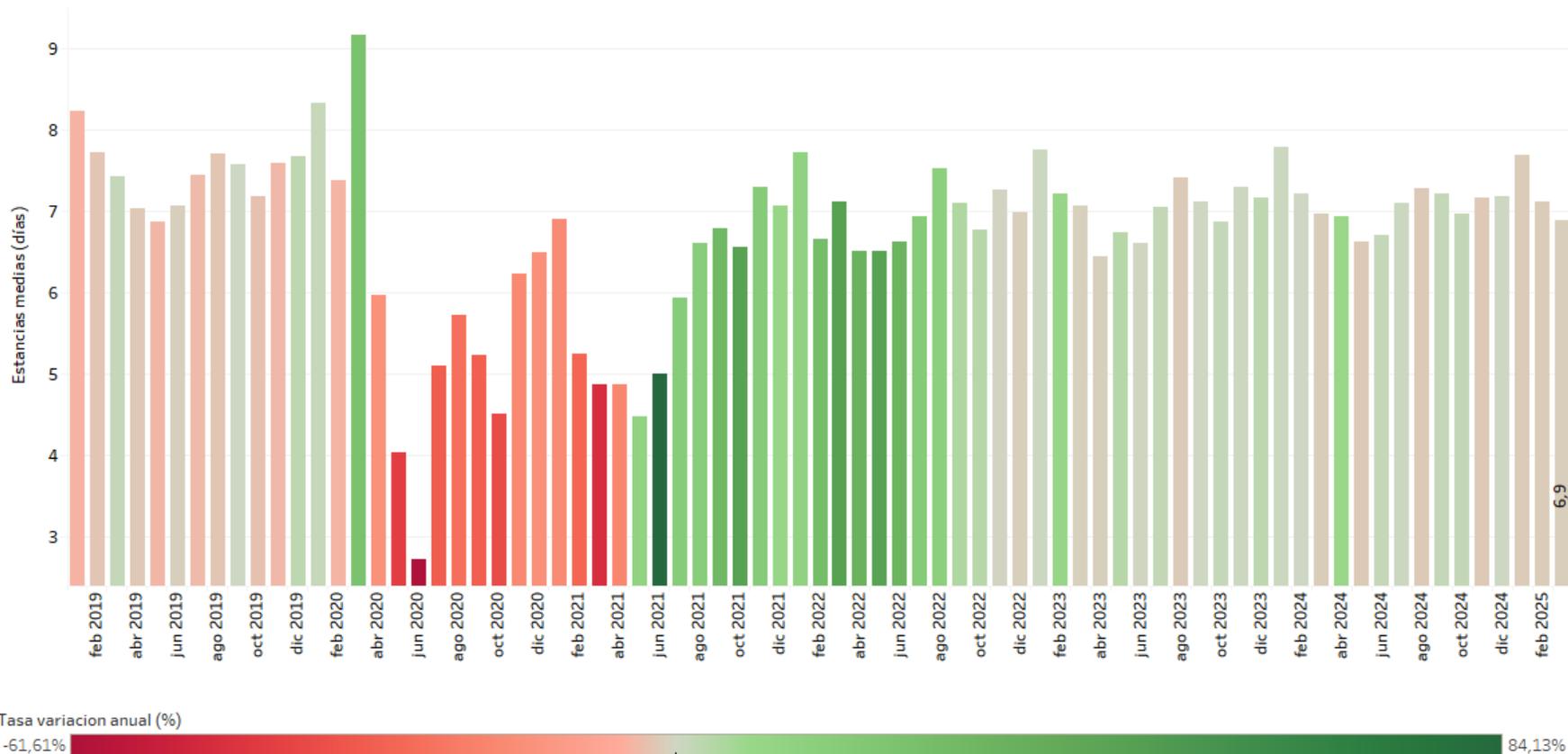
Fuerteventura (4.054.532 noches).

Las pernoctaciones del primer trimestre del año presentan un comportamiento dispar respecto al mismo trimestre del año 2024. Mientras en las islas capitalinas, Lanzarote y La Gomera se produce unas tasas de decremento que oscilan entre 1 y 3%. En las restantes islas crece ligeramente en Fuerteventura (1,93%) y El Hierro (3,19%) y se produce un fuerte crecimiento en La Palma (20%).

Con respecto al último trimestre del año nuevamente se produce un comportamiento dispar. En tanto que caen las pernoctaciones en Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura y El Hierro. Se produce un crecimiento en Gran Canaria (0,88%), pero especialmente en La Gomera (32,31%) y La Palma (28,52%).

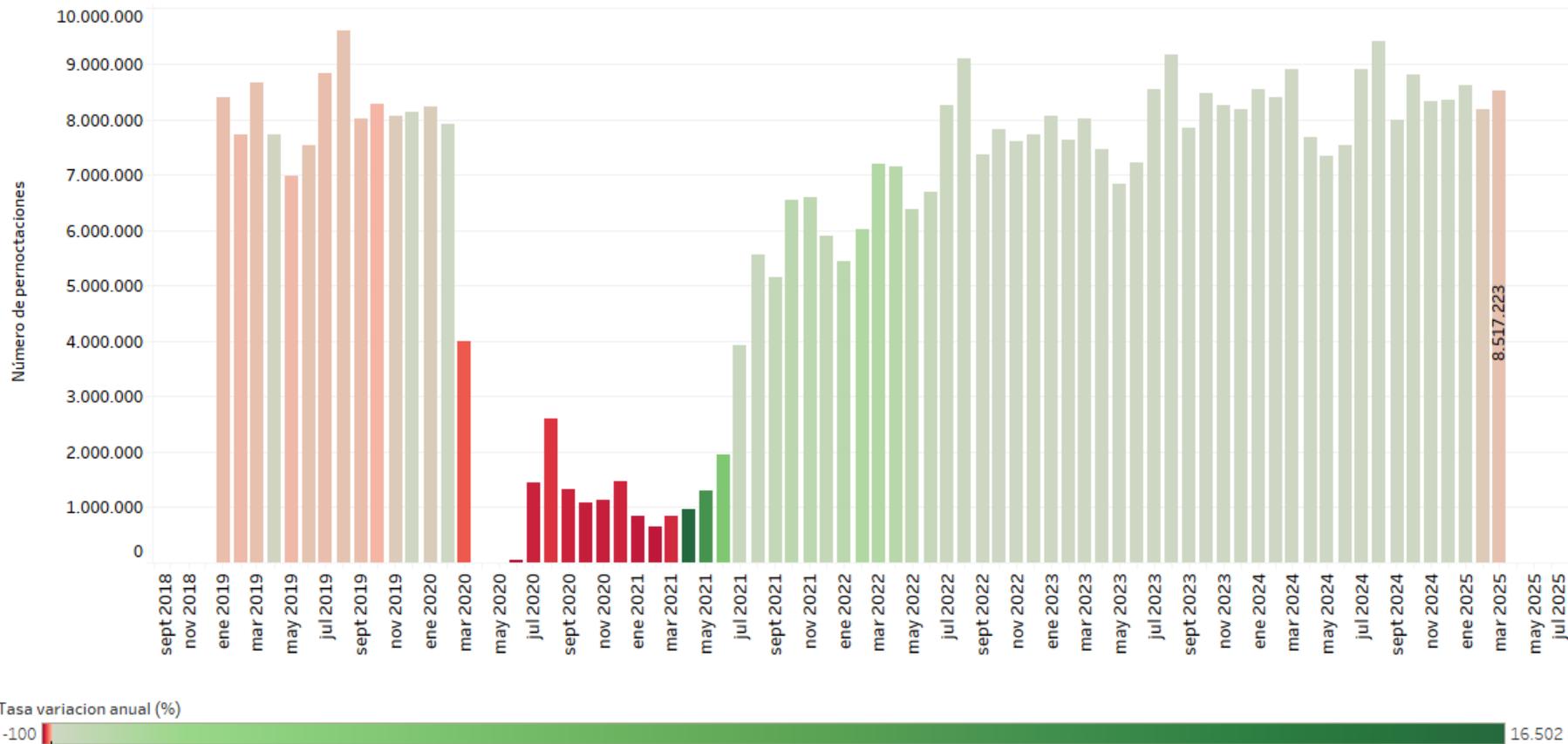
# Estancia media alojamientos turísticos

Evolución de la estancia media en alojamientos turísticos y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T1.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



# Número de pernoctaciones

Evolución del número de pernoctaciones y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T1.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



# Gasto turístico

Durante el **primer trimestre del año 2025** el gasto turístico total generado en **Canarias** asciende a **6.639 millones de euros** que supone un incremento **respecto al mismo trimestre del año 2024** de 114 millones de euros, esto es una **tasa de crecimiento del 1,75%**.

Esta subida en el gasto turístico total se debe a la mayor afluencia de turistas durante el primer trimestre del año 2024 que ha compensado con creces el ligero descenso del gasto del turista. Concretamente el gasto del turista se estima en que 1.520,39 euros, esto es un -3,54% menos que respecto al primer trimestre del año 2024. Esto es debido a la menor estancia media puesto que el gasto diario del turista aumenta a 180,97 euros, que significa 3,97 euros de gasto más por día.

También se ha producido un crecimiento **respecto al cuarto trimestre del año 2024** en 464 millones de euros, que supone una tasa de crecimiento del 7,52% debido a la mayor afluencia de

turistas y al incremento del gasto del turista que ha pasado de 1.393 a los 1520,39 euros.

Durante el primer trimestre del año 2025, el gasto turístico se desembolsó en los siguientes **conceptos**:

- **Alojamiento:** 2.923 millones €. Esta partida crece tanto respecto al primer trimestre del año 2024 (1,78%) como respecto al cuarto trimestre del año 2025 (9,13%).
- **Transporte nacional, internacional:** 1.869 millones €, que crece en 5,71% respecto al primer trimestre del año anterior y en 4,76% respecto al cuarto trimestre del año 2024.
- **Transporte local:** 444 millones € que crece en 9,31% respecto al primer trimestre del año pasado y 14,42% respecto al cuarto.

# Gasto turístico

- **Alimentación:** 983 millones € compuesto por el gasto en restaurantes que asciende a 684 millones € y supermercados que significa 299 millones €. Este gasto aumenta en 4,40% respecto al primer trimestre del año 2024 gracias al incremento en 62 millones del gasto en restauración que compensó la caída en 20 millones de euros del gasto en supermercados. También la alimentación aumento respecto al cuarto trimestre en 8,59% debió al incremento de ambas partidas que se estima en 68 millones en restauración y 9 millones en supermercados
- **Ocio:** 228 millones €, que supone un incremento respecto al primer trimestre del año 2024 en 25 millones, esto es un 12,45% y un incremento en 3 millones respecto al cuarto trimestre del año 2024, esto es una tasa de crecimiento de 1,55%.

- **Compra de bienes:** 158 millones € que cae respecto al primer trimestre del año 2024 en un 48,05% y con respecto al último trimestre se reduce en 4,11%.
- **Otros gastos turísticos:** 30 millones € crece en un 17,90% respecto al primer trimestre del año 2024 y un 16,88% respecto al cuarto trimestre del año pasado.

De estas partidas experimenta el mayor crecimiento en términos absolutos respecto al mismo trimestre del año 2024 el transporte nacional e internacional (100 millones de euros), seguida por la restauración (62 millones de euros) y el alojamiento (51 millones de euros). Si hacemos la comparativa con respecto al cuarto trimestre del año 2024, la partida de mayor crecimiento es el alojamiento que aumenta en 244 millones de euros, seguida por el transporte nacional e internacional (84 millones de euros) y por la restauración (68 millones de euros).

## Gasto turístico

En cuanto a la procedencia del gasto turístico total durante el primer trimestre del año 2025 cabe destacar el peso del mercado británico que asciende a 31,71%, seguido por el mercado alemán (19,86%) mientras el mercado nórdico ocupa la tercera posición (13,55%). Estos tres mercados concentran el 65,13% del total del desembolso. Dicha concentración aún siendo elevada es ligeramente inferior a la presentada en el primer trimestre del año 2024 (66,86%) como al cuarto trimestre del mismo año (67,19%).

Por islas, el gasto turístico total del primer trimestre del año 2025 se desembolsa en las siguientes cantidades:

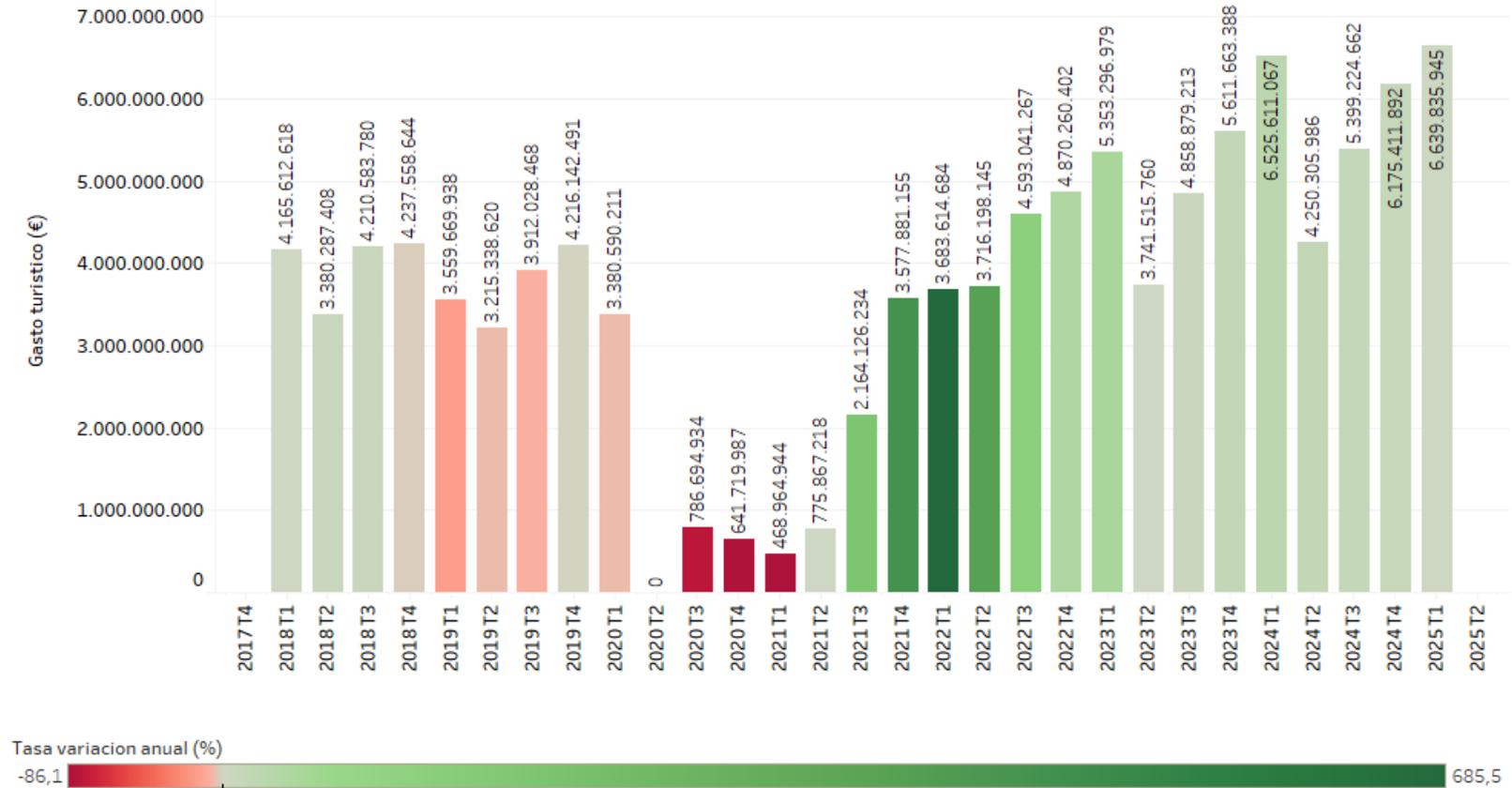
- **Lanzarote:** 1.106 millones de euros, que representa entorno al 17% del gasto total realizado en Canarias. Durante el primer trimestre del año 2025 crece en 77 millones respecto al mismo trimestre del año anterior (7,50%) y 19 millones respecto al cuarto trimestre (1,80%).
- **Fuerteventura:** 927 millones de euros, que significa algo más

14% del gasto total en Canarias. Este gasto se incrementó en 114 millones de euros respecto al primer trimestre del 2024 (14,15%) y 57 millones (6,56%) respecto al cuarto trimestre.

- **Gran Canaria:** 1.887 millones €, que supone el 28% del total del gasto. Este gasto ha descendido en 143 millones de euros respecto al primer trimestre del año pasado (-7,08%) y aumentado en 110 millones respecto al cuarto trimestre (6,23%).
- **Tenerife:** 2.621 millones €, que representa el 39% del gasto total realizado por los turistas. Su gasto ha aumentado en 55 millones respecto al primer trimestre (2,15%) y 250 millones de euros respecto al cuarto trimestre (10,58%).
- **La Palma:** 75 millones de euros que representa el 1% del gasto total con un incremento en 10 millones € respecto al primer trimestre del año 2024 (15,75%) y 16 millones respecto al cuarto trimestre (27,13%).

# Gasto turístico

Evolución del gasto turístico (€) y Tasa de variación anual (%). Canarias. 2018-2025 T1.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



**3**

# Oferta turística

# Tasa de ocupación e ingresos por habitación

Desde la perspectiva de la oferta, Exceltur indica que las **empresas turísticas nacionales** cierran un primer trimestre de 2025 con un crecimiento interanual de ventas del 2,7% muy condicionados por la Semana Santa de 2024, el efecto de un febrero bisiesto y los malos resultados de marzo por las condiciones meteorológicas.

No obstante, hay que señalar la existencia de un comportamiento dispar en las diferentes actividades económicas del sector turístico. Por un lado, destaca el fuerte crecimiento interanual del alquiler de coches (6,7%), le sigue en importancia el ocio (4,6%). En el sector alojativo se observa una buena evolución de los hoteles urbanos (3,4%) mientras los hoteles de costa, a excepción de Canarias (1,7%).

Además, es reseñable la preocupación del sector, un 75% de las empresas turísticas, sobre sus ventas derivado por la creciente complicación del contexto geopolítico.

Por **destinos nacionales** cabe señalar que las principales ciudades turísticas españolas presentan una evolución positiva en términos de ingresos hoteleros destacando el fuerte dinamismo de Madrid gracias a la combinación de una oferta turística y de ocio atractiva con el segmento MICE y las ferias internacionales. Le sigue los destinos urbanos de interior con un rico patrimonio cultural, especialmente en Andalucía. También Las Palmas de Gran Canaria mantiene su tendencia al alza.

No obstante, el comportamiento de los destinos vacacionales de Canarias es superior al dinamismo presentado por los destinos urbanos españoles, tanto en niveles como en crecimiento. El liderazgo de la planta hotelera canaria en ingresos es el resultado del esfuerzo que viene realizando la empresa canaria en términos de renovación del producto tanto en la planta alojativa como las actividades de ocio.

# Tasa de ocupación e ingresos por habitación

En Canarias, los **ingresos medios diarios por habitación disponible (RevPar)** durante el **primer trimestre del año 2025** asciende a **115,97€**, que supone un incremento en 8,61 € respecto al mismo trimestre del año 2024, esto es una tasa de crecimiento de 8,02%.

**Por islas**, los ingresos medios diarios por habitación más elevados se encuentran en **Gran Canaria** (126,72 euros) seguidos por **Tenerife** (122,44 euros), **Lanzarote** (112,87 euros) y **Fuerteventura** (96,08 euros). Se mantiene los bajos ingresos medios de las islas occidentales donde El Hierro presenta el menor ingreso medio que alcanza 35,13 euros, le sigue La Palma (59,57 euros) y La Gomera (81,91 euros).

Durante el primer trimestre del año 2025 se ha producido un crecimiento generalizado en todas **las islas** respecto al primer

trimestre del año 2024. Dentro del crecimiento interanual de los ingresos medios diarios por habitación destaca las islas orientales donde sobresale Gran Canaria con un aumento en 11,60 euros, seguido de Lanzarote (10,78 euros) y Fuerteventura (10,43 euros). Mientras en las islas occidentales el crecimiento oscila entre 1,14 euros de La Palma y los 6,43 euros de la Gomera.

El crecimiento de los **ingresos medios de del primer trimestre del año con respecto al cuarto trimestre del año 2024 en Canarias** asciende a 6,14 euros que ha supuesto un crecimiento en 5,59%.

**Por islas**, se ha producido un crecimiento general a excepción de Fuerteventura que se reduce en 0,04 euros. El mayor crecimiento se produce en La Gomera donde crece en 24,91 euros, le sigue La Palma con 9,66 euros, Gran Canaria (8,33 euros) y Tenerife (7,31 euros).

# Tasa de ocupación e ingresos por habitación

Durante el **primer trimestre del año 2025** la **tasa de ocupación** media por plaza en **Canarias** se sitúa en el 75,76%, esto es -0,78 puntos porcentuales por debajo de media respecto al mismo trimestre del año 2024.

Con respecto a **tasa de ocupación por islas**, la mayor tasa de ocupación media durante el primer trimestre del año 2025 se produce en Tenerife (77,68%), le sigue Lanzarote (76,83%), Gran Canaria (75,08%) y Fuerteventura (74,92%). Mientras la ocupación de las islas menores de la provincia occidental es relativamente inferior: El Hierro (30,39%), La Palma (59,24%) y La Gomera (63,82%).

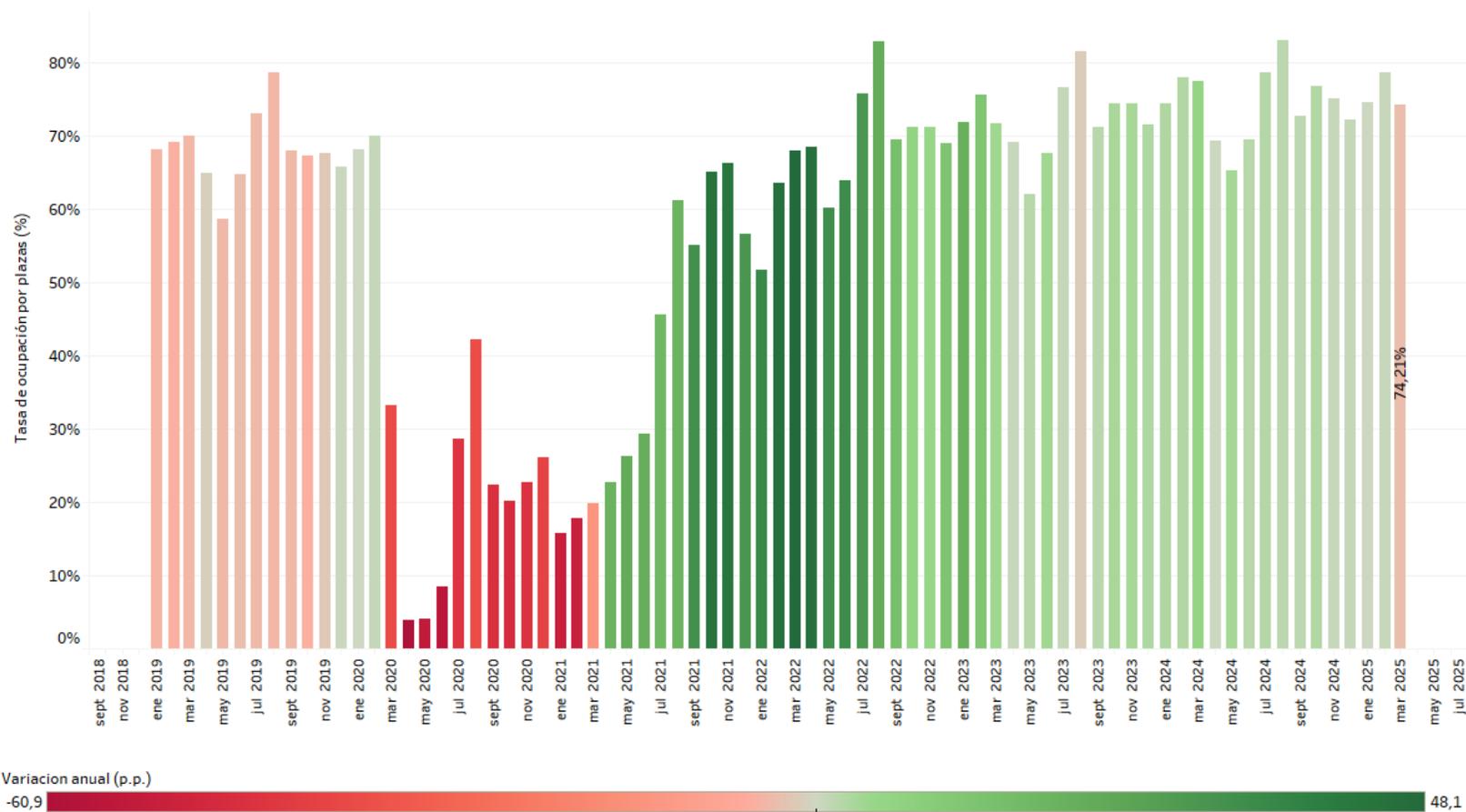
Durante el periodo comprendido entre el primer trimestre del año 2024 y del año 2025 se produce una caída de las tasas de ocupación en gran parte de las islas, destacando la reducción en

3,33 puntos en La Gomera y en 1,5 puntos porcentuales en Tenerife y Gran Canaria. Solamente El Hierro y Fuerteventura experimentan un ligero crecimiento en 1,44 puntos y 2,04 puntos

**La evolución de la ocupación con respecto al cuarto trimestre del año 2024** ha sido positiva puesto que se ha producido un crecimiento en prácticamente todas las islas. A escala regional la tasa de ocupación se incrementa en 1,09 puntos porcentuales. Mientras en las islas se produce un fuerte crecimiento en La Gomera (8,47 p.p) y La Palma (7,53 p.p.). Mientras las islas capitalinas aumentan su ocupación en 1,66 p.p (Gran Canaria) y Tenerife (1,19 p.p) junto a Fuerteventura (1,08 p.p). Sólo decrece El Hierro en 1,21 p.p. y Lanzarote 0,54 p.p.

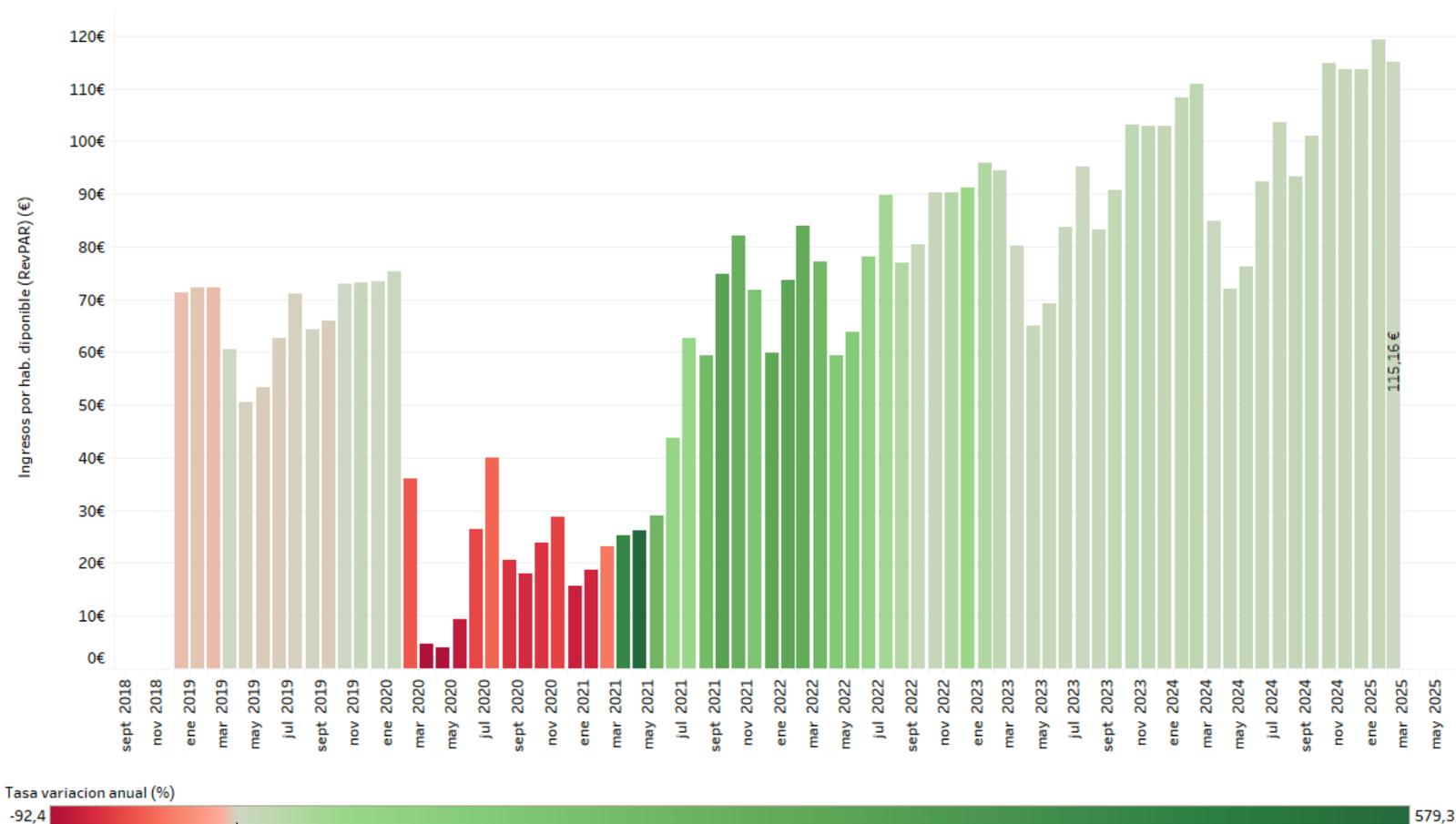
# Tasa de ocupación por plazas alojamientos turístico

Evolución de la tasa de ocupación por plazas (%) de alojamientos turísticos y Tasa de variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T1.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



# Ingreso por habitación disponible (RevPAR)

Evolución del ingreso por habitación disponible (€) y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T1.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



**4**

# Mercado laboral turístico

# Mercado laboral turístico

**A escala nacional**, Exceltur señala que la creación de empleo reduce su ritmo. Situándose en marzo en una tasa del 2,2%. Esto es debido a la normalización del crecimiento de la actividad, al retraso en la apertura de las empresas vacacionales de la costa por la celebración de la Semana Santa en abril y las adversas condiciones meteorológicas en marzo.

Este aumento del empleo turístico en marzo se realiza exclusivamente a través de fórmulas de contratación indefinida basada en contratos a tiempo completo y a tiempo parcial y reducción de los fijos discontinuos.

Otro rasgo característico de la creación de empleo turístico en el inicio de 2025 es la intensa preocupación empresarial por los niveles y evolución del absentismo que se sitúan en el sector turístico en unos 124 mil trabajadores destacando el absentismo en el sector alojativo donde se sitúa en un 7,7%. En otros sectores vinculados al turismo podemos destacar el 5,1% de absentismo en la restauración, 6,4% en el sector aéreo y 7,5% en

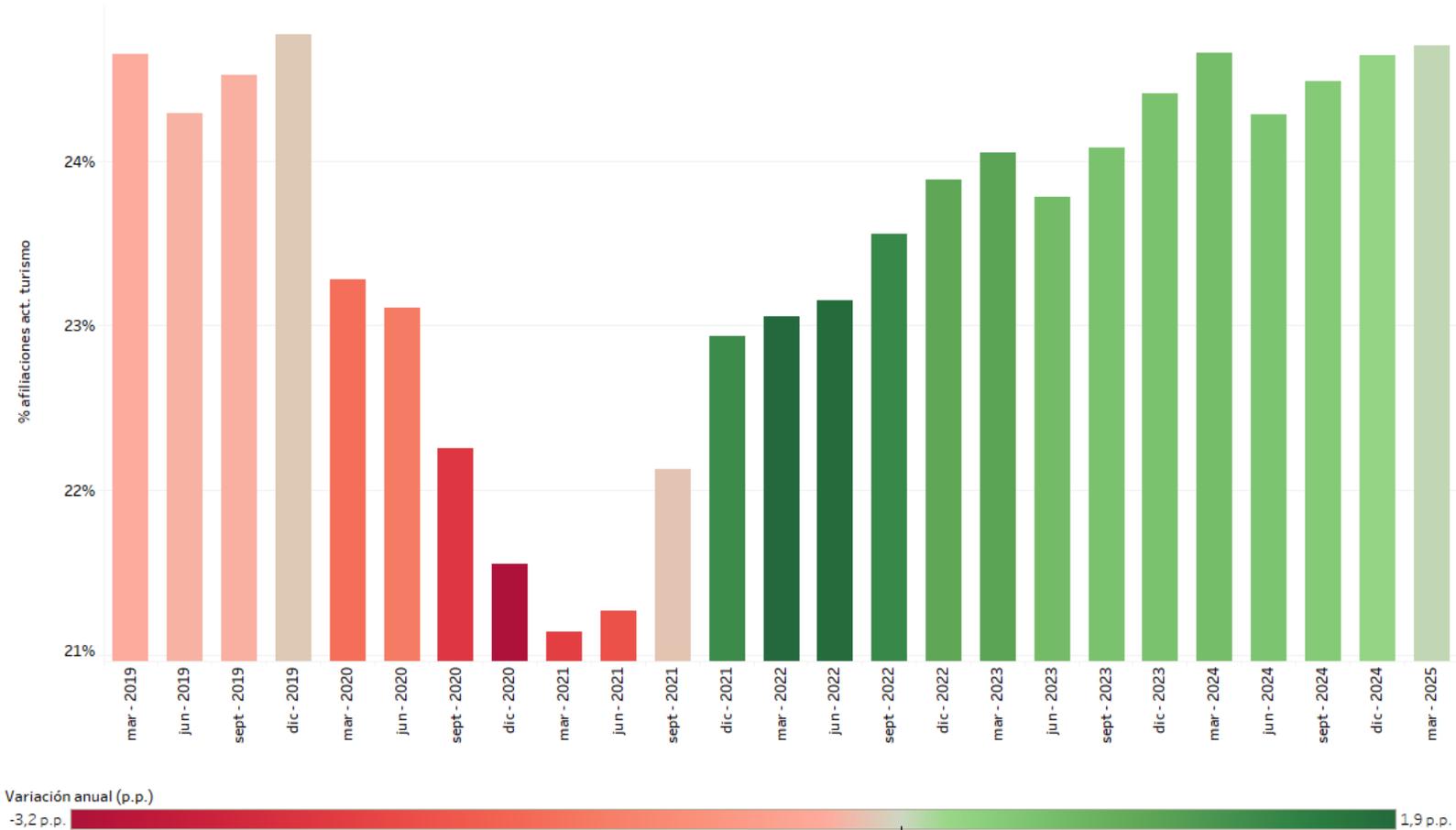
el sector terrestre.

**En Canarias**, el empleo turístico medido a través del número promedio de afiliados asciende a 231.265 personas durante el primer trimestre del año 2025, que representa el 24,70% del total de afiliados. El número de afiliados al sector turístico crece respecto al mismo trimestre del año 2024 en 9.238 afiliados que supone una tasa de crecimiento del 4,16% superior al crecimiento del número de afiliados totales que aumenta un 3,43%.

Con respecto al cuarto trimestre del año 2024, el empleo turístico se mantuvo estable, creciendo en 152 afiliados que supone una tasa de crecimiento del 0,07%. Mientras que el número de afiliados totales decae en 2.788, que supone una tasa de decremento de 0,30%.

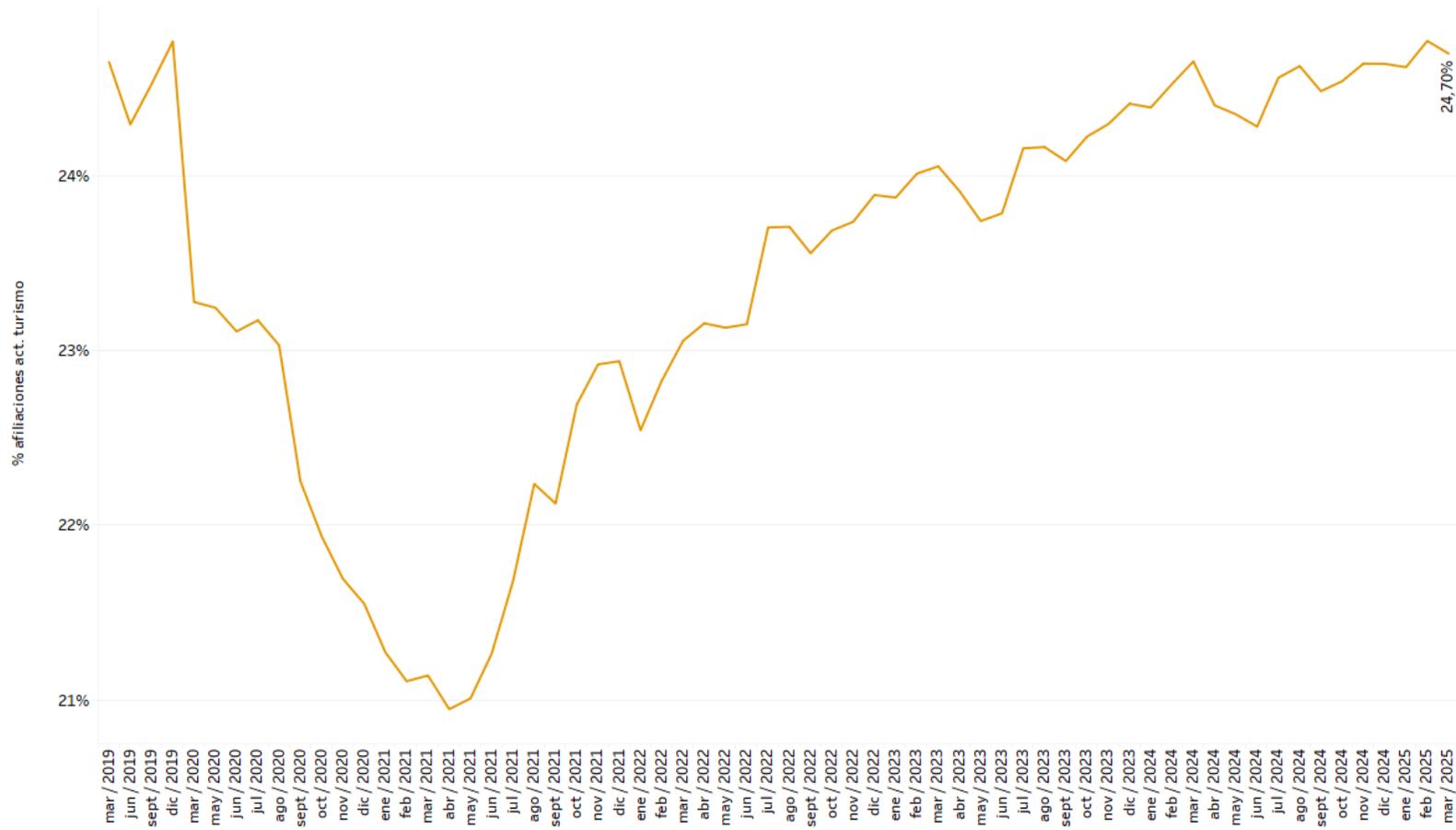
# Mercado laboral turístico

Evolución de los afiliados turísticos y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T1.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del MISSM



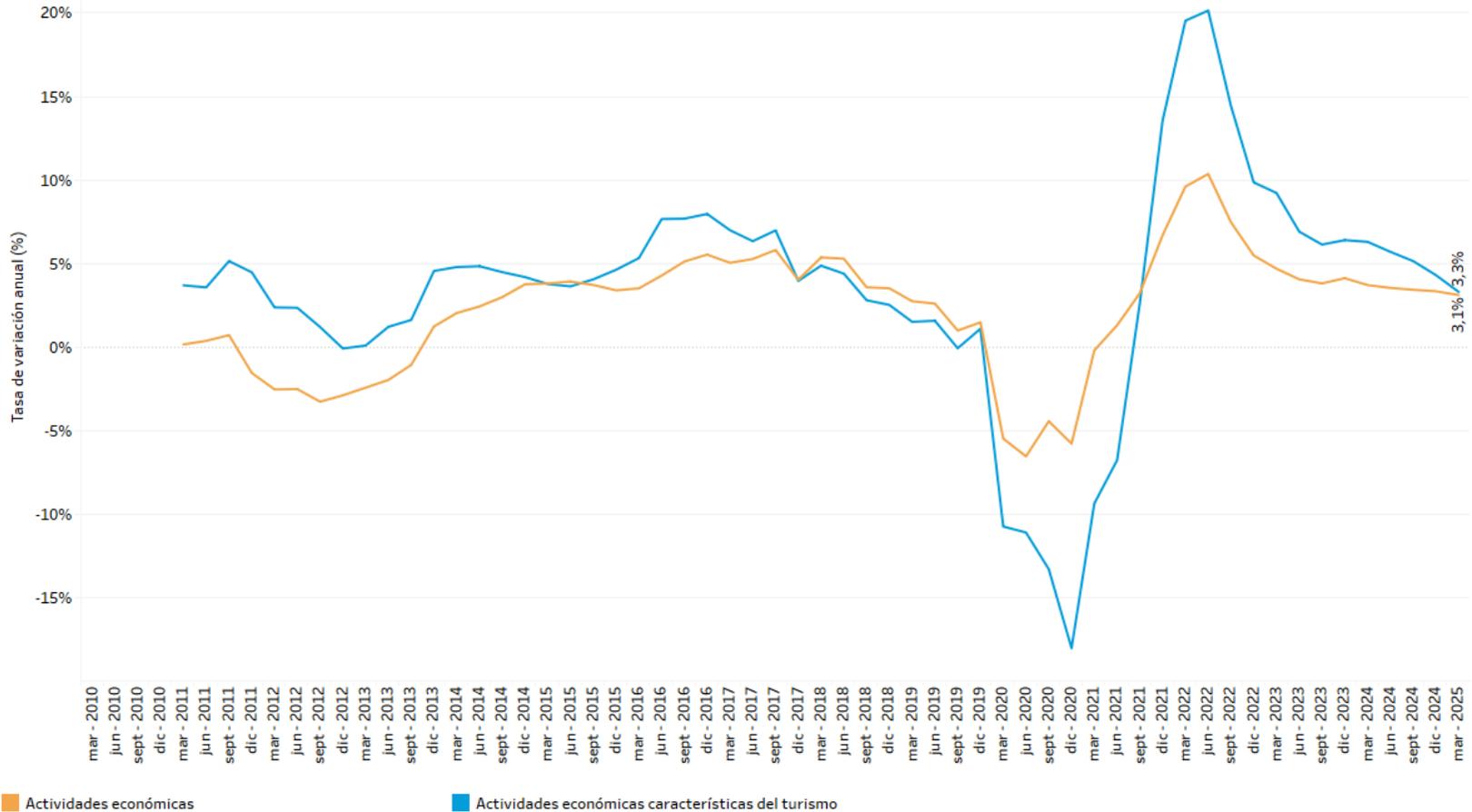
# Mercado laboral turístico

**Evolución de la participación de los afiliados turísticos en el total(%). Canarias. 2019-2025 T1.**  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del MISSM.



# Mercado laboral turístico

Evolución de la tasa de crecimiento de los afiliados totales y los afiliados turísticos (%). Canarias. 2019-2025 T1.  
Fuente: Elaboración propia en base a datos del MISSM.



**5**

# **Perspectivas turísticas en Canarias**

# Perspectivas turísticas de Excelcan

**A escala nacional**, y según señala Exceltur en su Informe de Perspectivas Turísticas, las empresas turísticas cierran un positivo primer trimestre del año 2025 con un crecimiento interanual de sus ventas del 2,7% condicionado por el efecto comparación con la Semana Santa de 2024, el efecto calendario de comparar con un febrero bisiestro y los malos resultados de marzo por la meteorología. En este escenario y con la cautela vinculada al cambiante contexto geopolítico internacional, los empresarios turísticos en España prevén que la mejora de los ingresos se extenderá en todas las Comunidades Autónomas, pero anticipando diferencias en el ritmo de crecimiento y los factores que impulsará dicha evolución. Así el País Vasco lidera las

expectativas de crecimiento de las ventas (6,9%), seguido de Madrid (6,7%) y Asturias (6,6%). Canarias ocupa la posición novena en cuanto a las previsiones de venta entre las comunidades autónomas con un crecimiento estimado del 4,6%.

Entre los mayores niveles de preocupación por los impactos del cambio del escenario geopolítico es señalado por los empresarios españoles del sector el debilitamiento de la capacidad de gasto de los hogares en viajes, y en menor medida, el efecto inflacionario asociado al encarecimiento de los bienes importados, el impacto sobre los viajes de negocios y las implicaciones sobre la ruptura de las cadenas de suministros.

## Perspectivas turísticas de Excelcan

**A escala regional,** los asociados de Excelcan valoran positivamente la marcha de su negocio durante el último trimestre del año. Concretamente el 71,4% de los asociados considera que su negocio ha tenido una marcha positiva durante este trimestre.

En este sentido y analizando las diferentes variables que afectan a la evolución del establecimiento, cabe señalar en primer lugar que el 42,9% de los asociados ha tenido una favorable tendencia en su volumen de negocios frente al 14,3% que señala una reducción de su facturación durante este primer trimestre 2025 en relación con el mismo trimestre del año pasado. Se ha dado esta tendencia pese al crecimiento de los precios que ha sido señalado por el 57,1% de los asociados frente al 42,9% que indica

una estabilidad de sus precios. Ello ha conducido a que la inversión haya estabilizado durante este primer trimestre del año como es señalado por el 71,4% de los asociados. Finalmente, sólo el 14,3% de los asociados ha contratado más personal frente al 85,7% que ha mantenido su plantilla.

## Perspectivas turísticas de Excelcan

A pesar de que el 74,9% de los **empresarios turísticos españoles** revelan que la posible complicación del contexto geopolítico global va a afectar a corto plazo a la demanda turística, sus expectativas apuntan a una intensificación del dinamismo de la actividad turística durante el segundo trimestre del año 2025. Concretamente esperan una tasa de crecimiento interanual en el volumen de ventas de un 5,3% y un 5,6% de sus resultados.

Con respecto a **Canarias**, se señala que la evolución de la marcha del negocio para el segundo trimestre del año 2025 será favorable para el 42,9% de los asociados de frente al 14,3% que prevé una evolución negativa. El resto considera que el negocio mostrará una tendencia estable.

Preguntados por la tendencia que seguirán las principales variables de su establecimiento, los asociados esperan una tendencia desfavorable en la facturación. Concretamente el 57,1% de ellos considera que la facturación experimentará un descenso

frente al 14,3% que espera un aumento en su volumen de negocio. En paralelo, el 42,9% espera que sus precios caigan frente al 14,3% que espera un incremento.

En consecuencias, sólo el 14,3% prevé incrementar la contratación de personal frente al 85,7% que señala que mantendrá la plantilla. Y sólo el 28,6% espera aumentar la inversión frente al 57,1% que la mantendrá estable y un 14,3% que reducirá su inversión.

Los asociados de Excelcan indican como factores limitativos de su actividad principalmente la falta de mano de obra adecuada, que es señalado por el 85,7% de los mismos y la debilidad de la demanda que es considerada por el 50% de los asociados. También es señalado, aunque sólo por el 16,7% el aumento de la competencia y la insuficiencia del equipamiento. Mientras no es percibida ninguna limitación por el lado de la financiación.

# Marcha de negocio

¿Cómo valoraría la marcha de su negocio en el trimestre que está acabando?



¿Cómo valoraría la marcha de su negocio para el trimestre que va a comenzar?



■ Desfavorable      ■ Normal      ■ Favorable

Fuente: Encuesta a los asociados de Excelcan

# Balance empresarial

## Balance empresarial

En el trimestre que está acabando, en comparación con el mismo trimestre del año anterior, ¿qué tendencia han seguido las siguientes variables en su establecimiento?



Fuente: Encuesta a los asociados de Excelcan

# Expectativa empresarial

## Expectativa empresarial

En el trimestre que va a comenzar, en comparación con el que finaliza, ¿qué tendencia cree que seguirá en su establecimiento cada uno de estos factores?



Fuente: Encuesta a los asociados de Excelcan

# Factores limitativos de la actividad

## Factores

¿Cree Usted que cada uno de estos factores limitan la actividad de su establecimiento o la marcha de su negocio?



**6**

# **Anexo: Indicadores de desarrollo turístico**

# Indicadores de desarrollo turístico

## Introducción

Las importantes transformaciones del turismo global y la necesidad de gestionar su impacto de forma estratégica y sostenible han dado lugar al desarrollo de diferentes sistemas de medición del desarrollo turístico.

### **Complejidad creciente del fenómeno turístico**

No cabe duda de que el turismo ya no es sólo una actividad económica puesto que afecta al territorio, al medioambiente, a la cultura y a la sociedad. Por ello es necesario medir más allá de lo meramente cuantitativo (número de turistas o ingresos) además de integrar múltiples dimensiones de su impacto.

### **Demanda de sostenibilidad y resiliencia.**

Las crisis climáticas, sanitarias y energéticas han demostrado que el turismo debe ser más resiliente y sostenible. Esta transición hacia el modelo sostenible puede ser monitoreado por los indicadores.

### **Orientación de políticas públicas y decisiones privadas**

Las administraciones y empresas necesitan datos sólidos para planificar, regular, diversificar o invertir. En este sentido los sistemas de indicadores permiten un diagnóstico detallado y los índices sintéticos permiten una evaluación y comunicación rápida.

### **Evaluación de la aportación del turismo al desarrollo local**

Con este sistema de medición se busca la medición no sólo en términos cuantitativos sino también en términos cualitativos esto es cómo crece y a quién beneficia.

### **Necesidad de herramientas comparativas y rendición de cuentas**

Desde la escala regional hasta la internacional se busca establecer un marco comparable y un sistema de seguimiento de las diferentes regiones turísticas.

# Indicadores de desarrollo turístico

## Indicadores de desarrollo turístico

Las iniciativas para el desarrollo del sistema de medición se pueden agrupar en dos tipos. Por un lado, se encuentran aquellas iniciativas que consisten en el desarrollo de un **sistema de indicadores** como panel de control para entender en detalle la evolución del turismo y su efecto en las múltiples dimensiones. Y de otro lado la creación de un **índice sintético** para medir el progreso o posicionamiento de la región turística.

### Sistema de indicadores de desarrollo turístico

Los principales sistemas de indicadores estructurados que tiene como objetivo monitorear el turismo sostenible, permitir su personalización en destino y servir como herramienta de diagnóstico son aquellos desarrollados por la Organización Mundial del Turismo, Unión Europea, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos y Naciones Unidas.

#### 1. Indicadores de Desarrollo Sostenible de la Organización

#### Mundial de Turismo:

- **Objetivo:** Proporcionar una herramienta flexible para que los destinos construyan sus propios sistemas de monitoreo que faciliten los diagnósticos locales y seguimiento de sostenibilidad.
- **Ejes claves:** Esta formado por cuatro líneas: gestión de destino, impacto ambiental, impacto sociocultural e impacto económico.

#### 2. Sistema Europeo de Indicadores Turísticos de la Unión Europea:

- **Objetivo:** Ayudar a los destinos turísticos europeos a medir y gestionar la sostenibilidad de manera continua estimulando la autoevaluación, benchmarking interno y mejora progresiva.
- **Ejes clave:** El sistema está compuesto por 27 indicadores clave y 40 opcionales que se agrupan en torno a 4 pilares: gestión de destino, impacto económico, sociocultural y ambiental.

# Indicadores de desarrollo turístico

## Indicadores de desarrollo turístico

### Indicador sintético de desarrollo turístico

Los indicadores sintéticos tienen como objetivo principal medir el turismo de forma integrada para que tanto gestores públicos como privados puedan visualizar su nivel de desarrollo y realizar un análisis comparativo y competitivo del destino. Los principales indicadores sintéticos son elaborados por el Foro Económico Mundial y Global Destination Sustainability Movement a escala internacional.

### Travel & Tourism Development Index (Foro Económico Mundial)

- **Objetivo:** Medición de la capacidad de los países por desarrollar un turismo competitivo, sostenible y resiliente.
- **Índice:** El TTDI recoge 117 indicadores en 5 dimensiones (entorno, políticas, infraestructuras, recursos, sostenibilidad) para proporcionar un ranking global para 119 países.

### Global Destination Sustainability Index (GDS-Index):

- **Objetivo:** Evaluara la sostenibilidad en destinos turísticos

urbanos, especialmente para turismo de congresos.

- **Índice:** El índice está compuesto por 69 indicadores en gobernanza, impacto ambiental, social y cadena de valor para proporcionar un análisis comparativo para 90 ciudades.

A estos indicadores sintéticos podemos añadir otros índices que se desarrollan a **escala nacional** como son:

### Barómetro de Desarrollo Turístico Sostenible (Francia)

- **Origen:** Se lanzó en el año 2018 y se ha reformulado en el año 2022.
- **Objetivo:** Evaluar el progreso de los destinos franceses hacia un modelo de turismo sostenible.
- **Índice:** Está compuesto por 20 indicadores que se estructuran en tres ejes: presión ambiental, inclusión social y empleo y el impacto económico y estacionalidad.

# Indicadores de desarrollo turístico

## Indicadores de desarrollo turístico

### Índice de Progreso del Turismo Sostenible (Costa Rica)

- **Origen:** El año 2016 se creó este indicador.
- **Objetivo:** Consolidar el liderazgo de Costa Rica como destino eco-sostenible.
- **Índice:** Está compuesto por 3 dimensiones: conservación de la biodiversidad, inclusión social y participación comunitaria y rentabilidad y beneficio local.

### Índice de Competitividad Turística Regional (MONITUR) (España)

- **Origen:** Creado en el año 2008.
- **Objetivo:** Evaluación del grado de competitividad de las comunidades autónomas españolas
- **Índice:** El índice está compuesta por 6 grandes dimensiones (políticas turísticas, conectividad, producto, resultados, empleo y

sostenibilidad).

### Índice de Desarrollo Turístico (Impulsa Balears (España))

Finalmente, para completar esta relación de indicadores cabe destacar el Índice de Desarrollo Turístico desarrollada por Impulsa Balears:

- **Origen:** Creado en el año 2025
- **Objetivo:** Medir el desarrollo turístico de las regiones españolas de forma integrada y sostenible.
- **Índice:** Está compuesto por 15 pilares en 5 bloques: entorno regional, políticas, infraestructuras, recursos y sostenibilidad.
- **Cobertura:** 17 comunidades autónomas comparadas con 325 regiones turísticas del mundo.

# Indicadores de desarrollo turístico

## Ventajas e inconvenientes de ambos métodos de medición del desarrollo turístico

El **sistema de indicadores del desarrollo turístico** es un conjunto de variables separadas que miden diferentes aspectos del turismo y presenta las siguientes ventajas:

- Mayor detalle: Permite ver los resultados por dimensión o variable específica
- Flexible y adaptable: Permite elegir los indicadores más relevantes para un territorio.
- Ideal para la gestión local o técnica: Permite a planificadores, técnicos y especializados realizar una gestión del desarrollo turístico.

Pero presenta dos tipos de limitaciones principales:

- Más difícil de comunicar a públicos no técnicos
- No permite comparación rápida entre regiones o evolución global.

Por otro lado, el **índice sintético** es un valor único que resume múltiples indicadores en una sola puntuación. Sus principales

ventajas son:

- Visión global rápida: Resume de forma clara el estado del desarrollo turístico
- Comparabilidad: Permite clasificar regiones o países
- Muy útil para los responsables de comunicación pública.

Este índice presenta las siguientes limitaciones:

- Puede perder matices importantes si no se interpreta junto al sistema de indicadores
- Las decisiones metodológicas pueden influir en el resultado.

Ante estas ventajas e inconvenientes **lo ideal es integrar ambos sistemas:**

- Usar un índice sintético como termómetro general para medir el progreso o posicionamiento.
- Emplear el sistema de indicadores como panel de control para entender porqué varía el índice y dónde actuar.

# Indicadores de desarrollo turístico

## Canarias. Estado situación del sistema de medición del desarrollo turístico

El impulso inicial para el desarrollo de un sistema de medición del desarrollo sostenible turístico tiene su origen en la Estrategia Canaria de Turismo Sostenible aprobado por el Gobierno de Canarias a comienzo de esta década. En este informe se estableció como medida clave la creación de un sistema de indicadores que condujera a un índice sintético de sostenibilidad turística para monitorizar el desempeño.

Posteriormente se ha llevado a cabo el desarrollo metodológico por el Observatorio de Turismo de Canarias. Esta fase de diseño se desarrolló entre el año 2021 y 2023 mediante la identificación de las dimensiones clave (sostenibilidad ambiental, impacto socioeconómico y sostenibilidad de la demanda) y la definición de indicadores básicos y avanzados incluyendo:

- Ambientales: huella ecológica, consumo de agua y energía,

generación de residuos por turista.

- Económicos: empleo turístico, PIB turístico, renta per cápita en zonas turísticas.
- Sociales: satisfacción de residentes, accesibilidad, integración cultural.
- De gestión del destino: certificaciones sostenibles, planes de ordenación.

Actualmente en Canarias no existe un índice sintético del desarrollo turístico, pero cuenta con datos estructurados por pilares de sostenibilidad de forma dispersa recogido en diferentes informes técnicos además de trabajar en integrar todos los indicadores en una herramienta de medición compuesta.

INFORME DE COYUNTURA  
TURÍSTICA DE CANARIAS Y  
PERSPECTIVAS.  
PRIMER TRIMESTRE 2025