

Perfil del turista en Gran Canaria

Informe del segundo trimestre de 2025



Fuente: ISTAC – Encuesta sobre el Gasto Turístico

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| SECCIÓN 1: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO | 3 |
| Sexo y edad | |
| Situación laboral | |
| Nivel de ingresos | |
| Tipo de acompañante y acompañados menores de 13 años | |
| SECCIÓN 2: ANTES DEL VIAJE | 9 |
| Antelación en la reserva del viaje | |
| Canales de información según país de residencia | |
| Propósito y motivación del viaje | |
| Importancia de los aspectos de elección del destino | |
| Predisposición al pago de tasa turística | |
| SECCIÓN 3: DURANTE LA ESTANCIA | 15 |
| Estancia media según país de residencia y tipo de alojamiento | |
| Número de horas diarias fuera del alojamiento por país de residencia | |
| SECCIÓN 4: DESPUÉS DE LA ESTANCIA | 19 |
| Satisfacción y calificación de la experiencia | |
| SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO | 21 |

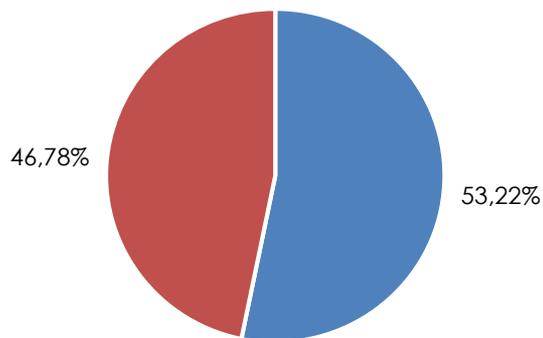
Sección 1

Perfil sociodemográfico

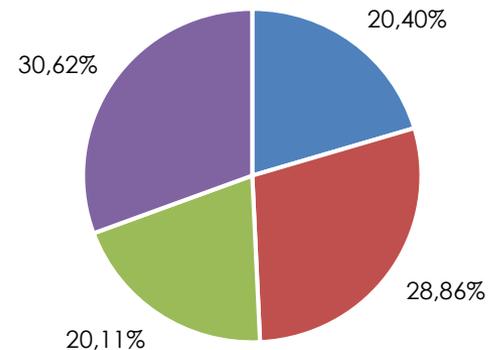
1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según sexo y edad

| Sexo | T2 2024 | T2 2025 | Grupos de edad | T2 2024 | T2 2025 |
|---------|---------|---------|----------------|---------|---------|
| Hombres | 51,49% | 53,22% | De 16 a 30 | 25,26% | 20,40% |
| | | | De 31 a 45 | 28,53% | 28,86% |
| Mujeres | 48,51% | 46,78% | De 46 a 60 | 21,66% | 20,11% |
| | | | De 61 o más | 24,54% | 30,62% |



■ Hombres ■ Mujeres



■ De 16 a 30 ■ De 31 a 45 ■ De 46 a 60 ■ De 61 o más

Aumenta la diferencia según **sexo** de los turistas con respecto al mismo trimestre de 2024.

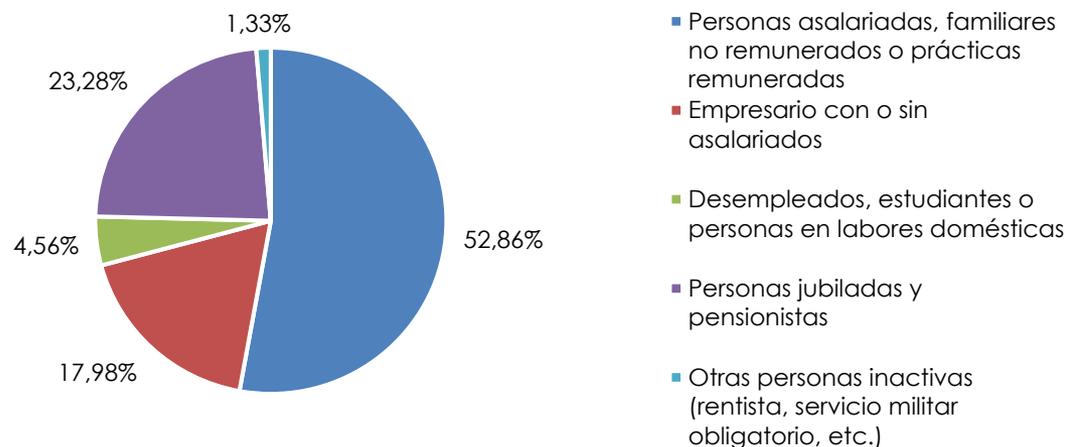
En cuanto a la **distribución de las edades** de los turistas, el grupo de edad de "61 años o más" aumenta respecto al mismo trimestre de 2024 .

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según situación laboral

| Situación laboral | T2 2024 | T2 2025 | Var. % del total de turistas |
|---|---------|---------|------------------------------|
| Personas asalariadas, familiares no remunerados o prácticas remuneradas | 57,91% | 52,86% | 1,47% |
| Empresario con o sin asalariados | 17,31% | 17,98% | 15,48% |
| Desempleados, estudiantes o personas en labores domésticas | 5,19% | 4,56% | -2,46% |
| Personas jubiladas y pensionistas | 18,35% | 23,28% | 40,99% |
| Otras personas inactivas (rentista, servicio militar obligatorio, etc.) | 1,23% | 1,33% | 19,75% |

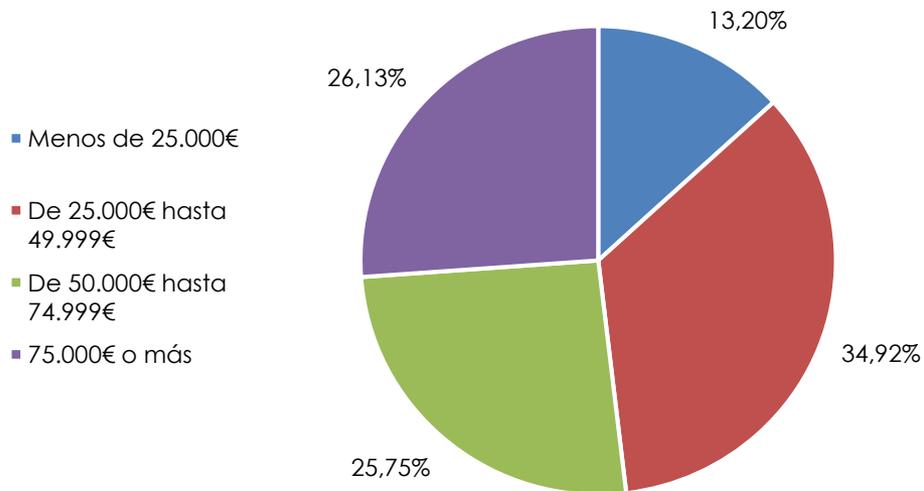
La categoría de turistas "asalariados, ayuda en negocio familiar o prácticas remuneradas" sigue siendo la predominante, representando un **52,86%**, seguidos por aquellos turistas que son "jubilados y pensionistas", que representan el **23,28%**.



1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según nivel de ingresos

| Nivel de ingresos | T2 2024 | T2 2025 | Var. % del total de turistas |
|--------------------------|---------|---------|------------------------------|
| Menos de 25.000€ | 12,88% | 13,20% | 13,89% |
| De 25.000€ hasta 49.999€ | 35,06% | 34,92% | 10,73% |
| De 50.000€ hasta 74.999€ | 26,87% | 25,75% | 6,53% |
| 75.000€ o más | 25,19% | 26,13% | 15,34% |



El **nivel de ingresos** de los turistas que llegan a Canarias está bastante dividido.

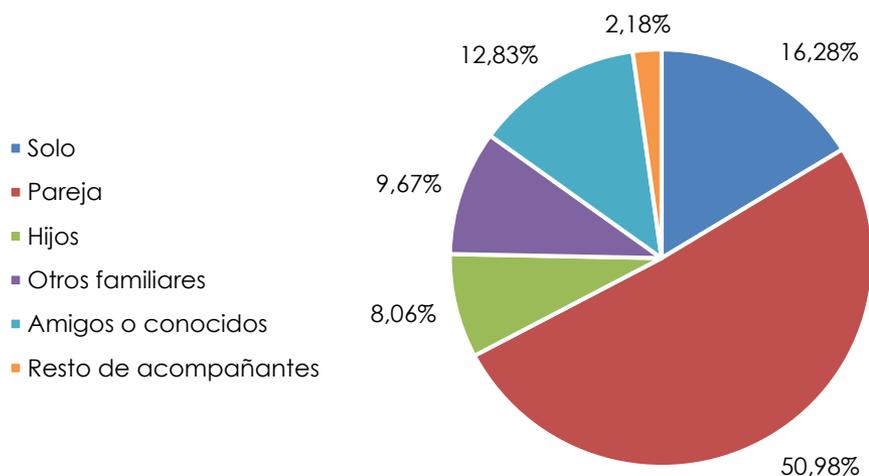
Los turistas con una renta entre "25.000 € - 49.999 €" son los que más visitan la isla, con un **34,92%**, seguidos de los que ingresan "75.000 € o más", con un **26,13%**.

Entre ambos grupos acumulan más del **60%** del total.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según tipo de acompañante

| Tipo de acompañante | T2 2024 | T2 2025 | Var. % del total de turistas |
|-----------------------|---------|---------|------------------------------|
| Solo | 15,38% | 16,28% | 13,31% |
| Pareja | 47,75% | 50,98% | 14,30% |
| Hijos | 12,92% | 8,06% | -33,22% |
| Otros familiares | 11,52% | 9,67% | -10,10% |
| Amigos o conocidos | 10,19% | 12,83% | 34,89% |
| Resto de acompañantes | 2,24% | 2,18% | 4,43% |

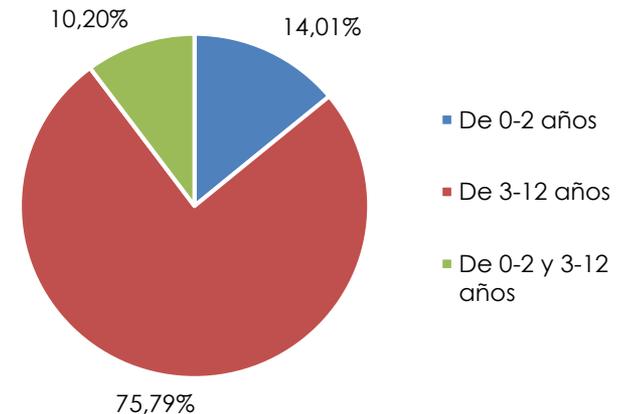
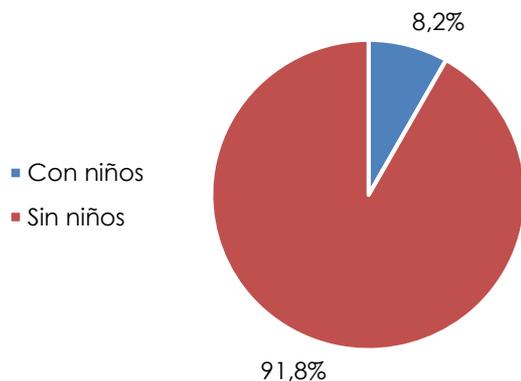


Según el **tipo de acompañante**, las "parejas" siguen siendo el grupo líder en la isla con un **50,98%**, seguidos de los que vienen "solos", con un **16,28%**.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según acompañadas de menores de 13 años

| Tipo de acompañante | T2 2024 | T2 2025 | Variación % del total de turistas |
|----------------------------|---------|---------|-----------------------------------|
| CON NIÑOS | 13,17% | 8,20% | -30,73% |
| Menores de 0-2 años | 1,37% | 1,15% | -6,60% |
| Menores de 3-12 años | 10,75% | 6,22% | -35,71% |
| Menores de 0-2 y 3-12 años | 1,05% | 0,84% | -11,26% |
| SIN NIÑOS | 86,83% | 91,80% | 17,52% |



En el **segundo trimestre de 2025**, el **91,8%** de los turistas que visitaron Gran Canaria viajaron "sin niños".

Dentro de los turistas que viajaron "con niños", la categoría de menores que predomina es la comprendida entre los "3 y 12 años" con un **75,79%**. Los grupos de menores entre "0 y 2 años y los menores de 0-2 y 3-12 años", representan el **14,01%** y **10,2%**, respectivamente.

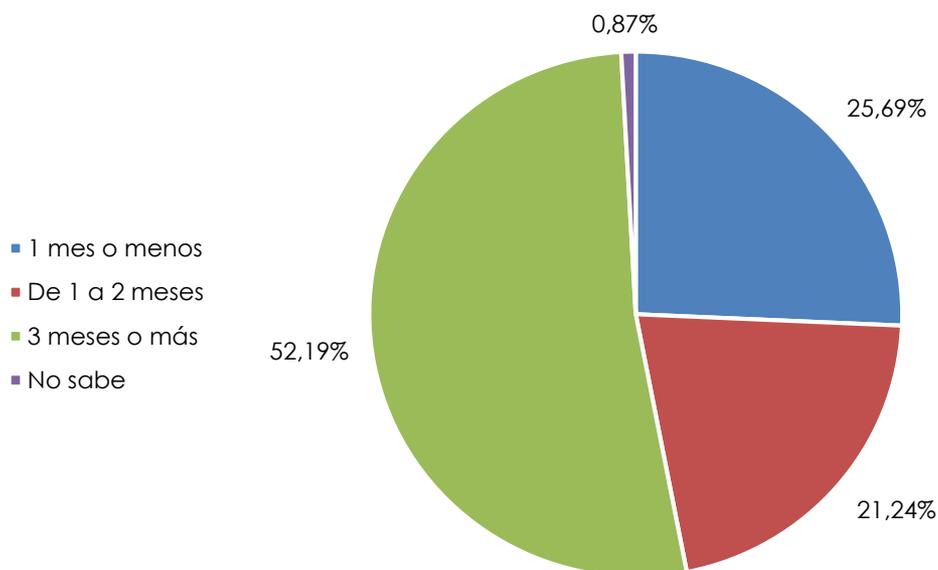
Sección 2

Antes del viaje

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Según antelación en la reserva del viaje

| | T2 2024 | T2 2025 | Var. % del total de turistas |
|----------------|---------|---------|------------------------------|
| 1 mes o menos | 26,47% | 25,69% | 7,88% |
| De 1 a 2 meses | 23,19% | 21,24% | 1,84% |
| 3 meses o más | 49,09% | 52,19% | 18,19% |
| No sabe | 1,24% | 0,87% | -21,99% |



En el **segundo trimestre de 2025**, más de un **50%** de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de “más de 3 meses”.

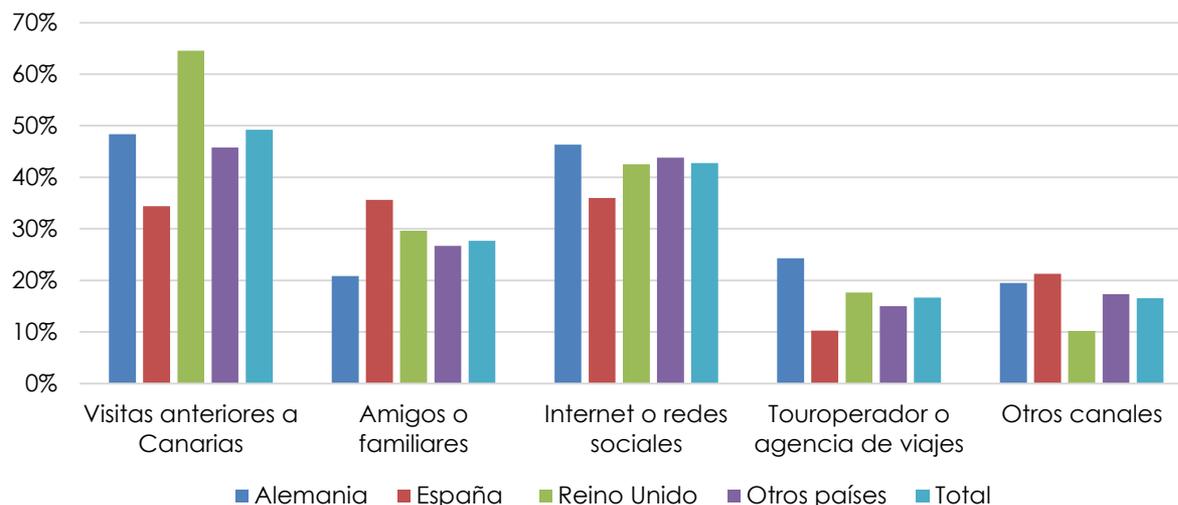
2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Canales de información según país de residencia

| Canales de información | Alemania | | España | | Reino Unido | | Otros países | | Total | |
|---------------------------------|----------|---------------|---------|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|---------|---------------|
| | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 |
| Visitas anteriores a Canarias | 42,04% | 48,38% | 30,16% | 34,36% | 56,53% | 64,55% | 41,91% | 45,77% | 44,15% | 49,23% |
| Amigos o familiares | 22,18% | 20,84% | 28,18% | 35,60% | 26,80% | 29,64% | 26,68% | 26,72% | 26,14% | 27,69% |
| Internet o redes sociales | 46,04% | 46,31% | 38,48% | 35,96% | 50,30% | 42,49% | 48,45% | 43,81% | 46,97% | 42,76% |
| Touroprador o agencia de viajes | 25,07% | 24,31% | 8,61% | 10,26% | 27,64% | 17,64% | 21,52% | 14,97% | 21,84% | 16,66% |
| Otros canales | 17,65% | 19,51% | 22,50% | 21,24% | 16,07% | 10,22% | 18,63% | 17,32% | 18,35% | 16,54% |

“Internet o redes sociales” y las “visitas anteriores a Canarias” son los **canales** principales para decidir visitar la isla.

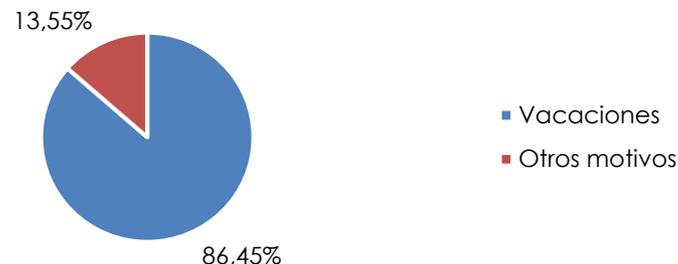
En el caso concreto de España, los “amigos o familiares” también suponen un importante **canal de información**, alcanzando el **35,6%**.



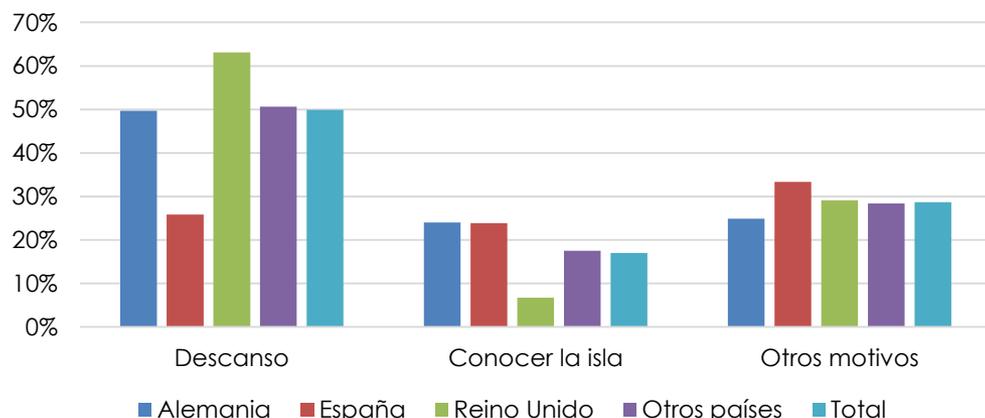
2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Propósito del viaje y motivación principal de las vacaciones

| Propósito del viaje | Total | |
|---------------------|---------|---------------|
| | T2 2024 | T2 2025 |
| Vacaciones | 85,58% | 86,45% |
| Otros motivos | 14,42% | 13,55% |



| Motivación del viaje | Alemania | | España | | Reino Unido | | Otros países | | Total | |
|----------------------|----------|---------------|---------|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|---------|---------------|
| | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 |
| Descanso | 55,02% | 49,69% | 26,88% | 25,81% | 67,13% | 63,14% | 52,25% | 50,67% | 52,92% | 49,87% |
| Conocer la isla | 21,42% | 24,05% | 19,30% | 23,88% | 6,91% | 6,75% | 18,63% | 17,50% | 16,00% | 16,98% |
| Otros motivos | 22,41% | 24,88% | 22,88% | 33,36% | 24,45% | 29,14% | 25,50% | 28,40% | 24,24% | 28,68% |



El **motivo principal** de los turistas para venir a Gran Canaria son las “vacaciones”, alcanzando el **86,45%**.

Dentro del **motivo vacacional**, el **49,87%** lo hacen sobre todo para “descansar”.

En cambio, la **motivación** de los visitantes españoles está más repartida entre el “descanso”, **25,81%** y “otros motivos”, **33,36%**.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Importancia de los aspectos de elección

| Posición | Top 10 factores que importan "Mucho" | %. de turistas | Posición | Top 10 factores que importan "Nada" | %. de turistas |
|----------|--------------------------------------|----------------|----------|-------------------------------------|----------------|
| 1º | Clima | 71,62 | 1º | Red de senderos | 45,49 |
| 2º | Seguridad | 54,88 | 2º | Ocio nocturno | 41,61 |
| 3º | Tranquilidad | 48,73 | 3º | Oferta comercial | 27,95 |
| 4º | Mar | 43,95 | 4º | Patrimonio histórico | 26,5 |
| 5º | Oferta alojativa | 41,92 | 5º | Exotismo | 25,47 |
| 6º | Playas | 40,73 | 6º | Oferta cultural | 21,15 |
| 7º | Pertenece a Europa | 39,98 | 7º | Pertenece a Europa | 17,09 |
| 8º | Precio | 37,35 | 8º | Autenticidad | 12,84 |
| 9º | Viaje sencillo | 37,05 | 9º | Posibilidades de diversión | 12,5 |
| 10º | Paisajes | 35,22 | 10º | Gastronomía | 11,47 |

Los cuadros anteriores nos muestran el **porcentaje de turistas según la importancia** que le dan, "mucho" o "nada", a los distintos factores que les llevan a elegir Gran Canaria como destino.

Entre los **factores** que importan "mucho", encontramos, encabizando la lista, el clima, seguido de la seguridad, la tranquilidad, el mar y la oferta alojativa.

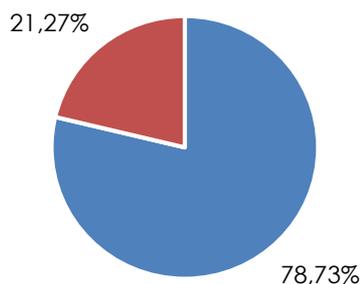
En cambio, entre los aspectos que les importan "nada", se hayan la red de senderos, el ocio nocturno, la oferta comercial, patrimonio histórico y el exotismo.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Predisposición al pago de tasa turística para fines concretos

¿Estaría dispuesto a pagar una tasa turística? ¿A qué fines debería destinarse dicha tasa?

| Predisposición al pago de tasa turística para fines concretos | T2 2025 | Var. % del total de turistas |
|---|---------|------------------------------|
| Sí la pagaría | 58,30% | 26,71% |
| Mejorar las condiciones de vida en Canarias | 11,04% | 22,98% |
| Mejorar el desarrollo económico de Canarias | 4,84% | 6,72% |
| Mejorar y proteger el medio ambiente en Canarias | 15,39% | 18,76% |
| Mejorar la calidad de los entornos turísticos | 5,69% | 61,69% |
| Cualquier fin al servicio de Canarias | 13,63% | 29,38% |
| No la pagaría | 15,75% | -12,88% |
| No consta | 25,94% | 0,33% |



■ Sí la pagaría ■ No la pagaría

En términos generales, las cifras obtenidas reflejan que la mayoría de los turistas que visitaron Gran Canaria en el **segundo trimestre de 2025** estarían dispuestos a pagar una tasa turística destinada a fines concretos, representando el **58,3%** del total. De entre aquellos que muestran su disposición al pago, el **15,39%** elegiría destinarlo a “*mejorar y proteger el medio ambiente en Canarias*”, seguido de cerca por un **13,63%** que lo destinaría a “*cualquier fin al servicio de Canarias*”.

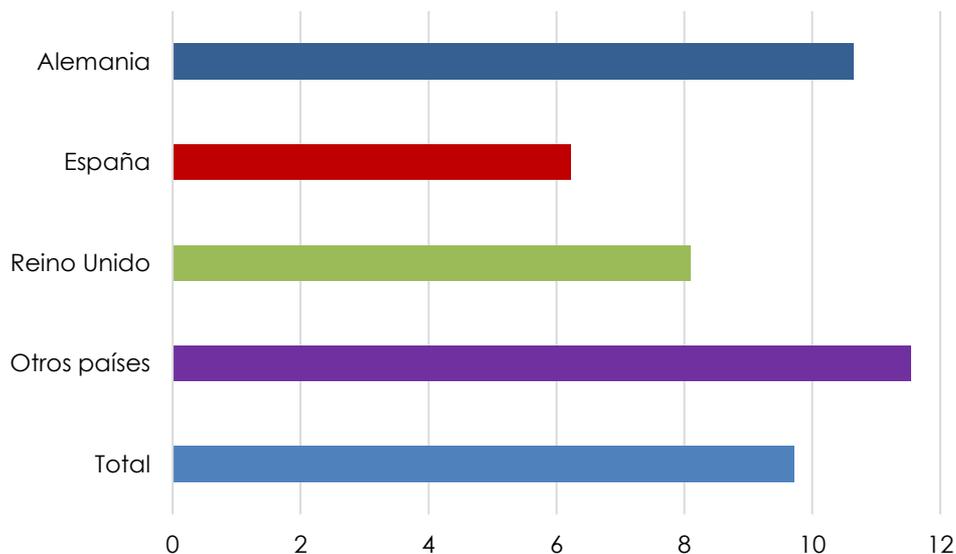
Sección 3

Durante la estancia

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según país de residencia

| Estancia media | T2 2024 | T2 2025 | Var. (%) |
|----------------|-------------|-------------|--------------|
| Alemania | 12,14 | 10,65 | -12,27% |
| España | 5,75 | 6,22 | 8,17% |
| Reino Unido | 8,04 | 8,1 | 0,75% |
| Otros países | 10,67 | 11,54 | 8,15% |
| Total | 9,44 | 9,71 | 2,86% |



La **estancia media** total durante el **segundo trimestre** de este año se situó en **9,71** días, lo que supone un aumento de **2,86%** con respecto al 2024.

Los **turistas de otros países** han pasado a ser de los que pasan más días en la isla (11 días).

Por su parte, los **turistas españoles** tienen, de media, una estancia de 6,22 días.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según tipo de alojamiento

| Estancia media | T2 2024 | T2 2025 | Var. (%) |
|---|-------------|-------------|--------------|
| Hotel 5 Estrellas | 7,95 | 7,7 | -3,14% |
| Hotel 4 Estrellas | 7,66 | 7,64 | -0,26% |
| Hotel 1, 2 y 3 Estrellas | 9,54 | 8,14 | -14,68% |
| Apartamento o villa turística | 10,18 | 10,46 | 2,75% |
| Vivienda o habitación alquilada a un particular | 11 | 13,65 | 24,09% |
| Vivienda propia o amigos/familiares | 12,46 | 14,21 | 14,04% |
| Otros establecimientos | 19,61 | 17,15 | -12,54% |
| Total | 9,44 | 9,71 | 2,86% |

La **estancia media según el tipo de alojamiento** elegido ha tenido un mayor aumento respecto a 2024 en "Vivienda o habitación alquilada a un particular".

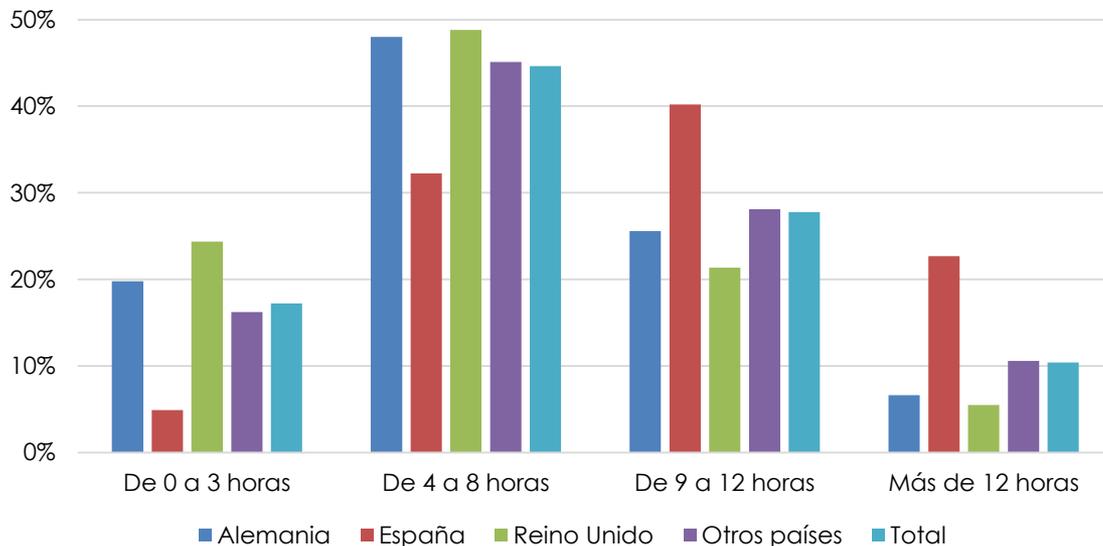
La categoría en la que los turistas permanecen más tiempo es en "Otros establecimientos" (**17,15 días**), seguido de los que se hospedan en "Vivienda propia o amigos/familiares" (**14,21 días**).

En cuanto al sector hotelero, se ha experimentado una disminución generalizada, siendo la categoría más perjudicada "Hotel 1, 2 y 3 estrellas" con una disminución de **14,68%**.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Horas diarias fuera del alojamiento según país de residencia

| Horas diarias fuera del alojamiento | Alemania | | España | | Reino Unido | | Otros países | | Total | |
|-------------------------------------|----------|---------------|---------|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|---------|---------------|
| | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 |
| De 0 a 3 horas | 21,52% | 19,77% | 8,73% | 4,88% | 30,88% | 24,38% | 19,60% | 16,22% | 21,38% | 17,21% |
| De 4 a 8 horas | 49,33% | 48,02% | 27,37% | 32,25% | 44,46% | 48,82% | 44,20% | 45,11% | 42,58% | 44,65% |
| De 9 a 12 horas | 22,20% | 25,58% | 35,93% | 40,21% | 18,63% | 21,34% | 26,69% | 28,09% | 25,09% | 27,76% |
| Más de 12 horas | 6,94% | 6,62% | 27,97% | 22,66% | 6,03% | 5,47% | 9,50% | 10,58% | 10,96% | 10,38% |



Un **44,65%** de los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre "4 y 8 horas" diarias. No obstante, cabe destacar que el **27,76%** lo hicieron entre "9 y 12 horas" diarias.

Los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, estando el **22,66%** en la categoría de "más de 12 horas". En contraposición, los visitantes británicos son los que menos horas diarias pasan fuera del alojamiento, con una cuota del **24,38%** en el intervalo "de 0 a 3 horas diarias".

Sección 4

Después de la estancia

4. Después de la estancia en Gran Canaria.

Satisfacción media con el viaje y calificación de la experiencia

| País de residencia | T2 2024 | T2 2025 | Diferencia |
|--------------------|-------------|-------------|--------------|
| Alemania | 8,88 | 8,77 | -0,11 |
| España | 9,03 | 8,91 | -0,12 |
| Reino Unido | 8,91 | 9,03 | 0,12 |
| Otros países | 8,42 | 8,42 | 0,00 |
| Total | 8,73 | 8,71 | -0,02 |

En cuanto al **nivel de satisfacción del viaje** a la isla, todos puntúan su satisfacción por encima de **8 puntos**.

La **satisfacción media** de los visitantes ha disminuido ligeramente con respecto al 2024 en **0,02 puntos**.

| Calificación de la experiencia | Alemania | | España | | Reino Unido | | Otros países | | Total | |
|--------------------------------|----------|---------------|---------|---------------|-------------|---------------|--------------|---------------|---------|---------------|
| | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 | T2 2024 | T2 2025 |
| Peor de lo que esperaba | 1,15% | 1,92% | 2,88% | 3,79% | 1,90% | 2,48% | 2,92% | 4,09% | 2,31% | 3,24% |
| A la altura de lo que esperaba | 56,36% | 58,64% | 53,76% | 54,19% | 53,39% | 54,75% | 56,22% | 55,48% | 55,08% | 55,69% |
| Mejor de lo que esperaba | 42,49% | 39,44% | 43,36% | 42,02% | 44,71% | 42,77% | 40,86% | 40,43% | 42,61% | 41,07% |

Más del **50%** de los visitantes, afirman que el **viaje a Gran Canaria** estuvo “a la altura de lo que esperaban”, mientras que menos de un **5%** dicen haber tenido una experiencia “peor de la esperada”. Las cifras son similares en los turistas según su país de residencia, encontrando el menor valor de peor viaje de lo esperado entre los visitantes alemanes y los de otros países.

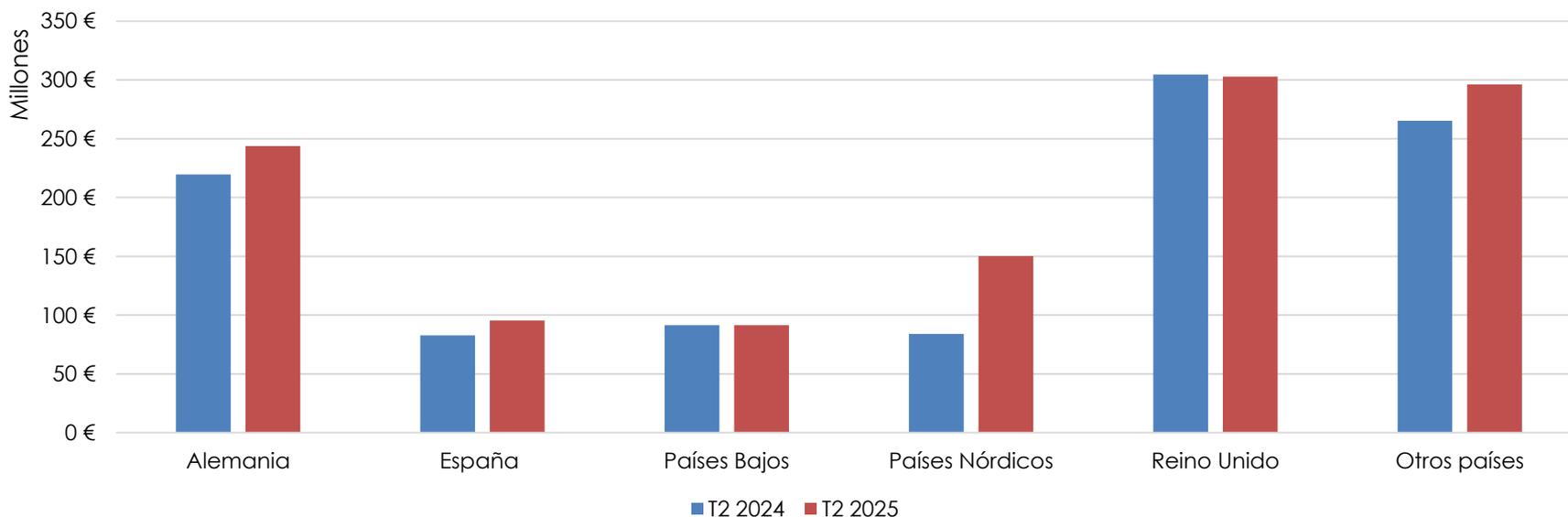
Sección 5

Gasto turístico

5. Gasto turístico.

Gasto total por mercados (Millones de €)

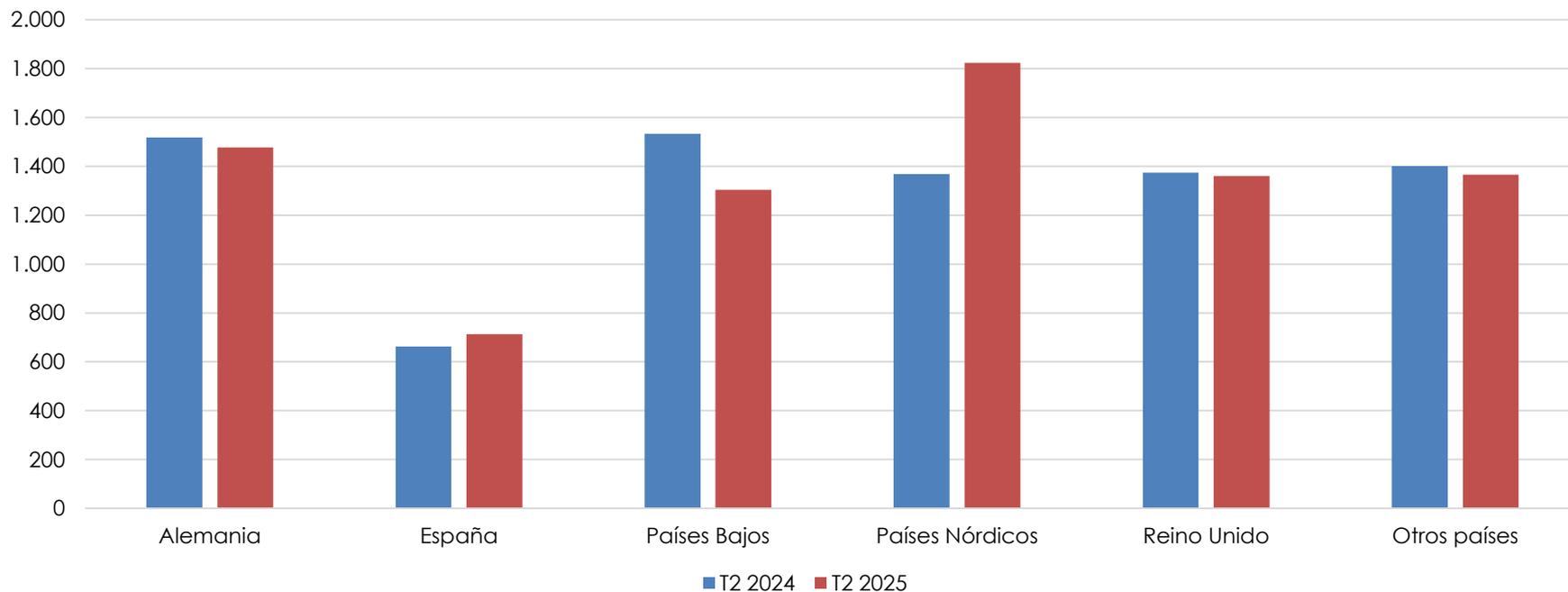
| País | T2 2024 | T2 2025 | Variación total | Variación (%) |
|-----------------|-------------------|-------------------|-----------------|---------------|
| Alemania | 219,48 € | 243,84 € | 24,36 € | 11,10% |
| España | 82,65 € | 95,39 € | 12,74 € | 15,42% |
| Países Bajos | 91,44 € | 91,27 € | -0,16 € | -0,18% |
| Países Nórdicos | 83,89 € | 150,08 € | 66,20 € | 78,91% |
| Reino Unido | 304,54 € | 302,74 € | -1,80 € | -0,59% |
| Otros países | 265,21 € | 296,05 € | 30,83 € | 11,63% |
| Total | 1.047,21 € | 1.179,38 € | 132,17 € | 12,62% |



5. Gasto turístico.

Gasto medio por turista según país de residencia (€)

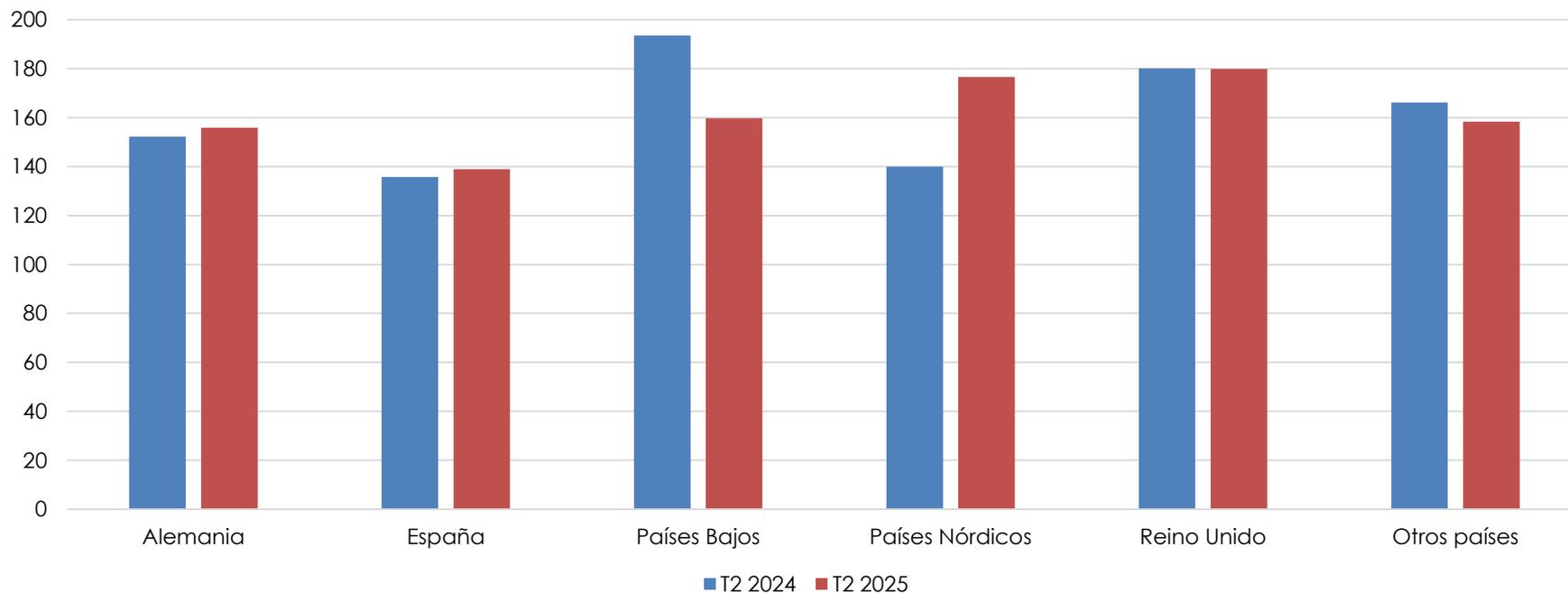
| Gasto por turista | Alemania | España | Países Bajos | Países Nórdicos | Reino Unido | Otros países | Total |
|----------------------|---------------|--------------|----------------|-----------------|---------------|---------------|--------------|
| T2 2024 | 1.518,55 | 662,55 | 1.532,86 | 1.368,67 | 1.373,80 | 1.401,41 | 1.307,13 |
| T2 2025 | 1.476,87 | 712,79 | 1.304,09 | 1.823,66 | 1.359,91 | 1.365,59 | 1.324,20 |
| Variación | -41,68 | 50,24 | -228,77 | 454,99 | -13,89 | -35,82 | 17,07 |
| Variación (%) | -2,74% | 7,58% | -14,92% | 33,24% | -1,01% | -2,56% | 1,31% |



5. Gasto turístico.

Gasto medio diario por turista según país de residencia (€)

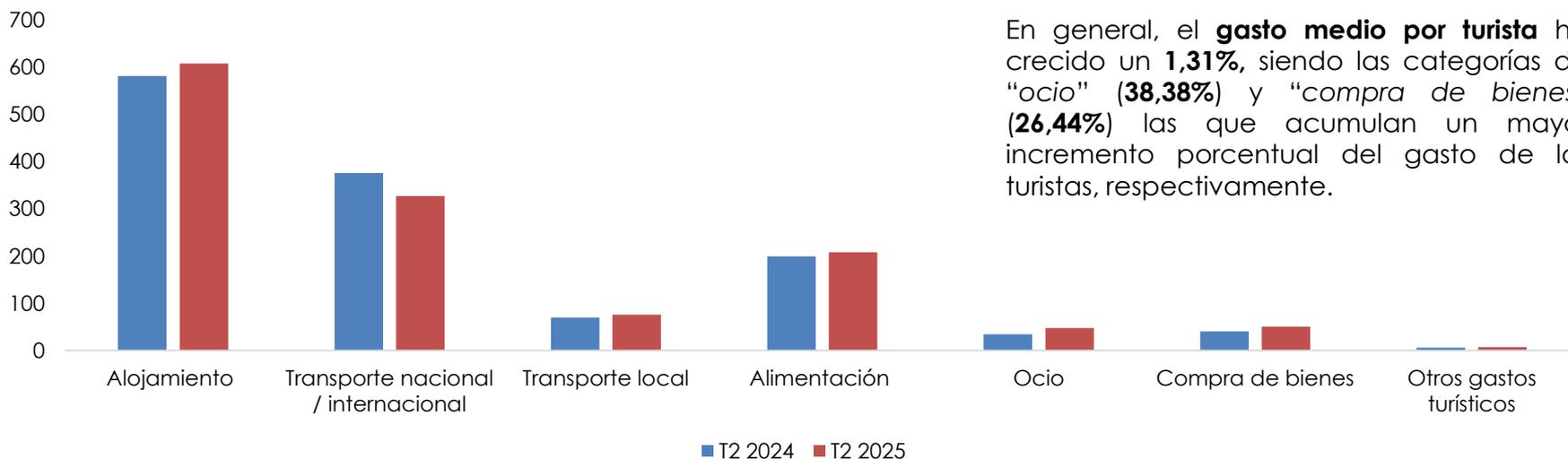
| Gasto diario por turista | Alemania | España | Países Bajos | Países Nórdicos | Reino Unido | Otros países | Total |
|--------------------------|--------------|--------------|----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| T2 2024 | 152,25 | 135,71 | 193,55 | 139,99 | 180,06 | 166,19 | 162,8 |
| T2 2025 | 155,83 | 138,96 | 159,79 | 176,57 | 179,91 | 158,36 | 162,16 |
| Variación | 3,58 | 3,25 | -33,76 | 36,58 | -0,15 | -7,83 | -0,64 |
| Variación (%) | 2,35% | 2,39% | -17,44% | 26,13% | -0,08% | -4,71% | -0,39% |



5. Gasto turístico.

Gasto medio desglosado (€)

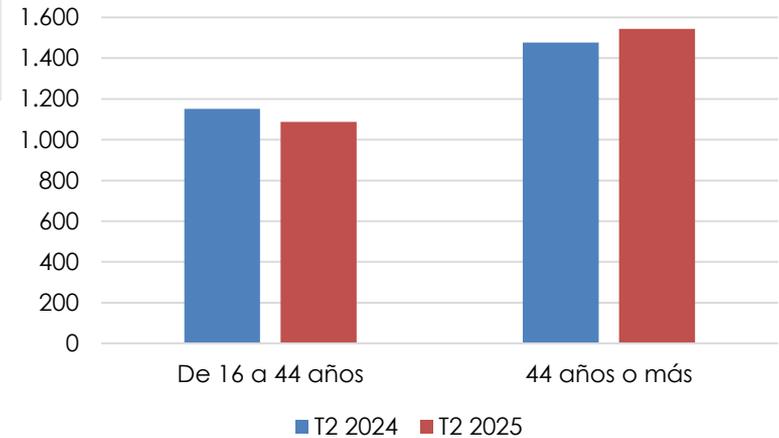
| Gasto medio por turista | T2 2024 | T2 2025 | Variación total | Variación (%) |
|--|-----------------|----------------|-----------------|---------------|
| Alojamiento (gasto principal y servicios auxiliares) | 581,26 | 607,31 | 26,05 | 4,48% |
| Transporte nacional / internacional | 375,66 | 327,2 | -48,46 | -12,90% |
| Transporte local | 70,12 | 76,22 | 6,1 | 8,70% |
| Alimentación (supermercados, restauración y similares) | 199,09 | 207,65 | 8,56 | 4,30% |
| Ocio | 34,63 | 47,92 | 13,29 | 38,38% |
| Compra de bienes | 40,21 | 50,84 | 10,63 | 26,44% |
| Otros gastos turísticos | 6,16 | 7,07 | 0,91 | 14,77% |
| Total | 1.307,13 | 1.324,2 | 17,07 | 1,31% |



5. Gasto turístico.

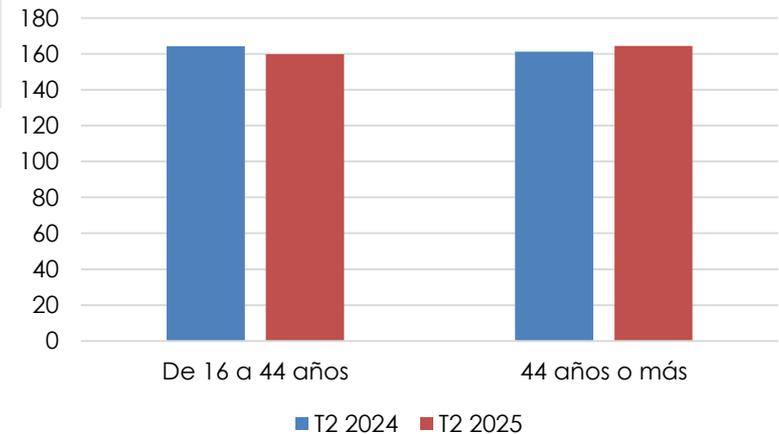
Gasto medio y diario por turista según edad (€)

| Gasto por turista | T2 2024 | T2 2025 | Var. (%) |
|------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| De 16 a 44 años | 1.152,01 | 1.087,77 | -5,58% |
| 44 años o más | 1.476,93 | 1.543,79 | 4,53% |
| Total grupo de edades | 1.307,13 | 1.324,20 | 1,31% |



El **gasto medio de los turistas** aumenta por grupos de edad en un **1,31%** de promedio.

| Gasto diario por turista | T2 2024 | T2 2025 | Var. (%) |
|------------------------------|--------------|---------------|---------------|
| De 16 a 44 años | 164,24 | 159,82 | -2,69% |
| 44 años o más | 161,23 | 164,33 | 1,92% |
| Total grupo de edades | 162,8 | 162,16 | -0,39% |



El **gasto medio diario de los turistas** disminuye por grupos de edad en un **-0,39%** de promedio.

