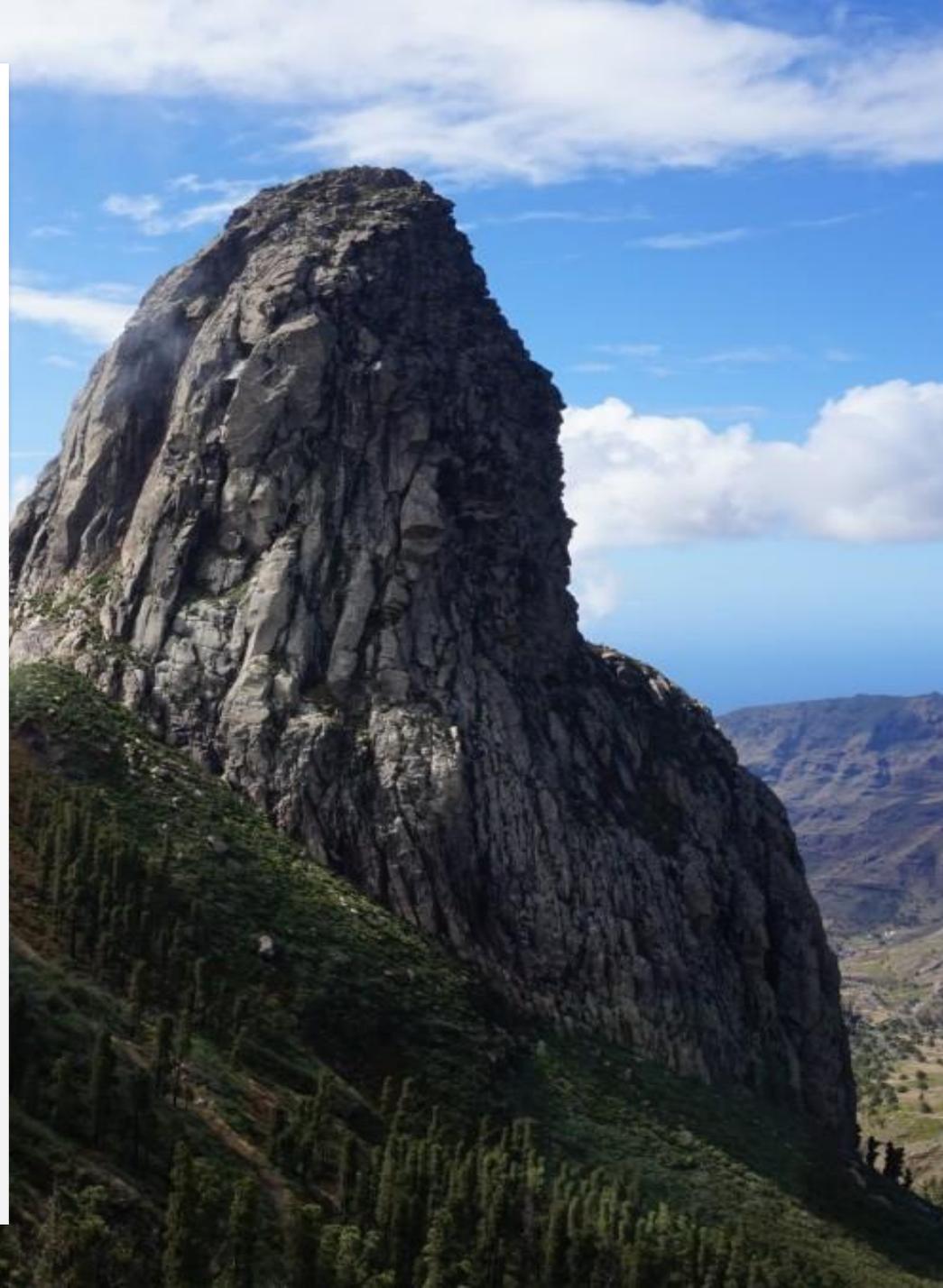


INFORME DE COYUNTURA TURÍSTICA DE CANARIAS Y PERSPECTIVAS. SEGUNDO TRIMESTRE 2025



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. Reducción de la jornada laboral

1

Indicadores claves

Indicadores claves: 2025 T2 vs 2024 T2

Demanda turística



TURISTAS TOTALES

4.134.801 (2025 T2)
(+5,82%)*
3.907.363 (2024 T2)

ESTANCIA MEDIA

6,52 (2025 T2)
(-0,24)*
6,75 (2024 T2)

NÚMERO DE PERNOCTACIONES

22.438.805 (2025 T2)
(--0.53)*
22.558.870 (2024 T2)

GASTO TURÍSTICO TOTAL

4.400.815.601€ (2025 T2)
(+3,54%)*
4.250.305.985€ (2024 T2)

Fuente: ISTAC.

* Variación respecto al mismo trimestre del año anterior.

Oferta turística



TASA DE OCUPACIÓN POR PLAZA

68,23% (2025 T2)
(+0,22 pp)*
68,01% (2024 T2)

INGRESOS (RevPar)

85,04 € (2025 T2)
(+9,47%)*
77,68 € (2024 T2)

Mercado laboral



EMPLEO TURÍSTICO (afiliados)

229.280 (2025 T2)
(+3,49%)*
221.557 (2024 T2)

EMPLEO TURÍSTICO (participación)

24,46% (2025 T2)
(+0,12 p.p.)*
24,34% (2024 T2)

Fuente: ISTAC.

* Variación respecto al mismo trimestre del año anterior.

Indicadores claves: 2025 T2 vs 2025 T1

Demanda turística



TURISTAS TOTALES

4.134.801 (2025 T2)
(-16,50%)*
4.951.626 (2025 T1)

ESTANCIA MEDIA

6,52 (2025 T2)
(-0,71)*
7,23 (2025 T1)

NÚMERO DE PERNOCTACIONES

22.438.805 (2025 T2)
(-11,37%)*
25.316.473 (2025 T1)

GASTO TURÍSTICO TOTAL

4.400.815.601€ (2025 T2)
(-33,72%)*
6.639.835.944€ (2025 T1)

Fuente: ISTAC.

* Variación respecto al trimestre anterior.

Oferta turística



TASA DE OCUPACIÓN POR PLAZA

68,23% (2025 T2)
(-7,53 pp)*
75,76% (2025 T1)

INGRESOS (RevPar)

85,04 € (2025 T2)
(-26,67%)*
115,97 € (2025 T1)

Mercado laboral



EMPLEO TURÍSTICO (afiliados)

229.280 (2025 T2)
(-0,86%)*
231.265 (2025 T1)

EMPLEO TURÍSTICO (participación)

24,46% (2025 T2)
(+0,23 p.p.)*
24,70% (2025 T1)

Fuente: ISTAC.

* Variación respecto al trimestre anterior.

2

Demanda turística

Número de turistas

A **escala nacional**, y según señala Exceltur (1) en su análisis de la coyuntura y las perspectivas sobre el segundo trimestre, se mantiene la fortaleza de la demanda turística hacia España, pero con disparidades entre los mercados. Así la complejidad del escenario geoeconómico global comienza a afectar al consumo de mercados emisores claves como alemanes, nórdicos y norteamericanos. Mientras crece con fuerza los mercados de larga distancia asiáticos y en menor medida el latinoamericano. No obstante, en la **demanda extranjera** se observa un mejor comportamiento del gasto en destino (aumento 8,2% entre marzo y mayo del año 2025 respecto al año anterior), que la afluencia donde las pernoctaciones crecen un 5,7% y la llegada de turistas un 5%. Esto supone un mayor aumento de la contribución turística que la presión en destino, aunque se produce un incremento de los turistas extranjeros alojados en viviendas vacacionales en un 18,7%.

Mientras la **demanda nacional** experimenta un leve repunte con un aumento del 0,6% en alojamientos reglados impulsada por el dinamismo del mercado laboral y el crecimiento poblacional con perfiles de mayor propensión al gasto.

Este comportamiento se refleja en los destinos canarios donde se observa como la demanda europea tiene un impacto positivo desde Reino Unido, Irlanda y Portugal a lo que se suma entre los mercados emergentes de Europa del Este, Polonia. Mientras la demanda nacional experimenta un ligero incremento.

Concretamente, durante este **segundo trimestre del año 2025** han llegado a **Canarias** 4.134.801 turistas, de los cuales el 87,24% son extranjeros mientras el 12,76% restantes corresponde a turistas nacionales.

Número de turistas

La llegada de turistas ha supuesto un decremento respecto al mismo trimestre del año anterior de 816.825 personas que supone una reducción del 16,49%. Esta caída se debe en su totalidad a la reducción en la llegada de turistas extranjeros que cae en 945.926 (20,77%) compensado en parte por el aumento de los turistas nacionales en 129.101 personas (+32,39%).

No obstante, la llegada de turistas principales creció con respecto al segundo trimestre del año 2024. Este crecimiento se sitúa en 227.438 personas debido tanto al aumento de los visitantes extranjeros que crece en 208.594 personas como de los visitantes nacionales en 18.844 personas.

Con carácter general la llegada de turistas principales por **islas** durante el **segundo trimestre del año 2025** se caracteriza por una caída generalizada en todos los territorios insulares con respecto al primer trimestre del año 2025, pero con un crecimiento general con respecto al segundo trimestre del año 2025.

A **Lanzarote** han llegado un total de 780.836 turistas principales durante el segundo trimestre del año 2025 que representan cerca del 19% del total de llegadas a Canarias. Durante este trimestre, el número de turistas principales ha crecido entorno a un 5% respecto al mismo trimestre del año 2024, esto es en 37.021 personas. Mientras decrece en un 7,62% respecto al primer trimestre del año en curso, esto es se reduce la llegada de turistas en 64.442 personas.

El número de turistas principales llegados a **Fuerteventura** se estima en 623.469 personas que representa algo más del 15% del total de llegadas a Canarias. Esta cifra se ha incrementado con respecto al mismo trimestre del año 2024 en 66.598 personas, esto implica una tasa aproximada del 12%. Mientras se ha reducido la llegada de turistas durante el segundo trimestre respecto al primero del año 2025, que se estima en 73.721 personas que significa una tasa de -10,57%.

(*) 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

A la isla de **Gran Canaria** llegaron 996.182 turistas principales que representa cerca del 24% del total. Durante el segundo trimestre del año, la llegada de turistas aumento en 59.111 personas respecto al mismo trimestre del año 2024, que supone una tasa de crecimiento del 6,31%. Pero la llegada de turistas decreció en 372.941 personas respecto al primer trimestre del año 2025 que implica una tasa de decremento 27,24%.

La llegada de turistas a **Tenerife** durante el segundo trimestre del año 2025 ascendió a 1.686.661 personas que supone cerca del 41% del total. Durante este segundo trimestre la llegada se incremento en 57.190 personas respecto al mismo trimestre del año anterior y una reducción de 282.742 respecto al primer trimestre del mismo año. Esto significa una tasa de crecimiento del 3,51% y un decremento del 14,36% respectivamente.

La afluencia turística a **La Palma** se cifra en 38.655 personas representando cerca del 1% del total de llegadas a Canarias.

Esto ha significado un crecimiento del número de turistas en 6.005 personas y una tasa crecimiento anual de 18,39% respecto al mismo trimestre del año anterior. Con respecto al cuarto trimestre, el número de turistas decreció en 18.662, que supone una tasa de reducción crecimiento de 32,56%.

En conclusión, durante este segundo trimestre del año 2025 se ha producido una caída generalizada en la llegada de turistas a Canarias y a cada una de sus islas respecto al primer trimestre del año 2025 debido a la caída generalizada del turismo extranjero que el nacional no ha podido compensar. Mientras se ha producido un crecimiento general respecto al primer trimestre del año 2024.

Número de turistas principales (totales, extranjeros y nacionales)

Evolución del número de turistas principales y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T2.
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



Estancia media en alojamientos turísticos y pernoctaciones

La **estancia media** de los turistas en alojamientos turísticos de Canarias durante el segundo trimestre del año 2025 asciende a 6,52 días que supone 0,24 días menos que respecto al mismo trimestre del año anterior (6,75 días). Y 0,71 días menos que respecto al trimestre justamente anterior (7,23 días).

Por islas, la mayor estancia media se sitúa en Fuerteventura con 7,24 días, seguido de Lanzarote (7,02 días), Gran Canaria (6,60 días) y Tenerife (6,07 días). Mientras en las islas occidentales la estancia es menor alcanzado la cifra más baja El Hierro con 3,36 días y seguido por La Gomera (4,94 días) y Palma (5,25 días).

En comparación con el segundo trimestre del año 2024 se observa una tendencia decreciente generalizada a excepción de La Palma y El Hierro. Oscilando la caída entre 0,53 días en La Gomera y 0,17 días en Gran Canaria.

La evolución de la estancia media del segundo trimestre del año

2025 respecto al primer trimestre del año en curso se observa una caída generalizada. Así la mayor caída la experimentan principalmente las islas menores de la provincia occidental como es La Gomera (2,16 días) y La Palma (1,56 días). Pero también es destacable la caída sufrida por la isla capitalina de la provincia oriental cuya estancia media se reduce en algo más que un día. Mientras en las restantes islas también se reduce la estancia media respecto al primer trimestre donde El Hierro experimenta la menor reducción (0,33 días), seguida de Lanzarote (0,36 días), Fuerteventura (0,49 días) y Tenerife (0,62 días).

Estancia media en alojamientos turísticos y pernoctaciones

Durante el segundo trimestre del año 2025 se realizaron un total de 22.438.805 **pernoctaciones**, que ha supuesto una reducción en 120.065 noches respecto al mismo trimestre del año pasado, Esto significa una variación negativa que ronda el 0,53%. 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 primer trimestre del año 2025 en 2,8 millones de noches. Este descenso es debido nuevamente a la reducción de la estancia media como de la llegada de turistas a Canarias.

Por islas, las pernoctaciones se concentran principalmente en las islas capitalinas, concretamente en **Tenerife** se realizan 8.137.917 noches (36,27% del total) y **Gran Canaria** las pernoctaciones asciende a 6.157.549 noches (27,44%), le siguen las islas de **Lanzarote** (4.118.042 noches) y **Fuerteventura**

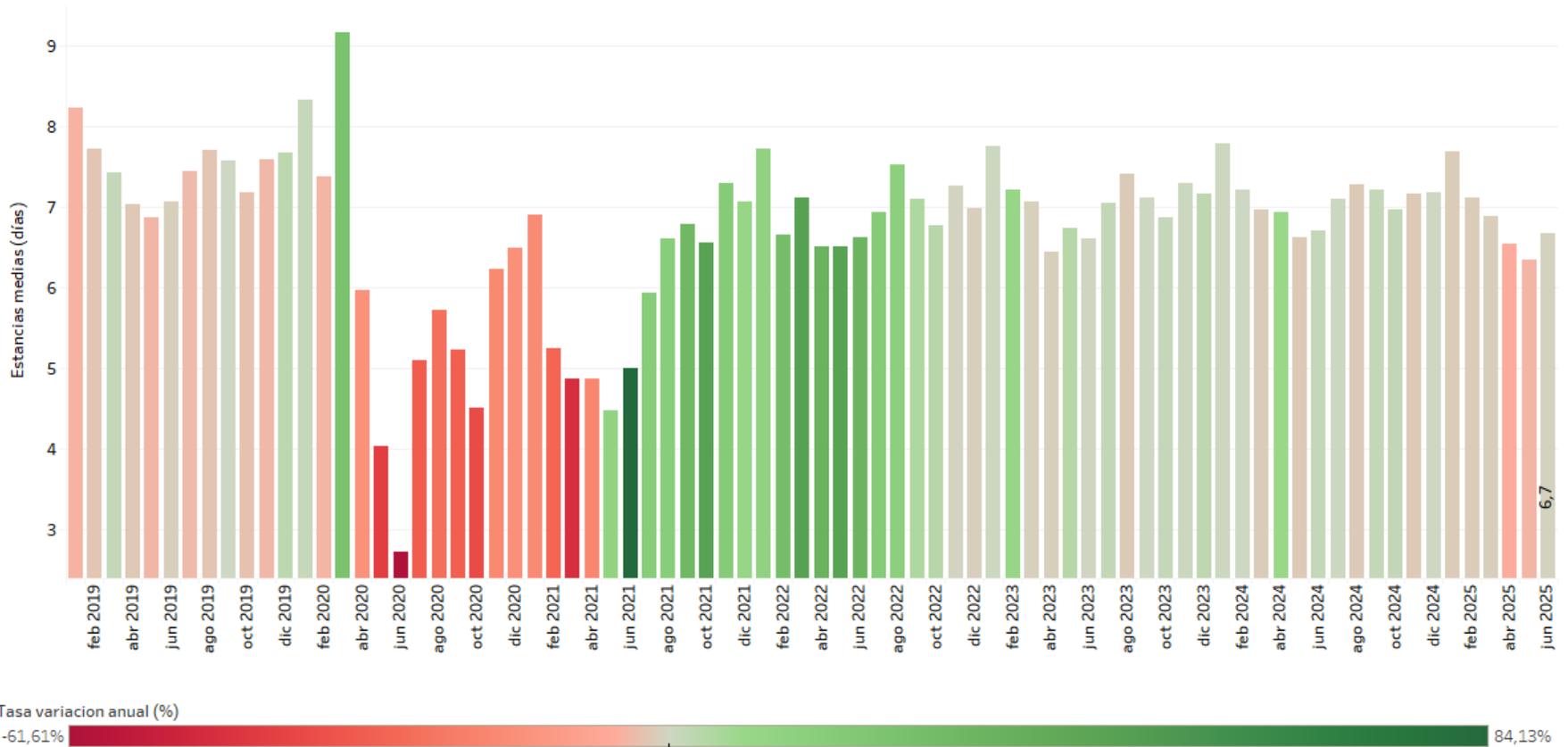
(3.623.803 noches).

Las pernoctaciones del segundo trimestre del año presentan un comportamiento dispar respecto al mismo trimestre del año anterior. Mientras en Tenerife y Lanzarote se reduce las pernoctaciones oscilando entre el 2,78% y 4,75%. En las restantes islas crece especialmente en las islas menores occidentales (La Gomera (31,78%); El Hierro (25,31%) Y La Palma (23,86%). A ello se une el crecimiento más moderado de Gran Canaria (3,48%) y Fuerteventura (0,74%).

Con respecto al primer trimestre del año nuevamente se observa una caída general, que es especialmente elevada en términos absolutos en Gran Canaria (1,2 millones) y Tenerife (0,7 millones) seguido de Fuerteventura (0,43 millones) y Lanzarote (0,32 millones de noches).

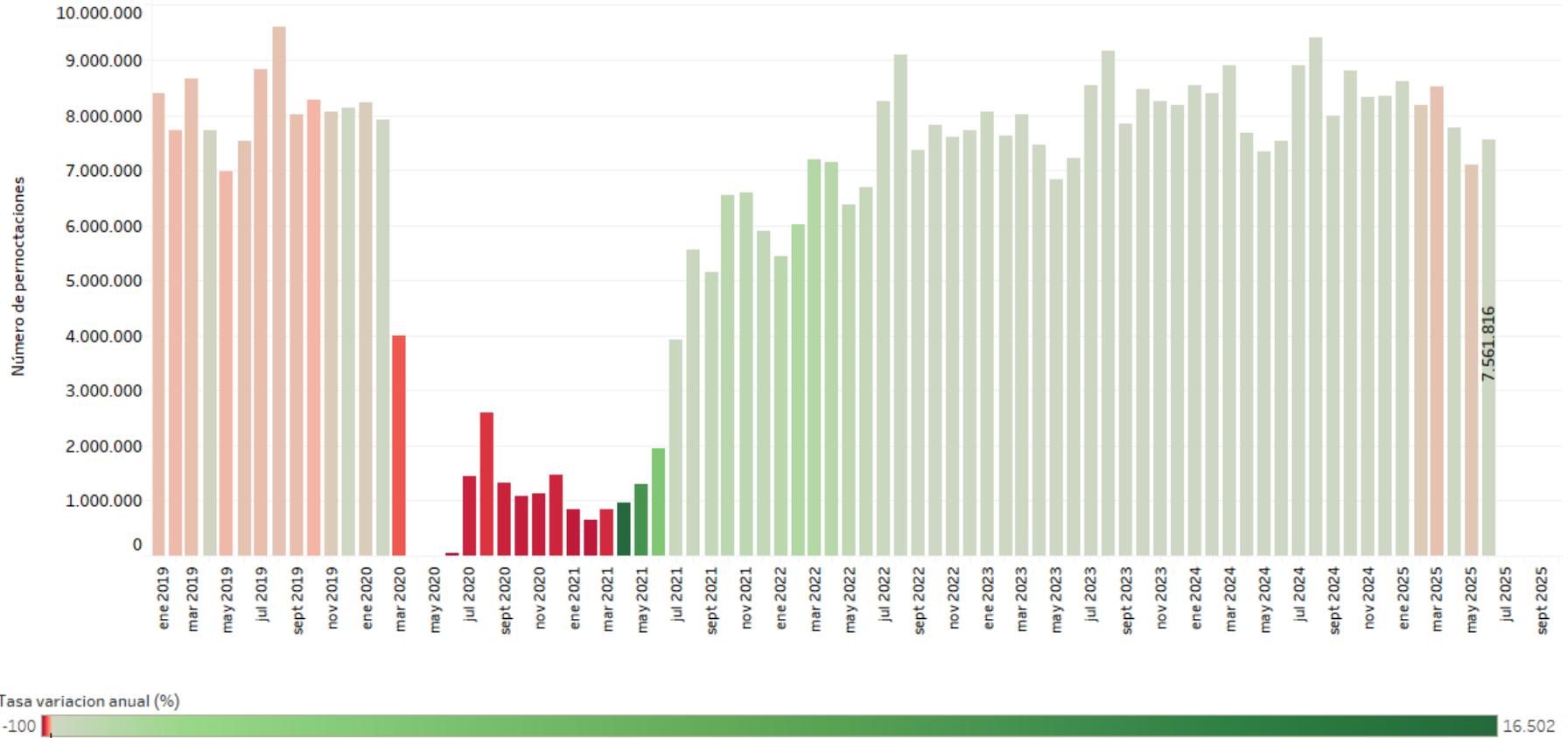
Estancia media alojamientos turísticos

Evolución de la estancia media en alojamientos turísticos y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T2.
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 T2.
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



Gasto turístico

Durante el **segundo trimestre del año 2025** el gasto turístico total generado en **Canarias** asciende a **4.400 millones** de euros que supone un incremento **respecto al mismo trimestre del año 2024** de 150 millones de euros, esto es una **tasa de crecimiento del 3,54%**.

Esta subida en el gasto turístico total se debe a la mayor afluencia de turistas durante el segundo trimestre del año 2025 que ha compensado el descenso del gasto del turista. Concretamente el gasto del turista se estima en que 1.223,22 euros, esto es un -4,87% menos que respecto al segundo trimestre del año 2024 (1.285,89 euros). Esto es debido a la menor estancia media como al menor gasto diario del turista asciende a 157,94 que significa -8,9 euros menos de gasto por día, respecto al mismo trimestre del año 2024.

También se ha producido una caída **respecto al primer trimestre del año 2025** en 2.239 millones de euros, que supone una tasa de

decremento del 33,72% debido a la menor afluencia de turistas y al descenso del gasto del turista que ha pasado de 1.520,39 euros a 1.223,22 euros debido a la menor estancia y menor gasto diario que se reduce en 23,03 euros días respecto al primer trimestre del año.

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

- **Alojamiento:** 1.963 millones €. Esta partida crece respecto al mismo trimestre del año 2024 (7,50%) pero se reduce respecto al primer trimestre del año 2025 (-32,85%).
- **Transporte nacional, internacional:** 1.108 millones €, que decrece en 7,66% respecto al segundo trimestre del año anterior y en 40,70% respecto al primer trimestre del año 2025.
- **Transporte local:** 282 millones € que crece en 6,47% respecto al segundo trimestre del año pasado y decrece un 36,48% respecto al primer trimestre.

Gasto turístico

- **Alimentación:** 684 millones € compuesto por el gasto en restaurantes que asciende a 468 millones € y supermercados que significa 215 millones €. Este gasto aumenta en 8,30% respecto al mismo trimestre del año anterior debido al incremento en 34 millones del gasto en restauración y los 17 millones de euros del gasto en supermercados. No obstante, la alimentación disminuyó respecto al primer trimestre en 30,44% debió al descenso de ambas partidas que se estima en 215 millones en restauración y 83 millones en supermercados
- **Ocio:** 203 millones €, que supone un aumento respecto al segundo trimestre del año 2024 en 19 millones, esto es un 10,78% y un descenso en 25 millones respecto al primer trimestre del año 2024, esto es una tasa de -11,17%.
- **Compra de bienes:** 133 millones € que sube respecto al segundo trimestre del año 2024 en un 8,76% y con respecto al

primer trimestre se reduce en 16,18%.

- **Otros gastos turísticos:** 25 millones € crece en un 20,65% respecto al mismo trimestre del año 2024 y una caída del 15,69% respecto al trimestre anterior.

De estas partidas experimenta el mayor crecimiento en términos absolutos respecto al mismo trimestre del año 2024 el alojamiento (137 millones de euros), seguida por la restauración (34 millones de euros) y el ocio (19 millones de euros). Si hacemos la comparativa con respecto al primer trimestre del año 2025, la partida de mayor reducción es el alojamiento que cae en 960 millones de euros, seguida por el transporte nacional e internacional (760 millones de euros) y por la restauración (215 millones de euros).

Gasto turístico

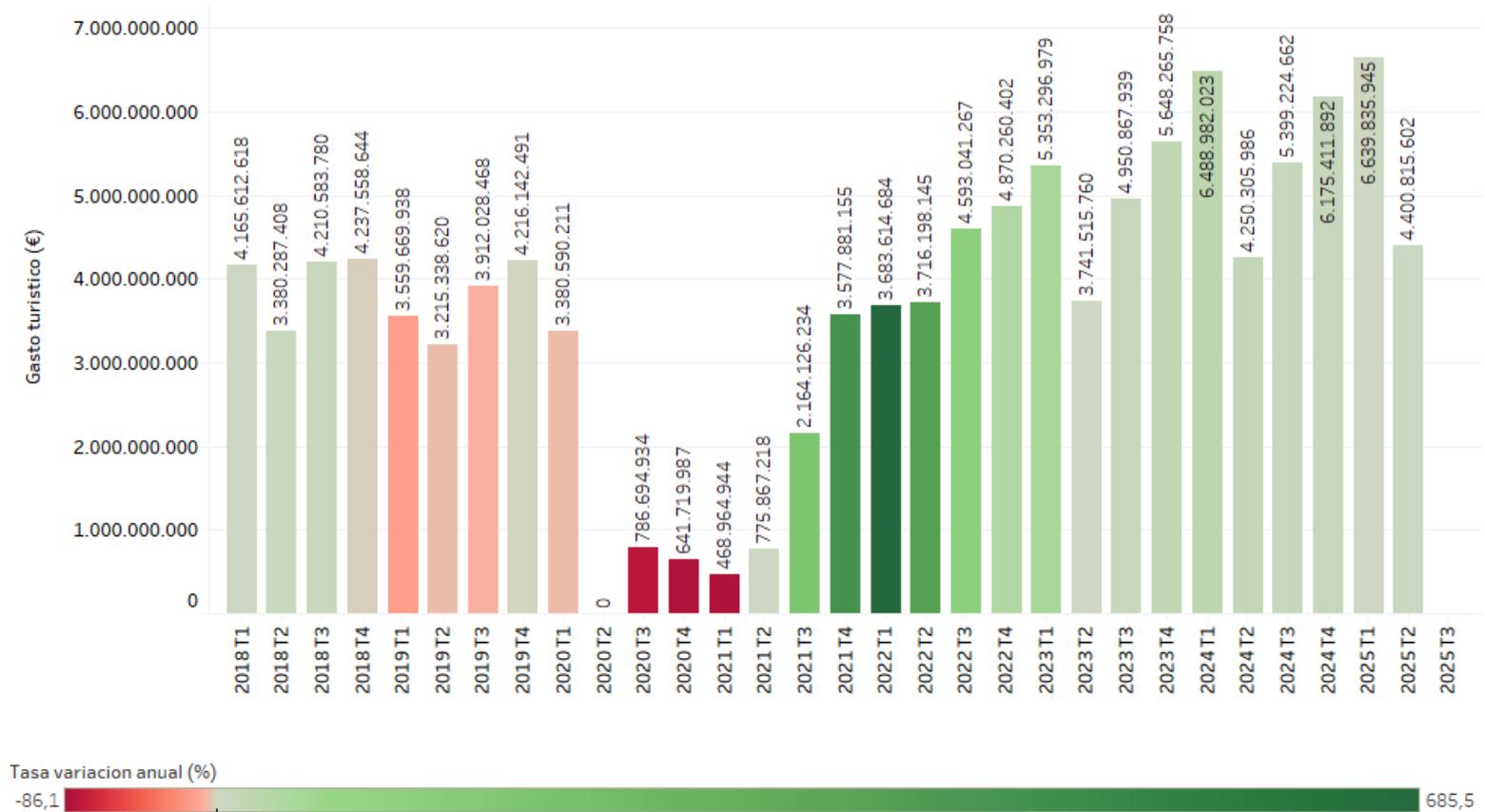
En cuanto a la procedencia del gasto turístico total durante el segundo trimestre del año 2025 cabe destacar el peso del mercado británico que asciende a 37,72%, seguido por el mercado alemán (16,98%) mientras el mercado español ocupa la tercera posición (7,98%). Estos tres mercados concentran el 62,69% del total del desembolso. Dicha concentración aún siendo elevada es ligeramente inferior a la presentada en el segundo trimestre del año 2024 (65,10%) como al primer trimestre del mismo año (56,13%). No obstante, en el primer trimestre del año 2025 los tres principales mercados son el británico (31,71%), el alemán (19,86%) y el nórdico (13,55%)

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

- **Lanzarote:** 795 millones de euros, que representa entorno al 18% del gasto total realizado en Canarias. Durante el segundo trimestre del año 2025 decrece en 29 millones respecto al mismo trimestre del año anterior (-3,62%) y 311 millones respecto al primer trimestre (-28,12%).
- **Fuerteventura:** 653 millones de euros, que significa cerca del 15% del gasto total en Canarias. Este gasto se incrementó en 46 millones de euros respecto al segundo trimestre del 2024 (7,59%) y cae en 274 millones (-29,58%) respecto al primer trimestre.
- **Gran Canaria:** 1.179 millones €, que supone el 26,86% del total del gasto. Este gasto ha aumentado en 132 millones de euros respecto al segundo trimestre del año pasado (12,62%) y se ha reducido en 707 millones € respecto al trimestre anterior (-37,51%).
- **Tenerife:** 1.717 millones €, que representa el 39% del gasto total realizado por los turistas. Su gasto se ha reducido en 9 millones respecto al mismo trimestre del año anterior (-0,54%) y 904 millones de euros respecto al primer trimestre (-34,48%).
- **La Palma:** 44 millones de euros que representa el 1% del gasto total con un incremento en 11 millones € respecto al mismo trimestre del año 2024 (34,22%) y una reducción de 31 millones respecto trimestre anterior (-41,34%).

Gasto turístico

Evolución del gasto turístico (€) y Tasa de variación anual (%). Canarias. 2018-2025 T2.
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 el segundo trimestre con un crecimiento interanual de las ventas del 4,5% explicado más por la mejora de los precios que por el aumento del volumen. Todo ello en un contexto de intensas lluvias que ha reducido las escapadas urbanas y a destinos costeros, pero se ha compensado por el comportamiento del segmento del turismo de negocio.

El aumento de las **ventas** oscila entre el 4 y 5% de forma generalizada en todos los subsectores, destacando las agencias de viajes españolas (5,9%) gracias al buen comportamiento del mercado español y el adelanto de las reservas. Mientras el sector alojativo oscila entre el urbano con un 4,2% de crecimiento y el costero con un 4,1%. Le sigue el sector de ocio (4,4%), el alquiler de vehículos (4,9%) y el transporte (5%).

Además, es reseñable la preocupación del sector, reflejado en el descenso del nivel de confianza al 25,5% en el segundo trimestre debido a unas ventas inferiores a las esperadas y el deterioro del

escenario geopolítico global y el aumento de la incertidumbre, que se manifestará en un menor crecimiento previsto para los meses de verano.

Por **destinos nacionales** cabe señalar que las principales ciudades turísticas españolas mejoran sus ingresos hoteleros (+5,7%) gracias a una mejora de los precios (+6,8%) que por la ocupación (-1%), Nuevamente destaca el fuerte dinamismo de Madrid gracias a la regeneración de la oferta turística y de ocio atractivo. Le siguen las ciudades del interior norte peninsular como San Sebastián, Gijón y A Coruña, así como Zaragoza, Murcia o Burgos por la mejora de la conectividad ferroviaria.

Con respecto a los destinos de sol y playa mejora los ingresos gracias al aumento sobre todo a la mejora de precios. Destacan las Islas Baleares (7,7%) y la costa catalana. Mientras los destinos canarios mantienen su dinamismo (4,5%) impulsados por la mejora de conectividad y seguridad frente a destinos Mediterráneo Oriental.

Tasa de ocupación e ingresos por habitación

En Canarias, los **ingresos medios diarios por habitación disponible (RevPar)** durante el **segundo trimestre del año 2025** asciende a **85,04€**, que supone un incremento en **7,36 € respecto al mismo trimestre del año 2024**, esto es una tasa de crecimiento de 9,47%.

Por islas, los ingresos medios diarios por habitación más elevados se encuentran en **Lanzarote** (92,29 euros) seguido por **Tenerife** (91,15 euros), **Gran Canaria** (84,18 euros) y Fuerteventura (**75,87 euros**). Se mantiene los bajos ingresos medios de las islas occidentales donde El Hierro presenta el menor ingreso medio que alcanza 31,80 euros, le sigue La Palma (36,78 euros) y La Gomera (43,24 euros).

Durante el segundo trimestre del año 2025 se ha producido un crecimiento generalizado en todas **las islas** respecto al mismo trimestre del año 2024. El crecimiento interanual de los ingresos medios diarios por oscila entre los 7 euros para Tenerife,

Fuerteventura y Gran Canaria y El Hierro Y LOS 9 EUROS PARA Lanzarote y La Gomera. Mientras en La Palma el precio por habitación prácticamente se mantiene estable (0,52 euros).

La caída de los **ingresos medios del segundo trimestre con respecto al primer trimestre del año 2025 en Canarias** asciende a -30,93 euros que ha supuesto un decremento de 26,67%.

Por islas, se ha producido una caída general respecto al primer trimestre. La mayor reducción del precio se produce en Gran Canaria (42,54 €) seguido de La Gomera (38,67 €), Tenerife (31,29€). Mientras el descenso en Lanzarote, Fuerteventura, La Palma se sitúa entorno a los 20 euros. Solamente en El Hierro el descenso se cifra en -3,33 euros.

Tasa de ocupación e ingresos por habitación

Durante el **segundo trimestre del año 2025** la **tasa de ocupación** media por plaza en **Canarias** se sitúa en el 68,23%, esto es +0,22 puntos porcentuales por encima 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 segundo trimestre del año 2025 se produce en Lanzarote (74,25%), le sigue Tenerife (72,25%), Fuerteventura (67,45%) y Gran Canaria (63,50%). Mientras en la ocupación en las islas menores de la provincia de Santa Cruz de Tenerife es relativamente baja rondando entre el 30 y 40%: El Hierro (30,49%), La Palma (39,73%) y La Gomera (41,93%).

Durante el periodo comprendido entre el segundo trimestre del año 2024 y del año 2025 se produce un ligero incremento en las tasas de ocupación de buena parte de las islas, destacando El Hierro que incrementa su ocupación en 6,52 p.p, seguido de La

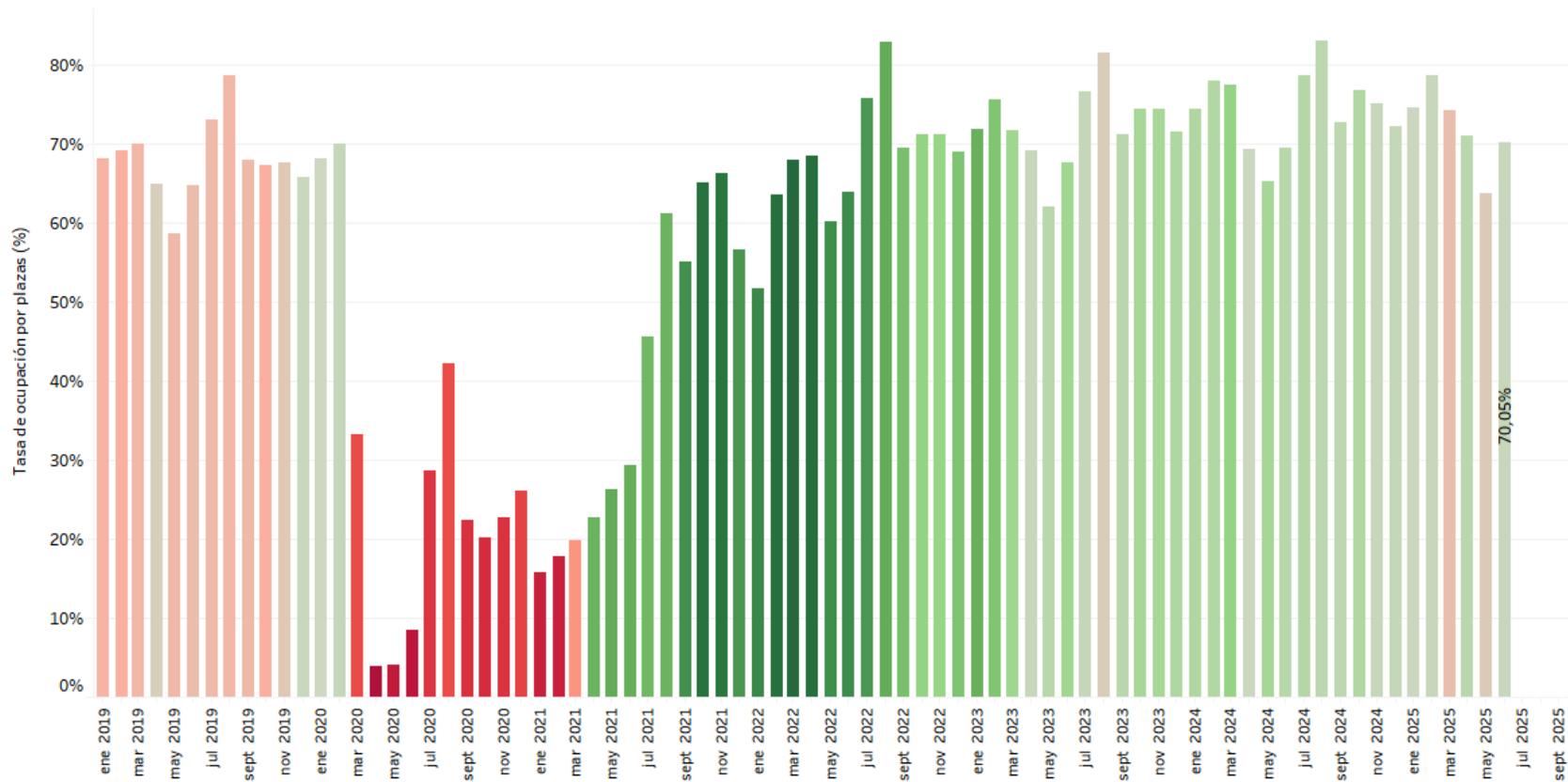
Gomera (2,41 p.p) y Gran Canaria (1,61 p.p). Pero se observa un ligero decremento de la ocupación en Tenerife que cae en 0,63 p.p.

La evolución de la ocupación con respecto al primer trimestre del año 2025 ha sido negativa, tanto en Canarias como en sus islas. Concretamente a escala regional se ha reducido la tasa de ocupación por término medio en 7,53 p.p.

Mientras en las islas se produce una reducción general a excepción de El Hierro (+0,10 p.p.). La mayor caída se produce en la Gomera (21,89 p.p.), La Palma (19,51 p.p.) y Gran Canaria (11,58 p.p.). En las restantes islas la caída se sitúa por debajo de los dos dígitos: Lanzarote (-2,58 p.p.), Tenerife (5,43 p.p.) y Fuerteventura (7,47 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 T2.
Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC.



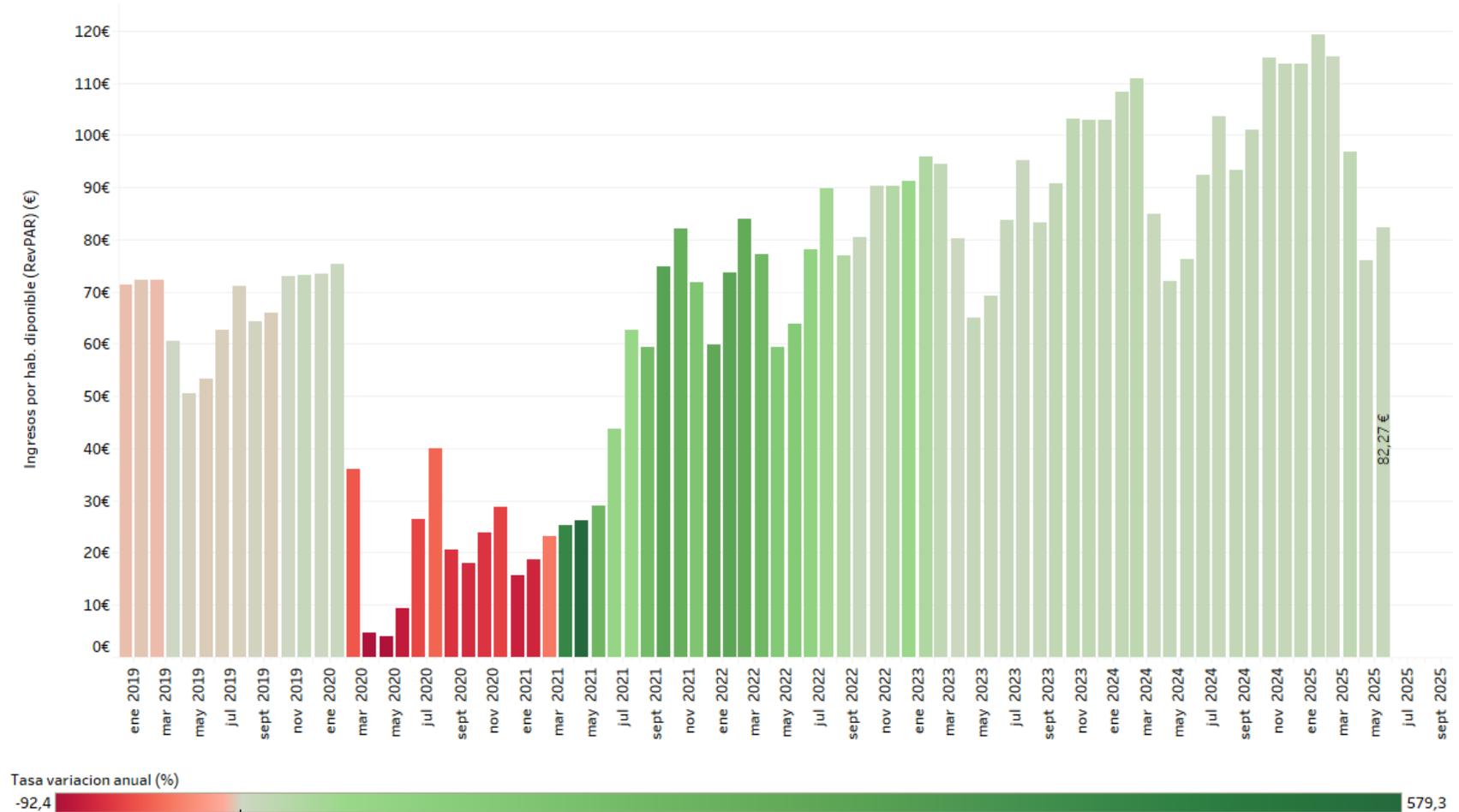
Variación anual (p.p.)

-60,9

48,1

Ingreso por habitación disponible (RevPAR)

Evolución del ingreso por habitación disponible (€) y Tasa de Variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T2.
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 se mantiene con una tasa de crecimiento del 2,4% de afiliados derivada de la apertura temprana de la temporada. No obstante, se produce a unos ritmos más moderados debido a las dificultades para encontrar personal formado (las vacantes alcanzan máximo de 18.337 en el primer trimestre de 2025) y el menor dinamismo de determinadas actividades turísticas como la restauración (variación + 1,6%).

En la contratación se prioriza las modalidades de contratación estable con predominio de los contratos indefinidos. De todos ellos tiene mayor dinamismo los indefinidos a tiempo completo que crecen en el sector turístico un 4,8% muy por encima del resto de la economía (+3,1%), mientras los indefinidos a tiempo parcial apenas crece un +2.4% frente al 3,8% en el resto de los sectores.

A la par se ha producido una notable mejora salarial (3,3% convenios de hostelería y transporte y 3,5% en actividades de

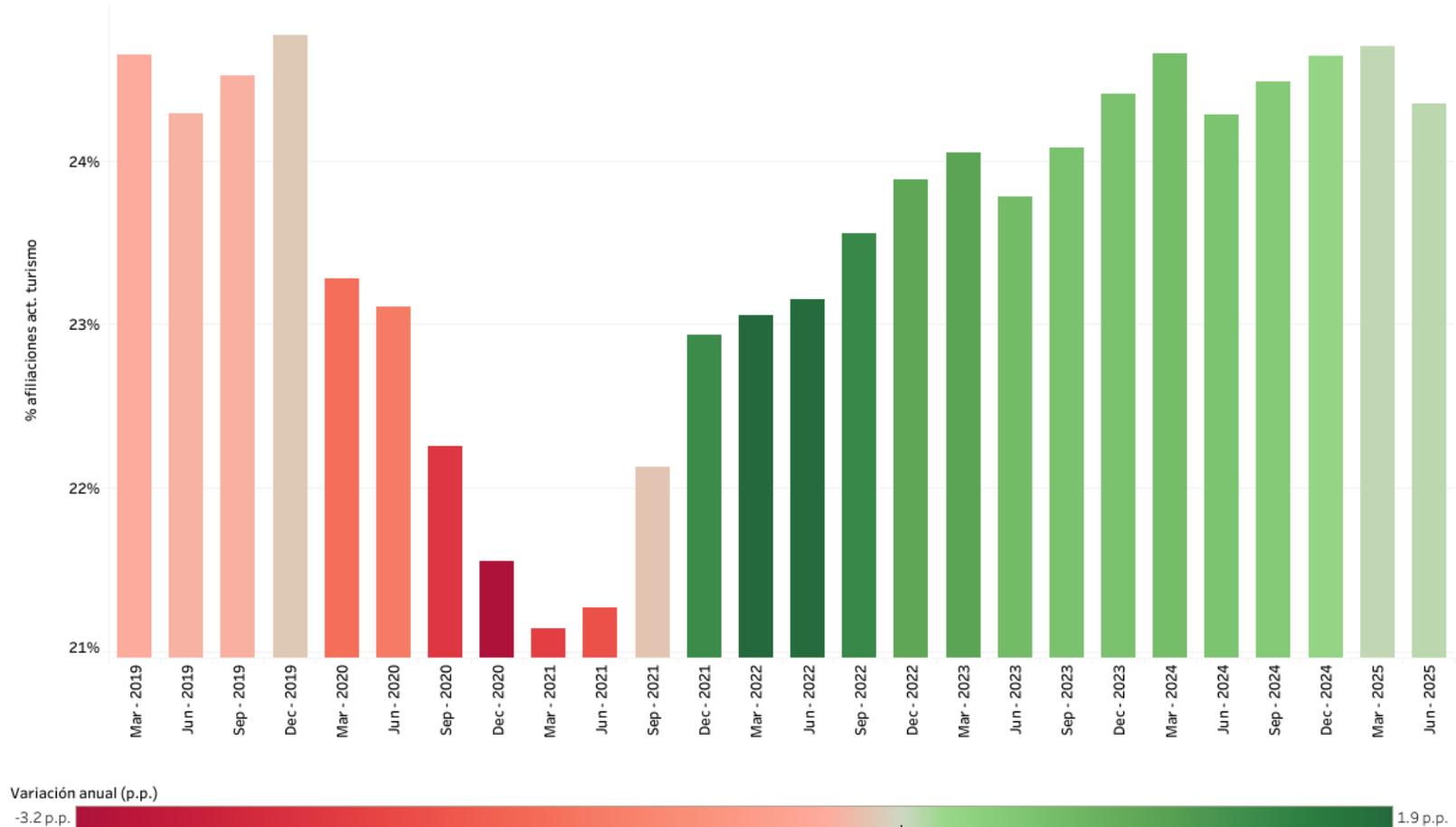
ocio) en línea con el resto de los sectores (3,3%) pero por encima de los niveles de inflación (+2,2%) gracias a la mejora de la productividad por la inversión en la mejora del producto como en el aumento de los niveles de formación.

En Canarias, el empleo turístico medido a través del número promedio de afiliados asciende a 229.280 personas durante el segundo trimestre del año 2025, que representa el 24,46% del total de afiliados. El número de afiliados al sector turístico crece respecto al mismo trimestre del año 2025 en 7.723 afiliados que supone una tasa de crecimiento del 3,49% superior al crecimiento del número de afiliados totales que aumenta un 2,98%.

Con respecto al primer trimestre del año 2025, el empleo turístico se reduce ligeramente 1.985 afiliados que supone una tasa de decremento del 0,86%. Mientras que el número de afiliados totales sube en 807, que supone una tasa de crecimiento del 0,09%.

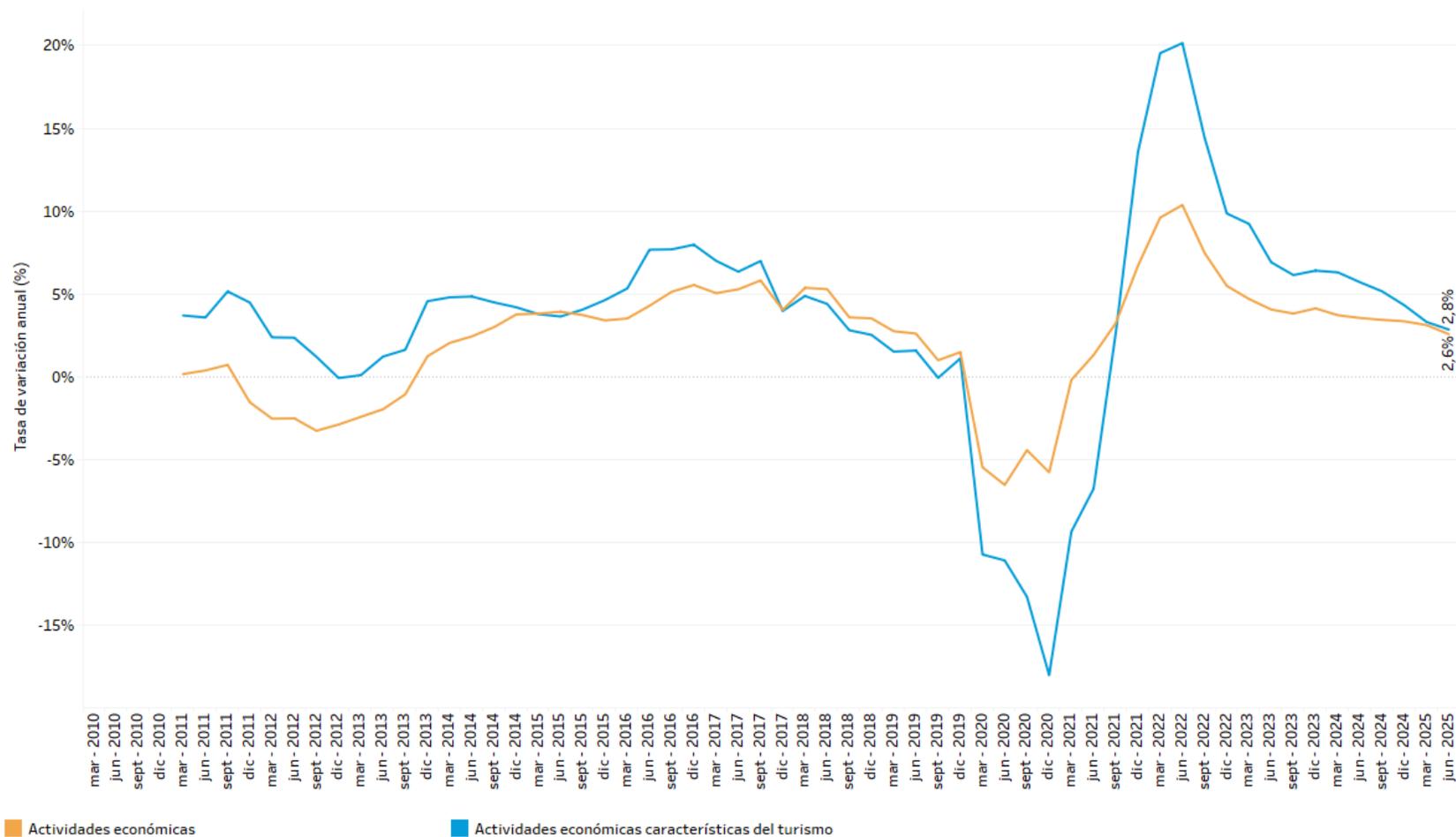
Mercado laboral turístico

Evolución de la participación de los afiliados turísticos en el total (%) y tasa de variación anual (%). Canarias. 2019-2025 T2.
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 T2.
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 esperan un crecimiento de las ventas para este verano del +2,7% respecto al año 2024 sustentado en la fortaleza esperada de la demanda internacional, sobre todo la vacacional europea y mercados de largo radio hacia destinos urbanos, así como la notable disposición a viajar del mercado nacional. En este contexto y con la cautela vinculada al contexto internacional de incertidumbre geopolítica y menor vigor económico previsto en los principales mercados emisores derivado de las tensiones comerciales internacionales, se espera una situación favorable, pero con moderación en los ritmos de crecimientos para el conjunto del territorio nacional.

En este verano, son los destinos de interior del norte peninsular como son Navarra y La Rioja quienes destacan por las favorables expectativas para el verano con previsiones de venta del 5,7% y 3,9%, respectivamente. Le siguen dentro de la España Verde, Cantabria (4,4%) y País Vasco (2,8%) impulsada por la buena

conectividad y los esfuerzos en la diversificación de su oferta. Por otro lado, los destinos urbanos como Madrid (3,9%), las ciudades andaluzas, (2%), valencianas (1,4%) y Barcelona (1,7%) muestran unas favorables expectativas por el buen comportamiento previsto de la demanda europea y de largo radio, la buena oferta cultural consolidada, la mejora de la conectividad aérea y ferroviaria, el creciente posicionamiento internacional de sus destinos y la capacidad de atracción vinculada a la celebración de eventos globales.

Finamente dentro de los destinos vacacionales destacan las islas, tanto Baleares (3,7%) como Canarias (2,8%). Las primeras apuntan a un positivo verano basado por la alta conectividad aérea y la fortaleza prevista de la demanda vacacional europea. Mientras Canarias prevén un crecimiento de mejor intensidad tras una excelente temporada de invierno.

Perspectivas turísticas de Excelcan

A escala regional, se ha observado un cambio de tendencias con respecto a las perspectivas turísticas de los asociados de Excelcan. Concretamente el 67,5% de los asociados apuntan a que la **evolución de sus negocios** transcurre dentro de una dinámica considerada normal, sin evidencias de deterioro ni de mejora destacable frente al 37,5% que señala una marcha favorable. En este sentido, y analizando las diferentes variables que afectan a la evolución del establecimiento, cabe señalar que el 50% de los asociados ha tenido una favorable tendencia en su volumen de negocios, frente al 12,5% que ha visto reducido su volumen de negocios respecto al segundo trimestre del año 2024. Pese a este aumento de la facturación los precios se han mantenido estable en el 75% de los asociados frente al 25% restante que los ha aumentado. Finalmente, tanto la inversión como el empleo se han mantenido estables en el 87,5% de los asociados de Excelcan, mientras el 12,5% los han incrementado.

También es señalado por primera vez una **evolución esperada** estable de sus negocios entre la mayoría de los asociados de Excelcan (87,5%) durante el tercer trimestre del año 2025. Preguntados por la tendencia que seguirán las principales variables de su establecimiento, los asociados esperan una estabilización generalizada tanto la facturación (50%) y precios (50%) como en el empleo (87,5%) en la inversión (75%).

Los asociados de Excelcan indican como **factores limitativos de su actividad** principalmente la falta de mano de obra adecuada, que es señalado por el 75% de los mismos y la debilidad de la demanda que es considerada por el 62,5% de los asociados, incrementándose respecto al trimestre anterior en 12,5 p.p., pero manteniéndose constante respecto al mismo trimestre del año 2024. Mientras no es percibida ninguna limitación por el lado de la financiación ni por la insuficiencia de equipamiento o el aumento de la competencia.

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

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: Reducción de la jornada laboral

Reducción de la jornada laboral

Efectos de la reducción de la jornada laboral en Canarias

La reducción de la jornada laboral de 40 a 37,5 horas semanales, sin pérdida salarial, representa un cambio normativo que impacta en sectores intensivos en mano de obra como el turístico. Su alcance no se limita al marco general de conciliación y bienestar de los trabajadores, sino que plantea importantes desafíos para territorios como Canarias donde el tejido productivo se caracteriza por una fuerte dependencia del sector servicios, una estructura empresarial dominada por pequeñas y medias empresas y un mercado laboral históricamente marcado por la temporalidad y el desempleo.

Este tejido empresarial convierte a Canarias en una región especialmente vulnerable ante reformas laborales de gran calado principalmente por dos motivos:

- **Limitada capacidad de adaptación de las pequeñas y medias empresas.** Las pymes presentan menores recursos financieros y humanos para implementar cambios abruptos. Así la reducción

obligatoria de la jornada laboral sin posibilidad de absorción de costes o redistribución flexible impacta más negativamente a este segmento de empresas que a las grandes empresas.

- **Difícil negociación colectiva:** Muchas pymes no tiene representación sindical efectiva, por lo que la imposibilidad de adaptar por vía individual o de pequeñas negocias colectivas las nuevas condiciones laborales puede fomentar rigideces y desventajas competitivas (2).

En Canarias, la **jornada laboral pactada** durante el año 2024 alcanzaba las **39,2 horas semanales**, frente a las 38,7 horas de media en el conjunto de España, lo que equivale a casi una semana laboral más al año. La adaptación a la nueva jornada supone, por tanto una reducción media de 1,7 horas semanales por trabajador en Canarias, equivalente a un descenso del 4,5% en el tiempo de trabajo.

Reducción de la jornada laboral

Efectos de la reducción de la jornada laboral en Canarias

Por sectores, este impacto es mayor en sectores como la industria y la construcción, con reducciones entorno al 5,5% (2,1 horas semanales), y algo menor en los servicios (1,6 horas semanales que supone el -4,3%).

Para la economía canaria la medida implica dos costes fundamentales:

- **Reestructuración del mercado laboral**, con la posibilidad de crear aproximadamente **10.265 nuevos empleos** (1,9% adicional de las afiliaciones a tiempo completo de 2024), de los cuales el 86,8% se concentraría en el sector servicios).
- **Incremento sustancial de los costes laborales** estimados en 727,9 millones de euros anuales solo **por la reducción de horas** en la plantilla actual, cifra que asciende hasta los 1.046,8 millones de euros si se incluyen las **nuevas contrataciones.**, lo que representa en conjunto **un 1,8% del PIB canario.**

No obstante, estos dos efectos recogen el coste directo de esta medida a ella habría que añadir **los posibles costes derivados de una menor productividad.** Por si sola la medida ocasiona un aumento artificial del salario sin una mejora proporcional de la productividad. Por ello, el proceso de reducción debe venir acompañada de la reorganización interna, formación y digitalización para que sea acompañada de un aumento del valor añadido. Además, dado que en Canarias la actividad económica se concentra en el sector servicios (hostelería, comercio, etc.) el cual registra menores niveles de productividad, el impacto puede ser aún mayor.

Reducción de la jornada laboral

Impacto de reducción jornada laboral en las actividades vinculadas al turismo

Para analizar el **impacto de la reducción de la jornada laboral en el sector turístico** y ante la ausencia de estimaciones para Canarias, puede tomarse como referencia el análisis realizado para el conjunto del sector turístico español. La particular estructura del mercado laboral turístico en Canarias –altamente dependiente de la hostelería y el alojamiento, con un predominio de pymes y una fuerte estacionalidad- sugiere que los efectos nacionales identificados por Exceltur (3) podrían reproducirse con mayor intensidad en el archipiélago. Ello justifica incorporar las cifras globales del informe como marco de referencia para valorar el posible impacto de la reducción de la jornada en el principal motor económico de las islas.

Según el informe de Exceltur, en el turismo, la reducción de horas

no puede absorberse con mejoras de eficiencia por la naturaleza de los servicios prestados:

- Horarios condicionados por la demanda: las actividades turísticas se ajustan a los hábitos de consumo de clientes y viajeros (ej. horarios de comidas, check-in/check-out en hoteles, vuelos de madrugada, espectáculos nocturnos). Estas franjas no son elegibles por la empresa, lo que obliga a mantener personal en esos momentos.
- Servicios “presencialistas”: requieren la presencia física de trabajadores para ser prestados (ej. camareros, recepcionistas, guías, pilotos, conductores). No existe margen para sustituir horas por eficiencia técnica.

Reducción de la jornada laboral

Impacto de reducción jornada laboral en las actividades vinculadas al turismo

- Productividad ligada al valor del servicio y no al tiempo: un camarero no puede “servir más mesas en menos tiempo” sin afectar la calidad; su productividad se incrementa sirviendo productos de mayor valor añadido. Lo mismo ocurre con recepcionistas, pilotos o personal de ocio.
- Alto peso de pymes: el 93,9 % de las empresas turísticas tiene menos de 10 empleados (frente al 74,9 % en el resto del sector servicios). Estas carecen de capacidad organizativa para redistribuir turnos o contratar personal adicional, lo que multiplica el impacto.

Las consecuencias de esta medida en el sector turístico son:

- 2,6 millones de ocupados (asalariados como autónomos) en

ramas turísticas de los cuales se ven afectados 1,2 millones de asalariados (56,3%) que trabajan más de 37,5 horas semanales. Esto supone una pérdida de 294,6 millones de horas al año.

- De estos, 1 millón de asalariados desarrollan actividades donde no es posible compensar la reducción de horas mediante mayor eficiencia. Lo que se traduce en una pérdida de 22,2 millones de horas al año que no pueden compensarse.

El coste anual directo para las empresas se estima en 2.348 millones de euros lo que representa:

- + 4,9% de costes totales
- -8,1% en beneficios empresariales

Reducción de la jornada laboral

Impacto de reducción jornada laboral en las actividades vinculadas al turismo

No obstante, el **impacto sobre las diferentes actividades del sector turístico es heterogéneo** en función de la intensidad de la mano de obra y de la rigidez de los horarios.

Restauración: Al ser muy intensivo en empleo directo, con horarios fijados por el cliente (desayunos, almuerzos, cenas) donde una gran parte de los puestos no permiten mejorar la eficiencia. En este sector el impacto se cuantifica en 1.029 millones de euros de costes y una reducción en 19,1% en beneficios.

Transporte de pasajeros: Los horarios de salida y llegada definidos por la demanda (primeras horas del día, traslados a aeropuertos, rutas fijas) imposibilita la reducción de tiempos de trabajo sin afectar a la seguridad o calidad del servicio. En este caso el coste se estima en 599,7 millones de € de coste con una reducción de los beneficios en 7,8% (-17,3 % en transporte terrestre).

Alojamiento: La necesidad de cubrir permanentemente franjas horarias (recepción 24 horas, limpieza diaria, mantenimiento) supone que el grueso del personal no puede absorber menos horas con más eficiencia. En este caso su coste se estima en 403 millones de euros de coste con una reducción de beneficios en 6,1%.

Actividades culturales, deportivas y de entretenimiento: Aunque son menos intensivas en empleo, los horarios de espectáculos, ocio nocturno o actividades culturales dependen del público, reduciendo el margen de ajuste. En este caso el importe del coste se cifra en 278 millones de euros con una reducción de sus beneficios en 3,2%.

Agencias de viajes y alquiler de vehículos: Parte del personal administrativo puede compensar la reducción con eficiencia por lo que el impacto relativo es menor. En este caso el coste asciende a 38 millones de euros de coste con una reducción de 4,9% de los beneficios.

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

