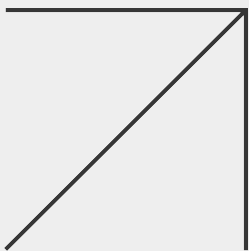


INFORME

Tendencias de viaje en la población canaria



RESUMEN EJECUTIVO

Tendencias clave del turismo de los residentes canarios

Tres de cada cuatro canarios (75,56%, unos 1,53 millones) se fueron de vacaciones en 2025. Y no es poca cosa en el momento actual: en pleno agosto de 2026, con la temporada alta en su apogeo¹, con casi nueve de cada diez temiendo la subida de precios², un gasto medio previsto para agosto de unos 1.130 €³ y en torno al 10% del salario destinado a viajar⁵. Que, aun así, los canarios mantengan las vacaciones como prioridad dice mucho de la necesidad de viajar.

En 2025 se asentó un mercado maduro **(casi la mitad de los viajeros (48,1%) tiene entre 35 y 54 años) con una frontera de gasto en los 750€:** por debajo, escapadas cortas; por encima, estancias largas (la franja más habitual, 1.001-1.750 €).

Por la insularidad, el avión domina el transporte (66,7%), pero sorprende el alojamiento: **gana la casa de familiares y amigos (38,4%) por delante de los hoteles**, y el Airbnb pesa menos de lo que parece (18,2%).

Y rompe el tópico: **mandan las escapadas urbanas (36,7%) por encima de la playa (33,6%)**, aunque **el destino más visitado sea la propia Canarias (57,5%)**, seguida de Madrid, Italia y Marruecos. El canario viaja acompañado y planifica según la distancia —semanas para España, meses para Europa—, en un año en que el sector empieza a esquivar el calor y la masificación⁴.

¹ El Observatorio Cetelem — [La intención de gasto de los españoles en las vacaciones de verano 2026](#)

² Allianz Partners — [Los españoles, los más preocupados de Europa por el precio de los viajes](#)

³ Publiz — [En agosto de 2026, cada español gastará una media de 1.130 € en sus vacaciones](#)

⁴ Soloagentes — [El calor y la masificación cambian las vacaciones de los españoles en 2026](#)

⁵ ABC / Travel Trends 2026 (Visa) — [Los españoles se abrochan el cinturón para viajar al extranjero](#)

⁶ AIMC Marcas 2026 — estudio base del informe

3 TIPOS DE PERFILES

FAMILIAR (501-750 €)



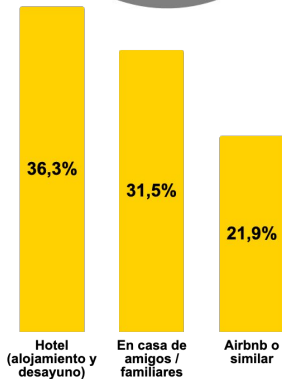
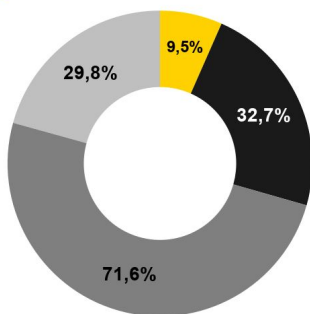
48,1% 35 - 54 años

Ciudad **36,7%**

Playa **32,1%**

Viajar a lo que surja **19,9%**

● Solo ● Pareja ● Familia ● Amigos



MILLENNIALS (1.001-1.750 €)



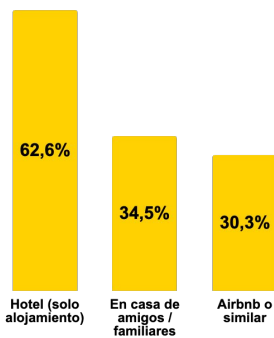
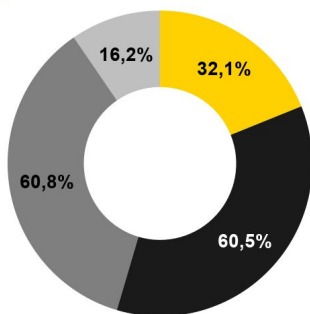
11% 25 - 34 años

Ciudad **73,0%**

Viaje cultural **52,5%**

Playa **50,5%**

● Solo ● Pareja ● Familia ● Amigos



SÉNIOR (1.001-1.750€)



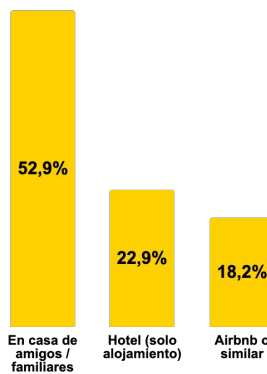
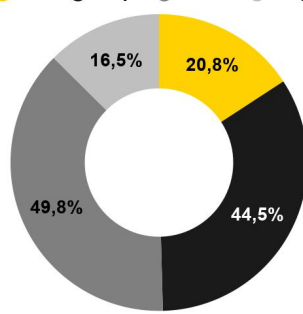
8,4% 65 a 74 años

Ciudad **36,9%**

Playa **25,7%**

Tour en autobús **15,3%**

● Solo ● Pareja ● Familia ● Amigos

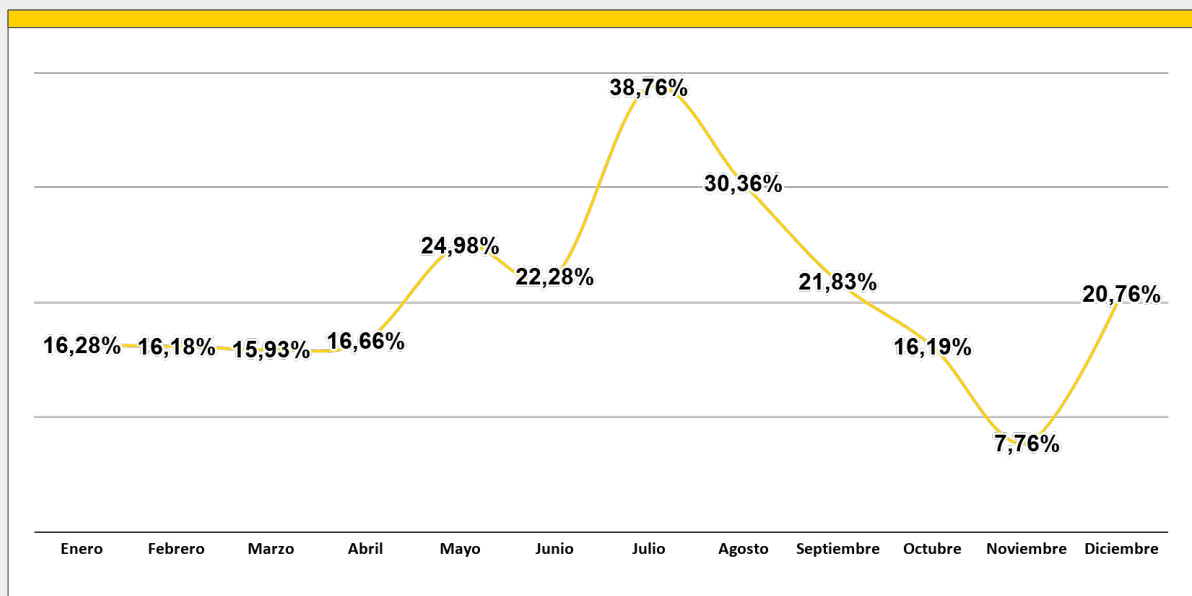


ANÁLISIS ESTACIONAL

¿CUANDO COMIENZAN SUS VIAJES?

El análisis temporal revela una concentración estacional: los meses de **mayo a agosto concentran la temporada alta** de la actividad viajera de la población canaria. Al tratarse de respuesta múltiple, la suma de los porcentajes puede superar el 100 %.

Julio es el mes pico (38,8%), seguido de agosto (30,4%) y mayo (25,0%).



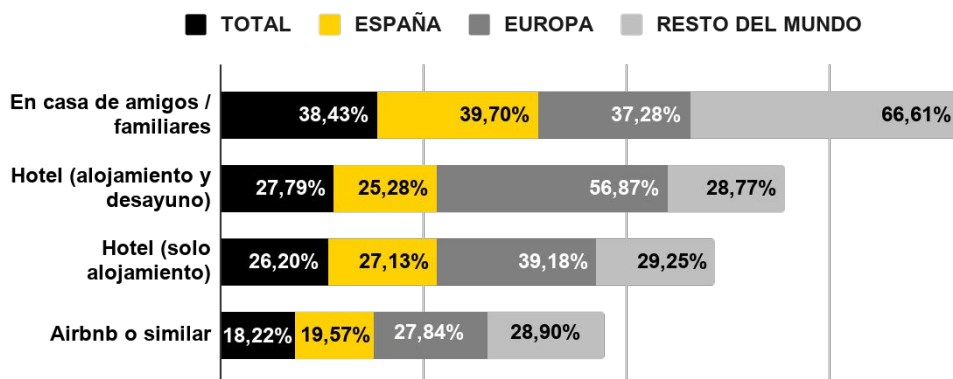
Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 - Datos basados en el público objetivo del estudio

22GRADOS

ACLARACIÓN: Algunas de las variables incluidas en este análisis **proviene de preguntas de respuesta múltiple**. Esto significa que los entrevistados podían seleccionar más de una opción (por ejemplo, varios destinos, varios meses de viaje, varios medios utilizados, etc.). Por tanto, los porcentajes mostrados indican el porcentaje de individuos que han mencionado cada opción concreta, y no son excluyentes entre sí. **Como consecuencia, la suma de los porcentajes puede superar el 100 %.**

ALOJAMIENTO Y TRANSPORTE

¿DÓNDE SE QUEDAN?



La población canaria prefiere quedarse en casa de amigos y en hoteles antes que en alojamientos tipo Airbnb (18,2%).

¿CON CUÁNTA ANTELACIÓN RESERVAN?

1-4 semanas

3-6 meses y 1-3 meses

+9 meses/ 1 a 4 semanas

España/Total
(42,6%)

Europa
(40,5%)

Resto del mundo
(41%/60%)

¿CUÁL ES SU PRINCIPAL MEDIO DE TRANSPORTE?

El transporte más usado fue el avión regular + bajo coste (66,7%), como es normal por la insularidad, seguido de vehículos de alquiler (35,1%), propio y el ferry.

(45,4 % + 21,3%)



(35,1%)



(22,9%)



MOTIVACIONES Y TIPOS DE VIAJE

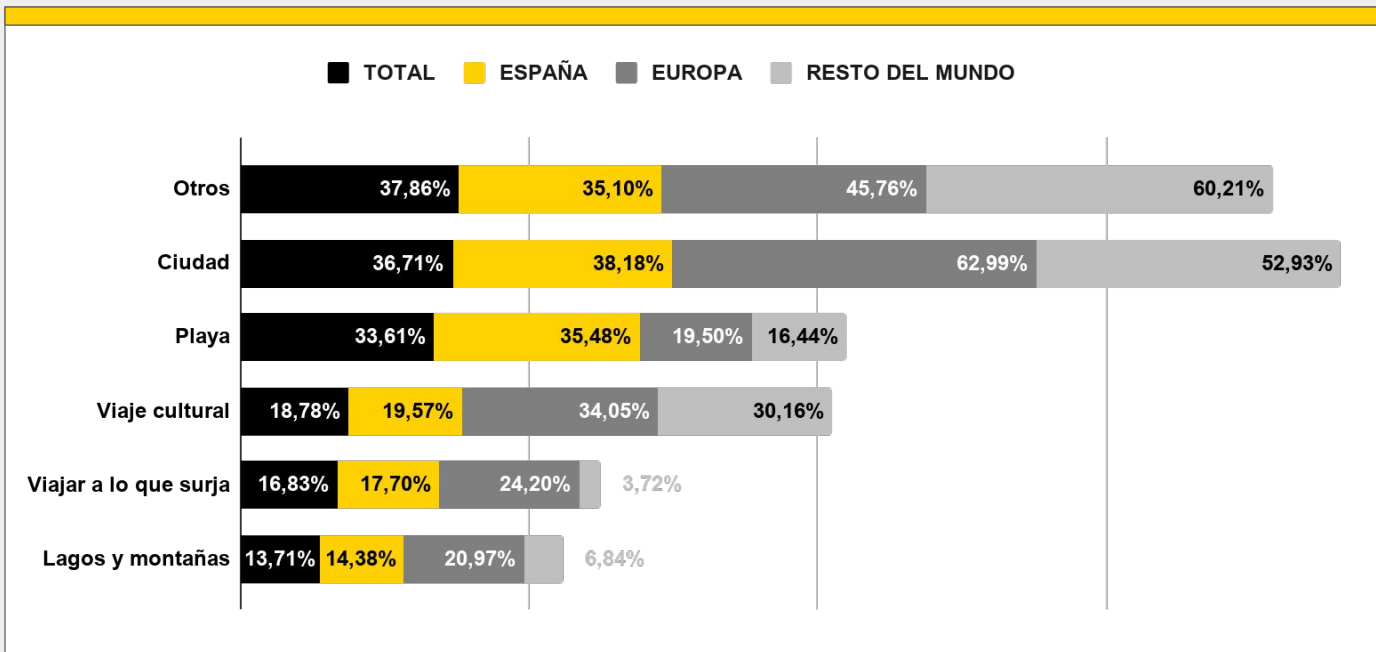


¿QUÉ LES MOTIVA A VIAJAR?

Las escapadas urbanas lideran las preferencias (36,7%), seguidas del turismo de playa (33,6%). Este equilibrio desafía los estereotipos y cambia según el destino:

La ciudad domina en Europa (63,0%) y en el Resto del mundo (52,9%)

La playa manda en los viajes por España (35,5%)



Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 - Datos basados en el público objetivo del estudio

VIAJES EN ESPAÑA, EUROPA Y EN EL RESTO DEL MUNDO

¿QUÉ PAÍS O LUGAR VISITARON?



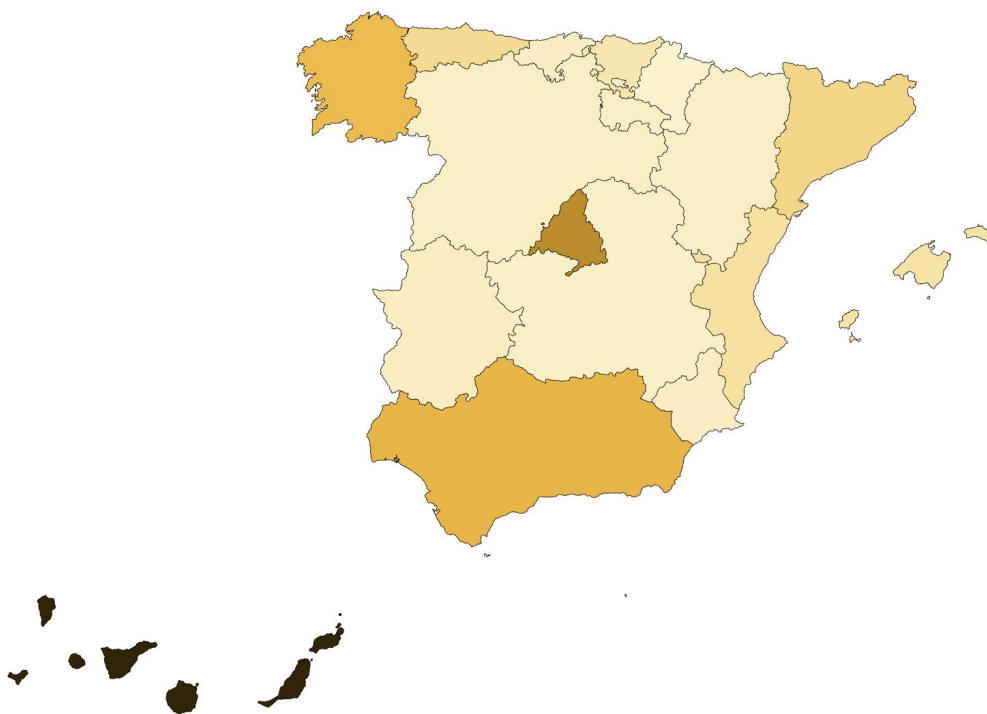
El 93,1% de la población canaria que viajó lo hizo por España. **Canarias es el destino más visitado, con un 57,5%.** Fuera del archipiélago lidera la Comunidad de Madrid (27,5%), seguida de Andalucía (16,1%), Galicia (14,7%), Cataluña (8,4%) y Asturias (7,2%).

Porcentaje de canarios que visitaron España

1.533.000 Canarios se fueron de vacaciones en 2025

Un 93,13% de ellos viajaron dentro de España

0,1%  57,51%



Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 • Datos basados en el público objetivo del estudio

 22GRADOS

VIAJES EN ESPAÑA, EUROPA Y EN EL RESTO DEL MUNDO

¿QUÉ PAÍS O LUGAR VISITARON?

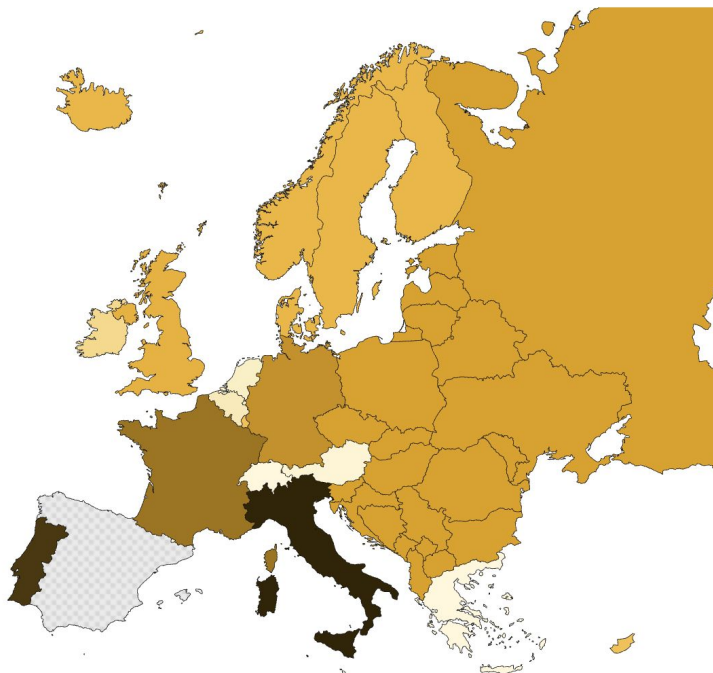
Un 27,5% de la población canaria eligió Europa como destino. **Italia se posiciona como el país europeo más visitado (8,6%)**, seguido muy de cerca por Portugal y Madeira (7,8%). Francia (5,3%) y Alemania (4,0%) se mantienen como clásicos del turismo europeo, por delante de Europa Central y del Este (3,3%) e Inglaterra y Gales (2,7%).

Porcentaje de canarios que visitaron Europa

1.533.000 Canarios se fueron de vacaciones en 2025

Un 27,52% de los Canarios viajaron a Europa

0,2% 8,6%



Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 • Datos basados en el público objetivo del estudio (Quitando España)

VIAJES EN ESPAÑA, EUROPA Y EN EL RESTO DEL MUNDO

¿QUÉ PAÍS O LUGAR VISITARON?

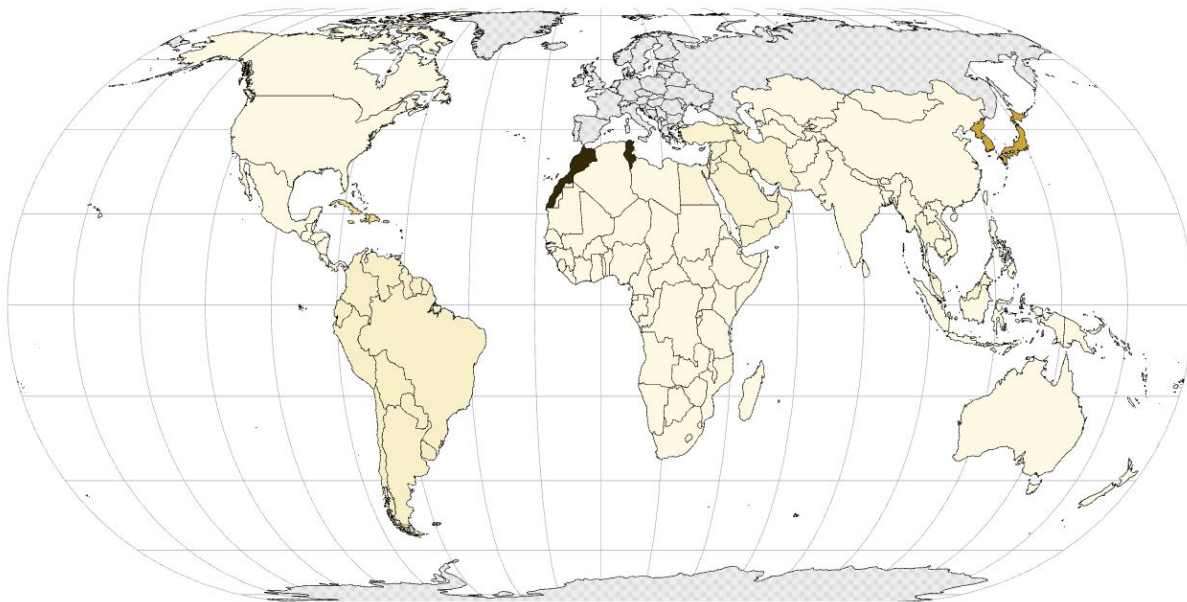
Un 9,37% se aventuró fuera de Europa. **Marruecos y Túnez encabezan los destinos por su proximidad (5,0%), y les sigue Japón y Corea (2,2%), reflejo de la fiebre asiática que se vive en los viajes.** Completan el ranking el Caribe (1,0%), Sudamérica (0,5%), Oriente Próximo (0,5%) y Egipto (0,4%).

Porcentaje de canarios que visitaron el resto del mundo

1.533.000 Canarios se fueron de vacaciones en 2025

Un 9,3% de los Canarios viajaron por el resto del mundo

0,31% 5%



Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 • Datos basados en el público objetivo del estudio (Quitando UE y España)

22GRADOS

RELACIONES E INSIGHTS

EDAD VS TOTAL COSTE VIAJES CORTOS O LARGOS (% Filas)

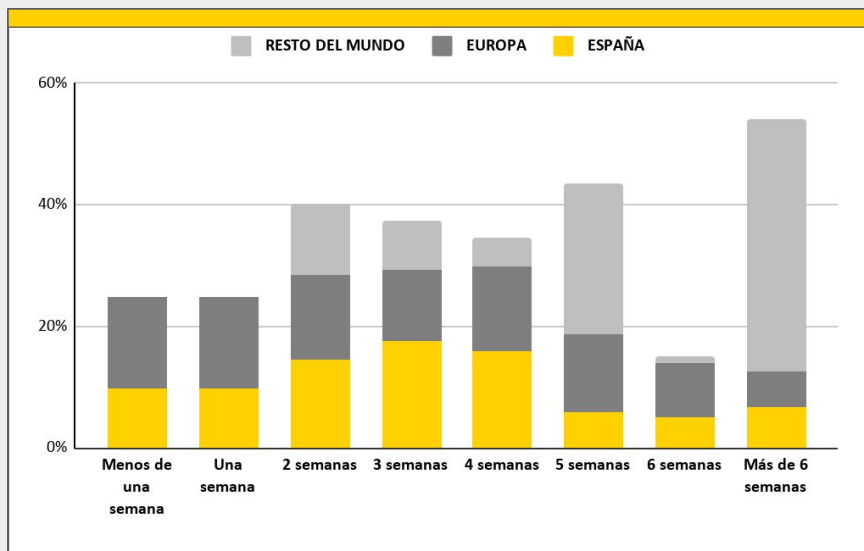


En contra del tópico de **"joven = viaje barato"**, el tramo de **1.001-1.750 € es el más repetido en casi todas las edades**, también entre los más jóvenes. El gasto crece con la edad hasta su techo en los mayores: los **65-74 se reparten entre 1.001-1.750 € (27%) y 1.751-2.500 € (26%)** moderando el gasto altísimo del año pasado y **los 75 y más alcanzan el ticket más alto (3.001-4.000 €, 33%)**. Los viajes más económicos (251-500 €) se concentran en las franjas intermedias (45-64 años), no en la juventud.

TOTAL PAÍS VISITADO VS TOTAL TIEMPO DE VIAJE (% Filas)

La duración depende claramente del destino. En **España y Europa dominan los viajes cortos** (una semana o menos es lo más habitual: 24% y 18% respectivamente, concentrándose casi todo en ≤4 semanas).

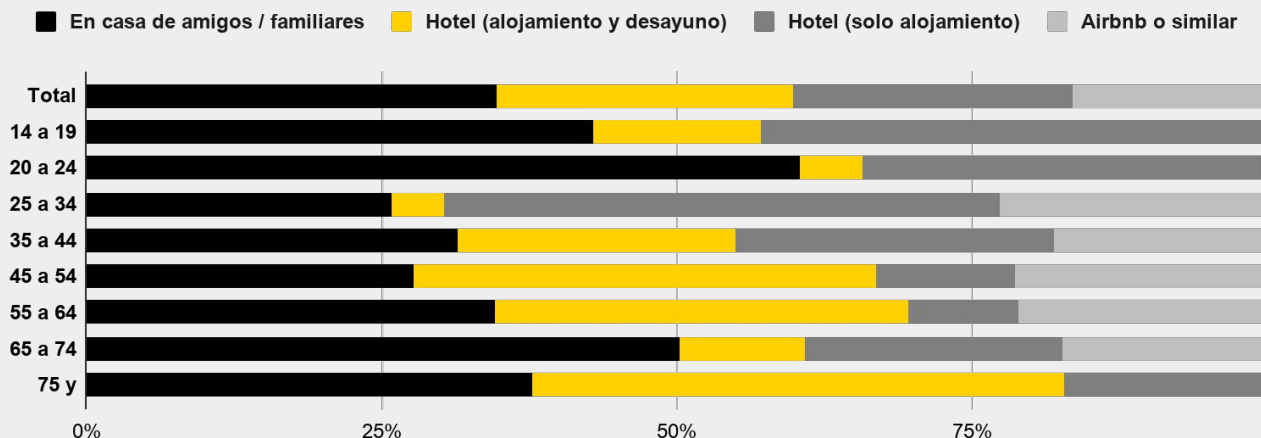
En cambio, **el resto del mundo se reserva para las escapadas largas: un 42% se va más de 6 semanas** y un 25% cinco semanas.



RELACIONES E INSIGHTS



EDAD VS TOTAL TIPO DE ALOJAMIENTO (%filas)



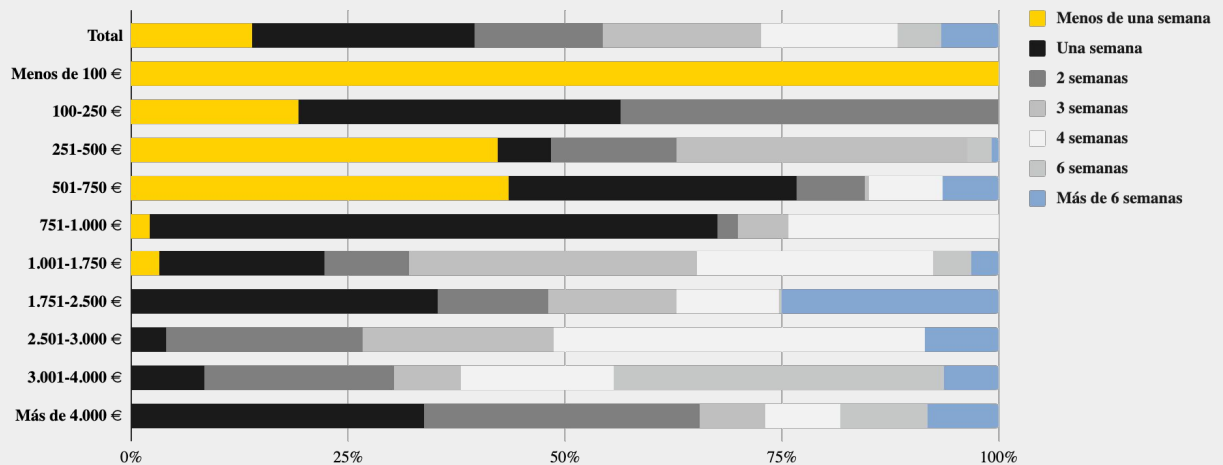
Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 - Datos basados en el público objetivo del estudio

Las preferencias de alojamiento cambian de forma clara con la edad.

La **casa de familiares y amigos es la opción más transversal** (38,4% de media), con picos entre los jóvenes de 20-24 años (61,5%) y los mayores de 65-74 (52,9%). El perfil **millennial (25-34) es el más "hotelero"**: lidera el hotel de sólo alojamiento (62,6%) y es, con diferencia, quien más recurre a Airbnb (30,3%). A partir de los 45 años el gasto se traduce en comodidad: el **hotel con desayuno gana peso** (40,3% en los 45-54 y hasta un 45,3% en los mayores de 75).

CORRELACIONES E INSIGHTS

COSTE DEL VIAJE VS DURACIÓN



Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 - Datos basados en el público objetivo del estudio

Existe una correlación directa entre lo que se gasta y lo que se viaja, con un **punto de inflexión muy claro en los 750 €**.

Por debajo de ese umbral dominan las escapadas cortas: con menos de 100 € el 100% no llega a la semana, y entre 251 y 750 € la mayoría se queda en **una semana o menos** (42,9% en el tramo 501-750 €). Por encima de los 750 €, las estancias se alargan con 2.501-3.000 € el 40,9% viaja cuatro semanas y con 3.001-4.000 € el 33,4% llega a las seis.

La excepción, casi un perfil en sí mismo, es el tramo **751-1.000 €, donde el 63,1% elige exactamente una semana**: el clásico viaje familiar de duración medida.

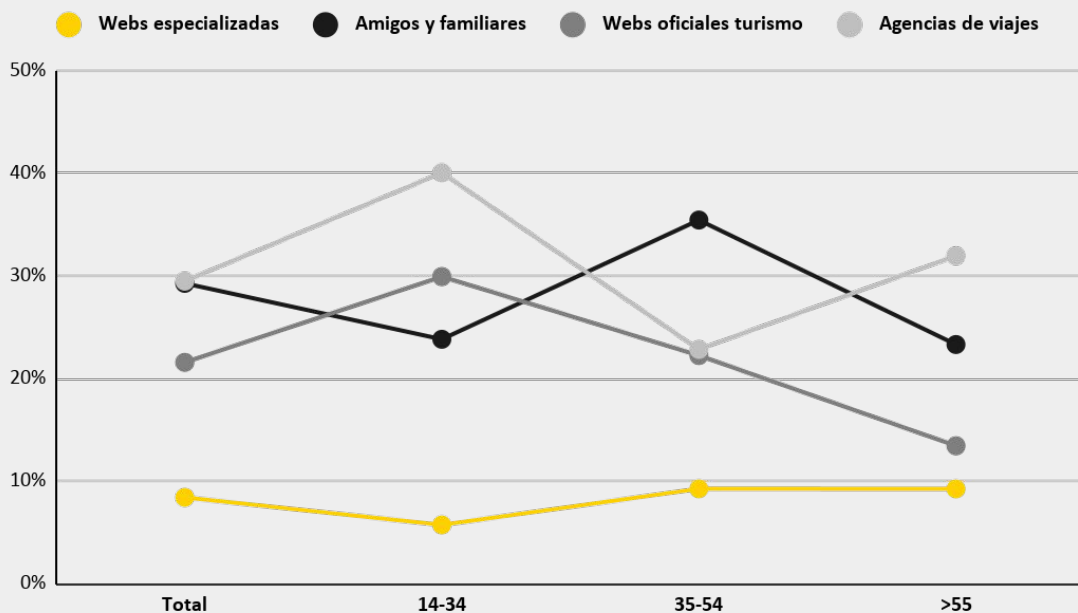
FUENTES DE INFORMACIÓN



EDAD VS FUENTE DE INFORMACIÓN PARA VIAJES

Los más jóvenes (14-34) son los más digitales: lideran las webs especializadas (40,1%) y las oficiales de turismo (29,9%).

El perfil familiar (35-54) es el que más confía en el boca a boca (amigos y familiares, 35,5%). **Y los mayores de 55 no renuncian a lo digital** (webs especializadas, 32,0%), pero apenas usan los canales oficiales (13,5%). En resumen: el canal digital ya es transversal; lo que cambia con la edad es el peso de la recomendación personal.



Fuente: Elaboración propia, Estudio AIMC Marcas 2026 - Datos basados en el público objetivo del estudio

PRINCIPALES CONCLUSIONES



1. El viajero canario tiene 45 años, no 20.

El mercado lo mueven los 35-54 (48,1%), no la juventud (14-24 = 12,7%).



2. Adiós al tópico de sol y playa.

Se viaja más por ciudad (36,7%) que por playa (33,6%), y fuera de España es casi el único motivo (63% en Europa).



3. Cuándo impactar depende de a dónde van.

La antelación no es única: España se decide en semanas, Europa en meses y el resto del mundo se mueve en dos extremos (muy planificado o de última hora).



4. 2026 llega con la cartera vigilada.

El 2025 fue sólido, pero este verano se afronta con miedo a los precios y a la masificación. El mensaje ganador no es "gasta más", sino "tu escapada sigue mereciendo la pena": valor, cercanía y flexibilidad.



5. El mejor destino de los canarios es Canarias.

Con un 57,5%, el turismo interinsular es el gran motor del mercado: antes de mirar fuera, el canario redescubre su propia tierra, por delante de Madrid, Italia o Marruecos. Una oportunidad de oro para el destino local, que no compite solo por el turista de fuera, sino por el de casa.



Elaborado por Initiative para 22GRADOS