



PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA

Análisis y Diagnóstico de la situación turística 2023/24



ÍNDICE.

1.- Introducción y contexto

2.- DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

2.1.- Cuadro de Mando Integral del destino Fuerteventura 2023

2.2.- Percepción e índice de satisfacción

2.3.- Evolución histórica de llegada de turistas

2.4.- Previsiones invierno 2023/24 y verano 2024

3.- ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA

3.1.- Análisis DAFO

3.2.- Posicionamiento comparado del destino

3.3.- Ejes estratégicos y transversales de trabajo 2024

4.- Plan de Acción Resumen 2024



INTRODUCCIÓN.

Fuerteventura es un destino turístico consolidado que goza de una reputación muy positiva en determinados segmentos y que ha superado en el segundo semestre del 2023 las previsiones negativas de mitad de año, afrontando los próximos años con garantías de crecimiento en un contexto general positivo a pesar de las grandes transformaciones que está experimentando la industria turística.

Las dificultades económicas en muchos de los mercados emisores, el alza de precios, conflictos armados, fenómenos sociales que afectan a la seguridad y la estabilidad, los condicionantes a los combustibles fósiles en el transporte aéreo, etcétera son circunstancias que afectan y se combinan en un mismo escenario participando también en cambiar los ociotipos y las tendencias del turismo.

En este escenario es más importante que nunca una correcta gestión del destino, planificando la administración de los recursos y medios disponibles con eficiencia y eficacia para adaptar correctamente oferta y demanda, ser competitivos y obtener un buen retorno de la inversión. Los resultados del 2023 y las tendencias y perspectivas de la industria turística para el año presente año 2024 y el próximo permiten ser optimistas pues sitúan a Fuerteventura ante una coyuntura favorable, en el que los turistas requieren experiencias más significativas, emocionales y conectadas, sostenibles y cada día más personalizadas y singulares, atractivos que este destino turístico aporta con solvencia.

La apuesta por la eco-sostenibilidad es más que una tendencia. Forma parte sustancial de la toma de decisiones tanto en la demanda como en la oferta por lo que se incorpora a la industria como un catalizador y también como valor añadido, con importantes implicaciones de toda índole. El turismo familiar, el de naturaleza y el vinculado a la practica amateur o semiprofesional de deportes al aire libre todo el año sigue creciendo exponencialmente y Fuerteventura tiene mucho que ofrecer en estos segmentos.



La Inteligencia Artificial también es un elemento verdaderamente disruptivo, como un asistente virtual que contribuye a hiperpersonalizar los viajes de manera sencilla desde un dispositivo. Esta novedosa herramienta virtual está redefiniendo la gestión de establecimientos, la experiencia de la planificación de viajes, los servicios de atención al cliente y libera a muchos empleados que ganan tiempo para dedicar a tareas más especializadas.

Las redes sociales han cambiado la forma en que muchos turistas buscan inspiración para sus viajes. Actualmente los “influencers” ya no solo inspiran, sino que se han convertido en agentes facilitadores contribuyendo en los procesos de comercialización y contratación. El conocimiento y acceso a las redes convierte a los turistas en actores y protagonistas activos de sus experiencias, y no solo en consumidores.

En este contexto Fuerteventura ha cerrado un año 2023 con indicadores positivos, prácticamente récord en ocupación, conectividad y facturación, y atisba buenas perspectivas, con debilidades identificadas y un plan de trabajo que pretende aprovechar las oportunidades, en una apuesta por la calidad, la sostenibilidad y la diversificación.



Diagnóstico de la situación turística de Fuerteventura

A continuación se despliega un resumen de la situación turística de Fuerteventura a partir de los datos e indicadores oficiales disponibles al cierre del año 2023 y las previsiones para el presente año 2024



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN. CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Entidades y núcleos turísticos de Fuerteventura



Aunque no encajan en la definición de entidad o núcleo turístico en función de que no cuentan con una alta concentración de establecimientos turísticos, si resulta conveniente apuntar diversos ENCLAVES o ZONAS en el ecosistema turístico de la Isla:

- 1.- **La Villa de Betancuria**, uno de los principales receptores de visitantes
- 2. y 3.- **Tarajalejo y Las Playitas**, enclaves que cuentan con establecimientos hoteleros e infraestructuras (Golf y otros)
- 4.- **Puerto del Rosario Centro Ciudad**, principalmente por el tráfico de cruceros pero también como receptor de turistas

Fuente: PROMOTUR. Las entidades y núcleos turísticos son áreas que cuentan con alta concentración de establecimientos alojativos y presentan cierta homogeneidad en sus características. El ISTAC ha definido 47 núcleos turísticos distribuidos en 16 entidades en Canarias que concentran alrededor del 92% de las plazas ofertadas y el 94% de las pernотaciones



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Turismo receptivo (Llegadas de pasajeros en vuelos directos)

Pasajeros AÑO 2023	Fuerteventura	Comparación con 2022
Desde aeropuertos internacionales	2.076.418	6,7 %
Desde aeropuertos peninsulares	402.074	3,2 %
Desde aeropuertos canarios	484.975	8,1 %
TOTAL	2.963.467	6,5 %

Fuente: AENA

Turistas AÑO 2023	Fuerteventura	Comparación con 2022
Turistas internacionales	2.103.863	11,4 %
Turistas peninsulares	170.997	8,5 %
TOTAL	2.274.859	11,2 %

Fuente: FRONTUR ISTAC

Crucelistas AÑO 2023	Fuerteventura	Comparación con 2022
TOTAL	288.398	44,3 %

Fuente: Autoridad Portuaria de Las Palmas de Gran Canaria

Capacidad aérea regular: Extranjero + Península

Plazas aéreas a 27/11/2023	Fuerteventura	Comparación con mismo periodo del 2022
Invierno 2023/24	1.205.671	3,1 %
Verano 2024	1.428.902	4,9 %

Indicadores de alojamiento (Solo Hotel y Apartamento)

Extranjeros y Peninsulares ENERO A NOVIEMBRE 2023	Fuerteventura	Comparación con mismo periodo del 2022
Viajeros	1.653.564	7,1 %
Pernoctaciones	13.133.966	8,6 %

Turismo interno ENERO A NOVIEMBRE 2023	Fuerteventura	Comparación con mismo periodo del 2022
Viajeros	122.592	-5,6 %
Pernoctaciones	607.154	14,0 %

Fuente: ISTAC



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Indicadores de ocupación y rentabilidad

Ocupación % por habitación / Apartamento NOVIEMBRE 2023	Fuerteventura	Comparación con 2022
Hoteles (por habitación)	86,6	7,99 %
Apartamentos (por apartamento)	81,6	3,10 %
MEDIA del TOTAL	85,6	7,35 %

ADR: Tarifa media por hab/apto en € NOVIEMBRE 2023	Fuerteventura	Comparación con 2022
Hoteles	109,3	5,6 %
Apartamentos	66,7	13,7 %
MEDIA del TOTAL	104,0	6,7 %

RevPAR Ingreso medio diario por hab/apto en € AÑO 2023	Fuerteventura	Comparación con 2022
Hoteles	94,1	16,4 %
Apartamentos	54,5	18,2 %
MEDIA del TOTAL	89,0	16,7 %

La facturación turística está en cifras récord con un notable incremento del 43,6% en unos pocos años. También es histórico el indicador del gasto medio por turista y día, las tarifas de hoteles y apartamentos y el empleo en el sector. No obstante es preciso tener en cuenta la variable de la inflación interanual.

Ingresos totales AÑO 2023	Fuerteventura	Comparación con 2019
Ingresos totales (en millones de €)	728,2 M€	30,7 %

Indicadores de gasto turístico

Pasajeros AÑO 2023	Fuerteventura	Comparación con 2019
Facturación total (en millones de €)	2.762 M€	43,6 %
Gasto medio por turista y viaje (en €)	1.392 €	20,1 %
Gasto medio por turista y día (en €)	164,9 €	22,2 %
Estancia media (en días)	9,42	0,08 %

Fuente: Encuesta de Gasto Turístico - ISTAC

Indicadores de empleo en el sector turístico

Empleo en establecimientos turísticos FEB 2024	Fuerteventura	Comparación con 2022
Hostelería AAV y Operadores turísticos	11.126	7,8 %

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social e ISTAC



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

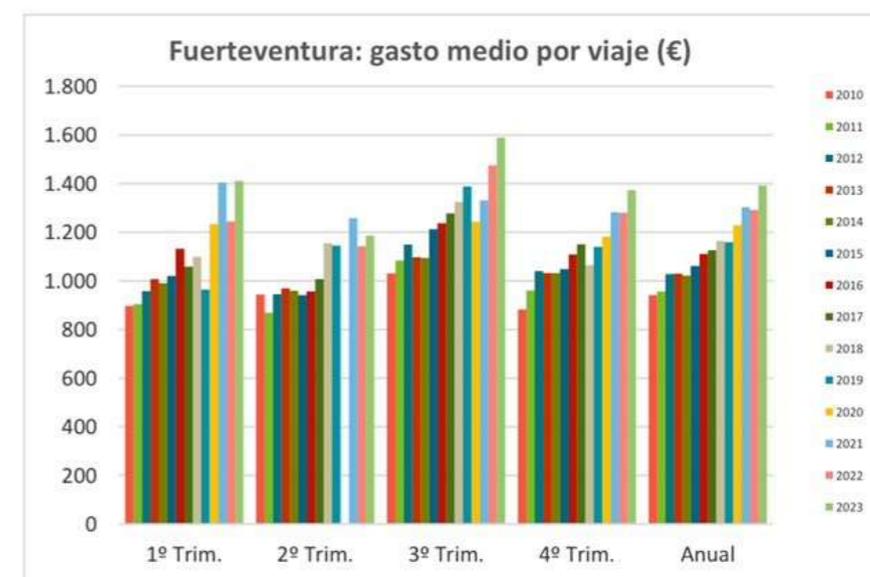
Indicadores generales de turismo y receptivo y gasto turístico

INDICADORES AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Número de turistas de más de 16 años	1.984.658	14.108.401
turistas niños menores de 16 años	290.201	2.102.509
% de turistas que contratan paquete	60.3%	47,7 %
GASTO POR VIAJE (€)	1.392 €	1.387€
- de turistas por paquete	1.524€	1.596€
- en el paquete	1.342€	1.319€
- en otros conceptos	182€	277€
- de turistas sin paquete	1.204 €	1.196 €
- en el vuelo	345€	328€
- en el alojamiento	425€	420€
- en otros conceptos	420€	448€
ESTANCIA MEDIA (días)	9,42	9,47
Gasto medio diario (€)	164,9 €	167,8 €
Gasto medio diario sin incluir el vuelo (€)	116,5 €	120,2 €
Coste medio del vuelo (€)	407,4 €	387,4 €
Facturación total anual (en mill€)	2.762M€	19.565M€
Cuota sobre la facturación total canaria	14,1 %	100 %
Número de turistas (FRONTUR)	2.274.859	16.210.910
Número de pasajeros (AENA)	2.478.492	19.302.668

El gasto por viaje es superior a la media canaria

Se observa que los turistas sin paquete tienen mayor gasto en destino

Se observa precio de vuelos superior a la media canaria



	1º Trim.	2º Trim.	3º Trim.	4º Trim.	Anual
2010	896	943	1.031	883	941
2011	904	869	1.084	960	957
2012	957	945	1.148	1.041	1.027
2013	1.007	969	1.096	1.031	1.029
2014	990	959	1.094	1.032	1.022
2015	1.020	941	1.212	1.048	1.060
2016	1.132	957	1.237	1.107	1.110
2017	1.058	1.007	1.277	1.150	1.126
2018	1.099	1.155	1.325	1.065	1.163
2019	964	1.144	1.388	1.139	1.159
2020	1.234		1.243	1.182	1.228
2021	1.405	1.258	1.330	1.282	1.303
2022	1.244	1.142	1.475	1.280	1.291
2023	1.412	1.186	1.589	1.373	1.392

Fuente: PROMOTUR e ISTAC



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Distribución del gasto turístico

DESGLOSE DEL GASTO POR TURISTA Y VIAJE AÑO 2023	Isla de Fuerteventura (en %)	Media de Canarias (en %)	Isla de Fuerteventura (en €)	Media de Canarias (en €)
Alojamiento:	-	-	894 €	866 €
- Principal alojamiento	89,2%	83,7%	740 €	709 €
- Gastos extras en el alojamiento	8,8%	7,1%	154 €	157 €
Transporte:	-	-	723 €	733 €
- Transporte nacional/internacional	97,8%	94,9%	417 €	408 €
- Pasajes entre islas	7,0%	5,6%	78 e	84 €
- Taxi	57,8%	52,6%	89 €	89 €
- Alquiler de vehículos	30,5%	32,4%	120 €	122 €
- Transporte público	6,8%	11,2%	20 €	29 €
Alimentación:	-	-	249 €	306 €
- Compras en supermercados	55,5%	58,8%	101€	108 €
- Restaurantes y/o cafeterías	49,2%	66,5%	148 €	199 €
Ocio:	-	-	541 €	535 €
- Excursiones organizadas	21,3%	24,7%	99 €	95 €
- Actividades deportivas	9,7%	8,1%	119 €	99 €
- Actividades culturales	1,4%	2,8%	60 €	58 €
- Museos	2,2%	5,5%	34 €	39 €
- Parques de Ocio	4,3%	10,9%	57 €	71 €
- Discotecas/Pub nocturnos	6,4%	10,7%	95 €	99 €
- Wellness	4,7%	5,3%	76 €	74 €
- Compras de bienes	-	-	492 €	1.242 €
- Souvenirs	41,1%	41,5%	71 €	87 €
- Bienes inmuebles	0,1%	0,2%	169 €	934 €
- Otras compras	0,7%	0,8%	253 €	221 €
Otros gastos en del destino	-	-	136 €	138 €
- Gastos médicos, farmacéuticos	7,7%	7,7%	50 €	47 €
- Otros gastos	5,4%	7,2%	86 €	91 €

Fuente: PROMOTUR e ISTAC



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Perfil del turista

¿cómo son? AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Sexo	-	-
- Hombres	45,2%	48,2%
- Mujeres	54,8%	51,8%
Edad	-	-
- De 16 a 24 años	10,1%	11,1%
- De 25 a 30 años	11,3%	10,8%
- De 31 a 45 años	29,0%	28,7%
- De 46 a 60 años	27,2%	25,2%
- Mayores de 60 años	22,3%	24,2%
Ocupación	-	-
- Asalariado	58,3%	55,7%
- Autónomo	11,2%	10,8%
- Desempleado	0,7%	0,9%
- Empresario	8,3%	8,1%
- Estudiante	3,7%	4,2%
- Jubilado	16,8%	18,9%
- Labores del hogar	0,3%	0,6%
- Otros	0,8%	0,9%
Ingresos netos anuales en el hogar (€)	-	-
- Menos de 25.000€	11,6%	13,1%
- De 25.000€ a 49.999€	33,6%	34,9%
- De 50.000€ a 74.999€	26,0%	24,4%
- Más de 75.000€	28,9%	27,7%
Nivel educativo	-	-
- Sin estudios	2,8%	4,0%
- Estudios primarios	1,8%	1,9%
- Estudios secundarios	20,9%	20,1%
- Estudios superiores	74,5%	72,9%

Se observa la importancia del turismo "senior" frente a otras franjas de edad

Atendiendo a la variables de ingresos netos anuales, edad y el nivel de estudios convendría revisar el debate sobre la calidad de los turistas que visitan la Isla

Perfil del turista: procedencia

Procedencia AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Reino Unido	30,5 %	34,1 %
Alemania	32,1 %	16,3 %
Península	7,7 %	12,1 %
Francia	5,9 %	5,3 %
Irlanda	2,6 %	4,3 %
Italia	5,3 %	4,2 %
Países Bajos	2,8 %	4,2 %
Bélgica	1,1 %	2,7 %
Otros	12,1 %	16,8 %

Fuente: PROMOTUR, ISTAC y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Perfil del turista

¿con quién vienen? AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Sin acompañantes	10,8%	10,1%
Solo con la pareja	47,6%	47,5%
Solo con hijos menores de 13 años	4,9%	4,4%
Pareja con hijos menores de 13 años	7,4%	6,8%
Otros familiares	10,3%	10,0%
Grupo de amigos	6,3%	7,1%
Compañeros de trabajo	0,3%	0,6%
Viaje organizado	0,2%	0,2%
Otras combinaciones	12,3%	15,0%
Turistas que viajan sin niños	82,4 %	83,1 %
Turistas que viajan con niños	17,6%	16,9%
- De 0 a 2 años	1,2%	1,5%
- De 3 a 12 años	15,1%	14,1%
- De 0 a 2 y de 3 a 12 años juntos	1,1%	1,3%
Composición del grupo (compartiendo presupuesto común para gastos del viaje)	-	-
- 1 persona	13,0%	12,6%
- 2 personas	56,5%	55,3%
- 3 personas	12,4%	12,1%
- 4-5 personas	15,4%	16,0%
- 6 o más	2,7%	4,0%
Tamaño medio del grupo	2,48	2.57

Fuente: PROMOTUR, ISTAC y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura

Fuerteventura es la Isla del Archipiélago con el mayor incremento de viajeros alojados en 2023, con un 10,7%, que significan 217.364 turistas más que el año anterior

Fidelidad al destino

Índice de repetición de estancias AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Primera visita	29,5 %	27,5 %
Turistas repetidores	70,5 %	72,5 %
Enamorados (al menos 10 visitas)	16,5 %	19,6 %
Repetidores últimos 5 años	62,7 %	65,0 %
Repetidores últimos 5 años (5 visitas o más)	13,8 %	15,6 %

Fuente: PROMOTUR

Razón del viaje

AÑO 2023	Isla de Fuerteventura
Negocios	7 %
Vacaciones	72 %
Familiar	15 %
otros	7 %

Fuente: AENA 2023



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Reserva del viaje

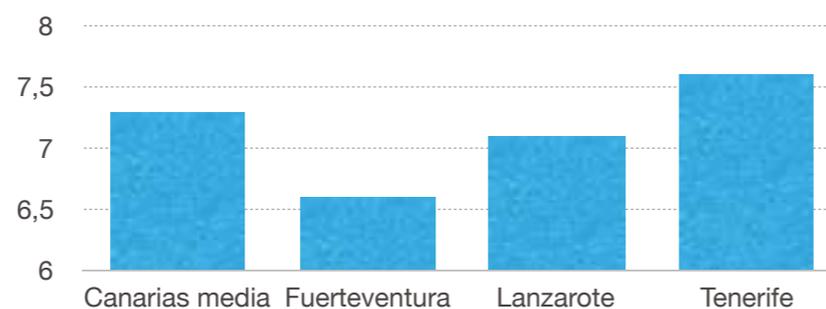
¿Con cuánta antelación organizan el viaje? AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
El mismo día de partida	0,4 %	0,7 %
De 1 a 30 días antes	23,2 %	23,5 %
De 1 a 2 meses antes	24,9 %	24,6 %
De 3 a 6 meses antes	34,9 %	32,4 %
Más de 6 meses	16,5 %	18,8 %

¿qué régimen de alojamiento contratan? AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Solo alojamiento	17,5%	29,1%
Alojamiento y desayuno	6,6%	14,3%
Media pensión	16,9%	20,1%
Pensión completa	4,2%	3,3%
Todo incluido	54,9%	33,2%

Fuente: PROMOTUR, ISTAC y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura

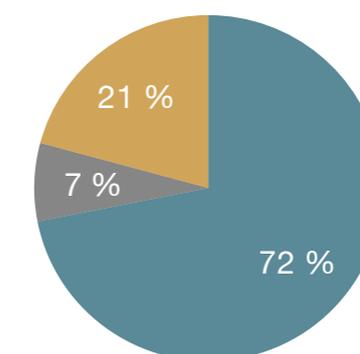
¿dónde compran? AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Vuelo		
- a la compañía aérea	38,2%	49,6%
- Al turoperador, AAVV...	61,8%	50,4%
Alojamiento		
- Al establecimiento	25,9%	36,7%
- Al turoperador, AAVV...	61,8%	63,3%

HORAS DE ACTIVIDAD DIARIAS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO ALOJATIVO



¿qué tipo de alojamiento contratan? AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Hotel 1-2-3*	12,9%	10,7%
Hotel 4*	54,9%	38,6%
Hotel 5*-5*GL	4,1%	9,9%
Apartamento / Villa turística	7,3%	15,8%
Vivienda o Habitación alquilada a un particular	7,6%	7,8%
Alojamiento privado (propio, amigos o intercambio gratuito)	7,3%	9,0%
Alojamiento Rural, crucero, camping	5,8%	8,2%

● Hoteles ● Apartamentos ● Otros



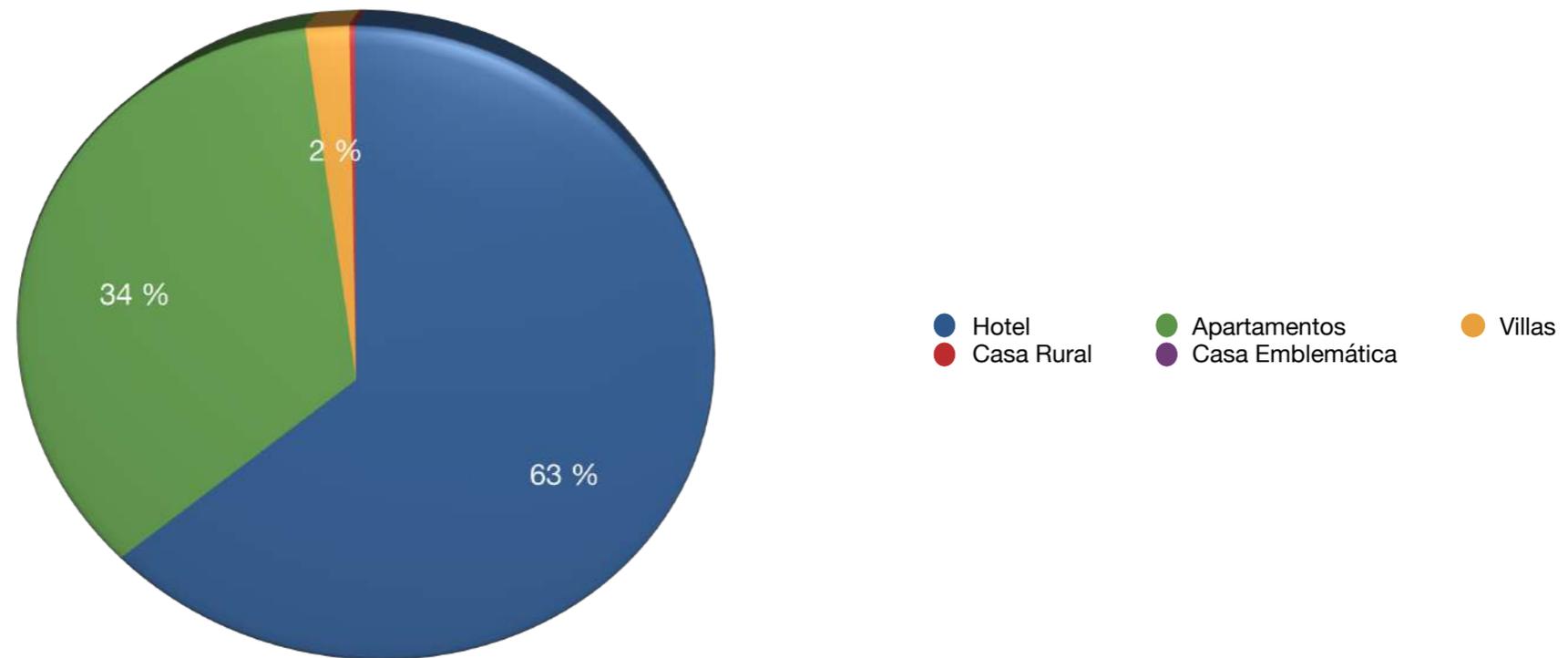


DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Plazas (camas) autorizadas en establecimientos alojativos de Fuerteventura

CAMAS / MUNICIPIO	Casa Emblemática	Villas	Casa Rural	Apartamentos	Hotel	TOTAL PLAZAS (camas)
ANTIGUA	0	314	23	6.973	5.938	13.293
BETANCURIA	0	0	0	172	0	172
LA OLIVA	14	767	48	9.812	6.750	17.391
PÁJARA	0	34	12	5.975	28.895	34.916
PUERTO ROSARIO	6	0	32	6	380	424
TUINEJE	4	96	29	30	348	507
TOTAL FTV	24	1.211	144	22.968	42.311	66.703



FUENTE: Consejería de Turismo del Cabildo de Fuerteventura



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

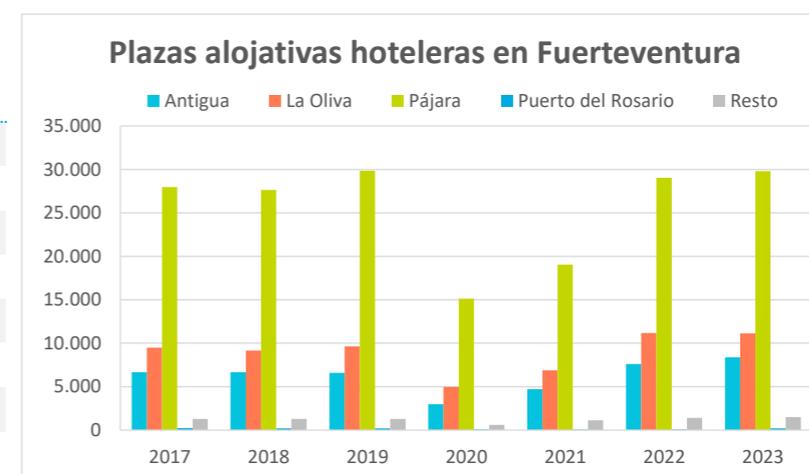
Oferta alojativa de Fuerteventura

Serie histórica (2017 - 2023)



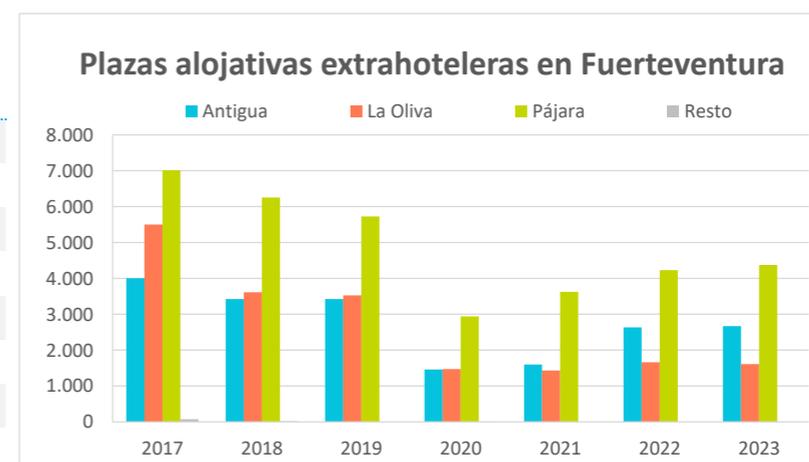
Plazas alojativas hoteleras en Fuerteventura

AÑO	ANTIGUA	LA OLIVA (Corralejo, El Cotillo)	PÁJARA (Costa Calma, Jandía, Playa de Sotavento, Morro Jable)	PUERTO DEL ROSARIO (Playa Blanca)	RESTO	FUERTEVENTURA	PESO EN CANARIAS
2017	6.671	9.493	27.977	222	1.294	45.657	18,5%
2018	6.671	9.154	27.636	190	1.294	44.945	18,3%
2019	6.600	9.621	29.859	190	1.294	47.564	18,9%
2020	2.983	4.983	15.124	80	598	23.768	18,8%
2021	4.711	6.876	19.050	52	1.114	31.803	19,1%
2022	7.613	11.164	29.044	85	1.403	49.309	19,6%
2023	8.379	11.130	29.809	199	1.510	51.027	19,9%



Plazas alojativas extrahoteleras en Fuerteventura

AÑO	ANTIGUA	LA OLIVA (Corralejo, El Cotillo)	PÁJARA (Costa Calma, Jandía, Playa de Sotavento, Morro Jable)	PUERTO DEL ROSARIO (Playa Blanca)	RESTO	FUERTEVENTURA	PESO EN CANARIAS
2017	4.004	5.498	7.013	--	76	16.591	9,9%
2018	3.420	3.613	6.256	--	15	13.304	9,0%
2019	3.420	3.527	5.725	--	0	12.672	8,8%
2020	1.461	1.473	2.937	--	1	5.872	9,3%
2021	1.597	1.429	3.625	--	0	6.651	9,5%
2022	2.634	1.662	4.226	--	0	8.522	8,7%
2023	2.669	1.611	4.374	--	0	8.654	8,1%



Nota: los datos de las plazas alojativas extrahoteleras en Puerto del Rosario están incluidas en el resto

Fuentes: Encuestas de alojamiento turístico hotelero y extrahotelero (ISTAC).

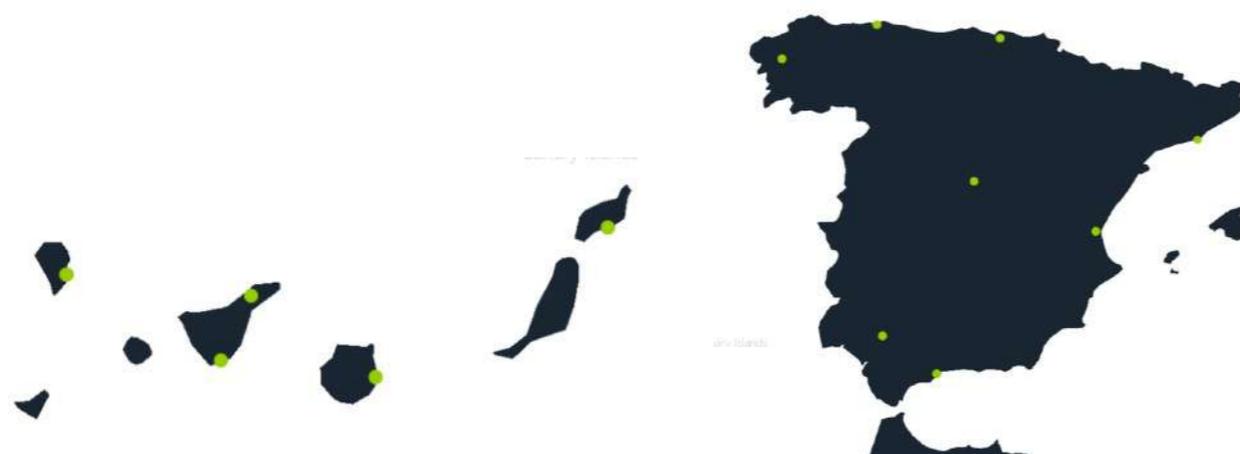


DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Indicadores de tráfico aéreo

PRINCIPALES COMPAÑÍAS AÉREAS AÑO 2023	Pasajeros transportados	Variación en % 23-22	Porcentaje del tráfico total	Rutas que opera
RYANAIR	1.155.580	11 %	19 %	26
BINTER CANARIAS	879.216	9 %	15 %	3
JET2.com	566.852	9 %	9 %	10
CONDOR	481.932	27 %	8 %	6
EASYJET	396.964	15 %	7 %	13
TUI FLY	375.556	4 %	6 %	5
VUELING	267.860	-1 %	4 %	6
IBERIA EXPRESS	254.031	14 %	4 %	1
EUROWINGS	229.226	10 %	4 %	5
TUI AIRWAYS	174.566	6 %	3 %	4



71 destinos / 128 rutas (Europa)
13 destinos / 19 rutas (España y Canarias)

FUENTE: AENA 2023



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

CUADRO DE MANDO DEL TURISMO EN FUERTEVENTURA

Serie histórica de la llegada de turistas a Fuerteventura (2010 - 2023)



Llegada de turistas según mercado

Año	Reino Unido	Alemania	Bélgica	Francia	Holanda	Irlanda	Italia	Países Nórdicos	Otros países	INTERNACIONAL	Península	TOTAL
2010	322.411	647.751	13.524	49.198	36.357	29.915	57.661	64.528	99.016	1.320.358	170.598	1.490.957
2011	389.221	794.197	18.107	80.823	45.716	40.750	91.408	101.368	142.397	1.703.977	147.926	1.851.904
2012	330.472	765.033	15.566	80.242	46.455	25.758	63.190	101.839	142.116	1.570.661	118.505	1.689.165
2013	350.850	772.182	18.165	94.004	46.079	26.496	75.283	109.190	146.690	1.638.930	134.198	1.773.131
2014	421.882	852.134	13.550	98.777	40.924	35.594	76.462	95.139	128.173	1.762.626	121.993	1.884.617
2015	456.367	814.424	16.266	122.725	47.731	40.926	98.626	89.110	139.788	1.825.962	142.812	1.968.775
2016	521.153	874.190	17.389	135.887	62.860	36.851	119.075	107.046	166.530	2.040.978	135.949	2.176.926
2017	545.239	877.773	15.296	118.731	82.396	41.205	119.189	105.229	184.599	2.089.649	128.999	2.218.649
2018	518.750	850.817	16.477	123.391	57.379	36.707	96.036	100.472	189.211	1.989.239	134.838	2.124.077
2019	482.331	688.725	14.905	110.917	49.070	34.971	86.417	83.394	189.572	1.740.298	154.647	1.894.946
2020	110.911	235.288	8.133	34.382	15.350	8.242	23.118	28.520	56.272	520.213	80.323	600.534
2021	130.185	378.085	10.700	77.134	28.256	11.472	61.980	37.052	103.401	838.260	131.513	969.772
2022	593.523	675.030	17.543	141.947	64.059	38.181	124.945	62.868	181.180	1.899.274	158.223	2.057.495
2023	702.055	716.685	23.819	132.159	62.090	62.599	117.762	64.858	221.837	2.103.863	170.997	2.274.859

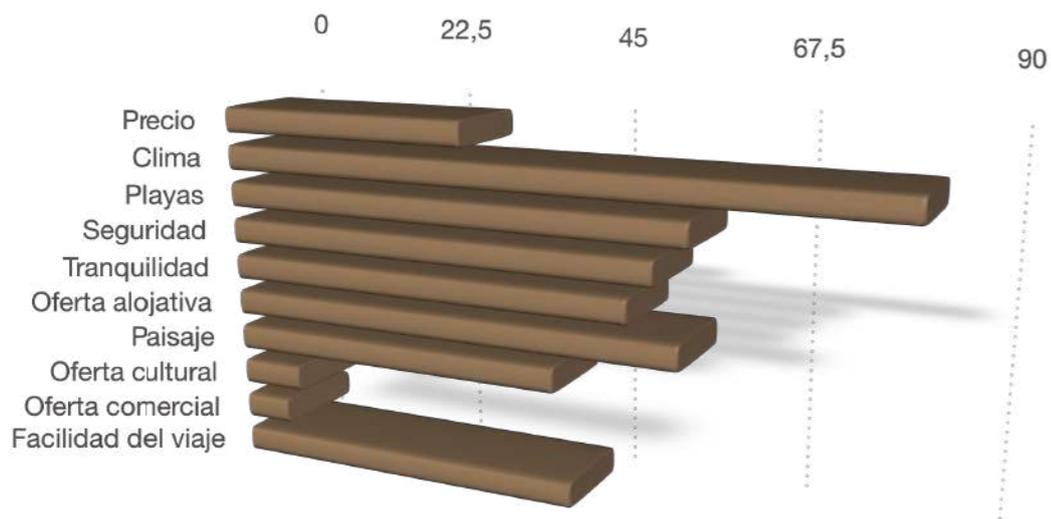
Fuente: FRONTUR ISTAC.

Nota: los datos de llegadas de turistas corresponden a los turistas principales.

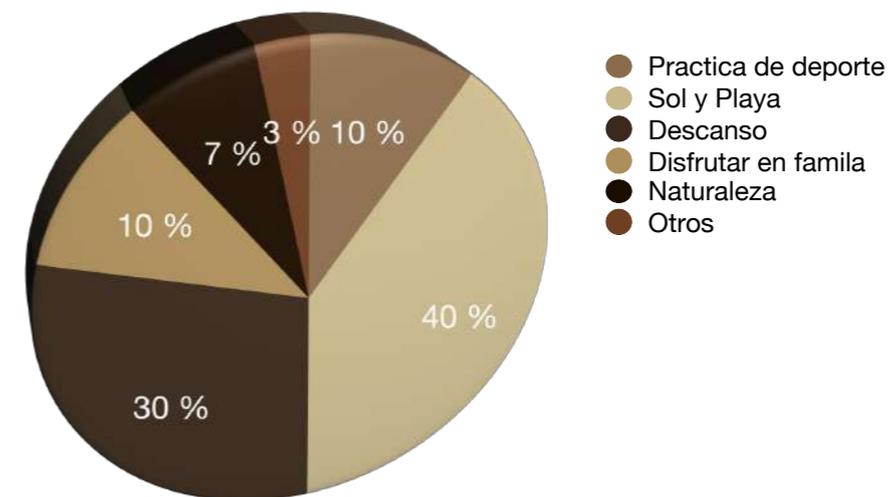


DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN. PERCEPCIÓN

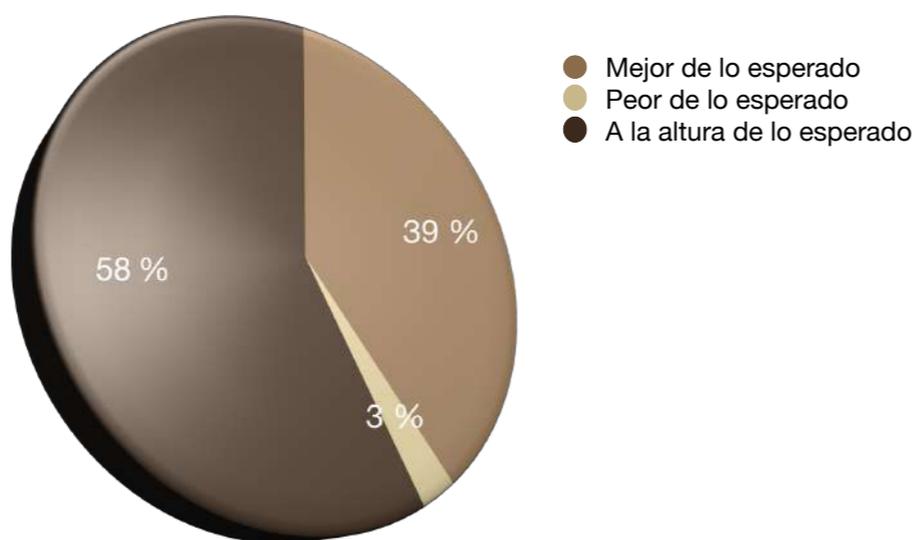
Aspectos más relevantes en la elección del destino Fuerteventura



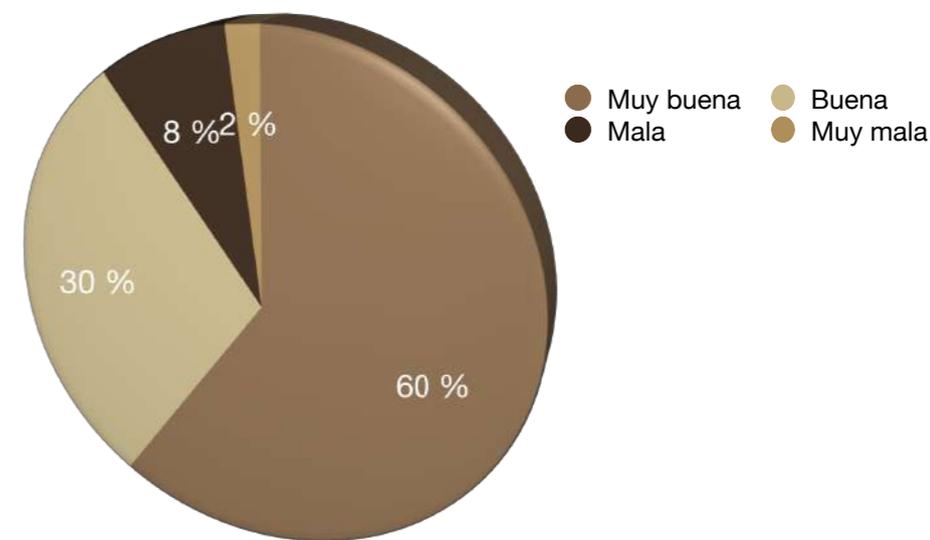
Motivación de los turistas antes de visitar Fuerteventura



Valoración de la experiencia de viaje de los turistas durante su estancia



Percepción sobre el destino de los turistas después de su estancia



Fuente: PROMOTUR y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura (Marzo 2024)



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN. SATISFACCIÓN

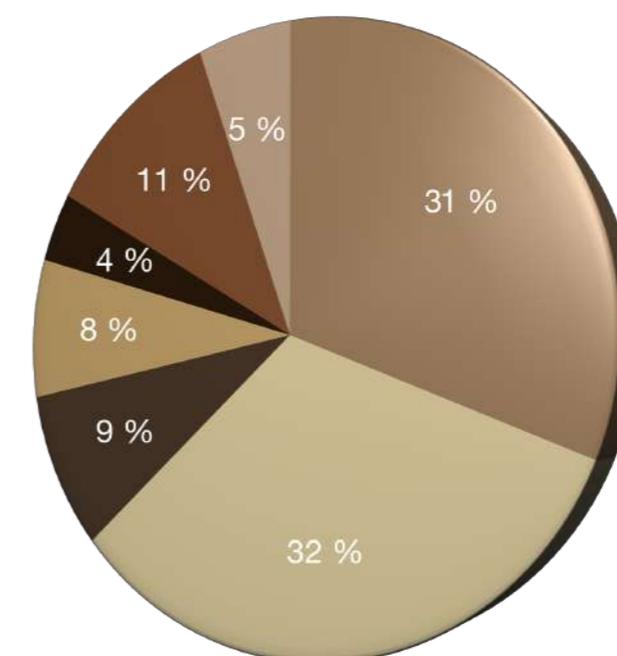
Indicadores de fidelidad

AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Satisfacción general (1 a 10) Valoración media	- 8,74	- 8,82
Experiencia del viaje	-	-
- peor o mucho peor de lo esperado	2,7%	2,5%
- A la altura de lo esperado	55,4%	54,0%
- Mejor o mucho mejor de lo esperado	42,0%	43,5%
Intenciones futuras (1 a 10)	-	-
- Volver al destino	8,78	8,83
- Recomendar el destino	8,96	9,04

Percepción de las siguientes medidas durante su estancia AÑO 2023	Isla de Fuerteventura	Media de Canarias
Calidad de vida en la Isla	7,8	8,0
Tolerancia de la población hacia el turista	8,6	8,6
Limpieza de la Isla	8,2	8,2
Calidad del aire	8,6	8,5
Consumo racional del agua	7,5	7,6
Ahorro de energía	7,0	7,1
Uso de energías renovables	6,8	7,0
Reciclaje	7,0	7,1
Facilidad de movilidad en transporte público	7,0	7,5
Masificación en las zonas turísticas	6,4	6,6
Oferta de productos locales km 0	7,1	7,2

Fuente: PROMOTUR y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura (Marzo 2024)

¿Qué otros destinos ha considerado el turista antes de decidirse por Fuerteventura?

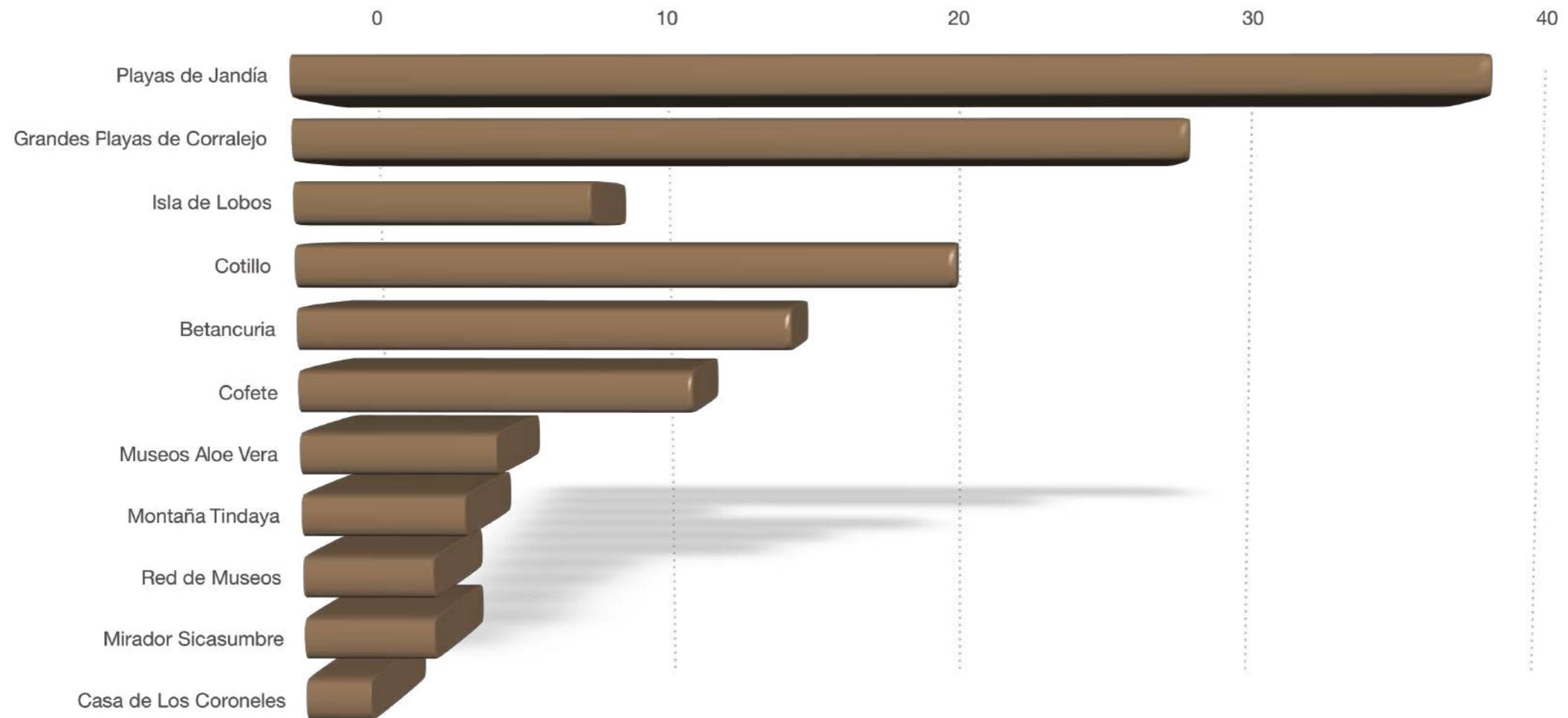


- Ninguno, tenía clara la decisión: Fuerteventura
- Otra Isla de Canarias
- Otro destino de la Península
- Baleares
- Turquía
- Grecia
- Otras Islas del Mediterráneo



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN. SATISFACCIÓN

Lugares que el turista ha visitado durante su estancia en 2023

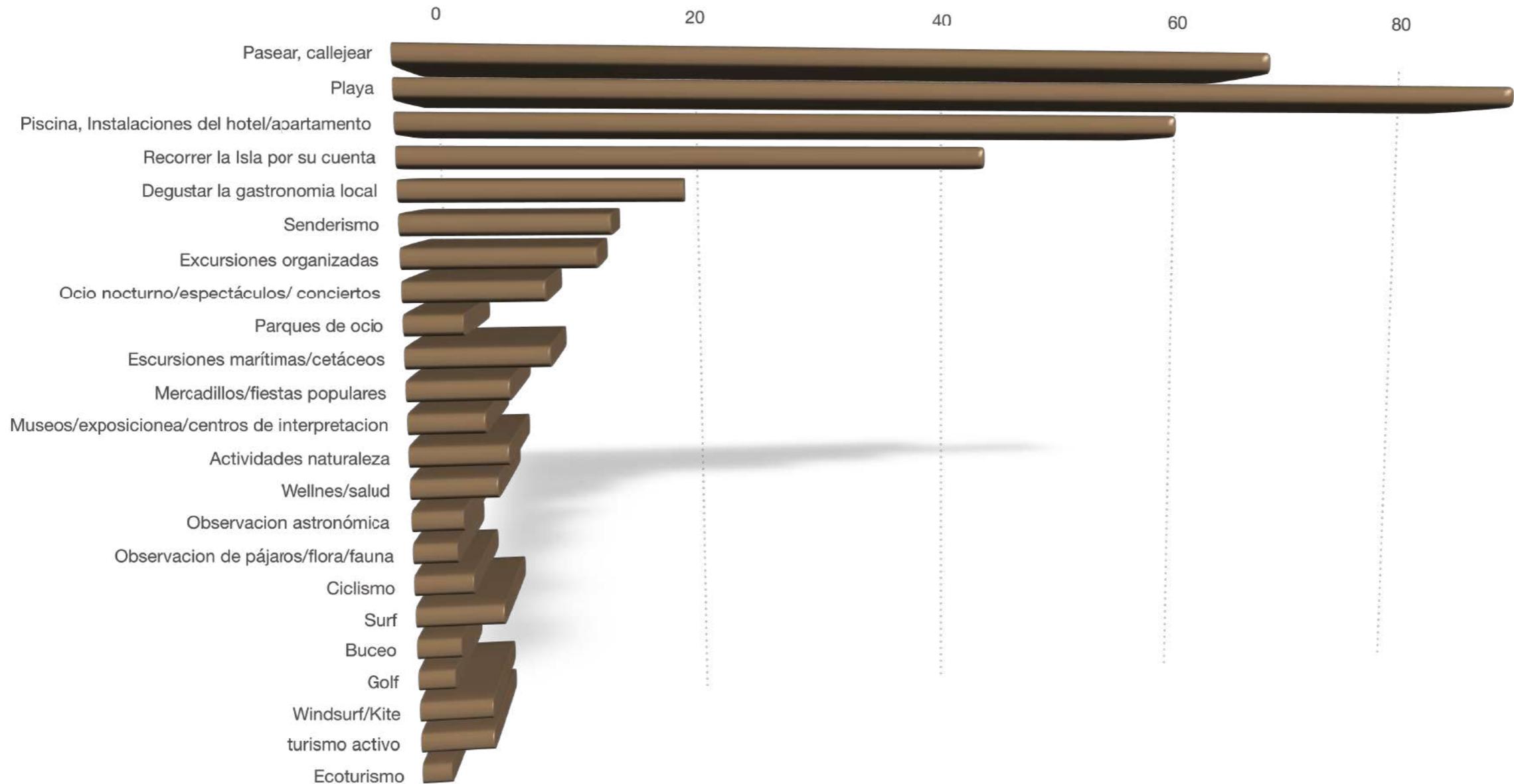


Fuente: PROMOTUR y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura (Marzo 2024)



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN. SATISFACCIÓN

¿Qué actividades ha realizado el turista durante su estancia en 2023

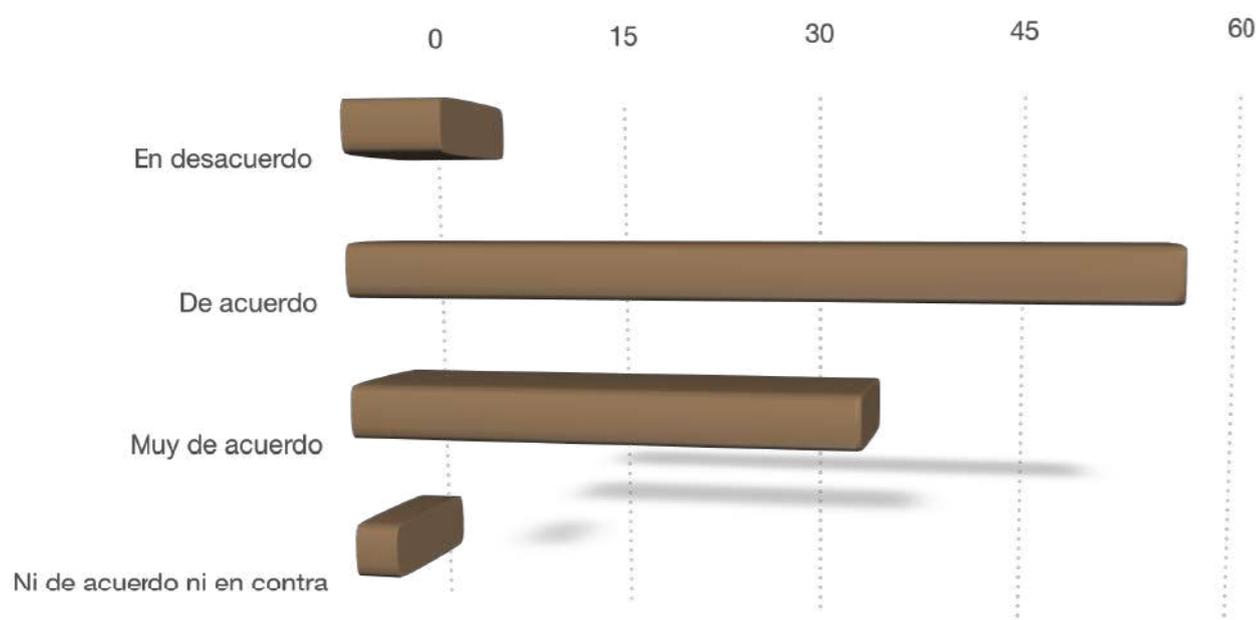


Fuente: PROMOTUR y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura (Marzo 2024)



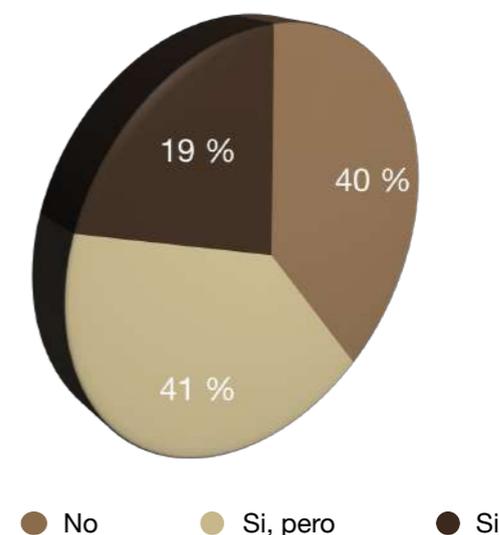
DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN. SOSTENIBILIDAD

Opinión de la población residente respecto a la pregunta: “¿Se debe seguir potenciando el turismo como uno de los motores básicos de la economía de la Isla?”

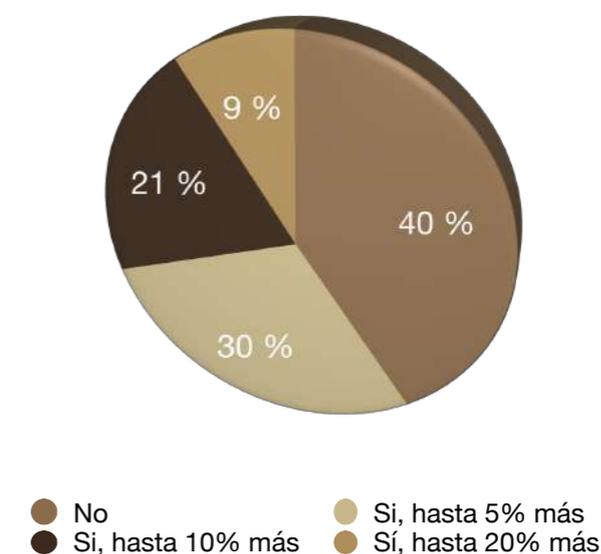


Fuente: Encuesta de Hábitos y Confianza Socioeconómica ECOSOC (ISTAC), Observatorio Turístico de Canarias 2023 y Encuesta de Calidad SICTED Fuerteventura (Marzo 2024)

A la pregunta: en sus viajes ¿suele elegir opciones más sostenibles?



A la pregunta: ¿Estaría dispuesto gastar más en el viaje par reducir su huella de carbono?





DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

Llegadas de pasajeros a las Islas Canarias en vuelos directos según aeropuerto de origen (*)

Enero - diciembre de 2023



ISLAS CANARIAS

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Rusia	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Resto	INTERNACIONAL	Península	Canarias	ESPAÑA	TOTAL
2022	5.079.816	2.397.527	641.951	265.349	345.739	165.289	293.218	551.340	405.661	648.368	149.876	570.526	262.946	78.743	781	271.051	135.573	63.756	311.209	12.638.719	4.683.172	4.261.068	8.944.240	21.582.959
2023	5.747.725	2.666.109	627.390	334.265	344.277	198.010	370.688	684.497	422.296	663.758	164.591	609.688	304.672	86.368	0	339.133	129.486	78.807	399.002	14.170.762	5.131.906	4.736.316	9.868.222	24.038.984
Diferencia	667.909	268.582	-14.561	68.916	-1.462	32.721	77.470	133.157	16.635	15.390	14.715	39.162	41.726	7.625	-781	68.082	-6.087	15.051	87.793	1.532.043	448.734	475.248	923.982	2.456.025
Diferencia %	13,1%	11,2%	-2,3%	26,0%	-0,4%	19,8%	26,4%	24,2%	4,1%	2,4%	9,8%	6,9%	15,9%	9,7%	-100,0%	25,1%	-4,5%	23,6%	28,2%	12,1%	9,6%	11,2%	10,3%	11,4%

LANZAROTE

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Rusia	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Resto	INTERNACIONAL	Península	Canarias	ESPAÑA	TOTAL
2022	1.326.532	242.838	95.928	9.061	38.351	7.396	11.765	273.536	42.500	93.856	13.576	157.925	27.174	5.552	0	25.698	3.492	14.319	10.894	2.400.393	669.006	583.379	1.252.385	3.652.778
2023	1.522.477	267.285	84.052	11.294	28.103	9.126	11.329	327.655	48.659	99.208	5.672	182.793	33.505	6.055	0	24.199	1.469	18.630	16.627	2.698.138	741.565	639.800	1.381.365	4.079.503
Diferencia	195.945	24.447	-11.876	2.233	-10.248	1.730	-436	54.119	6.159	5.352	-7.904	24.868	6.331	503	0	-1.499	-2.023	4.311	5.733	297.745	72.559	56.421	128.980	426.725
Diferencia %	14,8%	10,1%	-12,4%	24,6%	-26,7%	23,4%	-3,7%	19,8%	14,5%	5,7%	-58,2%	15,7%	23,3%	9,1%	--	-5,8%	-57,9%	30,1%	52,6%	12,4%	10,8%	9,7%	10,3%	11,7%

FUERTEVENTURA

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Rusia	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Resto	INTERNACIONAL	Península	Canarias	ESPAÑA	TOTAL
2022	628.681	701.782	61.083	15.627	32.642	4.469	2.070	41.115	13.992	142.780	18.790	101.465	51.291	19.946	0	72.218	17.300	9.364	11.197	1.945.812	389.493	448.518	838.011	2.783.823
2023	708.858	734.417	57.478	17.402	32.731	4.969	4.193	64.875	16.226	117.337	23.311	90.826	56.815	24.726	0	94.019	6.597	12.910	8.728	2.076.418	402.074	484.975	887.049	2.963.467
Diferencia	80.177	32.635	-3.605	1.775	89	500	2.123	23.760	2.234	-25.443	4.521	-10.639	5.524	4.780	0	21.801	-10.703	3.546	-2.469	130.606	12.581	36.457	49.038	179.644
Diferencia %	12,8%	4,7%	-5,9%	11,4%	0,3%	11,2%	102,6%	57,8%	16,0%	-17,8%	24,1%	-10,5%	10,8%	24,0%	--	30,2%	-61,9%	37,9%	-22,1%	6,7%	3,2%	8,1%	5,9%	6,5%

GRAN CANARIA

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Rusia	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Resto	INTERNACIONAL	Península	Canarias	ESPAÑA	TOTAL
2022	807.237	745.073	271.158	187.306	178.002	90.329	234.256	82.856	99.719	110.453	45.877	94.288	84.145	13.801	2	52.428	47.290	17.682	106.933	3.268.835	1.584.361	1.297.367	2.881.728	6.150.563
2023	928.636	834.470	266.199	232.802	176.555	105.459	284.552	108.298	103.380	119.370	44.578	98.940	97.992	15.112	0	62.972	57.706	21.108	134.248	3.692.377	1.779.254	1.449.857	3.229.111	6.921.488
Diferencia	121.399	89.397	-4.959	45.496	-1.447	15.130	50.296	25.442	3.661	8.917	-1.299	4.652	13.847	1.311	-2	10.544	10.416	3.426	27.315	423.542	194.893	152.490	347.383	770.925
Diferencia %	15,0%	12,0%	-1,8%	24,3%	-0,8%	16,7%	21,5%	30,7%	3,7%	8,1%	-2,8%	4,9%	16,5%	9,5%	-100,0%	20,1%	22,0%	19,4%	25,5%	13,0%	12,3%	11,8%	12,1%	12,5%

TENERIFE

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Rusia	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Resto	INTERNACIONAL	Península	Canarias	ESPAÑA	TOTAL
2022	2.305.276	668.461	205.694	53.355	92.346	63.095	45.127	153.828	246.370	301.279	71.633	212.777	96.521	39.444	779	120.707	67.304	22.391	182.104	4.948.491	1.913.898	1.308.237	3.222.135	8.170.626
2023	2.576.067	784.980	211.330	72.767	96.869	78.456	70.614	183.669	252.908	327.840	91.030	237.129	113.755	40.475	0	155.660	63.712	25.753	239.393	5.622.407	2.103.827	1.460.111	3.563.938	9.186.345
Diferencia	270.791	116.519	5.636	19.412	4.523	15.361	25.487	29.841	6.538	26.561	19.397	24.352	17.234	1.031	-779	34.953	-3.592	3.362	57.289	673.916	189.929	151.874	341.803	1.015.719
Diferencia %	11,7%	17,4%	2,7%	36,4%	4,9%	24,3%	56,5%	19,4%	2,7%	8,8%	27,1%	11,4%	17,9%	2,6%	-100,0%	29,0%	-5,3%	15,0%	31,5%	13,6%	9,9%	11,6%	10,6%	12,4%

LA PALMA

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Rusia	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Resto	INTERNACIONAL	Península	Canarias	ESPAÑA	TOTAL
2022	12.090	39.373	8.088	0	4.398	0	0	5	3.080	0	0	4.071	3.815	0	0	0	187	0	77	75.184	126.395	439.962	566.357	641.541
2023	11.687	44.957	8.331	0	10.019	0	0	0	1.123	3	0	0	2.605	0	0	2.283	2	406	6	81.422	105.131	495.717	600.848	682.270
Diferencia	-403	5.584	243	0	5.621	0	0	-5	-1.957	3	0	-4.071	-1.210	0	0	2.283	-185	406	-71	6.238	-21.264	55.755	34.491	40.729
Diferencia %	-3,3%	14,2%	3,0%	--	127,8%	--	--	-100,0%	-63,5%	--	--	-100,0%	-31,7%	--	--	--	-98,9%	--	-92,2%	8,3%	-16,8%	12,7%	6,1%	6,3%

(*) No se han podido incluir los residentes canarios. El cómputo de los vuelos con origen Canarias está duplicado, porque se contabilizan entradas y salidas (la entrada a una isla se corresponde con la salida de la otra y viceversa).
Fuente: AENA.



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

Capacidad aérea regular hacia Canarias (plazas)

Invierno 2023/24



ISLAS CANARIAS

	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Islandia	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Invierno 22	2.604.174	1.520.181	308.568	129.045	112.915	110.594	109.506	286.634	216.556	323.056	80.810	323.775	84.365	21.590	81.962	85.079	37.977	39.464	156.248	6.632.499	2.319.099	8.951.598
Invierno 23	2.881.164	1.713.644	301.686	114.141	77.442	114.975	139.036	368.745	226.983	368.384	115.577	302.333	76.632	38.043	130.521	32.337	45.597	51.801	201.024	7.300.065	2.473.039	9.773.104
Diferencia	276.990	193.463	-6.882	-14.904	-35.473	4.381	29.530	82.111	10.427	45.328	34.767	-21.442	-7.733	16.453	48.559	-52.742	7.620	12.337	44.776	667.566	153.940	821.506
Diferencia %	10,6%	12,7%	-2,2%	-11,5%	-31,4%	4,0%	27,0%	28,6%	4,8%	14,0%	43,0%	-6,6%	-9,2%	76,2%	59,2%	-62,0%	20,1%	31,3%	28,7%	10,1%	6,6%	9,2%

LANZAROTE

	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Islandia	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Invierno 22	693.544	171.583	42.153	11.907	3.018	1.134	3.906	126.065	30.319	48.449	4.473	78.966	10.065	3.660	2.876	0	8.106	0	8.525	1.248.749	316.960	1.565.709
Invierno 23	790.883	200.714	37.007	11.907	0	0	4.092	154.954	30.241	48.457	8.505	88.959	18.042	3.969	197	144	9.618	0	14.154	1.421.843	309.739	1.731.582
Diferencia	97.339	29.131	-5.146	0	-3.018	-1.134	186	28.889	-78	8	4.032	9.993	7.977	309	-2.679	144	1.512	0	5.629	173.094	-7.221	165.873
Diferencia %	14,0%	17,0%	-12,2%	0,0%	-100,0%	-100,0%	4,8%	22,9%	-0,3%	0,0%	90,1%	12,7%	79,3%	8,4%	-93,2%	-	18,7%	-	66,0%	13,9%	-2,3%	10,6%

FUERTEVENTURA

	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Islandia	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Invierno 22	351.620	373.592	35.131	0	0	0	0	26.845	8.925	56.371	11.688	57.629	14.529	189	25.830	10.395	4.602	0	7.854	985.200	184.135	1.169.335
Invierno 23	374.811	400.727	38.554	0	0	0	0	37.163	12.522	57.806	12.429	42.468	10.788	8.832	34.084	144	4.905	2.636	1.701	1.039.570	166.101	1.205.671
Diferencia	23.191	27.135	3.423	0	0	0	0	10.318	3.597	1.435	741	-15.161	-3.741	8.643	8.254	-10.251	303	2.636	-6.153	54.370	-18.034	36.336
Diferencia %	6,6%	7,3%	9,7%	-	-	-	-	38,4%	40,3%	2,5%	6,3%	-26,3%	-25,7%	4573,0%	32,0%	-98,6%	6,6%	-	-78,3%	5,5%	-9,8%	3,1%

GRAN CANARIA

	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Islandia	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Invierno 22	400.742	460.877	121.390	88.662	64.756	55.320	82.941	55.458	59.233	61.284	23.456	59.019	25.816	4.388	10.773	31.093	11.469	6.006	82.288	1.704.971	802.423	2.507.394
Invierno 23	453.500	507.311	120.986	73.602	53.994	54.379	102.250	61.503	56.670	71.994	35.980	44.209	19.344	4.439	16.984	15.994	13.395	9.232	78.953	1.794.719	882.672	2.677.391
Diferencia	52.758	46.434	-404	-15.060	-10.762	-941	19.309	6.045	-2.563	10.710	12.524	-14.810	-6.472	51	6.211	-15.099	1.926	3.226	-3.335	89.748	80.249	169.997
Diferencia %	13,2%	10,1%	-0,3%	-17,0%	-16,6%	-1,7%	23,3%	10,9%	-4,3%	17,5%	53,4%	-25,1%	-25,1%	1,2%	57,7%	-48,6%	16,8%	53,7%	-4,1%	5,3%	10,0%	6,8%

TENERIFE

	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Islandia	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Invierno 22	1.152.598	478.323	104.536	28.476	45.141	54.140	22.659	78.266	113.959	156.952	41.193	128.161	33.955	13.353	42.483	43.591	13.800	33.458	57.581	2.642.625	970.668	3.613.293
Invierno 23	1.253.654	551.354	100.381	28.632	23.448	60.596	32.694	115.125	127.550	190.127	58.663	126.697	28.458	20.803	79.256	16.055	14.223	39.933	106.216	2.973.865	1.065.995	4.039.860
Diferencia	101.056	73.031	-4.155	156	-21.693	6.456	10.035	36.859	13.591	33.175	17.470	-1.464	-5.497	7.450	36.773	-27.536	423	6.475	48.635	331.240	95.327	426.567
Diferencia %	8,8%	15,3%	-4,0%	0,5%	-48,1%	11,9%	44,3%	47,1%	11,9%	21,1%	42,4%	-1,1%	-16,2%	55,8%	86,6%	-63,2%	3,1%	19,4%	84,5%	12,5%	9,8%	11,8%

LA PALMA

	Reino Unido	Alemania	Países Bajos	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	Islandia	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Invierno 22	5.670	35.806	5.358	0	0	0	0	0	4.120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50.954	44.913	95.867
Invierno 23	8.316	53.538	4.758	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.456	0	0	70.068	48.532	118.600
Diferencia	2.646	17.732	-600	0	0	0	0	0	-4.120	0	0	0	0	0	0	0	3.456	0	0	19.114	3.619	22.733
Diferencia %	46,7%	49,5%	-11,2%	-	-	-	-	-	-100,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37,5%	8,1%	23,7%

Última actualización: 27/11/2023



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

Capacidad aérea regular hacia Canarias (plazas) Verano 2024



ISLAS CANARIAS

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	EE.UU.	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Verano '23	3.606.570	1.368.674	384.202	32.952	33.567	18.014	64.080	434.248	243.454	387.130	83.227	344.090	85.371	64.760	87.502	89.901	56.142	8.224	242.576	7.634.684	3.459.629	11.094.313
Verano '24	4.037.830	1.354.598	409.714	28.758	26.636	16.563	71.023	478.624	270.517	444.254	94.942	374.055	70.122	77.112	95.114	80.341	61.794	8.800	280.523	8.281.320	3.955.525	12.236.845
Diferencia	431.260	-14.076	25.512	-4.194	-6.931	-1.451	6.943	44.376	27.063	57.124	11.715	29.965	-15.249	12.352	7.612	-9.560	5.652	576	37.947	646.636	495.896	1.142.532
Diferencia %	12,0%	-1,0%	6,6%	-12,7%	-20,6%	-8,1%	10,8%	10,2%	11,1%	14,8%	14,1%	8,7%	-17,9%	19,1%	8,7%	-10,6%	10,1%	7,0%	15,6%	8,5%	14,3%	10,3%

LANZAROTE

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	EE.UU.	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Verano '23	982.399	131.808	49.417	945	189	0	378	222.002	32.165	61.958	189	109.011	8.556	5.670	3.780	864	14.901	0	7.830	1.632.062	528.181	2.160.243
Verano '24	1.123.870	123.979	54.496	756	189	0	1.122	224.565	37.085	37.372	189	105.871	17.112	5.859	0	1.217	17.259	0	27.161	1.778.102	535.596	2.313.698
Diferencia	141.471	-7.829	5.079	-189	0	0	744	2.563	4.920	-24.586	0	-3.140	8.556	189	-3.780	353	2.358	0	19.331	146.040	7.415	153.455
Diferencia %	14,4%	-5,9%	10,3%	-20,0%	0,0%	-	196,8%	1,2%	15,3%	-39,7%	0,0%	-2,9%	100,0%	3,3%	-100,0%	40,9%	15,8%	-	246,9%	8,9%	1,4%	7,1%

FUERTEVENTURA

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	EE.UU.	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Verano '23	430.090	402.392	28.913	0	720	0	0	41.119	756	67.782	12.483	41.351	18.201	17.926	13.096	864	10.248	0	4.914	1.090.855	270.747	1.361.602
Verano '24	483.059	393.900	29.511	0	0	209	0	39.611	873	81.726	12.867	42.664	10.044	15.876	0	1.008	9.849	0	180	1.121.377	285.342	1.406.719
Diferencia	52.969	-8.492	598	0	-720	209	0	-1.508	117	13.944	384	1.313	-8.157	-2.050	-13.096	144	-399	0	-4.734	30.522	14.595	45.117
Diferencia %	12,3%	-2,1%	2,1%	-	-100,0%	-	-	-3,7%	15,5%	20,6%	3,1%	3,2%	-44,8%	-11,4%	-100,0%	16,7%	-3,9%	-	-96,3%	2,8%	5,4%	3,3%

GRAN CANARIA

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	EE.UU.	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Verano '23	606.901	424.663	163.978	26.403	26.388	9.092	50.052	63.977	56.172	64.461	21.891	58.824	20.373	10.145	12.162	42.171	13.590	0	101.189	1.772.432	1.195.176	2.967.608
Verano '24	671.706	423.927	168.907	24.240	20.687	9.359	57.265	72.425	69.524	58.348	26.024	63.138	14.322	9.450	6.107	41.793	14.886	0	102.943	1.855.051	1.410.561	3.265.612
Diferencia	64.805	-736	4.929	-2.163	-5.701	267	7.213	8.448	13.352	-6.113	4.133	4.314	-6.051	-695	-6.055	-378	1.296	0	1.754	82.619	215.385	298.004
Diferencia %	10,7%	-0,2%	3,0%	-8,2%	-21,6%	2,9%	14,4%	13,2%	23,8%	-9,5%	18,9%	7,3%	-29,7%	-6,9%	-49,8%	-0,9%	9,5%	-	1,7%	4,7%	18,0%	10,0%

TENERIFE

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	EE.UU.	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Verano '23	1.580.943	397.486	136.704	5.604	6.090	8.922	13.650	107.150	154.361	192.929	48.664	134.904	38.241	31.019	58.464	46.002	17.403	8.224	128.643	3.115.403	1.393.830	4.509.233
Verano '24	1.752.769	389.966	145.271	3.762	5.760	6.995	12.636	142.023	163.035	266.808	55.862	162.382	28.644	42.525	89.007	36.323	19.056	8.800	150.239	3.481.863	1.647.839	5.129.702
Diferencia	171.826	-7.520	8.567	-1.842	-330	-1.927	-1.014	34.873	8.674	73.879	7.198	27.478	-9.597	11.506	30.543	-9.679	1.653	576	21.596	366.460	254.009	620.469
Diferencia %	10,9%	-1,9%	6,3%	-32,9%	-5,4%	-21,6%	-7,4%	32,5%	5,6%	38,3%	14,8%	20,4%	-25,1%	37,1%	52,2%	-21,0%	9,5%	7,0%	16,8%	11,8%	18,2%	13,8%

LA PALMA

	UK	Alemania	Holanda	Suecia	Dinamarca	Finlandia	Noruega	Irlanda	Bélgica	Italia	Austria	Francia	Suiza	Rep.Checa	Polonia	Portugal	Luxemburgo	EE.UU.	Resto	Extranjero	Península	TOTAL
Verano '23	6.237	12.325	5.190	0	180	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23.932	71.695	95.627
Verano '24	6.426	22.826	11.529	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.402	0	0	744	0	0	44.927	76.187	121.114
Diferencia	189	10.501	6.339	0	-180	0	0	0	0	0	0	0	0	3.402	0	0	744	0	0	20.995	4.492	25.487
Diferencia %	3,0%	85,2%	122,1%	-	-100,0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87,7%	6,3%	26,7%

Última actualización: 18/03/2024

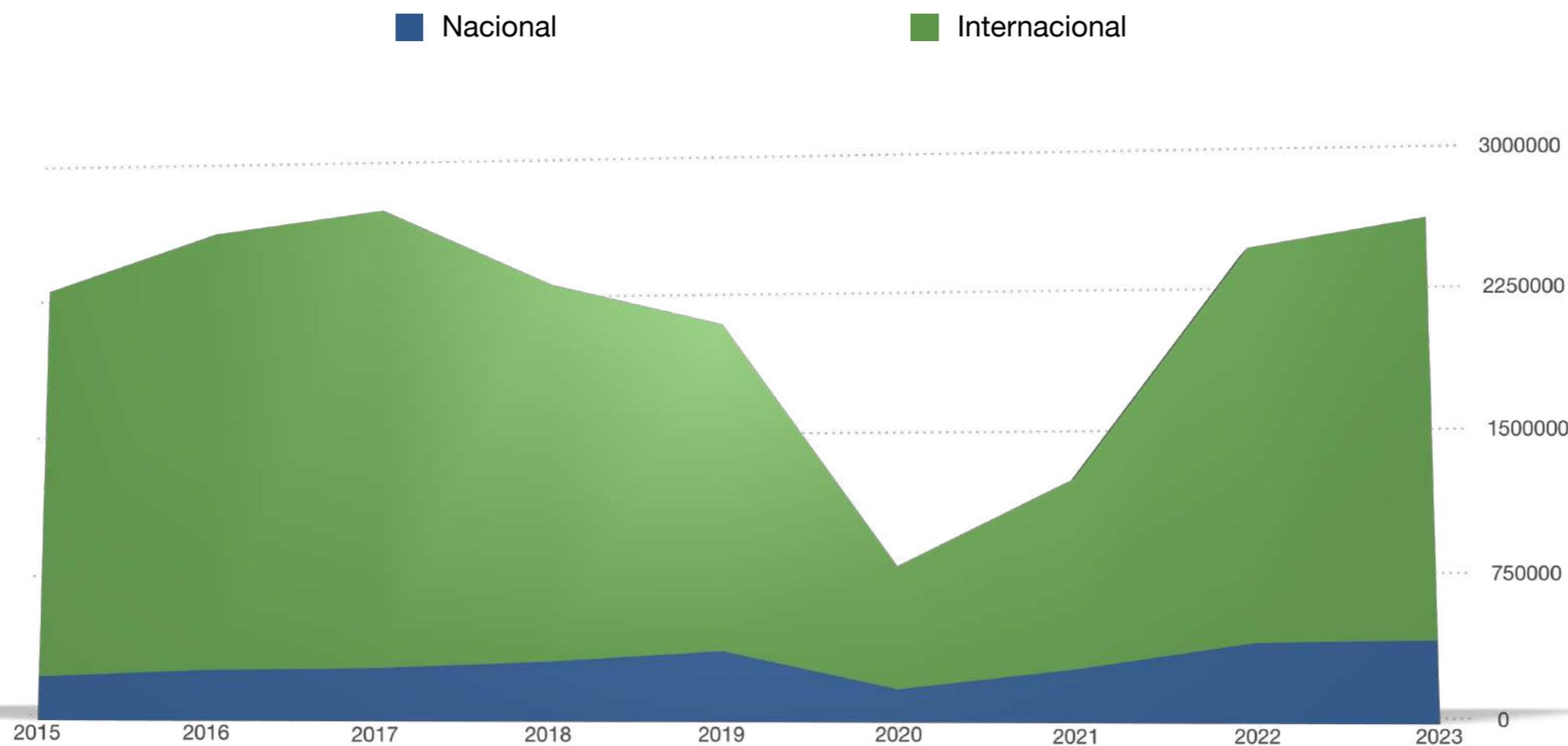
El mercado británico está compensando los descensos leves de mercados como el alemán, en una tendencia similar en todo el archipiélago

Las previsiones del mercado peninsular son buenas, con un incremento de 5,4%



DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN.

EVOLUCION HISTÓRICA DE LLEGADA DE PASAJEROS A FUERTEVENTURA (Vuelos directos)



Fuente: AENA - ISTAC (Contabilizado el año 2023 completo)



Análisis de la situación turística de Fuerteventura

A continuación se despliega un resumen del Análisis de la situación turística de Fuerteventura ofreciendo algunas valoraciones cualitativas a partir de los datos e indicadores oficiales recopilados en el Diagnóstico al cierre del año 2023 y las previsiones para el presente año 2024



ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

DAFO

FORTALEZAS

- Destino turístico consolidado, atractivo y reconocible sol y playa
- Elevado valor y reconocimiento del patrimonio natural
- Amplia oferta de alojamientos de calidad
- Buen clima durante todo el año
- Calidad del productos locales derivados del sector primario
- Buena percepción del destino en los mercados emisores: hay demanda
- Oferta gastronómica variada
- Playas y paisajes naturales de gran valor
- Gran valor etnográfico, histórico y cultural

AMENAZAS

- Pérdida de poder adquisitivo en mercados emisores de turistas
- Tasa a los combustibles fósiles e implicaciones en los vuelos
- incremento de la competencia de otros destinos cercanos como Marruecos
- Pérdida por edad de turistas muy fidelizados tradicionales y dificultades para acceder a incorporación de nuevos perfiles
- Incremento de alojamiento turísticos al margen de la legislación
- Deterioro del patrimonio natural, cultural por falta de inversión o conservación

DEBILIDADES

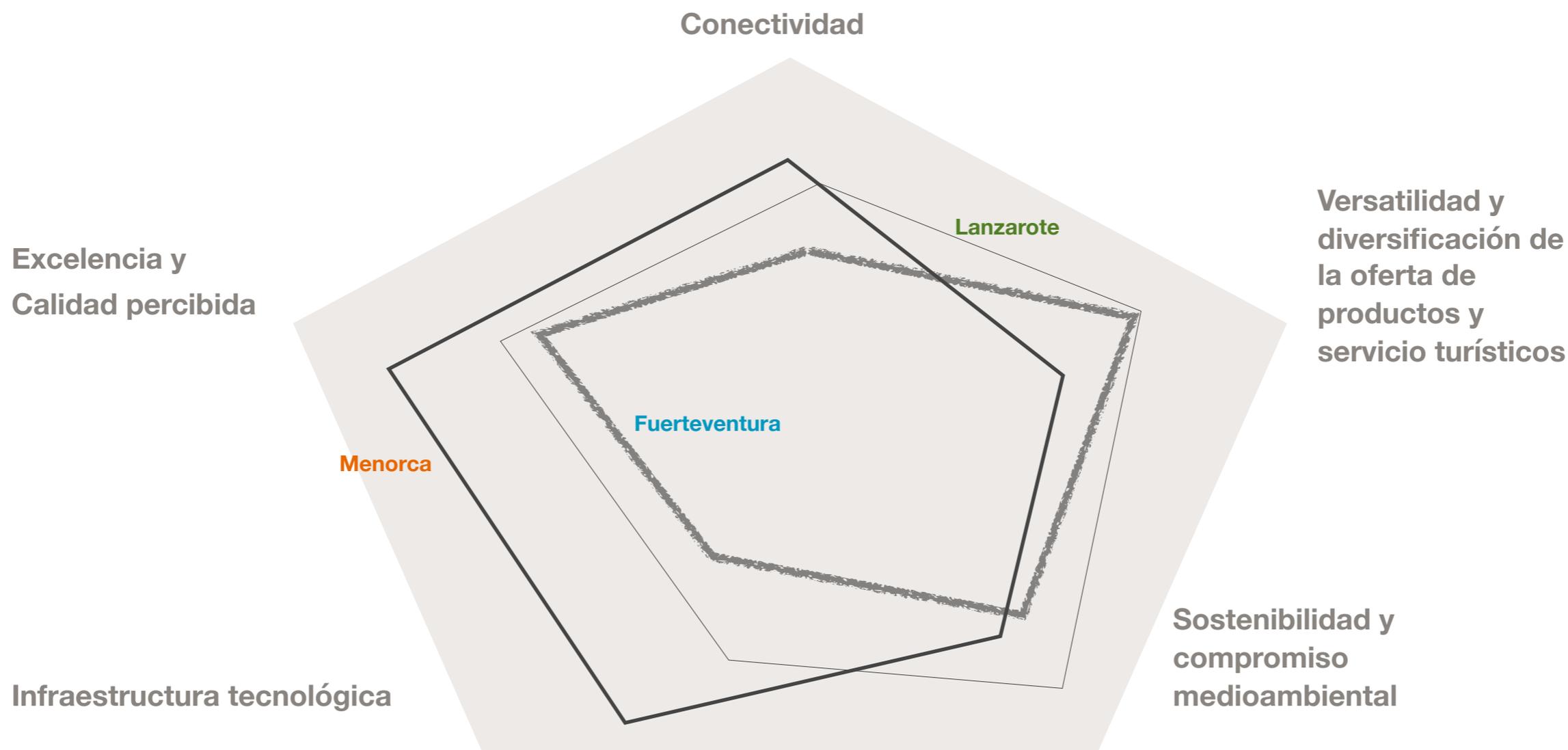
- Gran dependencia de unos pocos turoperadores y de pocos mercados emisores (Gran Bretaña y Alemania copan mas del 70% de la demanda)
- Gran dependencia de compañías aéreas para garantizar la llegada de turistas
- Imagen exterior eclipsada por la oferta de sol y playa
- Falta de planificación e infraestructuras
- Escasa accesibilidad
- Escasez de experiencia en procesos de gobernanza y colaboración público/privada
- Poco desarrollo de las TICs en la gestión del turismo
- Tejido empresarial local muy débil

OPORTUNIDADES

- Facilidad de contratación directa gracias a las nuevas tecnologías
- desarrollo de nuevos estilos de ocio y búsqueda de experiencias relacionadas con el destino tipo: slow, ecoturismo, deportes náuticos, etc
- Cambios en las motivaciones de los turistas: más experiencial. Por sensaciones.
- Mejora de las infraestructuras turísticas que impulsen la imagen de un destino de calidad, sostenible y competitivo
- La evolución de las TICs facilita la conexión entre la oferta y la demanda



ANÁLISIS DE SITUACIÓN. POSICIONAMIENTO COMPARADO DEL DESTINO



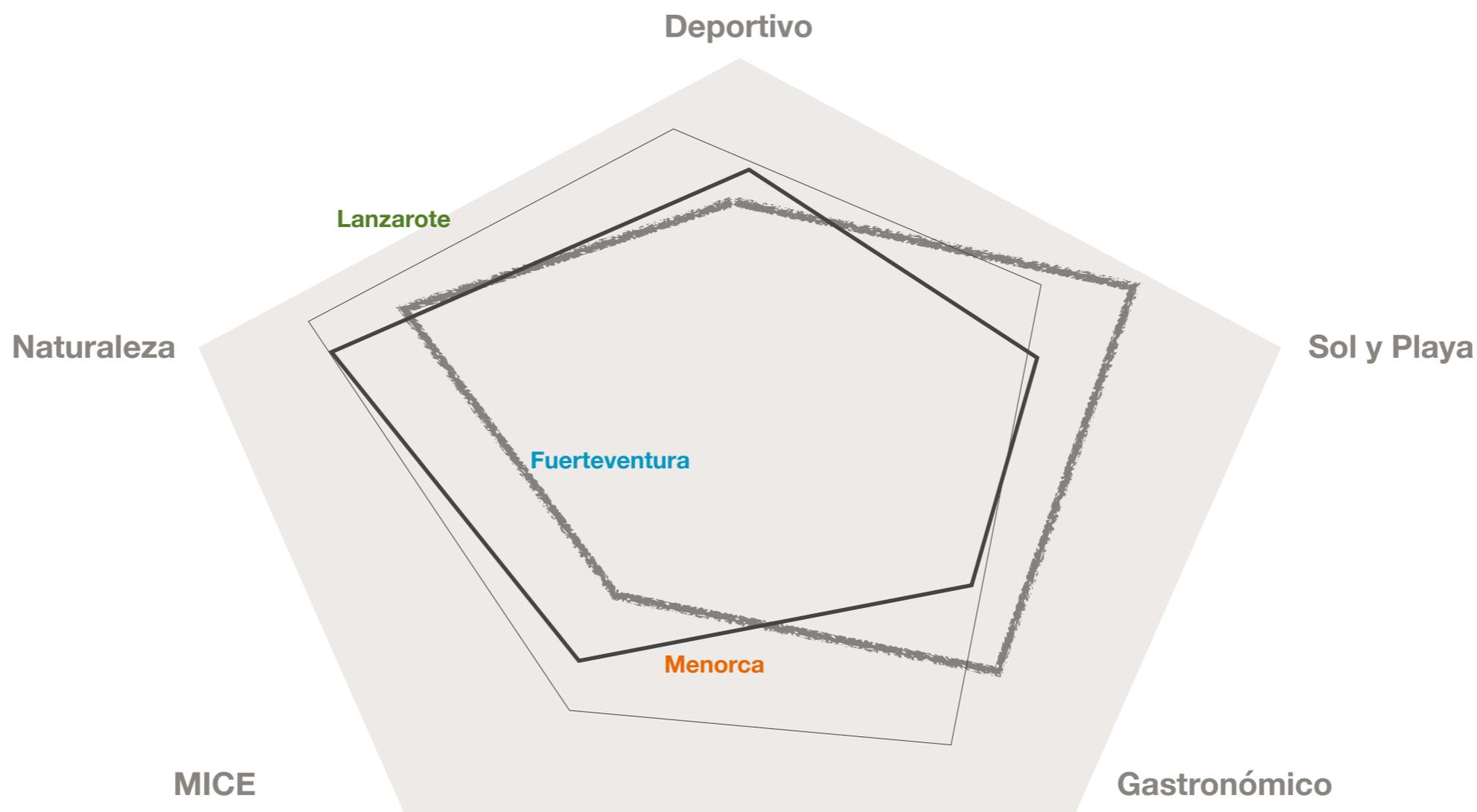
Fuerteventura observa un gran potencial en todos los parámetros analizados. La infraestructura tecnológica y la conectividad aérea son las dos grandes debilidades en comparación con otros destinos de similares características. También queda de manifiesto que se ha perdido competitividad en los últimos años, no obstante el destino sigue teniendo un gran reconocimiento y demanda y la calidad percibida es notable. Se ha aplicado el mismo método de análisis de la competencia y posicionamiento definido en el Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura 2022-2026

Fuente: Informe de Actualización 2023 del Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura



ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

POSICIONAMIENTO COMPARADO DEL DESTINO POR SEGMENTOS



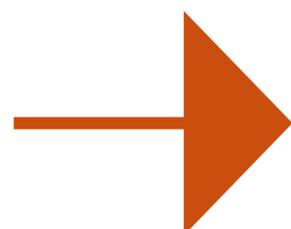
Se han seleccionado tan solo algunos de los más importantes segmentos de la amplia oferta disponible al objeto de realizar la comparativa. Se observa el potencial del Sol y Playa frente a otros destinos y la fuerte competencia existente en los segmentos deportivo, naturaleza y gastronómico.

Fuente: Informe de Actualización 2023 del Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura

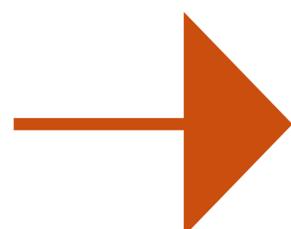


ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

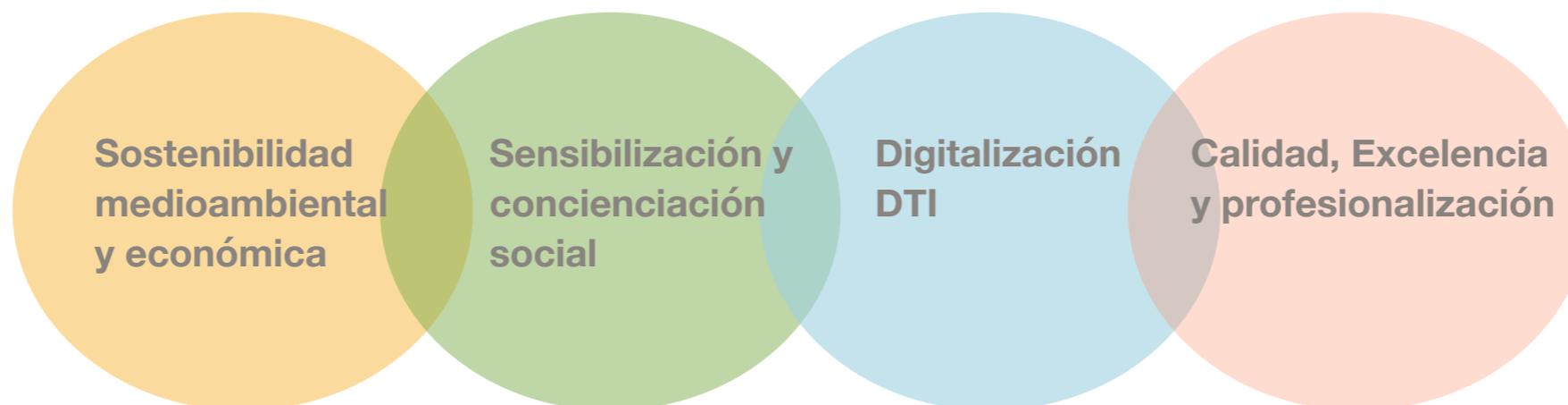
EJES ESTRATÉGICOS DE FUERTEVENTURA 2024



VECTORES ESTRATÉGICOS DE LA DEMANDA: A desarrollar en los mercados emisores



PILARES ESTRATÉGICOS DE LA OFERTA: A desarrollar en el destino



Fuente: Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura. Actualización 2023



ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

EJES ESTRATÉGICOS DE FUERTEVENTURA 2024

ÁREAS TRANSVERSALES DE TRABAJO EN EL DESTINO



La estrategia turística del Patronato de Turismo en el destino mantiene una gran actividad de actos, patrocinios y eventos en todos los segmentos: cultural, deportivo, gastronómico, naturaleza, etc.

El marco de colaboración entre todas las administraciones locales y con los agentes económicos y sociales que conforman el ecosistema del destino turístico es constante y este flujo es preciso seguir incentivándolo y al mismo tiempo mejorarlo.

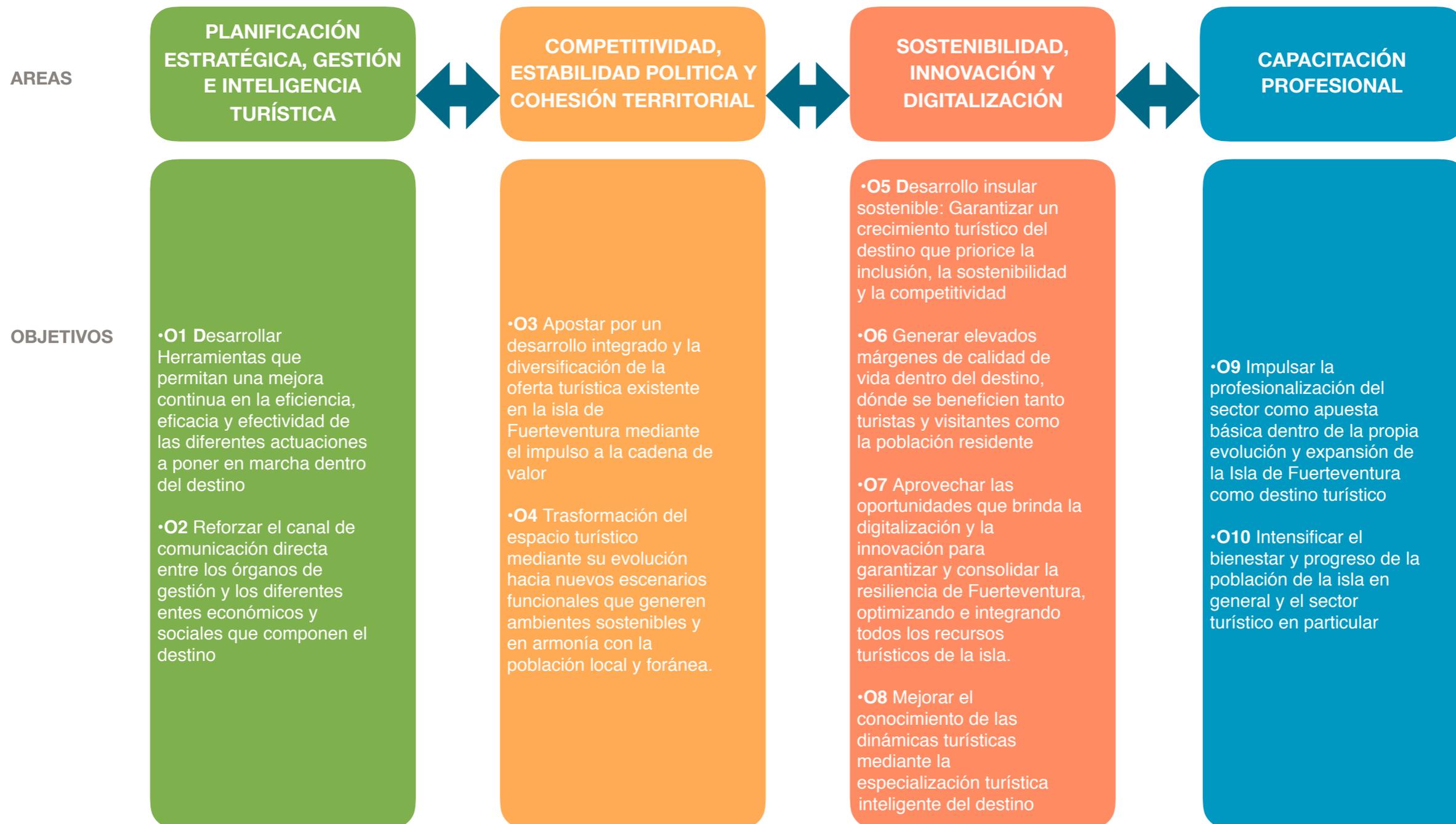
El Patronato de Turismo cumple con una importante función dinamizadora y catalizadora que es preciso incentivar con **más eficiencia y eficacia**.



ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

EJES ESTRATÉGICOS DE FUERTEVENTURA 2024

ÁREAS Y OBJETIVOS TRANSVERSALES DE TRABAJO EN LA OFERTA

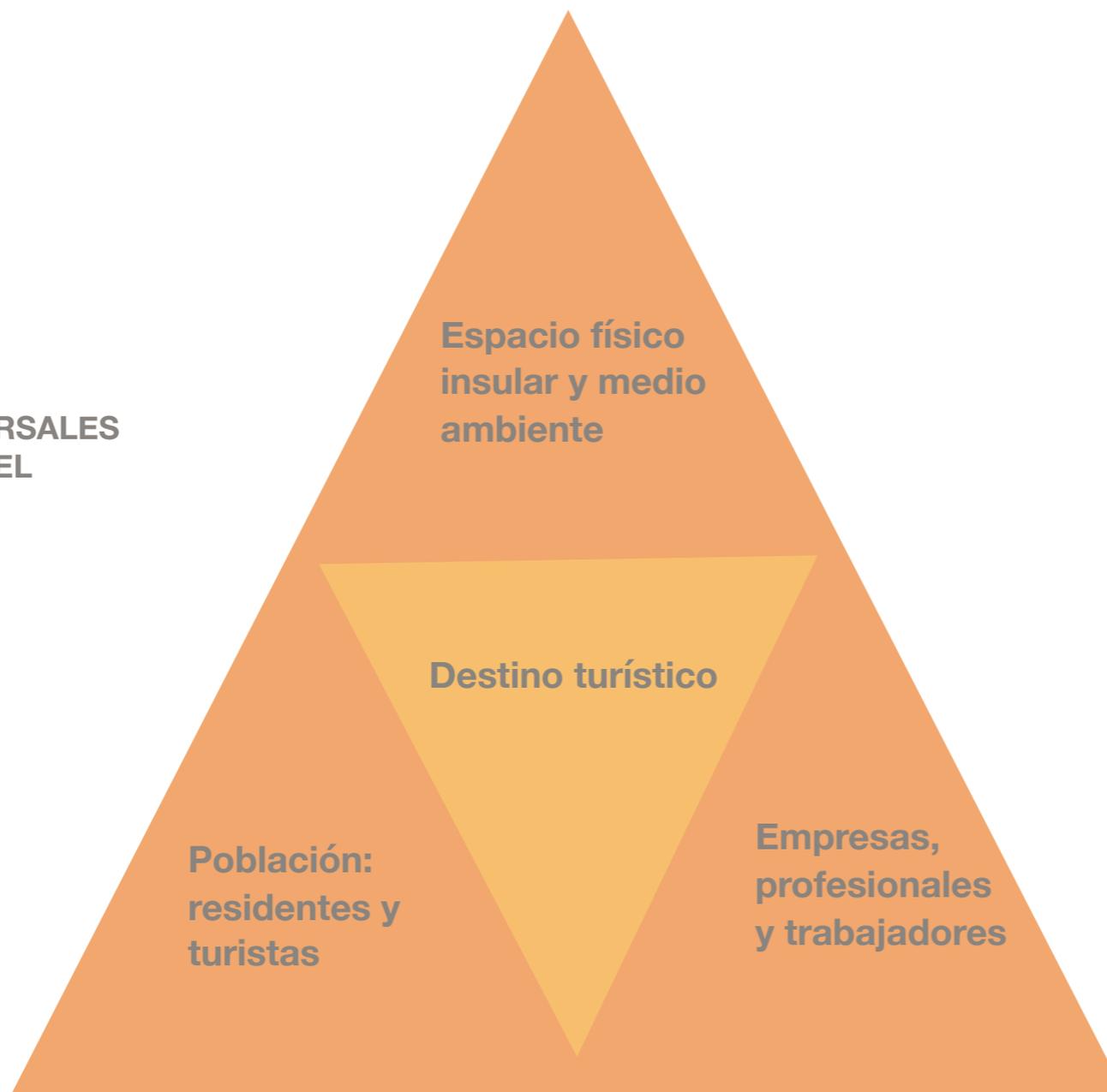




ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

EJES ESTRATÉGICOS DE FUERTEVENTURA 2024

ÁREAS TRANSVERSALES DE TRABAJO EN EL DESTINO



La industria turística es el **motor indiscutible de la economía** de Fuerteventura y ha logrado en unas pocas décadas mejorar las condiciones de vida y las perspectivas de la población, no obstante también ha propiciado un rápido incremento poblacional, residencial y de infraestructuras así como de demanda de servicios, energía, agua, etc. que no ha contado con la planificación necesaria.

Por ello es preciso implementar acciones y medidas dirigidas a una mejor adecuación funcional del destino turístico Fuerteventura en **equilibrio** con el espacio físico insular, el tejido empresarial y laboral y la población, comprendiendo tanto a turistas como a residentes.

El año 2023 ha sido histórico en cifras de turistas, ocupación, y rentabilidad, y las previsiones para el 2024 son igualmente buenas por ello que es un buen momento para que el desarrollo turístico incorpore el concepto de **sostenibilidad social** en el sentido de contribuir de forma mas clara y evidente a la mejora de la calidad de vida de los residentes y de la economía llocal.

Fuente: Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura. Actualización 2023



ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

EJES ESTRATÉGICOS DE FUERTEVENTURA 2024

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Aplicación del concepto de Sostenibilidad Social a la estrategia turística





ANÁLISIS DE SITUACIÓN.

EJES ESTRATÉGICOS DE FUERTEVENTURA 2024

DE LO GLOBAL A
LO LOCAL: "Glocal"

Nunca antes como ahora las cuestiones globales que afectan al conjunto de la Humanidad habían influido y afectado tanto, tan intensamente y de una forma tan directa al ámbito local. **La toma de conciencia generalizada sobre la realidad objetiva y los efectos del cambio climático se han convertido en el verdadero catalizador para una nueva forma de desarrollo que deberá ser sostenible**, o por el contrario parece que no habrá posibilidades de desarrollo alguno.

El desarrollo sostenible se convierte así en la opción del sentido común, en la única opción en el que las vertientes económica, social y medioambiental del desarrollo se funden entre sí para hacer viable el sistema económico, viable el planeta y equilibradas las relaciones humanas.

El **paquete de medidas y recursos que la UE está movilizando en el periodo 2021-2027 para hacer realidad el Green and Fair New Deal es descomunal. Una activación de recursos y financiación nunca vista antes en Europa**, la zona de libre comercio más grande del mundo y en donde las Regiones Ultraperiféricas (RUP) y las Islas cuentan con un diseño específico y un marco singular.

La Isla de Fuerteventura, designada en su totalidad Reserva de la Biosfera en 2009 es también la más árida y sedienta del Archipiélago. **El agua y la energía - especialmente la ausencia de estos recursos- han sido los dos factores que han marcado la historia de la Isla, no obstante el desarrollo de las tecnologías de desalación y el transporte han permitido el desarrollo turístico y el incremento poblacional, y así han surgido otros dos factores: el impacto sobre el medio ambiente y la gestión de los residuos.**

La próxima década se abre como una **oportunidad para repensar y redefinir la Isla** y afrontar cuestiones tales como la gestión inteligente y sostenible del desarrollo turístico, el uso combinado de renovables para la generación de energía, reducir la generación de residuos y su reciclaje o reutilización, garantizar el suministro de agua potable incorporando además el concepto de "agua renovable", la movilidad eficiente, rebajar la presión sobre los ecosistemas y la biodiversidad insular y la apuesta por la regeneración y la eficiencia sostenible de las suelos agrícolas.

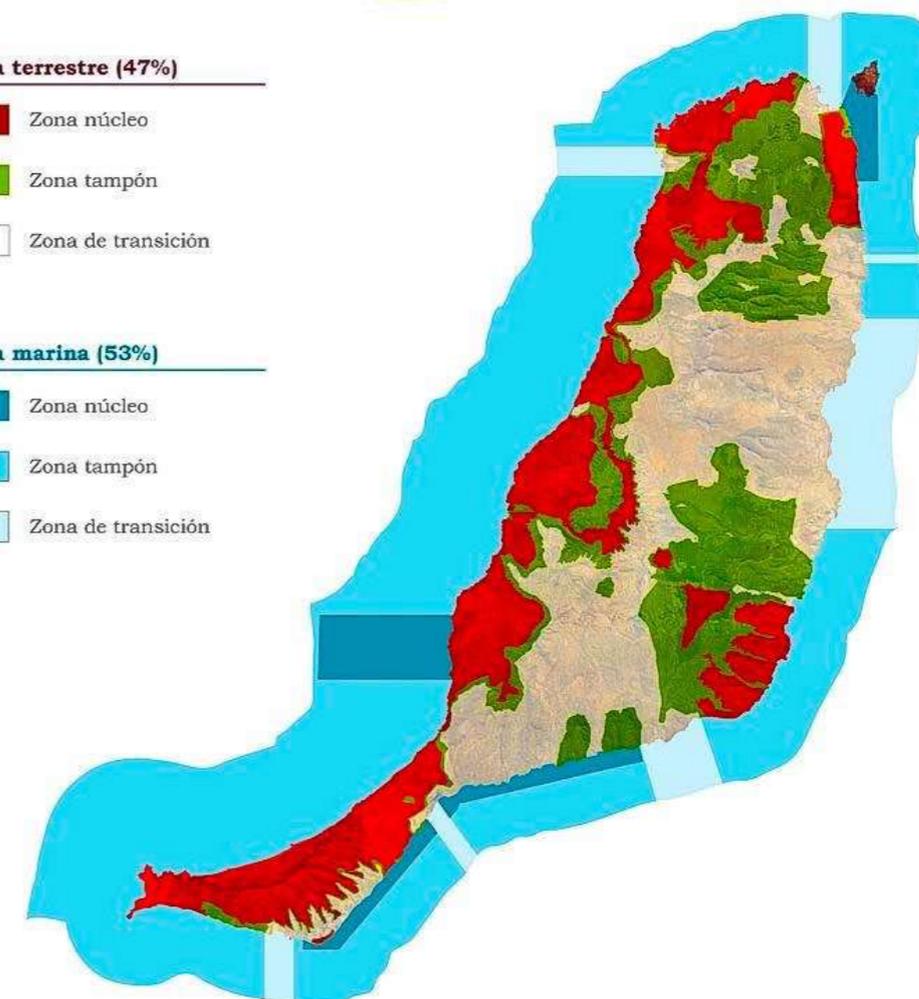


Área terrestre (47%)

- Zona núcleo
- Zona tampón
- Zona de transición

Área marina (53%)

- Zona núcleo
- Zona tampón
- Zona de transición





ANÁLISIS DE SITUACIÓN. A MODO DE CONCLUSIÓN

Conforme a lo expresado en las conclusiones del Informe de la Sostenibilidad del Turismo en Canarias, elaborado por el Observatorio Turístico de Canarias la gestión turística necesitará en los próximos años de numerosas decisiones estratégicas que deben fundamentarse en un sistema integrado de información que favorezca la toma de decisiones basadas en evidencia y datos rigurosos.

Algunos de los temas en los que hay que poner el foco en unos casos más a corto y en otros a medio plazo: La gestión de las aguas residuales; la gestión de los residuos sólidos; la utilización del territorio y la protección del paisaje; la descarbonización y los compromisos del cambio climático; la movilidad sostenible y la congestión de las carreteras; el uso de energías renovables; la rápida expansión del alquiler vacacional; la adaptación de la planta hotelera a los nuevos perfiles de turistas; la coordinación entre administraciones; la coordinación público-privada; la previsión frente a los ceros energéticos; la gestión del agua para evitar problemas futuros de suministro; los precios de la vivienda, especialmente en torno a las zonas turísticas; la calidad del empleo en el turismo; la percepción del turismo por parte de la población residente; la congestión turística en determinados espacios; la gestión de los efectos del cambio climático, como los episodios recurrentes de calima, olas de calor e incendios; la accesibilidad y la inclusividad para grupos sociales tradicionalmente excluidos; la formación turística de calidad, que favorezca el emprendimiento y el empleo cualificado; la implantación de los destinos inteligentes; aprovechar la digitalización de la cadena de valor; aumentar la capacidad negociadora frente a los intermediarios y plataformas; mejorar la distribución territorial y social de los beneficios del turismo; favorecer la innovación de productos para la generación de experiencias memorables para nuestros visitantes; aumentar la eficiencia en los procesos; fomentar un uso racional de los espacios naturales; impulsar la renovación de las infraestructuras públicas y privadas de los destinos, etc.

A modo de toma de conciencia el 24 de octubre de 2022 el Gobierno de Canarias, junto con los Cabildos Insulares, patronales turísticas y agentes del sector firmaron la adhesión a la Declaración de Glasgow. Esta adhesión supone el compromiso del sector turístico de reducir las emisiones de CO₂ al 50% en un plazo de 8 años. Previamente, el 27 de mayo del mismo año el Consejo Canario de Turismo había acordado la adhesión a la declaración, abogando por la descarbonización del sector.

La gobernanza del turismo se identifica con la forma en la que se toman las decisiones sobre los asuntos colectivos relacionados con el turismo, con especial atención en aspectos como el grado de participación de las partes interesadas, la colaboración pública-privada, la transparencia, el liderazgo, etc. En el ámbito de la gobernanza, la información cuantitativa es difícil de obtener. No se dispone de datos relativos a participación o coordinación de los diferentes grupos de interés en el turismo. De forma general, no existen indicadores suficientes que permitan realizar un adecuado seguimiento de la gobernanza en turismo.



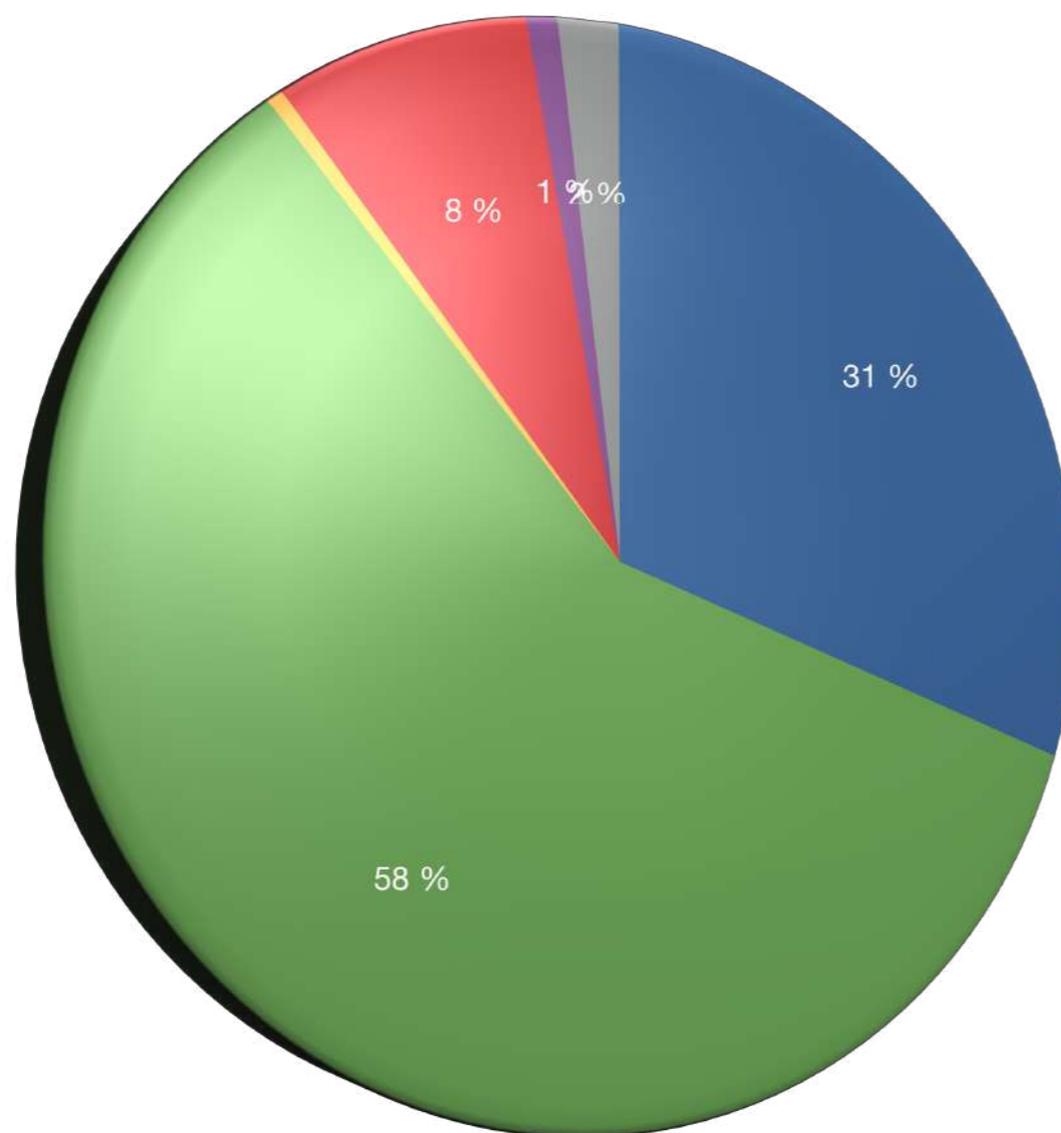
Plan de Acción 2024 de acuerdo con el Plan Estratégico Turístico de Fuerteventura (PET)

A continuación se despliega un resumen de los recursos disponibles en función del presupuesto aprobado, así como la distribución financiera por Ejes Estratégicos del PET y las Acciones definidas para el presente año 2024



PLAN DE ACCIÓN

PRESUPUESTO DEL PATRONATO DE TURISMO 2024



- PERSONAL
- TRANSFERENCIAS CORRIENTES
- GASTOS CORRIENTES EN BIENES Y SERVICIOS
- FONDO DE CONTINGENCIA E IMPREVISTOS
- GASTOS FINANCIEROS
- INVERSIONES REALES

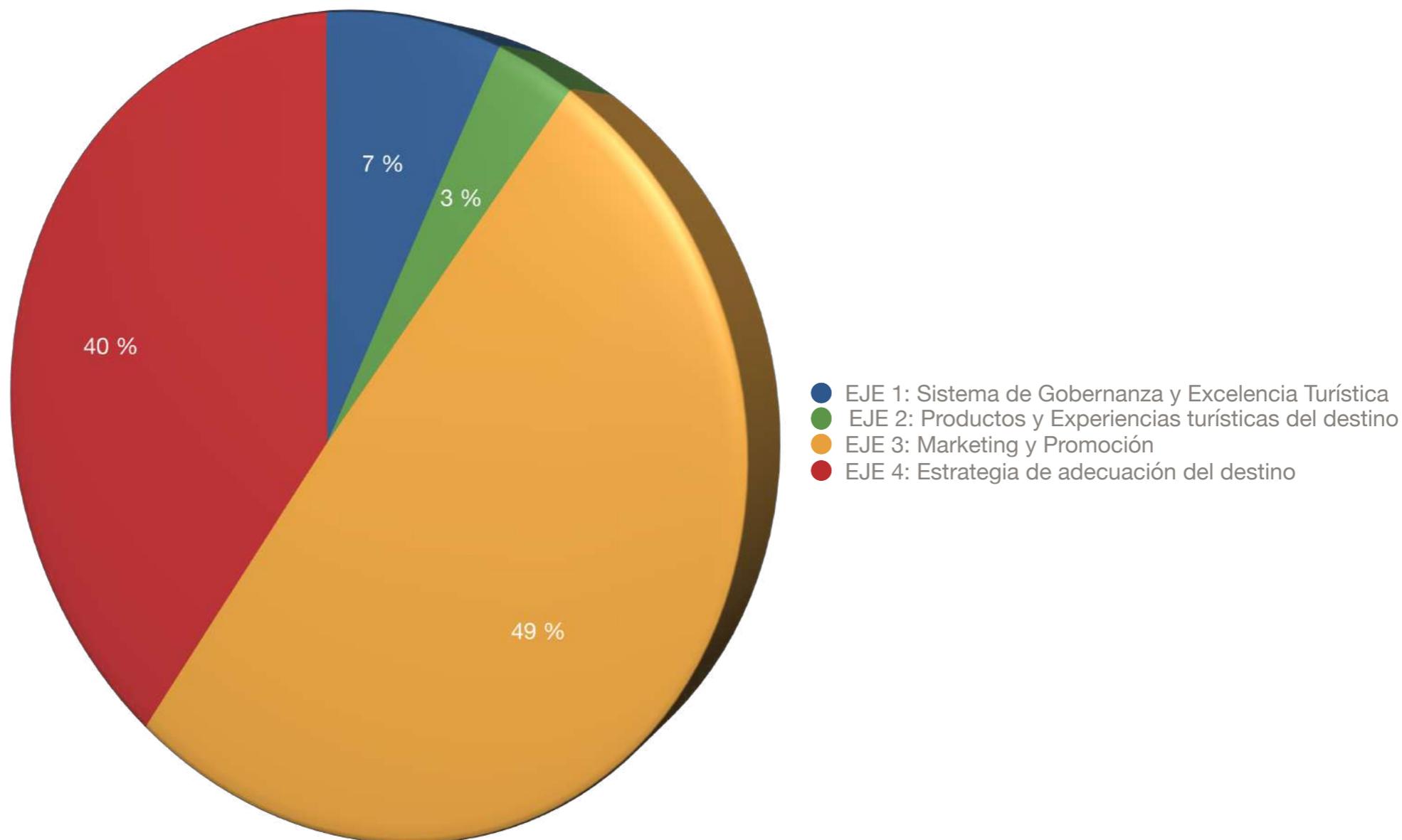
El PRESUPUESTO del Patronato de Turismo de Fuerteventura para el ejercicio económico 2024 asciende a tres millones cuatrocientos cuatro mil ochenta y siete euros con diecinueve céntimos **3.404.087,19 €** permaneciendo igual que la anualidad anterior.

Los INGRESOS se establecen en una aportación del Cabildo Insular de Fuerteventura en concepto de transferencias corrientes por valor de 3.375.737,19€ a la que se añaden la dotación de capital mediante transferencias de capital de 22.250,00€ para financiar las inversiones reales del Patronato de Turismo.



PLAN DE ACCIÓN.

Distribución financiera por Ejes Estratégicos PET-2024



Fuente: Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura. Actualización 2023



PLAN DE ACCIÓN.

Ejes y Acciones PET 2024

EJE 1	SISTEMA DE GOBERNANZA Y EXCELENCIA TURÍSTICA	ESTRATEGIA GLOBAL: GESTIÓN, POSICIONAMIENTO E INTELIGENCIA TURÍSTICA
E1A1	Acciones de Comunicación Externa y Marca	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de comunicación global con acciones de marketing generalistas y específicas • Newsletter Fuerteventura • Mesa de la Comunicación • Portal de Transparencia y de información turística • Promotores exteriores • Patrocinios • Campaña Inter-Islas Canarias • Ferias y Jornadas profesionales generalistas • Atención a Fam y PressTrip
E1A2	Acciones de Comunicación Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Sinergias territoriales y con los municipios de la Isla • Premios al emprendiendo y la excelencia en el sector • Cátedra de Turismo/Apoyo al Módulo de Formación Profesional de Turismo • Refuerzo promocional a Fuerteventura Film Commission
E1A3	Acciones de Estrategia Territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Mesa de Cooperación Municipal • Club de Productos y Servicios • Señalética turística • Mesas de Expertos / Turismo sostenible / la función social del turismo • Alianzas estratégicas: OMT, NTA, ECM, ETOA, Secretaría de Estado, Segittur, Promotor, etc
E1A4	Acciones de Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de buscadores SEO y analítica web • Concurso de fotografía Marca Fuerteventura • Control reputaciones ON LINE y OFF LINE
E1A5	Acciones de Inteligencia Turística	<ul style="list-style-type: none"> • Newsletter de comunicación directa con profesionales del sector • Observatorio Turístico • Cuadro de Mando Integral con seguimiento periódico y vinculado a las encuestas de calidad y percepción

Fuente: Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura. Actualización 2023



PLAN DE ACCIÓN.

Ejes y Acciones PET 2024

EJE 2 PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS DEL DESTINO ESTRATEGIA POR SEGMENTOS Y MERCADOS		
E2A1	Acciones específicas para productos clave	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de acuerdo con Marca Saborea España para impulsar Saborea Fuerteventura y participación en Madrid Fusion y otras ferias. • Acciones específicas para impulsar turismo Gastronómico y consumo de Producto Local • Turismo Activo y Deportivo, Fuerteventura “cancha natural” para la práctica de deportes al aire libre todo el año. • Turismo Starligh, especial atención a este segmento, sensibilización en el destino y atracción de turistas • Turismo de Naturaleza en colaboración con la Reserva de la Biosfera y la Estrategia de Economía Azul
E2A2	Acciones específicas para productos complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Alianza con Spain Conventioin Bureau • Elaboración de dossier de recursos y producto MICE Fuerteventura • Participación en ferias especializadas MICE • Impulso al turismo de Salud y Bienestar, Senior/Silver y Lujo • Análisis y Diagnóstico de oportunidades de diversificación y revalorización de recursos
EJE 3 MARKETING Y PROMOCIÓN ESTRATEGIA DE EXCELENCIA TURÍSTICA		
E3A1	Acciones de impulso a las Certificaciones de Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Impulso al SICTED • Certificaciones Q y Banderas Azules para playas • Facilitar acceso a Certificaciones ISO
E3A2	Acciones de reconocimiento como Destino Turístico Sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación la Sostenibilidad (Sello de Reserva de la Biosfera, Biosphere y/o similar) • Certificación UNWTO, QUEST (OMT) • Green Destination • Quality Coast
E3A3	Acciones de Excelencia en la atención al turista	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de concienciación turismo responsable (para ciudadanos residentes y turistas) • Actualización de Manuales de Buenas prácticas
EJE 4 ESTRATEGIA DE ADECUACIÓN DEL DESTINO ESTRATEGIA DE CONECTIVIDAD		
E4A1	Conexiones aéreas	<ul style="list-style-type: none"> • Comarketing con líneas aéreas y turoperadores • Captación de nuevas rutas y más frecuencias, especial refuerzo a la conectividad regular
E4A2	Acciones de revalorización, impulso y promoción de los puertos de la Isla	<ul style="list-style-type: none"> • Comarketing con Navieras de Cruceros • Campaña para atracción de actividad hacia los puertos deportivos de la Isla

Fuente: Plan Estratégico de Turismo de Fuerteventura. Actualización 2023



Acceda al formulario de encuesta de calidad sobre el destino Fuerteventura a través del siguiente código QR

Escanear el Código Qr desde la aplicación de fotografía de su dispositivo, elija el idioma, siga las indicaciones, y al responder a las preguntas nos estará ayudando a mejorar.

¡ GRACIAS !

