

IMPACTO SOCIECONÓMICO DE LAS AGENCIAS DE VIAJE EN CANARIAS 2023

MEMORIA TIPO



Diciembre 2024

Glosario

[AAVV]: Agencias de viaje	[TTOO]: Tour operador
[PIB]: Producto Interior Bruto	[VAB]: Valor añadido Bruto
[IGIC]: Impuesto General Indirecto Canario	[IS]: Impuesto de Sociedades
[SS]: Seguridad Social	[ISTAC]: Instituto Canario de Estadística
[CAGR]: Compound Annual Growth Rate	[CD]: Canal Directo

Índice de contenidos

Índice de contenidos	3
1. Introducción	4
2. Metodología.....	5
2.1 Impacto Directo.....	6
2.2 Impacto Indirecto	8
2.3 Impacto Inducido	9
3. Impactos globales.....	11
4. Impacto Directo.....	13
4.1 Impacto Económico y PIB	13
4.2 Recaudación impositiva.....	16
4.3 Afiliación a la Seguridad Social	17
4.4 Análisis de Turistas	21
5. Impacto Indirecto	24
5.1 Impacto Económico.....	24
5.2 Empleo	25
6. Impacto Inducido	27
6.1 Salarios medios del sector	27
6.2 Impacto Económico y empleo	28
7. Pronósticos	30
8. Conclusiones.....	38
9. Fuentes de información	40

1. Introducción

El turismo es, sin lugar a duda, el motor económico más importante de Canarias. El archipiélago atrae a millones de turistas anualmente debido a su clima privilegiado, paisajes únicos y una amplia oferta cultural y de ocio muy diversificada. Esto lo convierte en uno de los destinos turísticos más demandados de Europa. El sector turístico no solo genera más del 35,00% del Producto Interior Bruto (PIB) regional ¹, sino que también representa cerca del 40,00% de los empleados directos e indirectos de las islas. Esto muestra el gran impacto que tiene en la estabilidad económica y social de la región.

Dentro de este ecosistema, las agencias desempeñan un papel crucial actuando como intermediarios clave entre los turistas y los servicios que componen la oferta turística facilitando la planificación y reserva. Su labor de promoción, personalización y asesoramiento incrementan el flujo de visitantes y les orientan en su toma de decisiones, además juegan un rol muy importante en cuanto a contribución económica. Estas agencias generan empleo y fomentan el desarrollo de infraestructuras.

En este informe se realizará un análisis del impacto socioeconómico de estas agencias desde tres perspectivas principales: el impacto directo, derivado de las operaciones de las agencias turísticas; el impacto indirecto, que se relaciona a los sectores complementarios que se benefician de las actividades de dichas agencias; y el impacto inducido, resultado del gasto que generan los empleados del sector.

El análisis permite comprender la importancia de las agencias de viajes en el tejido socioeconómico de Canarias, no solo como intermediarias en el sector turístico, sino también como un motor de generación de riqueza, empleo y bienestar para la población local. Además, el informe busca destacar cómo estas empresas contribuyen a la sostenibilidad económica de la región, fomentando la diversificación de la actividad turística y promoviendo un desarrollo turístico.

Este estudio se basa en el año 2023 y 2024. Para medir la evolución de diferentes KPIs se utiliza como referencia el periodo pre-pandemia, es decir, el año 2019.

¹ La aportación al PIB del Turismo hace referencia al impacto directo y el impacto indirecto. El impacto directo del Turismo es del 24,5% en el año 2022.

Exceltur. (2023). *Estudio de Impacto Económico del Turismo: IMPACTUR Canarias 2022*. <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2023/12/IMPACTUR-Canarias-2022-presentacion.pdf>

2. Metodología

El presente informe tiene como objetivo analizar el impacto socioeconómico de las agencias de viajes en Canarias, evaluando su contribución al desarrollo económico y social de la región. Este análisis incluye la cuantificación del impacto directo, indirecto e inducido generado por estas empresas en el contexto de la economía regional.

1. **Impacto Directo:** Se refiere a los efectos económicos derivados directamente de las actividades de las agencias de viajes, como la generación de ingresos por la venta de servicios turísticos (paquetes vacacionales, reservas de transporte y alojamiento), así como la creación de empleo y el pago de salarios en el sector.
2. **Impacto Indirecto:** Incluye los efectos económicos sobre otros sectores relacionados con la actividad de las agencias de viajes, como el transporte, la hostelería, los proveedores de servicios turísticos y otros subsectores que dependen de la intermediación turística.
3. **Impacto Inducido:** Representa los efectos económicos adicionales que resultan del gasto de los empleados del sector.

El análisis se ha desarrollado empleando un enfoque que integra técnicas cuantitativas. Principalmente, se han realizado cálculos detallados para determinar los impactos directo, indirecto e inducido.

Además, el estudio se ha realizado con el mayor nivel de detalle posible, distinguiendo entre islas o provincias. Esta segmentación permite contextualizar y enriquecer los resultados, ofreciendo una visión más completa sobre la contribución al tejido socioeconómico de Canarias y su rol estratégico en el sector turístico.

Este estudio se estructura en torno al cálculo de los impactos mencionados, sustentado en datos económicos y sectoriales, con el fin de proporcionar una visión integral del rol de las agencias de viajes en el ecosistema turístico y económico de Canarias.

A continuación, se describe la metodología seguida en cada uno de los apartados y subapartados.

2.1 Impacto Directo

El cálculo del impacto directo se basa en la estimación del valor generado exclusivamente por las actividades de las agencias de viajes en Canarias, considerando su contribución económica directa en términos de ingresos, empleo y generación de riqueza. Para este propósito, se ha utilizado como principales fuentes: La información financiera de las principales empresas del sector, los datos de afiliaciones por sector que proporciona el ISTAC y la encuesta de gasto turístico realizada por el ISTAC trimestralmente, así como, datos globales de estudios sectoriales realizados por diferentes entes públicos y privados.

Para estimar el tamaño del sector, se ha utilizado la información financiera de las 140 AAVV y TTOO más grandes con sede social en las Islas Canarias ². Se estima que estas empresas representan más del 95,00% de la facturación sectorial, por lo tanto, es un dato válido para el estudio. Dicha estimación se basa en que la facturación de las empresas más pequeñas rondaba entre los 80.000,00 y 30.000,00 euros, por lo que, como valor medio, se ha considerado que la facturación del resto de empresas está en torno a los 50.000,00 euros. Dicho valor se ha multiplicado por 343, ya que, del listado de agencias de viajes registradas en el Gobierno de Canarias ³, se han identificado en total 483 empresas con actividad o actividad desconocida; $(483 - 140 = 343)$.

Cabe destacar que de las 483 empresas, en 251 no se ha podido obtener información alguna, por lo tanto, se desconoce si la empresa mantiene actividad. Además, del listado del gobierno se han identificado otras 183 empresas extintas. Por lo tanto, la base total consta de 666 empresas.

Cálculo del PIB

En cuanto al PIB e impacto económico, se ha empleado el método del Valor Añadido, que mide la riqueza generada directamente por las agencias de viajes a través de la diferencia entre el valor de los servicios que estas empresas ofrecen y los costes asociados a su producción, como vemos en la siguiente fórmula:

² Ranking Empresas Actividades de las agencias de viajes | Ranking Empresas. (s. f.). *Directorio Ranking Empresas - Ranking de las Principales Empresas Españolas*. Recuperado de <https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-7911.html>

³ Gobierno de Canarias (2024): *Agencias de Viaje inscritas en el registro general turístico*. <https://datos.canarias.es/catalogos/general/dataset?q=agencias+de+viaje>

$$PIB = VAB(total) + (IGIC - Subvenciones)$$

- VAB = Ventas – Insumos. En este caso los insumos son principalmente los productos y/o servicios, así como, otros recursos necesarios para el proceso productivo.
- En segundo lugar, se restarían las subvenciones recibidas y se sumaría el importe pagado en IGIC. En este caso, sólo se suma el IGIC, ya que, las subvenciones no fueron incorporadas en el cálculo del VAB
- Finalmente, para calcular el % de aportación al PIB de las agencias de viaje en Canarias se ha dividido el PIB calculado entre PIB total de Canarias.

Cálculo Empleo

En cuanto al empleo, se han extraído los datos del ISTAC sobre afiliaciones por tipo de contrato, sexo y actividad económica desde 2020 hasta 2024 ⁴. Se han reorganizado los datos para mostrar los resultados por Isla y tipo de contrato, así como, la evolución desde el año 2020 hasta la actualidad.

Cálculo Contribución impositiva

En cuanto a la contribución impositiva, el cálculo final es el resultado de la suma de los siguientes valores: IGIC, IS y contribución a la SS.

- Para ello, se ha analizado en detalle las cuentas anuales de 50 agencias de viaje, de las cuales se disponía desglose suficiente para distinguir conceptos y estimar proporciones sobre la facturación.
- IGIC: Para calcular el impacto del IGIC se ha estimado el impuesto en un 5,00%, ya que, existe un régimen especial de tributación que deja exentas de IGIC (7,00%) algunas operaciones de las agencias de viaje.
- IS: Para calcular el impacto en el IS, se ha utilizado la proporción pagada por las agencias de viaje en “Impuesto sobre beneficio” sobre la facturación.

⁴ ISTAC (2024): Afiliaciones según situaciones en el empleo, actividades características del turismo y sexos. Lugar de cotización. Islas de Canarias y meses: https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=E58015B_000010&version=~latest#visualization/table

Posteriormente se ha aplicado dicha proporción a la facturación calculada del sector.

- SS: Para calcular la contribución a la SS, se ha utilizado la proporción pagada por las agencias de viaje en “Cargas sociales” sobre el gasto en salarios y sobre la facturación. Posteriormente se ha aplicado dicha proporción a la facturación calculada del sector. Para garantizar la calidad del dato, se ha contrastado con las cargas sociales media que paga una empresa en España, la cual se sitúa entre el 30,00% y 40,00% ⁵. La media de las agencias de viajé resultó en 33,02%.

2.2 Impacto Indirecto

El cálculo del impacto indirecto se fundamenta en la estimación de los efectos económicos que las actividades de las agencias de viajes generan en otros sectores relacionados, como el transporte, la hostelería, la restauración y otros servicios. Este impacto refleja las interacciones económicas derivadas de la demanda de bienes y servicios por parte de las agencias de viajes para el desarrollo de su actividad.

Para este propósito, se ha utilizado como principal fuente de información los datos de facturación del sector, en concreto la partida de la cuenta de pérdidas y ganancias “Aprovisionamiento”. En el contexto de las agencias de viaje en la partida de aprovisionamiento se incluyen los costes relacionados con la adquisición de los productos y servicios que comercializan, como billetes de transporte, reservas de alojamiento, paquetes turísticos, excursiones y actividades, entre otros. Estos productos y servicios son adquiridos a proveedores externos, como operadores turísticos, mayoristas u otras agencias, para su posterior venta al cliente final.

De esta manera, se obtiene el Impacto Indirecto total, no obstante, no es posible distinguir entre sectores directamente sin realizar un trabajo adicional.

Para ello, se acude a las Tablas Input – Output 2005 del ISTAC que muestran cómo los diferentes sectores de una economía interactúan entre sí, proporcionando un marco detallado para analizar las relaciones productivas ⁶. En este caso, se observa las

⁵ Alejandro Aradas, Cuestiones Laborales: *Porcentaje de cotización a la Seguridad Social del trabajador y empresa*. [Porcentaje de cotización a la Seguridad Social - 2024](#)

⁶ ISTAC (2005): *Marco Input-Output de Canarias 2005*. <https://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/C00019A/P0002/index.html>

relaciones que tiene la producción de las agencias de viaje en otras actividades turísticas:

- Servicios hoteleros y de alojamiento en otros tipos de hospedajes
- Transporte terrestre
- Transporte marítimo
- Transporte aéreo y espacial
- Servicios de alquiler de automóviles
- Actividades recreativas, culturales y deportivas

Finalmente se suman los multiplicadores económicos de mencionadas actividades, obteniendo el total de esta agrupación, para así, poder aplicar los multiplicadores correspondientes de cada sector como proporción sobre el Impacto Indirecto total.

2.3 Impacto Inducido

El cálculo del impacto inducido se basa en la estimación de los efectos económicos adicionales generados por el gasto de los empleados. Este impacto refleja el efecto multiplicador que tiene el consumo generado por los salarios contribuyendo a la dinamización de diversos sectores económicos.

Para ello, se ha utilizado el salario medio por categoría profesional (Temporal, Junior, Senior y Gerentes/Directores) obtenido de las encuesta realizada a las agencias de viaje.

Cabe añadir que el número de personas en cada categoría no se ha podido obtener directamente de la encuesta por la falta de repuestas, por lo tanto, se ha asumido la distribución del personal fijo de una empresa de gran tamaño con una organización piramidal. Que resulta en un 10,00% de Gerentes/Directores, un 35,00% de empleados senior y un 55,00% de empleados junior ⁷. Esta proporción se aplica al personal fijo de la tabla de afiliaciones a la seguridad social en las agencias de viaje para obtener el número de empleados por categoría.

⁷ Organigrama10: *Estructura jerárquica en grandes empresas: organigrama eficiente.*
<https://organigrama10.com/empresa/organigrama-de-una-gran-empresa/>

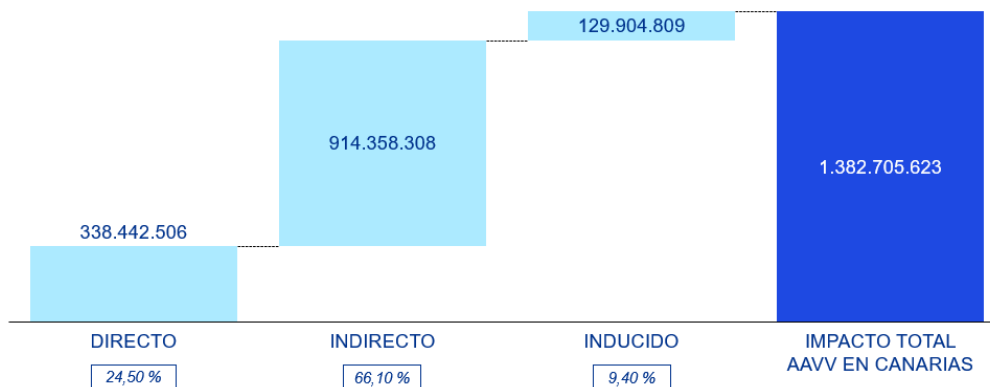
Posteriormente, de la tabla de gasto del INE se obtiene el nivel de consumo en función del rango salarial ⁸. Finalmente, al consumo observado se le multiplica el número de empleados, correspondientemente, se suman los totales obtenidos y se aplican multiplicadores de las Tablas Input - Output 2005 para cada categoría de consumo.

En última instancia, para calcular el empleo generado de manera se parte del mismo gasto obtenido por categoría. Al que se le aplica el multiplicador de empleo. Este multiplicador se ha obtenido con el cálculo explicado en el impacto indirecto en el empleo.

⁸ INE (2023): *Gasto medio por persona*. [Gasto según nivel de ingresos mensuales netos regulares del hogar\(25187\)](#)

3. Impactos globales

Impacto económico total Agencias de viaje en Canarias 2023: ⁹



El gráfico muestra el impacto económico total de las agencias de viajes (AAVV) en Canarias en tres componentes: directo, indirecto e inducido, mostrando sus valores absolutos y sus porcentajes relativos al impacto total.

El impacto directo asciende a 338 millones de euros, representando el 24,50% del impacto total. Este valor refleja las contribuciones económicas generadas de forma inmediata por las actividades propias de las agencias de viajes.

El impacto indirecto es de 914 millones de euros, que equivale al 66,10% del total. Esto abarca los efectos económicos derivados de las relaciones comerciales de las agencias con otros sectores, como la compra de bienes y servicios necesarios para sus operaciones.

El impacto inducido alcanza los 130 millones de euros, lo que representa el 9,40% del total. Este valor contempla el impacto económico generado por el gasto adicional derivado de los ingresos obtenidos por empleados.

El impacto total combinado es de 1.382 millones de euros, lo cual representa en torno al 2,89% del PIB Canario, que asciende a 47.777 millones de euros en 2022. En otras

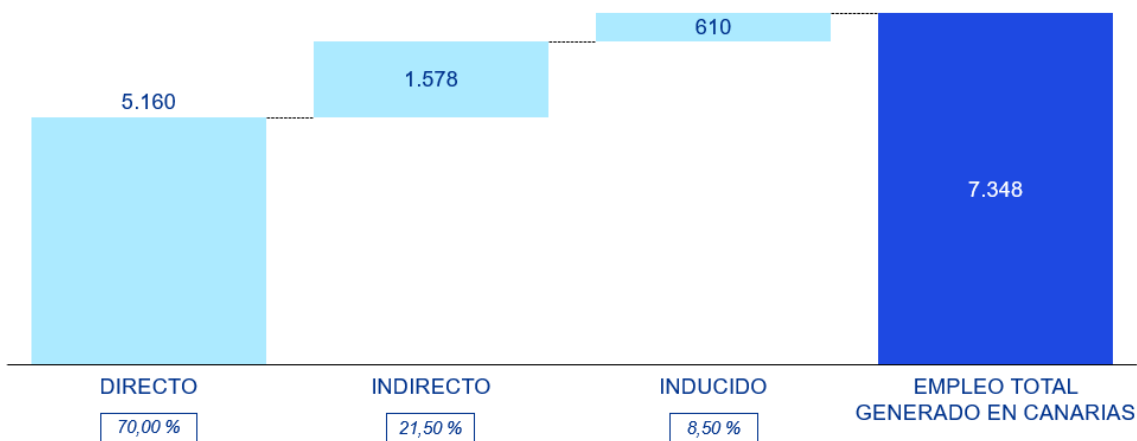
⁹ El impacto Indirecto mide el impacto económico generado en sectores relacionados gracias a la actividad económica de las agencias de viaje.

Es importante considerar que el % de aportación al PIB podría verse minorado debido a la importación de productos y servicios de empresas que tributan fuera del territorio canario.

Además, el impacto indirecto e inducido pueden variar debido a la evolución de la economía Canaria y los cambios en las relaciones entre sectores desde el año 2005 (año del marco Input-Output más reciente)

palabras, por cada euro de actividad en las agencias de viaje se generan otros 3,08 euros adicionales en la economía, lo cual subraya la importancia de las agencias de viajes no solo como generadoras de actividad directa, sino también como catalizadoras de efectos económicos más amplios en otros sectores y en el consumo local.

Empleo generado total Agencias de viaje en Canarias 2023:



Este gráfico analiza el empleo total generado por las agencias de viajes (AAVV) en Canarias, desglosándolo en empleo directo, indirecto e inducido, mostrando su contribución en valores absolutos y porcentajes.

El empleo directo generado es de 5.160 puestos de trabajo, lo que representa el 70,00% del total. Este componente incluye los empleos creados directamente dentro de las agencias de viajes.

El empleo indirecto es de 1.578,00 puestos de trabajo, equivalente al 21,50% del empleo total. Este impacto se refiere a los puestos de trabajo generados en sectores relacionados a través de la provisión de bienes y servicios necesarios para las operaciones de las agencias.

El empleo inducido asciende a 610 puestos de trabajo, representando el 8,50% del total. Este empleo es consecuencia del gasto derivado de los ingresos obtenidos por las personas empleadas directamente en las agencias de viaje.

El empleo total generado es de 7.348 puestos de trabajo lo cual representa el 0,89% del empleo sobre el empleo total de las actividades económicas en Canarias, y el 3,34% del empleo turístico. Este desglose destaca cómo la actividad de las agencias de viajes no solo genera empleo directo, sino que también tiene impacto en la generación de empleo en sectores vinculados y en la economía regional en general.

4. Impacto Directo

4.1 Impacto Económico y PIB¹⁰

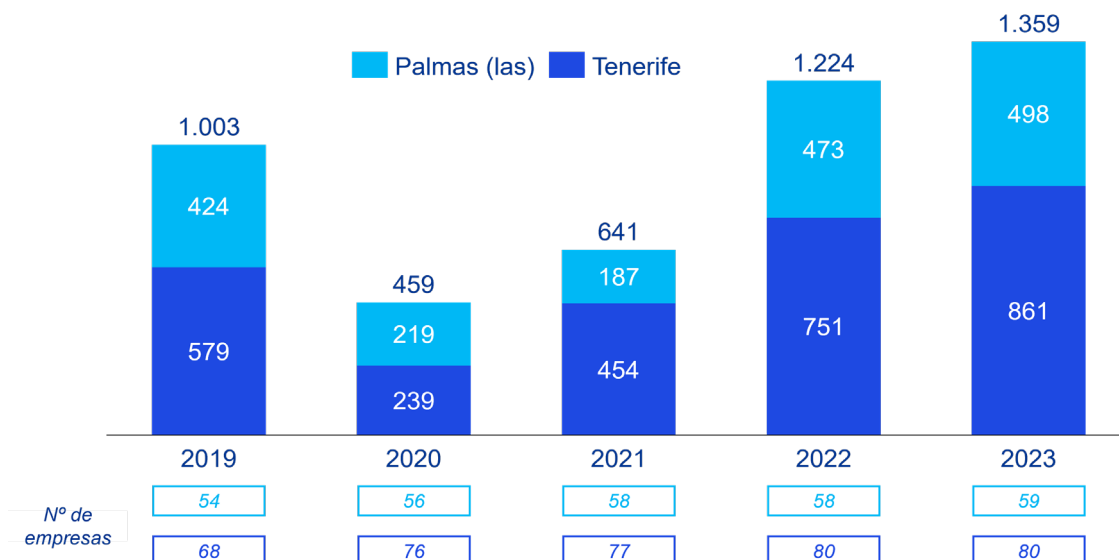
Impacto económico por provincia en 2023:

Provincia	Facturación (euros)	PIB (euros)	%
S/C, Tenerife	860.792.491	214.345.781	63,33%
Las Palmas, GC	498.360.766	124.096.723	36,67%
Canarias	1.359.153.257	338.434.505	100,00%

El análisis del impacto económico de las agencias de viaje en Canarias se centra en el valor añadido generado (PIB Directo), que es un indicador clave para medir el aporte económico de este sector al conjunto de la economía. En 2023, el PIB directo generado por las agencias de viaje en Canarias fue de 338 millones de euros, que equivale al 0,71% del PIB total de la región y al 1,99% del PIB turístico, sobre los datos de 2022.

La facturación total del sector en Canarias fue de 1.359 millones de euros. Por provincias, Santa Cruz de Tenerife generó un PIB directo de 214 millones de euros mientras que Las Palmas de Gran Canaria contribuyó con 124 millones de euros, lo cual representa el 63% y 37% respectivamente.

Evolución de la facturación del sector AVV (Millones):



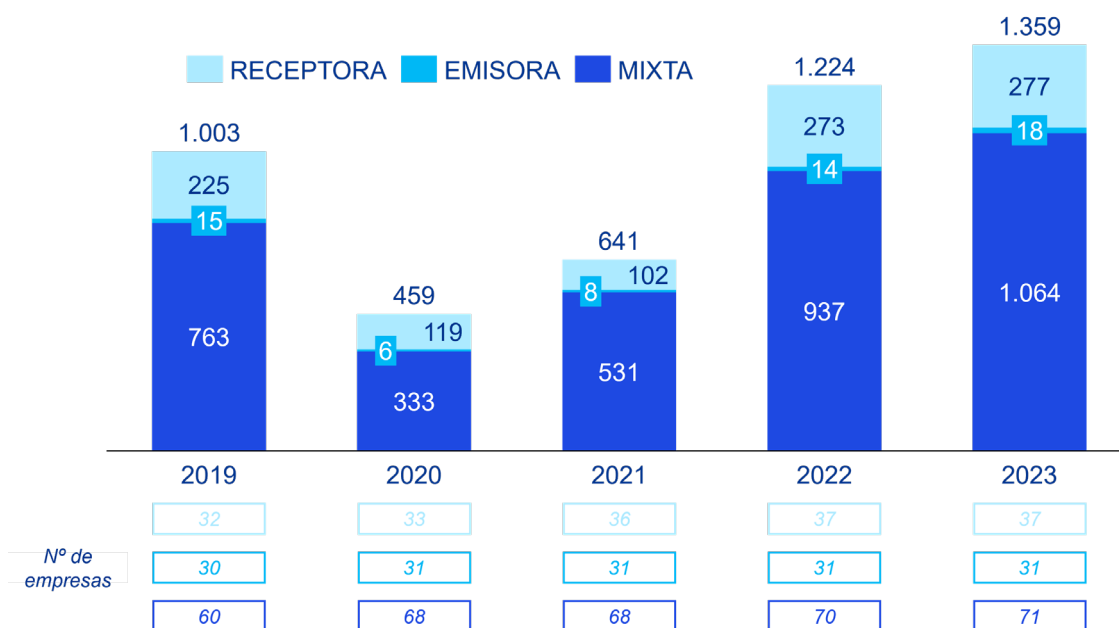
¹⁰ Los resultados se obtienen con base en la facturación de las 140 empresas más grandes del sector en las Islas Canarias. El desglose por provincia se debe a la ubicación de la sede social de dichas empresas. Los datos se obtienen de las Cuentas Anuales disponibles a Diciembre de 2024 en la plataforma de Informa.

El número de empresas en cada año depende de la información disponible de las 140 empresas analizadas

La evolución de la facturación total del sector en Canarias se caracteriza principalmente por la recuperación los años posteriores a la pandemia en 2020, superando las cifras de 2019. En 2023, se alcanzó una facturación en Las Palmas de 498 millones de euros generados por 59 empresas frente a Tenerife 861 euros a través de 80 empresas. La mayor facturación en la provincia de Tenerife se debe, en parte al mayor número de empresas

No obstante, es importante analizar la facturación media por empresa para obtener una imagen más real del tamaño de las empresas, en Las Palmas (8.500.000) fue menor en comparación con Tenerife (10.800.000). Esta diferencia es indicativa de que en la provincia de Tenerife se ubican empresas de mayor tamaño. Además, la tasa de crecimiento es mayor en Tenerife, pasando de 8,5 millones de euros en 2019 a los 10,8 en 2024, por su parte las Palmas que ha crecido de 7,8 millones de euros hasta los 8,5.

Evolución de la facturación de las Agencias de viaje por subsector:



Para conocer en profundidad el sector, se ha realizado una categorización de las 140 empresas entre emisoras, receptoras y mixtas, las cuales ofrecen servicios para el mercado emisor y receptor.

Las empresas mixtas tienen una mayor presencia en general, superando el 50,00% de las empresas y el 75,00% de la facturación. Destaca la pequeña facturación que generan las empresas emisoras, que no supera el 2,00%, no obstante, esto se debe a que la gran mayoría de agencias con carácter emisor, también ofrecen paquetes para visitar las islas Canarias, lo cual es propio de las agencias receptoras, por lo que, se

incluyen dentro de las agencias de viaje mixtas. Además, las agencias de las que no se ha podido obtener información han sido calificadas como mixtas.

Sin embargo, sí que es destacable, que la facturación media de las agencias de viaje emisoras en 2023 (591 mil euros) es mucho menor que la facturación media de las agencias receptoras (7,5 millones de euros) y las agencias mixtas (14,9 millones de euros), lo cual indica, que las agencias emisoras puras son empresas más pequeñas.

Por último, el sector muestra una tendencia positiva alcanzando en 2023 los 1.359 millones de euros de facturación. En 2019 la facturación del sector rozaba los 1.000 millones de euros, por lo que, la tasa de crecimiento es de un 7,90% anual. La recuperación post COVID ha sido muy positiva, ya que en 2020 y 2021 se alcanzaron cifras de facturación de 458 y 640 millones de euros, respectivamente.

4.2 Recaudación impositiva

Los impuestos y contribuciones derivadas de la actividad de las agencias de viaje son un componente fundamental de su impacto económico en Canarias. En este informe se analizarán en detalle tres partidas fiscales: el Impuesto sobre sociedades (IS), las contribuciones a la seguridad social (SS) y el Impuesto general indirecto canario (IGIC).

Contribución impositiva por provincia en 2023, en Millones:



Las agencias de viaje aportaron 51,8 Millones de euros a la Seguridad Social, lo que representa el 51,20% de la recaudación total. Desde el punto de vista de la empresa, representa de media para las agencias el 27,09% sobre el gasto total en personal, o, representa un coste del 33,02% sobre el salario que percibe el trabajador.

Se ha estimado que las agencias de viaje pagan en torno a 27,8 Millones euros en concepto de IGIC en el año 2023, por el valor añadido a los servicios prestados, que representa el 27,50 % de la recaudación total.

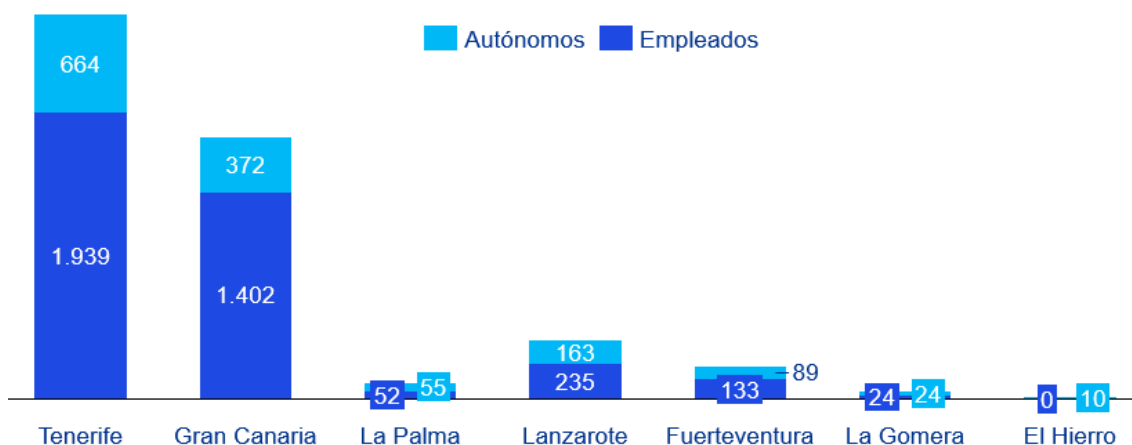
Las agencias de viaje en Canarias contribuyeron con 21,5 Millones de euros en concepto de Impuesto sobre sociedades en 2023, lo cual representa el 21,30% de la recaudación total.

En total, la recaudación de impuestos asciende hasta los 101,1 Millones de euros en el año 2023, lo cual, contribuye al sostenimiento de los servicios públicos y la infraestructura que favorecen tanto a la sociedad como al propio sector turístico, generando un círculo virtuoso que beneficia a las propias agencias al fortalecer el atractivo del destino y la experiencia del viajero. Además, cumplir con sus obligaciones fiscales fomenta la competencia leal y mejora la reputación del sector como un actor responsable en la economía.

4.3 Afiliación a la Seguridad Social

El empleo en el sector de las agencias de viajes y el turismo en Canarias ha mostrado cambios significativos entre 2020 y 2024. Este análisis muestra los datos de empleo por año y por isla, así como, la evolución y crecimiento y calidad del empleo en función de los tipos de contrato.

Afiliados totales por isla 2024: ¹¹



El total de afiliados en las agencias de viajes, la cifra alcanza los 5.160 en 2024, lo cual en términos de economía representan el 2,35% de los afiliados del sector turístico.

Tenerife lidera con 2.603 afiliados y una tasa de crecimiento anual compuesto del 2,82%, junto con Gran Canaria que contiene 1.774 y 2,34% en 2024. Estas dos islas representan conjuntamente más del 80% del total de afiliados en el sector, mientras que Lanzarote y Fuerteventura destacan por sus altas tasas de crecimiento 4,77% y 5,25% respectivamente.

Sin embargo, las islas menores muestran tendencias diferentes a pesar del bajo número de afiliados. El Hierro crece con una alta tasa anual (17,55%) debido a que contaba con 0 afiliados en 2020. La Gomera crece a un ritmo superior a la media canaria (4,19%), La Palma, es la isla con menor crecimiento (0,31%), marcada especialmente por la tasa negativa del número de autónomos (-0,69%).

Al comparar las tasas de crecimiento entre los apartados analizados, se observa que el número de autónomos ha crecido a un ritmo más rápido (3,77% CAGR) que el total de

¹¹ ISTAC (2024): Estadística de Afiliación a la Seguridad Social. [ISTAC | Afiliaciones según situaciones en el empleo, actividades características del turismo y sexos. Lugar de cotización. Islas de Canarias y meses | Data bank](#)

empleados (2,55% CAGR). Este diferencial refleja una tendencia hacia el aumento del trabajo por cuenta propia en el sector, posiblemente impulsada por cambios en el sector que impulsan la creación de empresas o cambios estructurales en las empresas existentes.

En concreto, las agencias emplean en 2024 a más de 3.700 personas, lo cual en términos de economía representan el 1,98% de los empleos del sector turístico.

Tenerife y Gran Canaria son las islas más destacadas, con una clara dominancia sobre el resto. En 2024, Tenerife registra un valor de 1.938, siendo la isla con mayor impacto en la actividad. Gran Canaria sigue en segundo lugar con 1.394 empleados. Conjuntamente representan más del 85,00% del total, consolidándose como los principales motores económicos.

Lanzarote ocupa el tercer lugar en importancia con 234 empleados en 2024, seguida por Fuerteventura, que alcanza 133 empleados. Estas dos islas, aunque con menor peso, muestran un crecimiento sostenido desde 2020, destacándose especialmente Lanzarote con un incremento del 30,50% y Fuerteventura con un 38,30%.

La Palma, La Gomera y El Hierro muestran un número de empleados menor. En 2024, La Palma alcanza 52 empleados de media, mientras que La Gomera llega a 24 empleados. El Hierro no registra valores significativos recientes.

En términos de evolución, destacan Fuerteventura y Lanzarote, con un crecimiento anual notablemente superior a la media del sector, con un CAGR del 8,40% y 6,90%, respectivamente. Por su parte, Tenerife y La Gomera crecen a un ritmo menos acelerado, mientras Gran Canaria y La Palma muestran un crecimiento algo estancado, no superando el 1,50%.

En cuanto al trabajo por cuenta propia, las agencias de viajes cuentan en 2024 con 1.376 autónomos, lo cual en términos de economía representan el 4,73% de los autónomos del sector turístico.

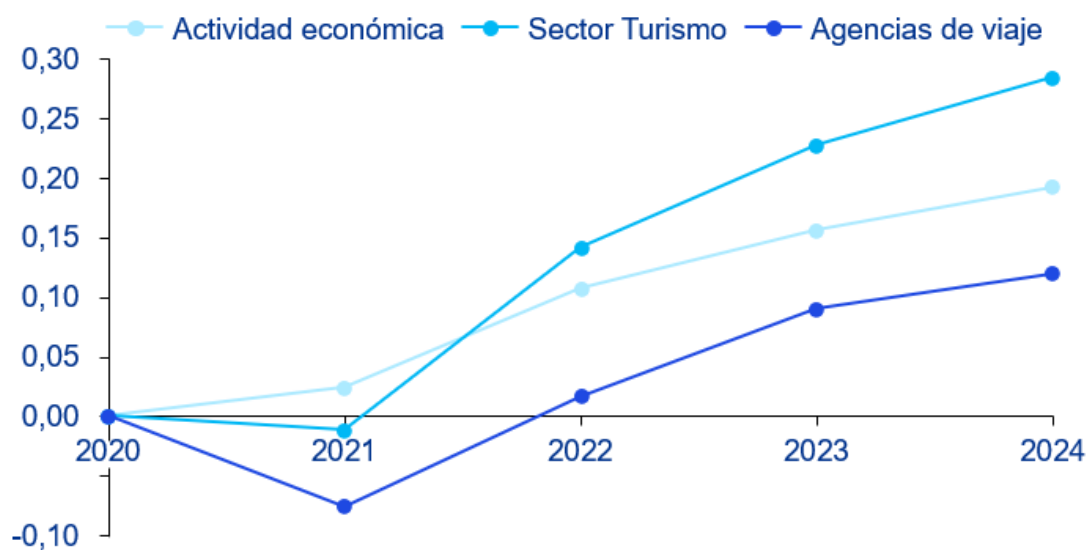
Tenerife y Gran Canaria son las islas más destacadas en este ámbito, con Tenerife alcanzando los 664 autónomos, consolidándose como la isla con mayor impacto en el sector. Gran Canaria, en segundo lugar, registró 372 autónomos en 2024. Estas dos islas concentran más del 75,00% del total de autónomos, subrayando su papel central en la actividad económica del sector.

Por otra parte, Lanzarote y Fuerteventura ocupan 163 y 89 autónomos en las agencias de viaje en 2024 respectivamente. Las islas menores alcanzan un total de 55 autónomos en La Palma, 24 en La Gomera y 9 en El Hierro en 2024.

En términos de evolución, destaca Gran Canaria con una tasa de crecimiento anual del 6,17%, por el contrario, la isla con peor rendimiento es La Palma que alcanza una tasa negativa (-0,69%). El Hierro muestra una alta tasa de crecimiento (17,55%) el cual se debe a que de 2022 a 2023 pasa de 5 a 9 autónomos. El resto de las islas muestran tasas moderadas, entre el 2% y el 4%, con la excepción Fuerteventura (1,22%).

Es destacable que las Islas Canarias con un total de 5.160 afiliados en el sector, representa el 7,60% de los afiliados totales en España, lo cual es muestra del peso de las agencias de viaje canarias en la generación de empleo.

Tasa de crecimiento de los afiliados con respecto a 2020 por actividad económica:



El total de afiliados en las agencias de viajes creció de 4.608 afiliados en 2020 a 5.160 en 2024 con un crecimiento anual compuesto (CAGR) del 2,87%. Aunque el ritmo de crecimiento es moderado, las agencias de viaje representan un sector clave en la generación de afiliados dentro de la economía turística.

En el sector del turismo general, el número de afiliados pasa de 171.063 en 2020 a 219.698 en 2024 con un CAGR de 6,46% reflejando una recuperación robusta tras los desafíos de la pandemia. Es significativo el crecimiento del sector turístico, especialmente, teniendo en cuenta, que la afiliación a la SS de todas las actividades

económicas ha crecido a un ritmo del 4,50% anual. En 2024 el turismo representa el 24,81% de los afiliados a la SS sobre la actividad económica y las agencias de viaje un 2,35% sobre el turismo.

Evolución empleo por tipo de contrato en las agencias de viaje: 2020 – 2024:

Año	Contratos Indefinidos	Contratos Temporales	Contratos Desconocidos
2020	2.838	569	13
2021	2.845	404	14
2022	3.097	320	14
2023	3.454	139	15
2024	3.675	99	9
CAGR	6,67%	-35,34%	-8,26%

La tabla muestra la evolución de los contratos laborales entre 2020 y 2024, diferenciando entre indefinidos, temporales y desconocidos. Los contratos indefinidos experimentan un crecimiento sostenido, pasando de 2.838 en 2020 a 3.675 en 2024, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 6,67%. Este incremento refleja una tendencia clara hacia la estabilidad laboral en el periodo analizado.

En contraste, los contratos temporales muestran una disminución significativa, descendiendo de 569 en 2020 a 99 en 2024, con un CAGR negativo del -35,34%. Esta reducción destaca una transformación en la composición del empleo, donde los contratos temporales pierden relevancia a lo largo del tiempo. Especialmente, destaca este dato, ya que, es muy superior a la media de la actividad económica y del turismo, las cuales se sitúa en un -11,16% y un -16,55%, respectivamente.

Los contratos desconocidos mantienen un volumen bajo en comparación con los otros tipos, pasando de 13 en 2020 a 9 empleados en 2024, con un decrecimiento moderado reflejado en un CAGR de -8,26%. Dicha circunstancia es positiva, pues, es reflejo de la transparencia del sector.

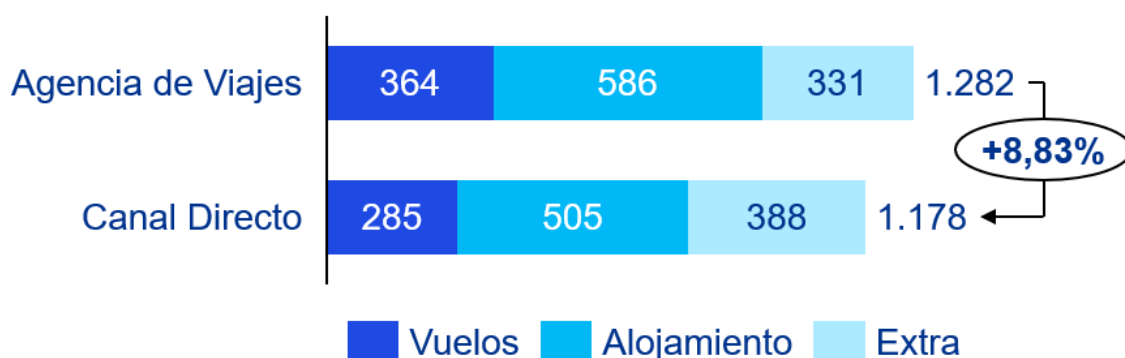
En términos globales, los datos evidencian un cambio en la dinámica del empleo, con una disminución progresiva de los contratos temporales y un aumento continuo en los contratos indefinidos, consolidando una tendencia hacia una mayor estabilidad en el mercado laboral.

4.4 Análisis de Turistas¹²

El análisis de los turistas en Canarias permite identificar los diferentes tipos de viajeros, su distribución y los patrones de gasto asociados a cada grupo. Estos datos son clave para entender cómo los diferentes canales (tanto agencias de viaje como canal directo) contribuyen a la economía regional.

Es importante tener en cuenta que en este apartado “turistas” hace referencia al viajero extranjero o nacional no residente en las Islas Canarias que tiene como destino las propias Islas Canarias. Para ello, se toma como referencia del estudio la Encuesta de gasto turístico realizado por el ISTAC.

Gasto medio por turista en Canarias en función del canal de compra en 2023



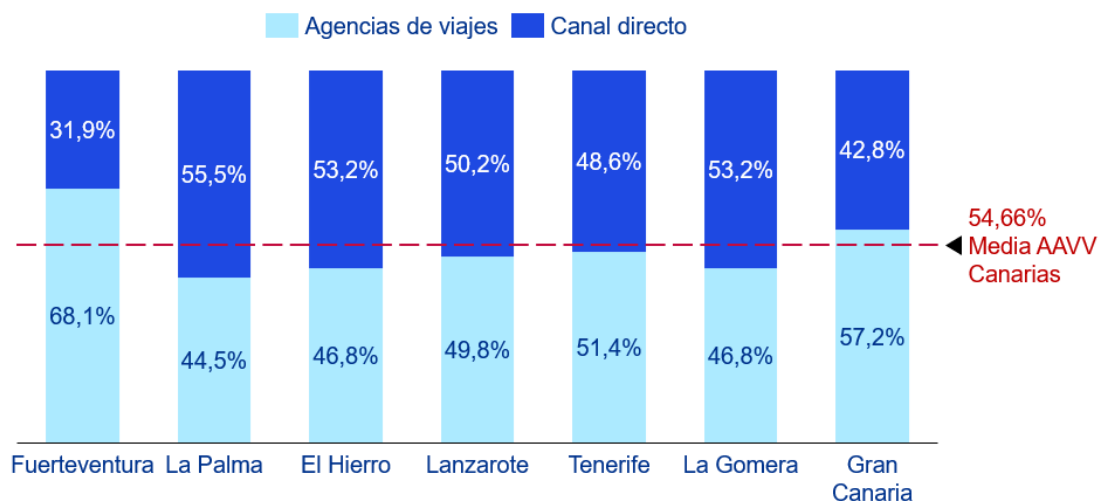
En el gráfico se observa que en total el gasto de los turistas a través de las agencias de viaje es un 8,83% mayor que el gasto por aquellos turistas que van por canal directo destacando el impacto económico superior de este canal. Esta diferencia es mayor en vuelos (+27,61%) y alojamiento (+16,22%), y menor en el gasto extra (-14,61%) lo que puede atribuirse a que los paquetes incluyen más servicios, reduciendo la necesidad de gastos adicionales. La naturaleza del “todo incluido” de los paquetes ofrecidos por las agencias reducen la necesidad de gastos adicionales durante el viaje.

Los turistas que viajan a través de agencias de viaje gastan significativamente más en vuelos que puede atribuirse a la inclusión de servicios adicionales ofrecidos por las agencias como seguros de viaje o servicios premium además de tener un valor percibido de un servicio más personalizado y asistido. A su vez el gasto mayor en alojamientos puede ser debido a la percepción de un alto valor por la selección de un hotel en función de las necesidades del turista, lo cual, realizar por cuenta propia no siempre es tarea

¹² ISTAC (2024): Encuesta sobre gasto turístico. [ISTAC | Encuesta sobre Gasto Turístico / Series trimestrales de gasto turístico. Municipios de Canarias 2018 - 2024 \(Metodología 2018\) | Data bank](#)

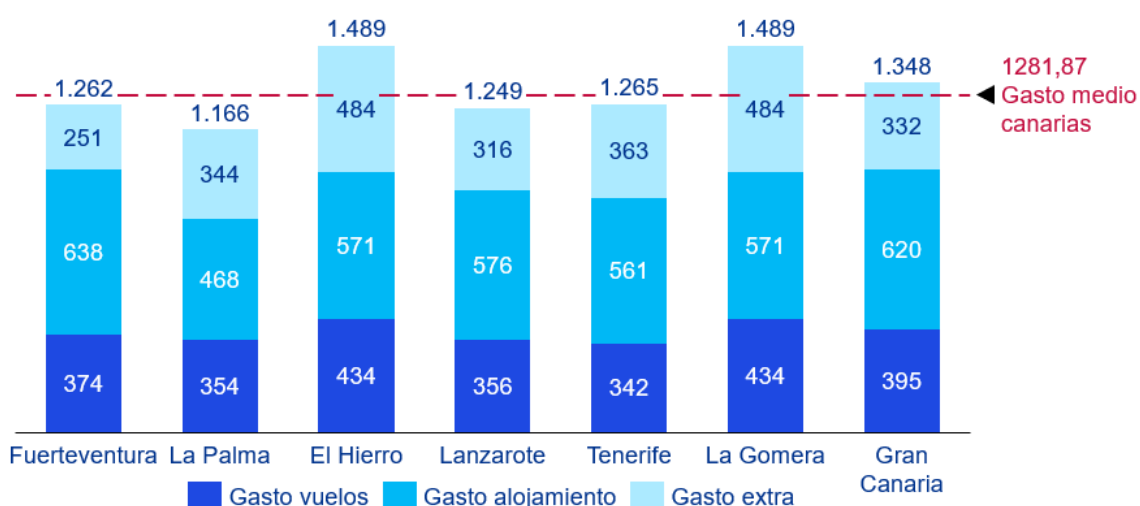
sencilla. Ambos representan una preferencia por la comodidad y seguridad que ofrece reservar a través de una agencia de viajes.

Proporción de turistas por Islas y Canal de compra de los servicios en 2023:



Los turistas que van a través de agencias de viaje representan el 54,66% del total en Canarias. Por islas destaca Fuerteventura (68,10%) como isla con mayor dependencia de las agencias. Los turistas que visitan Gran Canaria también muestran preferencia (57,20%) por las agencias de viaje. Tenerife es la 3ª isla que cuenta con mayor número de turistas por agencias de viaje (51,40%) que por el canal directo. El resto de las islas muestran mayor volumen de turistas en el Canal Directo, siendo La Palma la isla con menor volumen (44,50%).

Gasto medio por turista por Isla y Canal Agencia de Viaje en 2023:



En términos de gasto total, La Gomera y El Hierro destacan como los destinos con los mayores valores, superando ambos los 1.400 euros por viajero en el canal de agencias de viajes, ambos muestran el mismo gasto por turista, ya que la encuesta, no separa el

estudio entre estas islas. Gran Canaria es el 3er destino que más gasto genera con 1.348 euros por persona. La isla en la que el gasto es menor es La Palma, que no alcanza los 1.200 euros por persona.

El gasto en vuelos la situación es similar al gasto total, no obstante, destaca Tenerife (342) como el destino más barato, justo detrás de La Palma (354). Los destinos más caros son La Gomera y el Hierro (434), lo cual, es lógico, ya que, no cuentan con aeropuerto internacional.

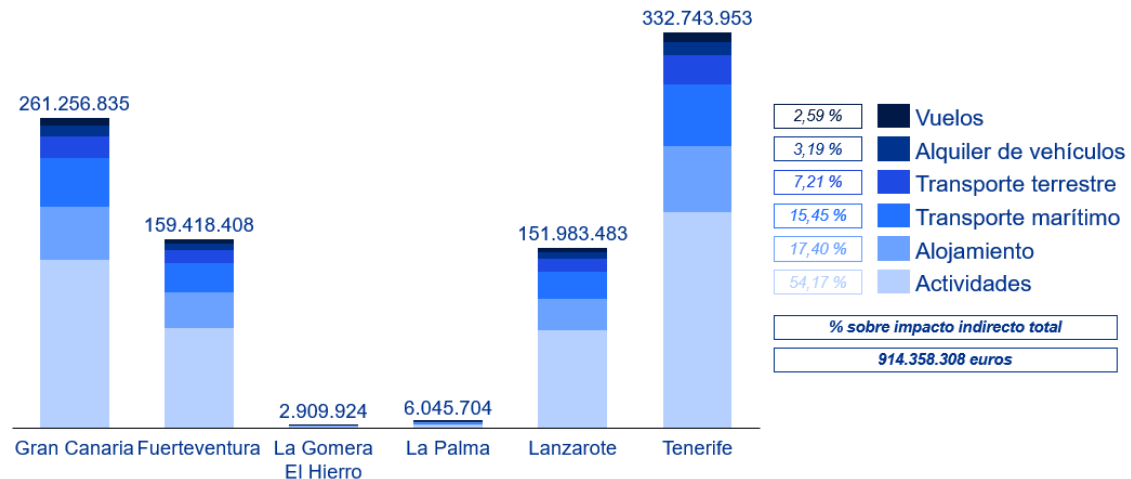
En cambio, en el gasto de alojamiento, Fuerteventura (638) es la isla más cara, seguida de cerca por Gran Canaria (620). El destino más barato vuelve a ser La Palma (468), lo cual, se puede deber a la menor demanda, y por lo tanto, una mayor disponibilidad para elegir hospedaje.

En cuanto al gasto extra, repiten La Gomera y El Hierro como los destinos que más gasto generan (484), muy por encima del resto de islas, que se sitúan entre los 315 y 365 euros de gasto, excepto fuerteventura, que no alcanza los 251 euros. Esta circunstancia se puede deber a la menor o mayor oferta de actividades incluidas en el paquete, así como a la propia oferta que ofrezca el destino.

5. Impacto Indirecto

5.1 Impacto Económico

Impacto Indirecto por sector e Isla en 2023: ¹³



El impacto indirecto total generado por los turistas que visitan Canarias a través de agencias de viajes asciende a 914 millones de euros. Principalmente, el sector más impactado son las actividades (recreativas, culturales y deportivas), alcanzando el 54,17% del impacto. Tenerife y Gran Canaria juntas generan al rededor del 65,00% del impacto total, consolidándose como las principales beneficiarias de esta actividad económica.

Este panorama refuerza la importancia de estas islas como motores económicos del turismo en el archipiélago y la relevancia de las agencias de viajes en la dinamización de la actividad económica indirecta en Canarias.

Entrando al detalle, se observa que Tenerife lidera con un impacto total de 333 millones de euros, destacando en sectores como alojamiento y actividades recreativas. Gran Canaria ocupa el segundo lugar con 261 millones de euros, con una fuerte contribución en alojamiento, restauración y vuelos. Fuerteventura genera un impacto de 159 millones de euros, centrado principalmente en alojamiento y transporte terrestre, mientras que Lanzarote aporta 152 euros con una distribución similar en sectores clave.

¹³ El gasto calculado de La Gomera y el Hierro puede no ser preciso, pues, el número de encuestas realizadas en estas islas es muy bajo, y, un grupo de encuestados con alto gasto puede afectar a la media. Además, la encuesta no individualiza estas islas.

El impacto Indirecto se calcula a partir de la cuenta de aprovisionamiento, y se distribuye en los subsectores con los multiplicadores del Marco Input-Output 2005 de Canarias, elaborado por el ISTAC

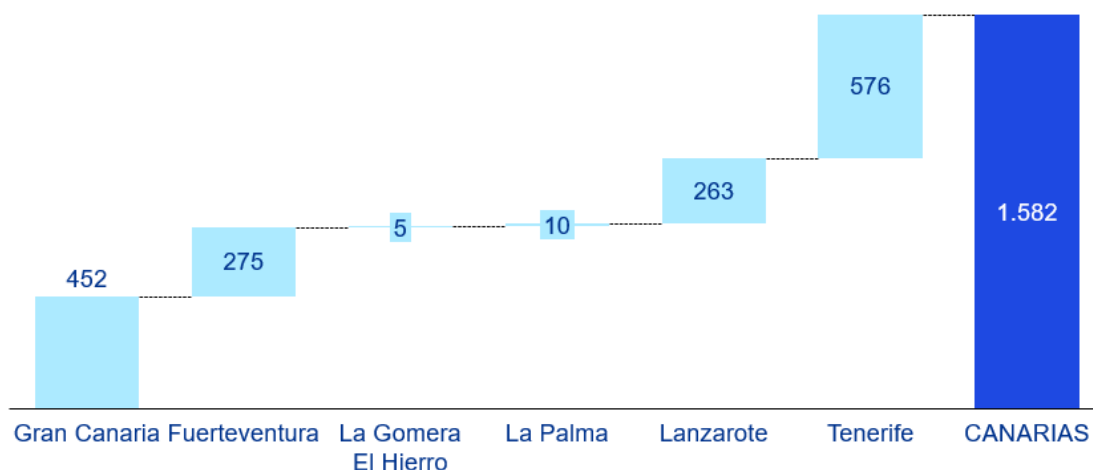
Las islas menores, como La Palma, La Gomera y El Hierro, tienen un impacto reducido, contribuyendo con 6 millones de euros y 2,9 millones de euros, respectivamente.

En términos sectoriales, las actividades son las principales generadoras de impacto, con representando el 54,17% del total. Le sigue el alojamiento abarcando un 17,40% y los transportes marítimos con un 15,45%, reflejando la relevancia de estos servicios en la economía indirecta del turismo.

Este panorama refuerza la importancia de estas islas como motores económicos del turismo en el archipiélago y la relevancia de las agencias de viajes en la dinamización de la actividad económica indirecta en Canarias.

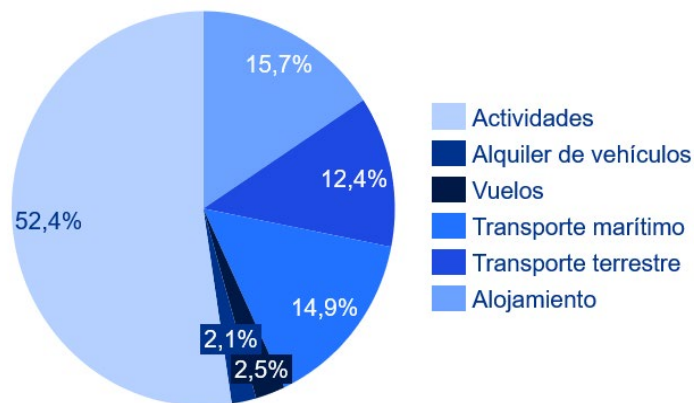
5.2 Empleo

Empleo generado indirectamente por el gasto realizado de los turistas del canal Agencias de viaje en 2023:



Esta tabla muestra la generación indirecta de empleo por cada Millón de euros producidos. Para ello, multiplica el impacto económico indirecto calculado por el multiplicado de empleo del marco Input – Output 2005 del ISTAC. De esta manera se puede precisar cuantos empleos se generan gracias a la actividad de las agencias de viaje

Empleo Indirecto generado gracias a las Agencias de viajes por sector en Canarias 2023:



El impacto global en términos de empleo indirecto asciende a 1.582 empleos generados, siendo las actividades deportivas, recreativas y culturales el sector más beneficiado, generan el 52,40% del empleo indirecto en Canarias en 2023, seguido

del alojamiento (15,70%), transporte marítimo (14,90%). El resto como aerolíneas y alquiler de vehículos en el empleo es menor, no superando el 5,00 % conjuntamente.

Tenerife es la isla que más empleo indirecto genera, con 576 empleos, representando el 36,43% del total. Gran Canaria ocupa el segundo lugar con 452 empleos (28,58%), seguida de Fuerteventura con 275 empleos (17,42%) y Lanzarote con 263 empleos (16,60%). Las islas con menor representación son La Palma, La Gomera y El Hierro, con un total de 15 empleos (0,95%).

En términos sectoriales, el empleo en las actividades deportivas, recreativas y culturales lidera en todas las islas, especialmente en Tenerife y Gran Canaria, que concentran los mayores valores en este sector con 304 y 237 empleos, respectivamente.

Las islas más pequeñas, aunque con menor impacto, muestran características particulares. En La Palma, destaca también el empleo generado en las actividades deportivas, recreativas y culturales, con 6 empleos. La Gomera y El Hierro presentan cifras muy reducidas en todos los sectores, reflejando su menor peso dentro del turismo gestionado a través de agencias de viajes.

El análisis general indica que el turismo gestionado por agencias de viajes genera empleo directamente en los sectores básicos del turismo, como son las actividades recreativas y el alojamiento, con un impacto concentrado en las islas mayores, especialmente Tenerife y Gran Canaria. Este patrón refuerza la relevancia económica de estas islas dentro del modelo turístico de Canarias.

6. Impacto Inducido

6.1 Salarios medios del sector

Para el cálculo del salario medio ponderado, se han identificado cuatro grupos clave de empleados en función de sus responsabilidades y roles dentro del sector: empleados temporales/prácticas, empleados junior, empleados senior y gerentes/directores. Estos grupos tienen diferentes niveles de contribución, y sus salarios han sido asignados en base a datos sectoriales y ajustados a rangos razonables que reflejan la realidad del mercado laboral.

Salario medio empleados Agencias de viaje 2024: ¹⁴

Salario medio por categoría				
Categoría	Subcategoría	Salario medio	Nº de empleados 2024	Consumo medio
Temporal	Temporal	15.000 - 18.000 €	99	11.181,02 €
Indefinido	Junior	18.000 - 21.000 €	2.021	12.258,51 €
Indefinido	Senior	21.000 - 24.000 €	1.286	12.258,51 €
Indefinido	Gerente/Director	40.000 - 50.000 €	368	14.205,39 €
	Autónomo	24.000 - 30.000 €	1.376	12.258,51 €

En primer lugar, el salario medio de los empleados temporales o en prácticas se ha observado entre 15.000 - 18.000 euros. Los empleados junior, que ya presentan un contrato indefinido, tienen un salario medio de 18.000 - 21.000 euros, lo que demuestra una progresión en la escala salarial. Por otro lado, los empleados senior con un nivel mayor de responsabilidad y experiencia, alcanzan un salario medio de 21.000 - 24.000 euros. Finalmente, los gerentes y directores, que representan el nivel más alto de responsabilidad y gestión global de las operaciones dentro del sector, tienen un salario medio asignado de 40.000 - 50.000 euros. Por su parte, se ha estimado que los autónomos ganan de media 24.000 euros brutos, que corresponde al salario medio en España en 2023. ¹⁵

Paralelamente, se ha evaluado junto con datos del INE el gasto medio asociado a cada grupo de empleados, considerando su impacto en el consumo regional. Los empleados

¹⁴ Se asume que el empleo fijo se distribuye en un 55% para Junior, 35% para Senior y 10% para Gerentes/Directores. El consumo medio, basado en el dato salarial, se obtiene del INE

¹⁵ El dato se ha contratado con las rentas de los autónomos de las tablas del ministerio de Inclusión y SS. Daniel Ghamlouche (2022): ¿Cuánto ganan los autónomos en España, según aparece en sus declaraciones de RENTA? www.autonomosyemprendedor.es/articulo/actualidad/son-rendimientos-que-obtienen-negocio-autonomos-espanoles/20220310154303026280.html

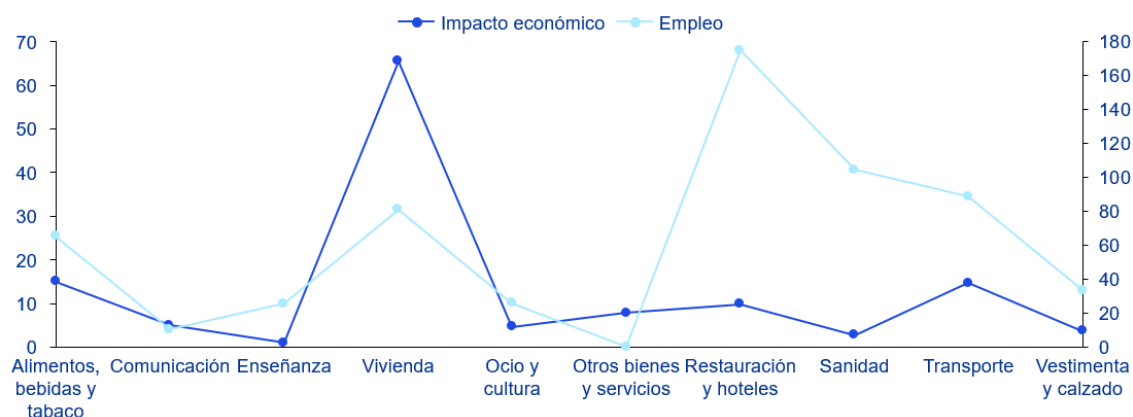
temporales tienen un gasto medio estimado en 11.181,02 euros, mientras que los empleados junior y senior comparten el mismo gasto medio de 12.258,51 euros. Por último, los gerentes y directores, con un mayor poder adquisitivo, registran un gasto medio un poco mayor de 14.205,39 euros.

Este análisis permite comprender no solo la estructura salarial del sector, sino también el impacto económico que genera cada grupo en términos de consumo. Además, se puede observar que no aumenta en la misma proporción los salarios y gasto medios en los grupos con mayor poder adquisitivo.

6.2 Impacto Económico y empleo

El impacto inducido complementa los efectos directo e indirecto al reflejar cómo el gasto generado por los empleados del sector impulsa adicionalmente la economía regional.

Impacto inducido y empleo inducido generado en 2023: (Impacto económico en Millones, Eje Y de la izquierda) ¹⁶



El gasto total realizado asciende a 63,75 millones de euros lo que ha generado un impacto inducido en la economía de 129,9 millones de euros. Este impacto refleja el efecto multiplicador que el gasto inicial tiene en diversas categorías económicas, amplificando su influencia en el bienestar y desarrollo económico.

A continuación, se detallan las tres principales categorías de gasto y su respectivo impacto inducido que son los sectores relacionados con la vivienda (50 % del impacto), alimentos y bebidas no alcohólicas (12 %) y transporte (11 %). La vivienda alcanza los 65,46 millones de euros con sólo el 35,93% del presupuesto de gasto de los

¹⁶ Las diferencias entre el porcentaje de gasto y el empleo generado en distintos sectores se explican por los multiplicadores, obtenidos del ISTAC

empleados. Por otro lado, los alimentos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas y tabaco generan un impacto de 15,04 millones de euros (17,79% del gasto), también es una necesidad básica, por lo que refleja el peso del consumo básico en la economía regional, respaldado por sectores clave como la industria alimentaria, panadería, elaboración de bebidas, tabaco y los servicios de restauración. Finalmente, el transporte contribuye con 14,7 millones de euros (11,58% del gasto), impulsado por su rol fundamental en la movilidad, la logística y el comercio, incluyendo actividades como el transporte terrestre, marítimo y aéreo, así como la reparación y distribución de vehículos y combustibles. Estas categorías están directamente vinculadas con las necesidades esenciales de los hogares y la actividad económica general.

El impacto inducido total de 129,9 millones de euros demuestra cómo el gasto inicial se expande a través de la economía, beneficiando a múltiples sectores y promoviendo el crecimiento económico sostenible. Este efecto multiplicador es esencial para entender la importancia del consumo, y el impacto que tiene cada uno de los sectores.

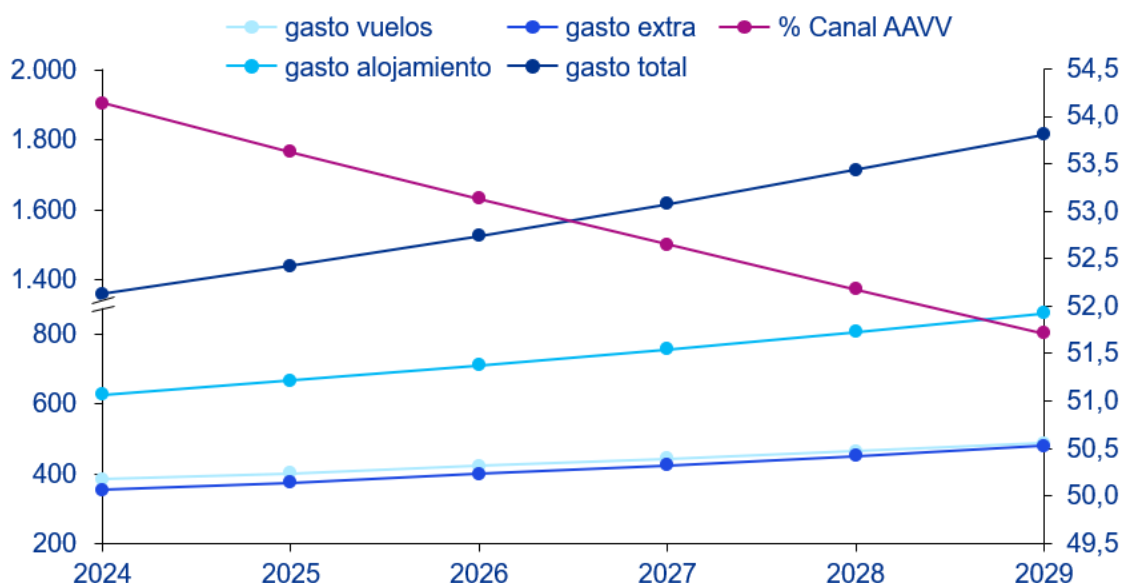
En cuanto al empleo, destaca la restauración y hoteles, el cual tiene un multiplicador mayor que el resto de los sectores, resultando en 175 empleos generados. También destaca la sanidad con 104 empleos. En cambio, la vivienda genera menos empleos, por lo tanto, a pesar de ser la categoría que más gasto e impacto económico implica, no supera los 81 empleos creados, lo cual se debe al menor efecto multiplicador de empleo de los sectores relacionados con la vivienda

En total, gracias al efecto inducido de las agencias de viaje, se han generado 610 empleos en 2023

7. Pronósticos¹⁷

Es importante tener en cuenta que en este apartado “turistas” hace referencia al viajero extranjero o nacional no residente en las Islas Canarias que tiene como destino las propias Islas Canarias. Para ello, se toma como referencia del estudio la Encuesta de gasto turístico realizado por el ISTAC.

Pronóstico de gasto y volumen de turistas en las Agencias de viaje en Canarias: **(% Canal AVV, eje Y de la derecha)**

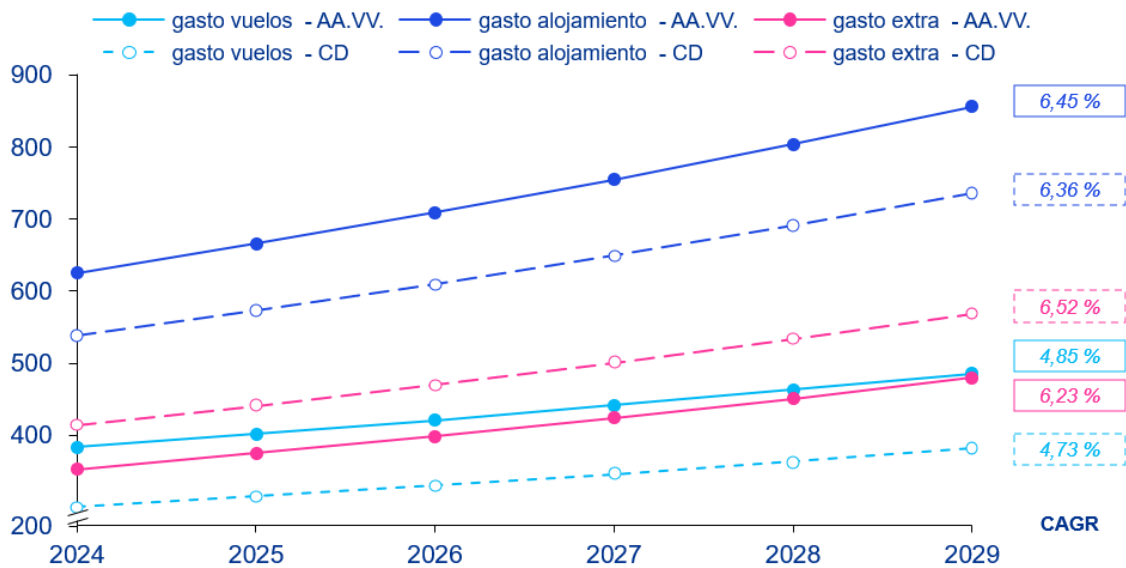


Para poder tener una predicción del porcentaje de reservas a través de agencias de viajes al igual que de los gastos en vuelos, alojamientos, gastos extra y gastos totales en los canales de agencias de viajes y canal directo hemos utilizado una fórmula basada en el crecimiento compuesto anual (CAGR). Este método utiliza el valor del año anterior multiplicado por $(1+CAGR)$ para obtener el pronóstico del siguiente año. Este enfoque permite proyectar el crecimiento a lo largo de los años, siendo de particular utilidad para capturar tendencias de largo plazo basadas en patrones históricos.

En términos generales se observa la tendencia positiva del gasto, particularmente del gasto extra y gasto en alojamiento, que crecen con una tasa superior al resto; 6,52% y 6,45% al año, respectivamente. En cambio, el volumen de turistas por las agencias de viaje decrece con una tasa anual del -1,02%.

¹⁷ ISTAC (2024): Encuesta sobre gasto turístico. [ISTAC | Encuesta sobre Gasto Turístico / Series trimestrales de gasto turístico. Municipios de Canarias 2018 - 2024 \(Metodología 2018\) | Data bank](#)

Pronóstico de gasto Canal Directo vs Agencias de viaje:



En el gráfico se muestra el pronóstico de gasto en los diferentes conceptos para el canal agencias de viaje y el canal directo.

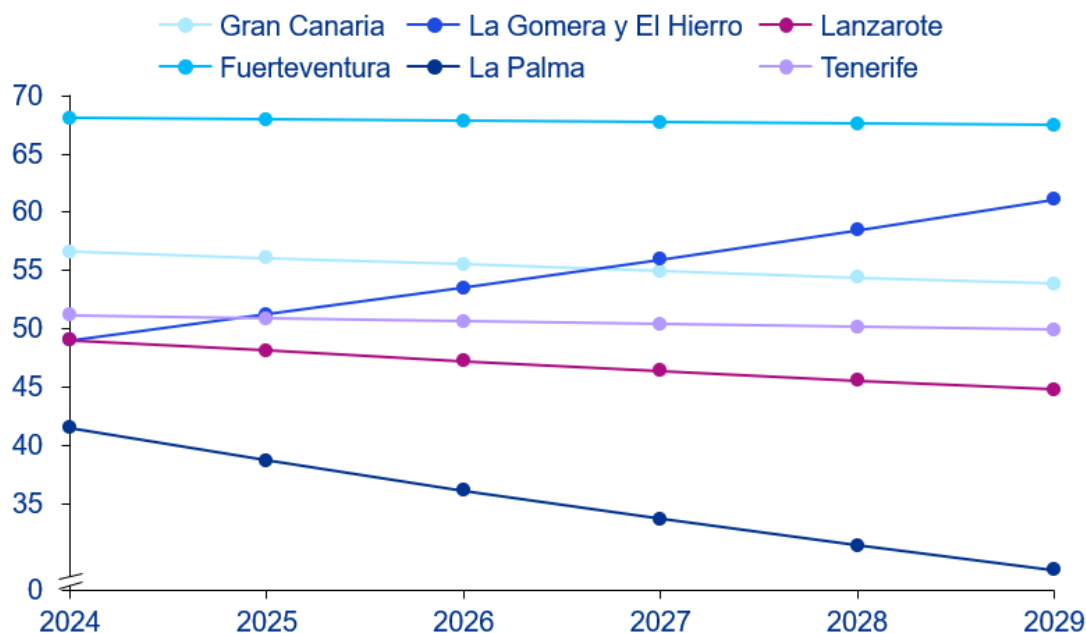
En general se observa que la tasa de crecimiento es prácticamente igual en ambos canales, con una tasa media de crecimiento del 5,94% para las agencias de viaje y del 5,99% para el canal directo. Esto indica que el comportamiento de gasto de los turistas no depende de la elección del canal.

Analizando en detalle, se observa que la tasa de crecimiento del gasto en alojamiento y vuelos de las agencias de viaje es ligeramente superior a la del canal directo, lo cual, se puede deber, al aumento de las comisiones de las agencias de viaje por la prestación de servicios.

No obstante, en el gasto extra la situación es la contraria, el canal directo muestra una tasa mayor que las agencias de viaje, 6,52% frente al 6,23% de las agencias de viaje.

En conclusión, no se observan diferencias significativas entre los canales.

Pronóstico de volumen de reservas en Agencias de viajes por isla:



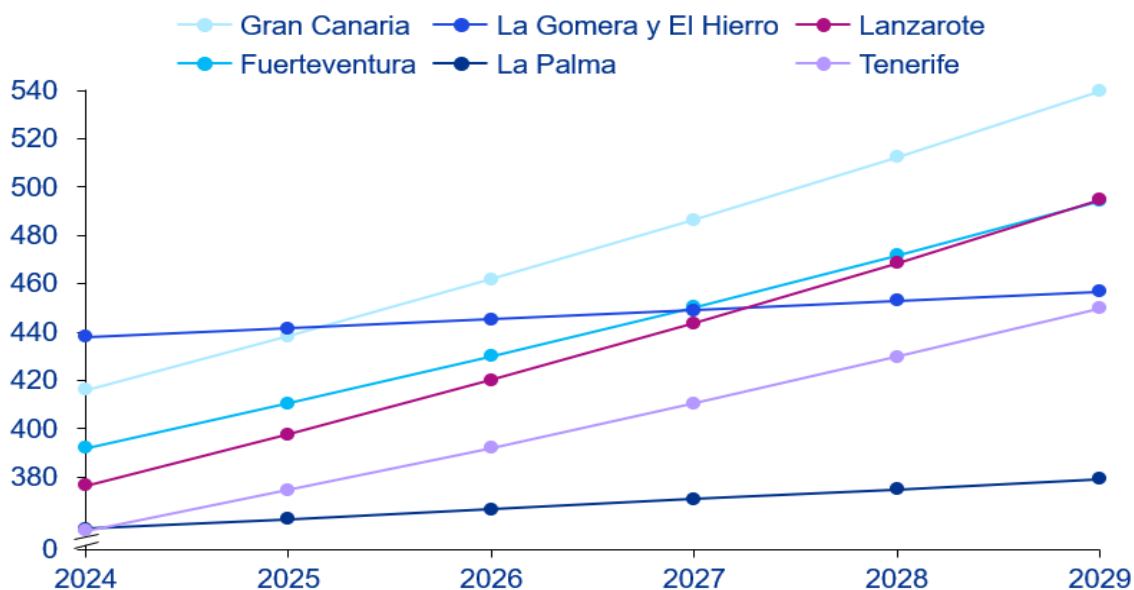
El porcentaje de reservas a través de agencias de viaje muestra una tendencia decreciente con un CAGR medio ponderado de -1,02% entre 2019 y 2023 y una continuación de esta disminución hacia 2029. La disminución más notable es en La Palma donde baja de 58,72% en 2019 a un pronóstico de 29,3% en 2029, en 2024 se sitúa en un 41,48%. Esto indica un cambio importante hacia la reserva directa o un menor volumen de turistas en la isla.

La única isla que muestra un incremento notable es La Gomera-El Hierro con un crecimiento anual del 4,50%, para alcanzar un 61,04% en 2029.

Por su parte, Tenerife y Fuerteventura muestran cierto equilibrio del mercado, con unas tasas de crecimiento que no superan el -0,50%. No obstante, Tenerife perderá la preferencia por el canal Agencia de viaje, alcanzando el 49,87% en 2029.

En cuanto a la recuperación post COVID-19 en 2020 se ha observado una disminución significativa del uso de agencias de viajes, posiblemente debido a las restricciones de movilidad y la incertidumbre global en esa época mostrando caídas del 10% en una gran mayoría de las islas. Aunque hubo cierta recuperación post pandemia los niveles generales de dependencia de agencias de viajes no han vuelto a los niveles de 2019 mostrando una tasa de crecimiento negativa de cara a los próximos años.

Pronóstico de gasto en vuelos en Agencias de viajes por isla:



El pronóstico para el año 2029 prevé un crecimiento moderado del gasto por persona en vuelos con una tasa de crecimiento del 4,85%, menos intenso que otras categorías. Este crecimiento indica una tendencia al alza en el gasto de los viajeros en transporte aéreo, aunque con variaciones significativas entre las islas.

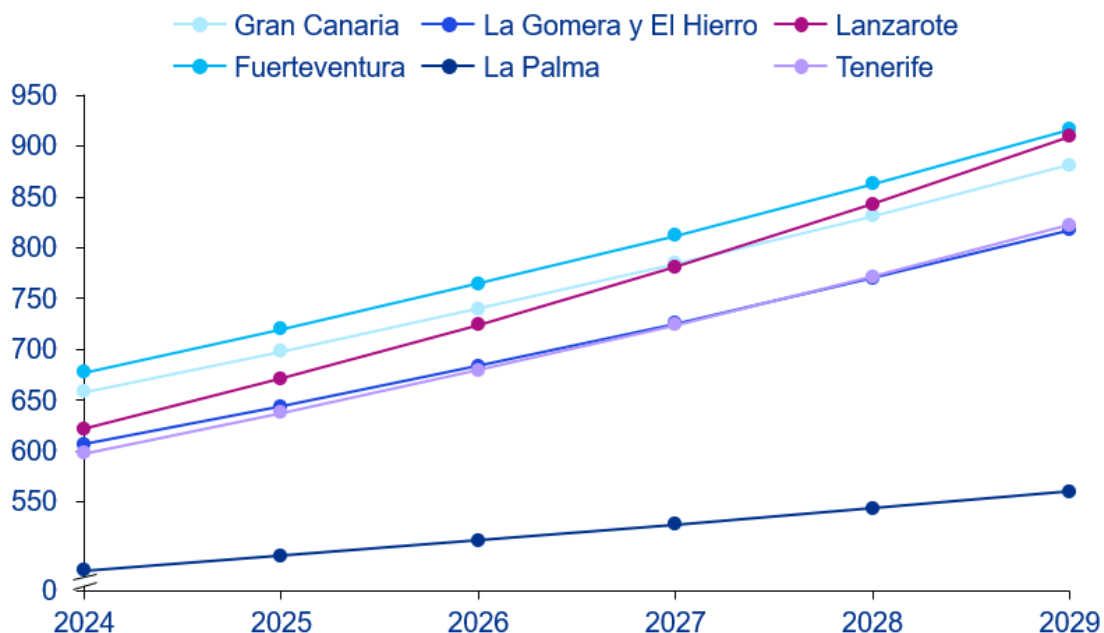
Gran Canaria lidera en términos absolutos con un gasto proyectado de 539,30 euros por persona en 2029, manteniendo un crecimiento sólido (CAGR del 5,3%). Este comportamiento la posiciona como el mercado más importante dentro del segmento aéreo.

Fuerteventura, con un CAGR del 4,7%, y Lanzarote, con el más alto del período (CAGR del 5,6%), muestran un dinamismo considerable. En 2029, alcanzarán un gasto por persona de 493,88 euros y 494,52 euros, respectivamente, situándose como regiones clave en este sector.

Tenerife, con un CAGR del 4,7%, también experimenta un crecimiento notable, alcanzando un gasto de 449,50 euros por persona en 2029, reflejando una evolución alineada con el promedio del archipiélago.

En contraste, La Gomera y El Hierro (CAGR del 0,8%) y La Palma (CAGR del 1,1%) registran los crecimientos más bajos, alcanzando solo 456,51 euros y 379,01 euros por persona en 2029, respectivamente. Esto las posiciona como las islas con menor crecimiento en este aspecto del gasto turístico.

Pronóstico de gasto en alojamiento en Agencias de viajes por isla:

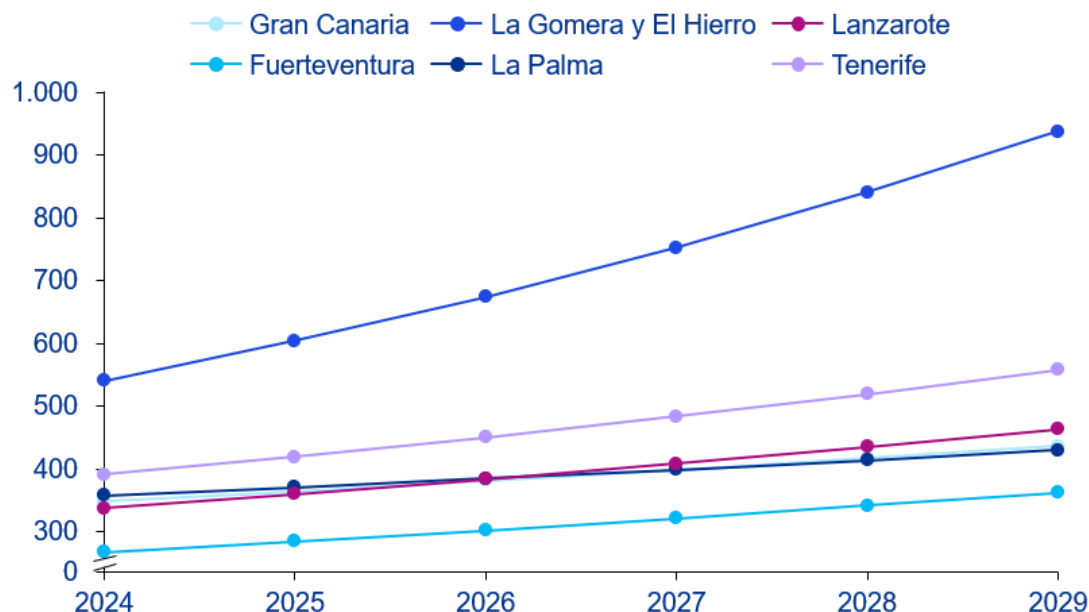


La tasa de crecimiento para Canarias en el período proyectado (2024-2029) es del 6,45%, lo que refleja un crecimiento significativo en el gasto en alojamiento en todas las islas. Lanzarote y Fuerteventura destacan con tasas de crecimiento relativamente altas y un gasto proyectado en 2029 que supera los 900,00 euros.

Gran Canaria y Tenerife, aunque con un ritmo de crecimiento más moderado (CAGR del 6,00% y 6,60%, respectivamente), lideran en términos absolutos de gasto, consolidándose como los mercados más robustos. No obstante, se espera que Lanzarote supere a Gran Canaria en 2028.

La Palma, La Gomera y El Hierro presentan niveles de gasto más bajos, con crecimientos que, aunque positivos, reflejan un menor impacto en el panorama general. La Palma en particular, con un CAGR del 3,00%, queda muy por detrás del promedio del archipiélago.

Pronóstico de gasto extra en Agencias de viajes por isla:



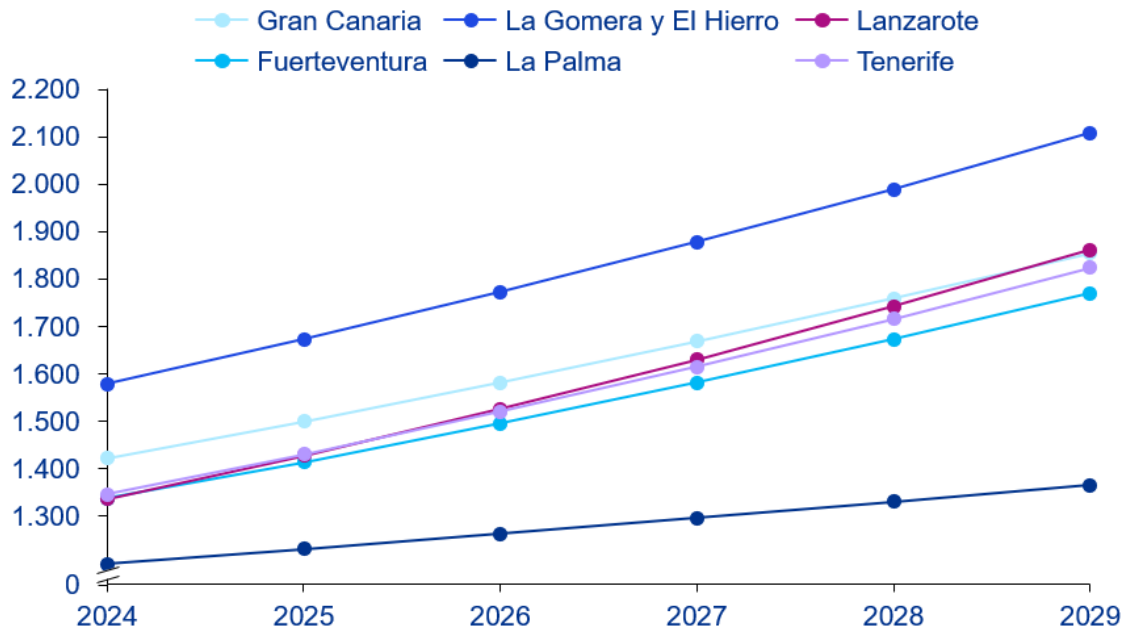
La tasa de crecimiento (CAGR) para Canarias en el período proyectado (2024-2029) es del 6,23%, lo que refleja un crecimiento sólido en el gasto extra en todas las islas.

La Gomera y El Hierro destacan significativamente con el mayor crecimiento (CAGR del 11,60%), proyectándose como una región de alto dinamismo. Este crecimiento permitirá alcanzar un gasto estimado de 936,64 euros por persona en 2029, el más alto entre todas las islas.

Tenerife, con un CAGR del 7,40%, también presenta un desempeño destacado, con un gasto proyectado de 556,78 euros en 2029, consolidándose como una de las principales regiones en términos absolutos. Lanzarote y Fuerteventura tienen un crecimiento intermedio (CAGR del 6,60% y 6,30%, respectivamente), y sus gastos en 2029 alcanzarán los 462,54 y 361,61 euros, reflejando una evolución estable y robusta.

Por otro lado, Gran Canaria y La Palma registran crecimientos más modestos (CAGR del 4,60% y 3,70%, respectivamente). Gran Canaria alcanzará un gasto de 435,34 euros en 2029, mientras que La Palma tendrá el gasto más bajo en términos absolutos, con 428,45 euros, consolidándose como la isla con menor impacto en el total regional.

Pronóstico de gasto total en Agencias de viajes por isla:



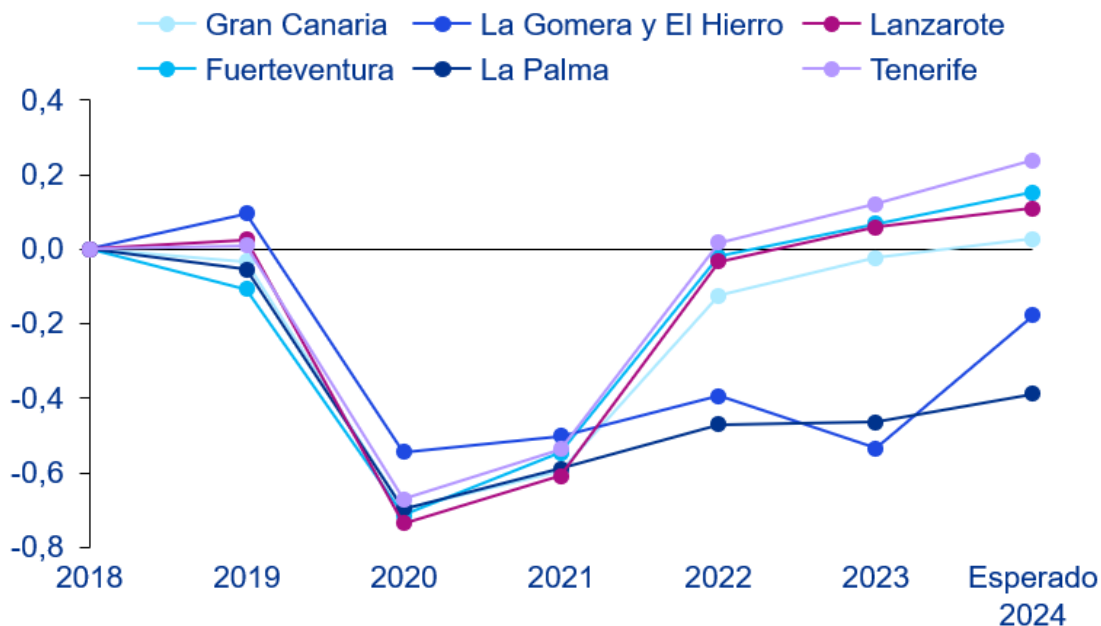
Finalmente, en el gasto total se observa una tasa de crecimiento moderada y sostenida del 5,94%. La Gomera y El Hierro destacan una vez más con un crecimiento relativamente alto (CAGR del 6,60%), consolidándose como líderes en términos de crecimiento y alcanzando un gasto proyectado de 2.107,33 euros por persona en 2029, el más alto entre las islas.

Tenerife y Lanzarote, con tasas de crecimiento del 6,30% y 6,90% respectivamente, también presentan un desempeño sólido, con gastos estimados de 1.822,68 euros y 1.860,92 euros en 2029, consolidándose como actores clave en el mercado regional.

Fuerteventura y Gran Canaria mantienen un crecimiento ligeramente más moderado (CAGR del 5,80% y 5,50% respectivamente), alcanzando niveles significativos de gasto en 2029, con 1.768,76 euros para Fuerteventura y 1.853,81 euros para Gran Canaria, manteniéndose entre las regiones principales en términos absolutos.

Por el contrario, La Palma muestra el menor crecimiento (CAGR del 2,60%), con un gasto proyectado de 1.363,15 euros en 2029, reflejando un dinamismo mucho menor en comparación con el resto del archipiélago.

Evolución número de turistas totales (>16) por isla:



En este gráfico se muestra la tasa de variación de turistas mayores de 16 años con respecto a 2018. En general se observa una evolución similar del número de turistas, con caídas significativas, en torno al 70,00% debido al impacto del Covid-19 en el año 2020 y una recuperación progresiva.

Es destacable, las diferentes tendencias en la recuperación. Por un lado, Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura han superado el número de turistas previo al Covid con unas tasas de crecimiento parecidas, aunque, destaca Tenerife con un CAGR del 10,26% entre 2022 y 2024. Por otro lado, las islas menores, La Palma, El Hierro y La Gomera no han logrado superar cifras previas a la pandemia, a lo que se suma unas tasas de recuperación menores al resto de islas. No obstante, en 2024 se espera que sean estas las islas con mayor crecimiento frente a 2023, con un crecimiento del 13,95% en La Palma y un 76,39% en La Gomera y El Hierro.

En cuanto al número total de turistas en 2024, destaca Tenerife más de 6 millones de turistas esperados, a falta del último trimestre, el cual, ha venido siendo un trimestre importante para el sector turístico, con un 10,55% más de turistas que el resto de trimestres. En segundo lugar, Gran Canaria rozará en 2024 los 4 millones de turistas.

En los próximos años se espera un crecimiento positivo en el número de turistas si se mantiene la tendencia actual, no obstante, se puede observar como la tasa de crecimiento comienza a aplanarse, volviendo a niveles más moderados.

8. Conclusiones

- El impacto económico directo de las agencias de viajes en 2023 ascendió a 338,4 millones de euros, lo que equivale al 0,71% del PIB total de Canarias. Al considerar los impactos indirectos e inducidos, el efecto total alcanzó los 1.382 millones de euros, lo cual representa el 2,89 del PIB en 2023, destacando la relevancia del sector como impulsor de otros sectores. En concreto, por cada 1 € de actividad económica de las agencias de viaje, se generan 3,08 € en la economía.
- La economía de Canarias ha mostrado una rápida recuperación tras la pandemia, particularmente las agencias de viaje alcanzan en 2023 una facturación del 35,5% superior a 2019, alcanzando los 1.359 millones de euros. En cuanto al mercado emisor y receptor, destaca el bajo número de empresas puramente emisoras (31) y el pequeño tamaño (591 mil euros de media) de estas empresas frente a las mixtas y receptoras.
- En términos de empleo, las agencias de viajes han mantenido un crecimiento menor frente a la actividad turística y las actividades económicas. Entre 2020 y 2024, la afiliación a la Seguridad Social en las agencias creció un 2,87% anual, mientras que el turismo general mostró un incremento del 6,46%. Esto refleja un estancamiento relativo en la generación de empleo de las agencias de viajes, que no ha seguido el ritmo del dinamismo económico del resto del turismo, ni de la economía general
- Las agencias de viajes han registrado una mejora significativa en la calidad del empleo. Los contratos indefinidos han aumentado un 6,67% anual entre 2020 y 2024, mientras que los contratos temporales han disminuido un 35,34% anual en el mismo periodo. Este cambio hacia la estabilidad laboral es positivo y posiciona al sector como un generador de empleo de mayor calidad.
- El gasto de los turistas que visitan las islas Canarias a través de agencias es un 8,83% mayor. Sin embargo, el volumen de turistas del mercado receptor que optan por agencias ha decrecido a una tasa anual del 1,02% entre 2019 y 2023. Este cambio refleja una preferencia creciente hacia el canal directo, lo que representa un reto estratégico para las agencias de viajes receptoras, que deben adaptarse a los nuevos comportamientos de mercado.

- En términos de desempeño por islas, Tenerife destaca como la isla con mayor crecimiento en número total de turistas. En cuanto al gasto total, destacan Tenerife y Lanzarote como las islas con mayor crecimiento, 6,30% y 6,90% respectivamente. Por el contrario, La Palma presenta tasas de crecimiento notablemente inferiores en gasto (2,60% CAGR) y una menor recuperación en el número de turistas desde el año previo al Covid (2018), con un 38,70% menos de turistas.

9. Fuentes de información

- Datos abiertos Gobierno de Canarias (2024): *Agencias de viaje online inscritas en el Registro General Turístico de Canarias*. <https://datos.canarias.es/catalogos/general/dataset/agencias-de-viaje-inscritas-en-el-registro-general-turistico-de-canarias>
- Datos abiertos Gobierno de Canarias (2024): *Agencias de viaje inscritas en el Registro General Turístico de Canarias*. <https://datos.canarias.es/catalogos/general/dataset/agencias-de-viaje-inscritas-en-el-registro-general-turistico-de-canarias>
- ISTAC (2024): *Afiliaciones en el Régimen General Ordinario según tipos de contrato, actividades características del turismo y sexos. Lugar de cotización*. https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=E58015B_000020&version=1.30#visualization/table
- ISTAC (2024): *Estadística de Movimientos Turísticos en Frontera de Canarias / Series mensuales. Islas de Canarias 2012-2024*. [ISTAC | Turistas según lugares de residencia y tipos de viajero. Islas de Canarias por meses | Data bank](#)
- ISTAC (2005): *Marco Input-Output de Canarias 2005*. https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.gobiernodecanarias.org%2Fistac%2Fdescargas%2FC00019A%2FP0002%2FC00019A_0024.xls&wdOrigin=BROWSELINK
- Portal de Investigación del Turismo de Canarias (2019): *Según motivación principal para las vacaciones*. <https://investigacion.turismodeislascanarias.com/ficha/perfil-del-turista-segun-motivacion-principal-para-las-vacaciones-2019-diversion>
- Portal de Investigación del Turismo de Canarias (2023): *Perfil del turista según fuente de información utilizada para organizar el viaje*. <https://investigacion.turismodeislascanarias.com/ficha/perfil-del-turista-canarias-e-islas-2023>
- ISTAC: *Ganancia salarial anual según sexos y grandes grupos de ocupación (CNO-11). España y Canarias por años*. https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=E30189A_000010&version=~latest#visualization/table
- ISTAC (2023): *Nota de Prensa: Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF). Año 2023. Resultados definitivos*. <https://ine.es/dyngs/Prensa/EPF2023.html>
- Daniel Ghamlouche (2022): *¿Cuánto ganan los autónomos en España, según aparece en sus declaraciones de RENTA?*

<https://www.autonomosyemprendedor.es/articulo/actualidad/son-rendimientos-que-obtienen-negocio-autonomos-espanoles/20220310154303026280.html>

- ISTAC (2024): *Encuesta sobre gasto turístico*. https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/collection.html?resourceType=collection&agencyId=ISTAC&resourceId=C00028A_000001
- ISTAC (2024): *Estadística de Afiliación a la Seguridad Social*. https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=E58015B_000010&version=~latest
- INE (2023): *Gasto medio por persona*. <https://ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=25187>
- Organigrama10: *Estructura jerárquica en grandes empresas: organigrama eficiente*. <https://organigrama10.com/empresa/organigrama-de-una-gran-empresa/>
- Alejandro Aradas, Cuestiones Laborales: *Porcentaje de cotización a la Seguridad Social del trabajador y empresa*. [Porcentaje de cotización a la Seguridad Social - 2024](#)
- ISTAC (2024): *Afiliaciones según situaciones en el empleo, actividades características del turismo y sexos. Lugar de cotización. Islas de Canarias y meses*. https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=E58015B_000010&version=~latest#visualization/table
- Ranking Empresas Actividades de las agencias de viajes | Ranking Empresas. (s. f.): *Directorio Ranking Empresas - Ranking de las Principales Empresas Españolas*. <https://ranking-empresas.eleconomista.es/sector-7911.html>
- Gobierno de Canarias (2024): *Agencias de Viaje inscritas en el registro general turístico*. <https://datos.canarias.es/catalogos/general/dataset?q=agencias+de+viaje>
- Exceltur. (2023): *Estudio de Impacto Económico del Turismo: IMPACTUR Canarias 2022*. <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2023/12/IMPACTUR-Canarias-2022-presentacion.pdf>

EN COLABORACIÓN CON:



Contactos

Alfonso Yurrita

Senior Manager

E ayurrita@kpmg.es

Miguel Muelas

Consultor Senior

E mmuelas@kpmg.es

Javier Garabote

Consultor

E jgarabote@kpmg.es

www.kpmg.com

© 2023 KPMG Asesores S.L., española de responsabilidad limitada y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavour to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.