

PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA

TERCER TRIMESTRE 2006-2012



La Encuesta de Gasto Turístico es una herramienta de investigación estadística realizada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Aunque la operación estadística se denomine “Encuesta de Gasto Turístico”, representa un estudio completo sobre el perfil de los turistas que vienen a Canarias, constituyendo la principal fuente de información existente en las Islas en la actualidad.

Contando con dicha información, y en nuestro ánimo de mejorar el conocimiento de nuestros clientes y la toma de decisiones, hemos creado el presente documento de análisis, en el que, de forma breve, planteamos cuál es el perfil de nuestros clientes y su evolución desde 2006 a 2012. Los ficheros estadísticos correspondientes se encuentran para su consulta en el área profesional de la Web del Patronato de Turismo.

Gracias a la colaboración del ISTAC, el Patronato de Turismo de Gran Canaria puede disponer de los datos específicos referidos a los clientes encuestados en nuestra Isla. Así mismo, hemos incorporado datos de FRONTUR-CANARIAS sobre el sexo y la edad de los turistas llegados a Gran Canaria, como complemento a los contenidos ofrecidos por la Encuesta de Gasto.

<http://www.grancanaria.com/Profesional>

	ÍNDICE		ÍNDICE
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		ESTANCIA MEDIA	
•EDAD Y SEXO	5	•ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA	20
•OCUPACIÓN	6		
ANTES DEL VIAJE			
•CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	8		
•CANAL DE COMPRA DEL VUELO	9		
•CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO	10		
• ANTELACIÓN DE LA RESERVA	11		
DURANTE LA ESTANCIA			
•TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	13		
GASTO TURÍSTICO			
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA	15		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	16		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA , POR ALOJAMIENTO	17		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA, POR EDAD Y SEXO	18		

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

SEXO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Hombres	51,19%	51,38%	49,88%	46,55%	49,26%	47,35%	51,51%
Mujeres	48,81%	48,62%	50,12%	53,45%	50,74%	52,65%	48,49%

- El porcentaje de hombres aumentó con respecto a períodos anteriores, volviendo a situarse por delante del número de mujeres ,por primera vez desde 2007.

EDAD

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
De 15 a 24 años	33,40%	38,54%	29,59%	32,76%	15,41%	19,72%	21,80%
De 25 a 44 años	32,81%	33,80%	38,32%	39,24%	40,16%	47,75%	45,66%
De 45 a 64 años	23,24%	23,59%	24,70%	21,44%	41,89%	26,28%	30,89%
De 65 y más años	10,55%	4,07%	7,40%	6,56%	2,53%	6,25%	1,65%

-Cabe destacar el incremento de los turistas del segmento 45-64 años, en detrimento de los turistas senior, que caen en el tercer trimestre de 2012 hasta el 1,65%.

- Los turistas de 25-44 años siguen siendo el colectivo más importante, aunque con un ligero retroceso respecto a 2011.

OCUPACIÓN

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Empresarios	16,23%	10,93%	12,70%	10,50%	13,06%	10,14%	13,29%
Funcionarios o cargos altos/medios	39,30%	49,38%	50,85%	52,67%	55,95%	53,37%	49,93%
Funcionarios o empleados auxiliares	10,63%	9,15%	10,80%	9,96%	17,13%	17,25%	18,80%
Jubilados	10,54%	5,45%	7,35%	6,16%	5,77%	7,53%	4,85%
Estudiantes, amas de casas o parados	23,31%	25,09%	18,29%	20,71%	8,09%	11,70%	13,14%

- El colectivo formado por funcionarios o cargos altos y medios continúa siendo el más destacado en el destino, aunque su presencia cae con respecto a los años anteriores.
- Crece el porcentaje de funcionarios o empleados auxiliares y de empresarios, situándose como el segundo y tercer colectivo más importantes.
- Confirmando los datos obtenidos para el segmento *senior*, el porcentaje de jubilados cae de manera importante.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Sólo vuelo	11,35%	5,17%	8,52%	3,12%	3,64%	4,56%	5,51%
Vuelo y alojamiento	17,29%	13,21%	13,90%	9,61%	5,75%	10,45%	8,59%
Vuelo, alojamiento y desayuno	2,21%	0,79%	4,89%	1,23%	2,05%	3,49%	3,63%
Vuelo, alojamiento y media pensión	46,28%	55,07%	41,40%	51,69%	54,03%	50,14%	48,05%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	0,19%	1,22%	1,83%	2,15%	2,35%	3,31%	1,92%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	22,68%	24,54%	27,91%	30,29%	31,68%	28,05%	31,76%

-La compra de vuelo, alojamiento y media pensión es la modalidad más destacada, con un 48,05%, aunque la cuota de este tipo de paquetes disminuye con respecto a períodos anteriores.

-Avanza la compra de vuelo, alojamiento y estancia en régimen de todo incluido hasta el 31,76%, presentando en el año 2012 la mayor cuota del período.

-La reserva en origen de vuelo y alojamiento cae ligeramente, por lo que los clientes están prefiriendo contratar algún tipo de régimen alimenticio en origen.

CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
A un tour operador	39,45%	43,07%	49,53%	55,09%	57,75%	53,12%	35,18%
A la compañía aérea	9,23%	5,65%	7,88%	5,89%	2,44%	5,68%	6,41%
Agencias de Viajes	43,34%	43,66%	34,23%	29,73%	24,80%	27,14%	42,52%
Portal de Internet	5,58%	5,27%	6,91%	8,12%	13,47%	13,29%	14,40%

-La compra del vuelo al turoperador cae de forma abultada en 2012, hasta el 35,18%. Esto supone un descenso de prácticamente 15 puntos porcentuales con respecto a 2011, siendo el peor dato para este tipo de intermediarios desde 2006.

-La práctica totalidad del descenso de la cuota del turoperador es absorbida por las agencias de viaje, que obtienen una cuota de mercado en cuanto a los billetes aéreos del 42,52%.

- La reserva directa a la compañía aérea, así como a través de portales de Internet, presentan ligeros ascensos con respecto a 2011.

CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
A un tour operador	38,82%	37,42%	37,27%	42,11%	49,42%	45,65%	34,21%
Al alojamiento	4,45%	6,10%	4,50%	4,78%	2,10%	3,52%	4,36%
Agencias de Viajes	38,30%	42,47%	43,70%	41,97%	33,13%	33,30%	43,97%
Portal de Internet	4,31%	5,89%	7,18%	7,41%	11,05%	12,66%	12,19%
No lo sabe	3,09%	4,61%	1,99%	1,32%	1,57%	0,75%	0,90%
No le hacía falta	11,02%	3,52%	5,36%	2,42%	2,73%	4,11%	4,38%

-Al igual que en el caso de la reserva del vuelo, a la hora de reservar el alojamiento pierde fuerza en el mercado alemán la turoperación, con un descenso de 10 puntos porcentuales.

- Dicho descenso es absorbido por las agencias de viaje, que crecen 10 puntos con respecto a 2011.

-La compra directa al alojamiento crece de forma ligera, mientras que la compra a través de portales de interés se estabiliza, presentando las mismas cifras de 2011.

ANTELACIÓN DE LA RESERVA

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
El mismo día de la reserva	0,66%	0,00%	0,40%	0,25%	0,42%	0,97%	0,08%
De 2 a 7 días	11,77%	5,77%	5,03%	4,43%	6,25%	10,28%	7,85%
De 8 a 15 días	14,73%	11,58%	12,36%	11,71%	17,28%	10,93%	11,96%
De 16 a 30 días	17,83%	20,63%	18,87%	20,96%	16,08%	16,64%	13,37%
De 31 a 90 días	17,15%	29,63%	27,68%	24,74%	28,46%	28,90%	26,68%
Más de 90 días	37,04%	31,03%	34,74%	37,00%	30,34%	31,78%	38,30%
No lo sabe	0,83%	1,36%	0,92%	0,91%	1,16%	0,49%	1,75%

- Los turistas alemanes reservan sus vacaciones en Gran Canaria con una antelación de más de 90 días en el 38,30% de los casos, con lo que mejoran las reservas anticipadas con respecto al año 2011.
- Las reservas entre 31 y 90 días antes son también importantes, con un 26,68%, aunque esta modalidad pierde cierta relevancia con respecto a períodos anteriores.
- Las reservas con 8-15 días de antelación crecen con respecto a 2011, mientras que las reservas de último minuto caen.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Hotel 4*-5*	31,06%	35,96%	35,52%	49,57%	54,95%	52,81%	55,66%
Hotel 1-2-3*	27,14%	28,48%	24,32%	31,91%	32,06%	25,27%	23,22%
Extrahotelero	28,77%	30,95%	34,54%	15,75%	10,43%	19,23%	17,16%
Vivienda propia/amigos o familiares	8,77%	3,02%	4,10%	2,31%	1,75%	1,86%	3,72%
Otros alojamientos	4,26%	1,59%	1,52%	0,47%	0,82%	0,83%	0,24%

-Crece el porcentaje de alemanes que se hospedan en hoteles de 4 y 5 estrellas, situándose en el 55,66%, logrando estos establecimientos la mayor cuota de mercado desde 2006.

- Las estancias en hoteles de menor categoría cae, en una clara tendencia negativa desde 2010.

- Tras repuntar en 2011, la cuota de mercado de los establecimientos extrahoteleros para el mercado alemán cae, habiendo perdido la mitad de su cuota respecto a 2008.

- Aumenta el porcentaje de alemanes que se hospeda en casas de amigos o familiares.

GASTO TURÍSTICO

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Total (Origen + Gran Canaria)	958,43	939,41	1.061,00	1.108,07	1.177,38	1.126,17	1.236,15
En origen	672,02	651,17	748,48	827,09	891,13	844,12	923,26
En Gran Canaria	286,41	288,23	312,52	280,98	286,25	282,05	312,89
Extras alojamiento	8,70	15,19	32,47	40,15	34,73	24,26	30,24
Transporte público	20,09	16,78	16,74	12,86	12,74	12,17	12,74
Alquiler de vehículos	13,09	15,05	16,36	9,70	13,34	12,61	10,10
Compras alimenticias	42,18	32,91	46,96	32,20	38,35	48,55	58,64
Restaurantes	83,26	85,64	72,02	52,07	54,75	56,88	55,41
Souvenirs	30,62	29,83	43,28	36,29	58,29	54,21	59,89
Ocio	65,82	61,65	59,26	60,72	54,86	46,48	56,47
Otros conceptos	22,64	31,19	25,44	36,98	19,18	26,88	29,40

- El gasto total de los turistas alemanes creció un 9,77% con respecto a 2011, situándose en 1.236,15 euros.
- Como novedad con respecto a períodos anteriores, este incremento fue relativamente más alto en destino (+10,93%) que en origen (9,38%).
- En Gran Canaria, aumentó el gasto en extras de alojamiento, transporte público, compras alimenticias, souvenirs, ocio y otros conceptos; mientras que descendió en alquiler de vehículos y restauración.
- Los restaurantes dejan de ser la partida de gasto en destino más relevante, siendo sobrepasados por el gasto en souvenirs, en compras alimenticias y en ocio (creciendo estas dos últimas 10 euros con respecto a 2011).

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Total (Origen + Gran Canaria)	91,33	95,96	106,50	113,18	115,53	117,32	123,87
En origen	63,94	67,40	75,67	84,51	88,05	87,94	94,13
En Gran Canaria	27,39	28,55	30,83	28,67	27,48	29,38	29,74
Extras alojamiento	1,13	1,31	3,22	4,02	3,42	2,50	3,13
Transporte público	1,95	1,71	1,69	1,34	1,24	1,26	1,30
Alquiler de vehículos	1,24	1,39	1,34	0,98	1,25	1,23	1,05
Compras alimenticias	3,54	3,06	3,95	2,96	3,53	4,96	5,09
Restaurantes	7,57	8,76	7,64	5,36	5,22	5,89	5,16
Souvenirs	3,08	3,00	4,44	3,86	5,43	5,73	5,92
Ocio	6,76	6,77	5,95	6,45	5,62	5,17	5,81
Otros conceptos	2,14	2,56	2,60	3,69	1,78	2,65	2,28

-El gasto total en destino por turista y día se situó en 2012 en 123,87 euros de media, por lo que creció con respecto a 2011 en un 5,58%.

- En este caso, el incremento fue absorbido principalmente en origen (+7,04%), ya que el gasto en Gran Canaria creció sólo un 1,23%, lo que lleva a concluir que el aumento en el gasto medio total por turista es consecuencia fundamentalmente de una mayor estancia media.

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA, POR TIPO DE ALOJAMIENTO. (Euros)

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Total	91,33	95,96	106,50	113,21	115,53	117,32	123,87
Hotel 5 estrellas	151,02	179,00	160,51	139,48	153,53	168,10	162,95
Hotel 4 estrellas	103,91	101,21	119,70	125,39	122,05	124,95	132,43
Hotel 1,2,3 estrellas	98,12	99,37	107,21	103,95	108,33	110,89	115,22
Extrahotelero	85,13	86,36	93,53	98,24	94,72	95,52	106,53
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	50,39	66,87	62,45	69,36	55,14	60,54	62,25
Otros	46,58	68,79	112,89	79,95	80,05	62,86	88,16

-El gasto de los turistas hospedados en hoteles de 5 estrellas se redujo en 2012 un 3,06%, situándose en 162,95 euros por término medio.

- Este fue el único dato negativo atendiendo al tipo de alojamiento, ya que en el resto de modalidades creció el gasto medio diario, con especial incidencia en los hoteles de 4 estrellas (+5,99%) y en los establecimientos extrahoteleros (+11,53%).

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA, POR EDAD Y SEXO. (Euros)

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Total	91,33	95,96	106,50	113,21	115,53	117,32	123,87
De 16 a 24 años	90,56	89,37	107,38	112,68	109,80	118,16	116,07
Hombres	99,91	94,61	109,20	119,33	108,56	126,37	121,57
Mujeres	81,59	85,70	105,99	107,79	111,06	113,11	112,94
De 25 a 44 años	101,37	104,74	105,39	112,51	113,87	117,33	126,17
Hombres	106,49	111,59	106,36	117,87	112,91	121,06	131,92
Mujeres	94,30	95,63	104,32	106,79	114,93	113,42	118,89
De 45 a 64 años	98,38	92,16	109,34	114,41	120,05	124,78	127,61
Hombres	99,48	94,10	114,19	118,93	124,68	131,15	124,78
Mujeres	97,32	89,65	103,01	110,78	116,10	118,73	130,84
Mayor de 64 años	47,03	107,39	99,23	116,12	102,15	83,27	93,28
Hombres	73,69	125,45	120,67	105,54	108,41	108,16	93,28
Mujeres	27,69	62,50	84,74	124,38	97,63	65,33	

-El segmento que más gasta atendiendo a la edad, es el de 45-64 años, con un incremento del 2,22% y un gasto medio diario de 127,61 euros. Dentro de este colectivo, las mujeres gastan más por término medio que los hombres, con 131,92 euros de media.

- Un segmento con una tendencia alcista destacable es el de los turistas de 25-44 años, cuyo gasto crece un 7,01% y se acerca al de los turistas de entre 45 y 64 años. Al contrario que en el caso anterior, en este colectivo quienes más gastan son los hombres, con 131,92 euros de media.

ESTANCIA MEDIA

ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012
Alemania	11,84	10,43	10,68	10,27	10,80	10,15	11,01
Total de países	10,03	10,13	9,99	9,72	9,94	9,56	10,31

-La estancia media de los alemanes se sitúa en 2012 en 11,01 días, mostrando un destacado crecimiento con respecto a 2011, con 0,86 días más.

- En comparación con el resto de mercados, se mantiene la situación de períodos anteriores, ya que la estancia media de los turistas alemanes es superior a la media del resto de países en todos los períodos. En 2012 es superior en 0,7 días.