

PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA.

ANUAL. 2011-2014.

ANÁLISIS COMPARATIVO.

ÍNDICE

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	
• EDAD Y SEXO	4
• OCUPACIÓN	5
ANTES DEL VIAJE	
• CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	7
• COMPRA DEL VUELO	8
• COMPRA DEL ALOJAMIENTO	9
• MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO	10
DURANTE LA ESTANCIA	
• TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	12
DESPUÉS DE LA ESTANCIA	
• VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS	14
• SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	15

<p>GASTO TURÍSTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • GASTO TURÍSTICO TOTAL • GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA • GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y NACIONALIDAD • GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y ALOJAMIENTO • GASTO MEDIO SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN • GASTO MEDIO SEGÚN SEXO Y GÉNERO 	<p>17 18 19 20 21 22</p>
<p>TIPO DE GRUPO</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACOMPAÑANTES EN GENERAL • ACOMPAÑADOS POR MENORES 	<p>24 25</p>
<p>NIVEL DE REPETICIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • NÚMERO DE VECES QUE HA VISITADO LA ISLA 	<p>27</p>

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Sexo

	2011	2012	2013	2014
Hombres	56,95%	57,31%	57,42%	57,71%
Mujeres	43,05%	42,69%	42,58%	42,29%

- Los hombres continúan a lo largo de 2014 registrando un mayor número de visitas que las mujeres, sin apenas cambios respecto a 2011.

Edad

	2011	2012	2013	2014
Menor de 15 años	6,97%	6,85%	6,89%	6,60%
De 15 a 24 años	12,07%	12,03%	13,00%	13,53%
De 25 a 44 años	48,04%	48,81%	48,27%	48,71%
De 45 a 64 años	26,50%	26,42%	26,15%	26,00%
De 65 y más años	6,41%	5,88%	5,70%	5,16%

-El grupo comprendido entre los 25 y 44 años de edad es el de mayor presencia en Gran Canaria; además registra un ligero aumento.

- El perfil de 45 a 64 años es el segundo más representativo.

-Los perfiles con porcentajes inferiores son los menores de 15 años, los mayores de 65 años y los que se encuentran entre los 15 y 24 años, anotando este último un ligero incremento en comparación con 2013.

-En la tabla podemos observar cómo el porcentaje de turistas por edades que visita Gran Canaria es muy estable en el tiempo.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Ocupación

	2011	2012	2013	2014
Empresarios	21,05%	20,66%	21,19%	21,20%
Funcionarios o cargos altos/medios	38,50%	38,02%	35,99%	38,88%
Funcionarios o empleados auxiliares	17,27%	19,68%	19,16%	15,63%
Jubilados	9,62%	9,04%	11,00%	9,36%
Estudiantes, amas de casas o parados	13,56%	12,60%	12,65%	14,92%

- El conjunto de turistas empresarios representa el 21,20% de los visitantes en Gran Canaria.
- El grupo de funcionarios o cargos medios altos aumenta su presencia en la isla en tres puntos porcentuales, anotando al cierre de 2014 un 38,88%; sigue siendo el primer grupo.
- Los empleados auxiliares ven acentuada la caída ya observada el año anterior, tras años de tendencia alcista.
- El conjunto formado por estudiantes, amas de casa o parados muestra un crecimiento de dos puntos porcentuales, situándose cómo el segundo grupo con mayor incremento de los observados.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2011	2012	2013	2014
Sólo vuelo	13,07%	10,34%	14,29%	11,13%
Vuelo y alojamiento	27,39%	26,98%	26,62%	25,14%
Vuelo, alojamiento y desayuno	7,82%	7,70%	7,66%	8,04%
Vuelo, alojamiento y media pensión	20,99%	21,04%	18,56%	18,14%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	3,30%	3,30%	3,06%	3,76%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	23,52%	24,64%	20,46%	25,32%
Alojamiento y otros conceptos	0,35%	0,47%	0,48%	0,37%
No procede	3,56%	5,54%	8,87%	8,10%

-La modalidad de “Vuelo+alojamiento”, aunque sigue teniendo una gran importancia, se sitúa en el mínimo del período estudiado y continúa con su tendencia a la baja.

-La opción de “Vuelo+alojamiento+todo incluido” cierra 2014 con un aumento de 4,87 puntos porcentuales, que le lleva a alcanzar el máximo de la serie, situándose como la opción más elegida por los turistas que nos visitan.

-Las categorías “Sólo vuelo” y “Vuelo, alojamiento y media pensión” disminuyen ligeramente en relación al año anterior. Ésta última sigue una tendencia decreciente en todo el período.

-Por otra parte “Vuelo, alojamiento y desayuno” y “Vuelo, alojamiento y pensión completa” obtienen un aumento relativo.

COMPRA DEL VUELO

	2011	2012	2013	2014
A un tour operador	56,50%	51,81%	44,01%	47,34%
A la compañía aérea	17,91%	19,08%	25,08%	23,08%
Agencias de Viajes	16,44%	20,07%	20,20%	19,43%
Portal de Internet	9,16%	9,03%	10,71%	10,15%

-Para los turistas, la compra del vuelo a través de tour operador continúa siendo la primera opción; además este año se produce un aumento de 3,34 puntos en esta categoría, cambiando así la tendencia a la baja que venía soportando desde 2011.

-En segundo lugar, a pesar de una caída de 2,01 puntos porcentuales, se encuentra la compra directa a compañías aéreas.

-Las agencias de viajes disminuyen también su peso relativo, cerrando 2014 con un 19,43%.

-La compra a través de portales de Internet sufre un descenso en relación a 2013.

-En general se aprecia un trasvase desde las 3 categorías restantes hacia la touroperación.

COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2011	2012	2013	2014
A un tour operador	47,98%	46,80%	41,52%	45,03%
Al alojamiento	12,04%	11,87%	14,20%	13,49%
Agencias de Viajes	19,54%	22,06%	21,38%	20,80%
Portal de Internet	12,11%	12,19%	14,62%	13,91%
No le hacía falta	8,33%	7,07%	8,28%	6,77%

-La compra a través de TT.OO es la principal modalidad de elección. Experimenta un incremento en su importancia relativa, que viene dado por las reducciones en las demás categorías. Es la única que aumenta su cuota.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, con valores similares al año precedente, en torno al 21%.

-La compra de alojamiento a portales de Internet y al alojamiento, que habían aumentado su peso relativo en 2013, durante este año decrece. No obstante, mantienen valores superiores a la media.

MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO

TOP 5	2011	2012	2013	2014
1	Clima o Sol	Clima o Sol	Clima o Sol	Clima o Sol
2	Playas	Tranquilidad, descanso y relax	Playas	Playas
3	Tranquilidad, descanso y relax	Playas	Tranquilidad, descanso y relax	Tranquilidad, descanso y relax
4	Paisajes	Precio	Paisajes	Paisajes
5	Precio	Paisajes	Precio	Precio

- En los últimos años los motivos de elección de los turistas que visitan Gran Canaria se han mantenido constantes.
- En primer lugar en todos los años estudiados, se encuentra siempre Clima o Sol.
- Los otros dos motivos, que más influyen a la hora de elegir nuestro destino son: Playas y la tranquilidad, descanso y relax.
- Por último, los paisajes de la isla y el precio son otros de los factores muy importantes.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2011	2012	2013	2014
Hotelero	57,55%	61,10%	55,50%	59,33%
Extrahotelero	31,95%	29,92%	30,10%	28,88%
Viviendas propias y otros alojamientos	10,49%	8,98%	14,40%	11,79%

-Los datos del alojamiento hotelero aumentan y siguen siendo la principal opción de alojamiento; le sigue el alojamiento en establecimientos extrahoteleros, que se sitúa en los valores más bajos desde 2011.

-La modalidad de vivienda propia/amigos o familiares y otros alojamientos disminuye, en línea con la reducción de la compra solamente del billete de avión.

Nota. La metodología del ISTAC ha cambiado, de tal forma que a partir del año 2011 desaparece la distinción entre los establecimientos hoteleros y viviendas propias y otros establecimientos.

DESPUÉS DE LA ESTANCIA

VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2011	2012	2013	2014
1	Clima (8,78)	Clima (8,56)	Clima (8,63)	Clima (8,79)
2	Servicio de taxi (8,45)	Servicio de taxi (8,50)	Servicio de taxi (8,34)	Servicio de taxi (8,45)
3	Hospitalidad (8,27)	Hospitalidad (8,33)	Trato en el alojamiento (8,27)	Hospitalidad (8,41)
4	Zonas de baño (8,22)	Trato en el alojamiento (8,24)	Hospitalidad (8,23)	Trato en el alojamiento (8,36)
5	Paisajes (8,03)	Zonas de baño (8,24)	Zonas de baño(8,21)	Zonas de baño (8,00)
Valoración media del destino	7,80	7,79	7,78	7,88

- La media del destino registra en 2014 una valoración en aspectos y servicios, máxima en el período, 7,88 puntos, por lo que aumenta en relación con 2013 en 0,10 puntos. Dato positivo para la isla.
- Podemos observar que los aspectos más valorados se repiten a lo largo de los años estudiados, además sus puntuaciones no difieren mucho a lo largo del período, siendo éstas en todos los casos superiores a la media del destino. El clima se sitúa cada año en primer lugar con una puntuación, que en 2014, ha alcanzado su máximo en los años estudiados.
- Seguidamente se encuentran los servicios de taxi, con una media muy cercana a 8,5 durante todos los años.
- Otros factores que valoran muy bien los visitantes son la hospitalidad, el trato en el alojamiento y las zonas de baño, todos ellos por encima de 8 puntos de media en todos los años estudiados.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

AÑOS	2011	2012	2013	2014
Muy buena/Buena	92,05%	91,28%	92,02%	93,20%
Normal	7,28%	7,81%	7,15%	6,40%
Mala/Muy mala	0,67%	0,91%	0,83%	0,40%

- En esta tabla observamos, cómo la satisfacción del cliente que visita Gran Canaria es en su amplia mayoría muy buena o buena en cada uno los períodos.
- Como dato positivo del 2014, se encuentra en un máximo la opción “Muy buena/Buena” y al contrario pasa con “Mala/Muy mala”, que se encuentra en el mínimo de los últimos 4 años, al igual que “Normal”.

GASTO TURÍSTICO

GASTO TURÍSTICO (€)

Gran Canaria	2013	2014	VAR. TOTAL	VAR %
Gasto turístico total	3.749.295.598	3.959.354.946	210.059.348	5,60%
Gasto turístico en origen	2.488.268.112	2.670.481.554	182.213.442	7,32%
Gasto turístico en destino	1.261.027.486	1.288.873.393	27.845.907	2,21%

- 2014 ha sido un buen año para el gasto turístico en Gran Canaria, cómo se puede observar en la tabla anterior.
- Tanto el gasto total, cómo en origen y en destino aumentaron en relación con 2013; prestando especial atención al aumento del gasto en destino, la variación se contabilizó en 27,84 millones de euros más, lo que supone un 2,21% más en relación al año anterior.

Gran Canaria	2013	2014	VAR.TOTAL	VAR%
Gasto medio por turista	1.077,88	1.107,26	29,38	2,73%
Gasto medio en origen por turista	707,23	738,25	31,02	4,39%
Gasto medio en destino por turista	370,65	368,41	-2,24	-0,60%

- El gasto medio por turista, aumentó en 2014 en un 2,73%, lo que supone un gasto medio de 1.107,26 euros por turista.
- Si analizamos más pormenorizadamente el dato anterior, observamos cómo el aumento del gasto viene dado por el gasto en origen que incrementó, un 4,39%, mientras que el gasto en destino sufrió una leve caída, -0,60%;

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	2011	2012	2013	2014
Total (Origen + Gran Canaria)	123,78	129,92	129,47	130,61
En origen	83,56	88,98	85,75	89,10
En Gran Canaria	40,22	40,94	43,72	41,51
Extras alojamiento	3,35	3,75	5,04	5,01
Transporte público	2,35	2,05	2,47	2,03
Alquiler de vehículos	1,23	1,19	1,16	1,18
Compras alimenticias	7,07	7,46	9,28	10,13
Restaurantes	11,54	11,81	11,87	10,38
Souvenirs	7,09	7,18	8,27	7,21
Ocio	4,64	4,77	3,92	3,90
Otros conceptos	2,95	2,72	1,69	1,66

-El gasto total diario registrado al finalizar el año 2014 se sitúa en 130,61 euros, coincidiendo prácticamente con el de 2013.

-El gasto en el país de origen aumenta considerablemente y el gasto durante la estancia en la isla disminuye, produciéndose un cambio en la tendencia alcista de los últimos dos períodos. A pesar de esto el gasto durante la estancia sigue siendo superior al registrado en el año 2012.

-De los gastos totales en Gran Canaria, a excepción del gasto en alquiler de vehículos y compras alimenticias, que presentan incrementos, todos experimentan reducciones con respecto a 2013. La mayor disminución la anotaron los restaurantes, seguido de los souvenirs.

Nota. El gasto en Gran Canaria es el sumatorio de los gastos en alojamiento, transporte, alimentación, compras alimenticias, restaurantes, souvenirs, ocio y otros conceptos.

GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA. (Euros)

	2011	2012	2013	2014
Total	1.044,40	1.094,46	1.078,76	1.107,26
Alemania	1.177,05	1.229,05	1.265,95	1.289,14
España	766,55	679,81	705,99	746,45
Holanda	1.038,27	1.127,74	1.026,11	1.028,16
Países Nórdicos	1.140,92	1.167,59	1.121,60	1.141,84
Reino Unido	835,12	961,51	941,35	989,75
Otros países	1.151,84	1.193,64	1.189,38	1.216,74

- Los turistas alemanes incrementan su gasto total hasta cifrar los 1.289,14 euros en 2014, manteniendo así la tendencia alcista y superando el promedio, además se sitúa en el máximo del período analizado.
- Los Países Nórdicos, después de 3 años consecutivos de caídas interanuales, cambian la dinámica y durante el 2014 logran un aumento de 20 euros por persona.
- Por su parte, los visitantes nacionales aumentan su gasto por segundo año consecutivo.
- Los holandeses anotan un ligero aumento en su gasto, aunque se encuentran por debajo de la media total, mientras que los visitantes de Otros países, quienes también experimentan incrementos con respecto a 2013, superan el promedio general del destino.
- Por último, Reino Unido alcanza el mayor dato de gasto del período estudiado, con un aumento de 48 euros por turista.

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

	2011	2012	2013	2014
Total	1.044,40	1.094,46	1.077,88	1.107,26
Hotel 5 estrellas	1.354,93	1.315,29	1.382,59	1.466,22
Hotel 4 estrellas	1.124,83	1.198,01	1.148,47	1.179,03
Hotel 1,2,3 estrellas	959,38	981,45	993,56	1.019,18
Extrahotelero	1.034,88	1.084,88	1.126,16	1.095,85
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	709,09	765,56	706,57	727,23
Otros	1.059,28	1.065,44	995,78	1.139,87

-En los establecimientos hoteleros se realiza un mayor gasto, destacando los hoteles de 5 estrellas, los cuales con 1.466,22 euros de media son los que proporcionan un mayor gasto medio, además este año alcanzan el máximo del período.

-Los hoteles de 4 estrellas sufren un ligero aumento al igual que los hoteles de inferior categoría, éstos últimos con 1.019,18 euros de media, también alcanza su mayor gasto del período.

-Los extrahoteleros, por su parte, sufren una disminución en relación a 2013, pero se sitúan por encima de la media del período en esta categoría.

-Para finalizar, podemos observar cómo las categorías vivienda propia o casa de amigos/familiares y Otros obtienen un aumento considerable.

GASTO MEDIO TOTAL, SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN. (Euros)

	2011	2012	2013	2014
Total	1.044,40	1.094,46	1.078,76	1.107,26
Sólo vuelo	925,16	883,03	882,7	927,72
Vuelo y alojamiento	1.050,87	1.123,34	1.163,47	1.141,70
Vuelo, alojamiento y desayuno	1.115,92	1.247,73	1.258,90	1.229,33
Vuelo, alojamiento y media pensión	1.209,46	1.297,29	1.367,01	1.359,17
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1.109,37	1.239,87	1.228,27	1.270,84
Vuelo, alojamiento y todo incluido	1.039,54	1.100,05	1.099,02	1.148,98

- El mayor gasto total corresponde a los turistas que han elegido la modalidad de “Vuelo+alojamiento+media pensión”, aunque este año sufre una ligera disminución.
- Los paquetes de “Vuelo+alojamiento” y “Vuelo, alojamiento y desayuno” también sufren caídas.
- “Vuelo, alojamiento y todo incluido” y “Vuelo, alojamiento y pensión completa” son las categorías que obtienen mayores incrementos, en comparación al año anterior.
- La categoría de “Solo vuelo” registra el menor gasto total, debido a que la mayoría posee una vivienda en propiedad o de familiares y amigos, aunque en este año obtiene un aumento importante.

GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN EDAD Y GÉNERO. (Euros)

	2011	2012	2013	2014
Total	1.044,40	1.094,46	1.077,88	1.107,26
De 16 a 24 años	868,35	871,83	866,64	927,22
Hombres	1.001,17	917,99	864,65	1.012,92
Mujeres	791,27	837,89	868,16	857,07
De 25 a 44 años	944,88	999,59	964,29	999,72
Hombres	973,08	1.019,43	970,25	1.040,76
Mujeres	917,70	978,96	957,42	955,21
De 45 a 64 años	1.161,48	1.212,28	1.205,09	1.189,51
Hombres	1.201,61	1.237,33	1.268,70	1.231,48
Mujeres	1.125,25	1.187,88	1.141,27	1.148,19
Mayor de 64 años	1.297,25	1.400,45	1.438,58	1.408,01
Hombres	1.396,25	1.386,70	1.494,39	1.428,85
Mujeres	1.198,96	1.413,84	1.380,43	1.387,96

-El gasto total aumenta ligeramente y actualmente se encuentra en el máximo desde 2011.

-El grupo de edad de mayor gasto es el de los visitantes de mayor de 64 años, seguido por el colectivo de 45 a 64 años, aunque ambos grupos sufren caídas durante este año.

-Los grupos de 16 a 24 años y de 25 a 44 años, a pesar de situarse por detrás de los mencionados anteriormente, aumentan su gastos diarios hasta situarse en el máximo del período analizado en ambos grupos.

- En la totalidad de los grupos, el gasto medio total de los hombres supera al registrado por las mujeres.

TIPO DE GRUPO

ACOMPAÑANTES EN GENERAL

	2011	2012	2013	2014
Acompañados por la pareja	60,02%	59,43%	57,67%	59,48%
Acompañados por hijos	18,36%	18,82%	19,75%	19,68%
Acompañados por otros familiares	9,70%	10,19%	10,25%	10,12%
Acompañados por amigos	11,09%	10,49%	10,96%	9,80%
Acompañados por otros	0,82%	1,06%	1,37%	0,91%

-Los turistas acompañados por sus parejas continúan siendo el grupo más significativo; además registran un aumento de la importancia relativa.

-Los visitantes acompañados por sus hijos sufren un ligero retroceso, después de varios años de incrementos.

-Aquellos que visitan la isla junto a familiares, amigos y otros, también disminuyen en comparación con el mismo período del año anterior.

ACOMPAÑADOS POR MENORES

	2011	2012	2013	2014
Acompañados de menores 0-2 años	1,11%	1,48%	1,02%	1,00%
Acompañados de menores 2-12 años	12,44%	13,17%	13,64%	13,12%
Acompañados de menores de 0-2 años y 2-12 años	1,03%	1,07%	0,82%	0,82%
No están acompañados por menores	85,43%	84,28%	84,52%	85,06%

-Un porcentaje muy elevado de los visitantes que vienen a la isla, no vienen acompañados por menores, siendo el porcentaje en 2014 muy similar al del año anterior.

-De los turistas que sí visitan la isla con menores de 13 años, el porcentaje más importante lo anotan los acompañantes de edades comprendidas entre 2-12 años.

NIVEL DE REPETICIÓN

NÚMERO DE VECES QUE HA VISITADO LA ISLA

	2011	2012	2013	2014
Sí, sin especificar el número de veces	6,17%	7,64%	9,65%	10,32%
Sí, una vez	15,13%	14,91%	13,82%	14,18%
Sí, dos veces	10,48%	10,74%	9,91%	10,57%
Sí, tres veces	7,58%	7,77%	7,61%	7,72%
Sí, más de tres veces	36,34%	35,33%	35,84%	34,72%
No han estado	23,99%	23,26%	22,04%	22,42%

-Los visitantes de la isla, en su gran mayoría han estado en Gran Canaria anteriormente, ésto significa que los visitantes que conocen la isla repiten la experiencia. Es un resultado de un alto nivel de satisfacción y fidelización.

-Los visitantes que han estado en la isla con anterioridad más de tres veces, anotan el porcentaje más elevado de todas las modalidades, aunque durante este año sufren una caída leve en relación a 2013.

-En la segunda categoría, se encuentran los que han visitado la isla una vez, además este año obtiene un aumento.

-La categoría de visitantes, que no han estado en 2013 muestra un aumento, pero se sitúa en el segundo valor más bajo desde 2011 y similar al del año anterior.