# PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO EN GRAN CANARIA

# 2006-2011

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 2011. 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
Patronato de Turismo de Gran Canaria

ÍNDICE


| | |
|---|---|
| PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO | 4 |
| •EDAD Y SEXO | 4 |
| •OCUPACIÓN | 5 |
| ANTES DEL VIAJE | 6 |
| •CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN | 7 |
| •CANALA DE COMPRA DEL VUELO | 8 |
| •CANALA DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO | 9 |
| DURANTE LA ESTANCIA | 10 |
| •TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO | 11 |
| GASTOS TURÍSTICO | 12 |
| •GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA | 13 |
| •GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA | 14 |
| •GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA , POR ALOJAMIENTO | 15 |
| •GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA, POR EDAD Y SEXO | 16 |


ÍNDICE


| | |
|---|---|
| •**ESTANCIA MEDIA** | 17 |
| •ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA | 18 |

# PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

## SEXO

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Hombres | 53,20% | 45,39% | 48,30% | 48,66% | 42,93% | 43,33% |
| Mujeres | 46,80% | 54,61% | 51,70% | 51,34% | 57,07% | 56,67% |

En el perfil demográfico las mujeres vistan más la Isla que los hombres estando un 13% los hombres por debajo de las mujeres.

Aunque los hombres no destacan más que las mujeres en el perfil de visitas, se ve un aumento de sus visitas, comparado con la caída que tuvo en el 2011

## EDAD

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| De 15 a 24 años | 9,89% | 11,59% | 8,76% | 8,14% | 8,71% | 12,56% |
| De 25 a 44 años | 28,72% | 27,69% | 30,74% | 33,02% | 33,84% | 40,15% |
| De 45 a 64 años | 46,02% | 39,73% | 43,43% | 44,22% | 42,28% | 35,21% |
| De 65 y más años | 15,37% | 20,99% | 17,07% | 14,62% | 15,17% | 12,08% |

Para el 2011 se observa que el mayor número de turistas está entre las edades de 25 a 44 años con un aumento de 6,52% comparado con el año anterior.

En segundo logar están las edades de 45 a 64 años que presento una caída considerable comparado con los últimos años.

El 25% de las edades corresponden a los de 15 a 24 y de 65 a más años, los mayores caen en el 2011 y los jóvenes presentan incremento.

# PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

## OCUPACIÓN

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Empresarios | 16,43% | 17,12% | 15,52% | 15,20% | 16,12% | 15,48% |
| Funcionarios o cargos altos/medios | 31,32% | 31,84% | 38,54% | 41,58% | 36,49% | 35,72% |
| Funcionarios o empleados auxiliares | 16,66% | 12,91% | 14,91% | 16,21% | 18,39% | 22,15% |
| Jubilados | 26,51% | 29,21% | 23,21% | 19,88% | 20,94% | 16,96% |
| Estudiantes, amas de casas o parados | 9,08% | 8,93% | 7,81% | 7,13% | 8,05% | 9,69% |

Los funcionarios o cargos altos/medios se mantienen estables y son los más destacados en el perfil sociodemográfico de los turistas.

En segundo lugar tenemos a los funcionarios o empleados auxiliares que presentan un aumento para 2011.

Los empresarios se mantienen estables pero comparados con el 2010 presentan una caída de 0,56 puntos.

Los jubilados se vieron también afectados en este perfil, pasando del 21,07% al 16,97%

Estudiantes, amas de casa o parados comparados con el 2010 mostraron aumentos, y comparados con el resto de años anteriores alcanzan su máximo.

# ANTES DEL VIAJE

# CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sólo vuelo | 12,88% | 15,44% | 12,88% | 11,21% | 12,85% | 13,14% |
| Vuelo y alojamiento | 70,12% | 67,14% | 63,46% | 58,05% | 51,66% | 45,12% |
| Vuelo, alojamiento y desayuno | 7,68% | 9,07% | 10,53% | 14,59% | 14,65% | 14,26% |
| Vuelo, alojamiento y media pensión | 5,04% | 2,64% | 5,20% | 5,15% | 6,83% | 6,69% |
| Vuelo, alojamiento y pensión completa | 0,81% | 0,48% | 0,80% | 1,76% | 1,02% | 2,10% |
| Vuelo y alojamiento y todo incluido | 3,44% | 4,28% | 6,45% | 8,91% | 12,57% | 18,56% |

Los nórdicos en origen contratan evidentemente solo vuelo y alojamiento, aunque para 2011 presencian una caída, lo que no le sucede a la modalidad del todo incluido y pensión completa que están en crecimiento, viéndose el 2011 como un año record de esta modalidad.

Por su parte solo vuelo, media pensión y alojamiento y desayuno se mantienen estables.

# CANAL DE COMPRA DEL VUELO

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| A un tour operador | 58,71% | 64,97% | 64,18% | 69,29% | 70,89% | 72,65% |
| A la compañía aérea | 26,93% | 25,26% | 24,49% | 22,11% | 20,37% | 18,25% |
| Agencias de Viajes | 12,02% | 7,92% | 7,89% | 4,62% | 3,63% | 3,48% |
| Portal de Internet | 2,34% | 1,85% | 3,44% | 3,98% | 5,11% | 5,62% |

La compra al Tour Operador sigue estando en primer lugar, siendo el de preferencia por el turista nórdico, con un nivel histórico en 2011.

En segundo lugar están las compañías aéreas, sin embargo el 2011 tuvieron una caída 2,25 puntos comparado con el 2010.

Están perdiendo posicionamiento las agencias de viajes los últimos años, se mantuvo estable los últimos tres años pero es evidente que los nórdicos cada vez mas escogen menos las agencias de viajes al momento de comprar.

La modalidad de portales de Internet están en continuo crecimiento, comparado con los años anteriores, aunque a niveles aún reducidos.

# CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| A un tour operador | 55,52% | 56,44% | 58,94% | 64,64% | 63,99% | 67,45% |
| Al alojamiento | 23,78% | 24,72% | 21,20% | 17,89% | 15,75% | 13,92% |
| Agencias de Viajes | 10,95% | 6,69% | 8,79% | 6,42% | 4,75% | 3,84% |
| Portal de Internet | 3,06% | 3,98% | 4,17% | 5,21% | 7,60% | 6,12% |

El canal de compra preferente por los nórdicos es el Tour Operador y está aumentando, terminando el 2011 con un 66,09% y un crecimiento comparado con el 2010 de 3.75 puntos.

Sigue cayendo la compra directamente al alojamiento, junto con las agencias de viajes.

El canal de compra Internet esta al alza como tendencia, pero en 2011 cayo comparado con 2010.

# DURANTE LA ESTANCIA

# TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Hotel 4*-5* | 9,27% | 7,67% | 10,75% | 17,74% | 24,13% | 21,66% |
| Hotel 1-2-3* | 12,68% | 16,56% | 13,68% | 17,54% | 16,64% | 19,72% |
| Extrahotelero | 67,20% | 62,63% | 65,03% | 56,78% | 50,06% | 49,91% |
| Vivienda propia/amigos o familiares | 4,89% | 7,30% | 6,62% | 3,90% | 5,16% | 5,83% |
| Otros alojamientos | 5,96% | 5,85% | 3,92% | 4,04% | 4,01% | 2,87% |

La preferencia de los Nórdicos esta en el alojamiento extrahotelero, aunque en el 2011 presenta una disminución u su cuota es la menor de su periodo.

Los hoteles de 1 a 5* solo representan el 41% como preferencia de los Nórdicos, presentando una caída los 4 y 5* y un crecimiento los 1-2-3*.

Se mantienen estables las viviendas propias/amigos o familiares.

# GASTO TURÍSTICO

## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Total** (Origen + Gran Canaria) | **992,18** | **1165,68** | **1061,79** | **1122,94** | **1183,61** | **1142,70** |
| En origen | 538,89 | 633,10 | 647,93 | 696,39 | 765,24 | 733,85 |
| **En Gran Canaria** | **453,29** | **532,58** | **413,86** | **426,55** | **418,37** | **408,85** |
| Extras alojamiento | 29,44 | 85,77 | 18,44 | 31,85 | 36,49 | 26,94 |
| Transporte público | 35,24 | 32,72 | 22,08 | 24,56 | 21,72 | 21,17 |
| Alquiler de vehículos | 12,48 | 11,38 | 10,04 | 8,82 | 9,94 | 8,31 |
| Compras alimenticias | 99,11 | 99,31 | 92,25 | 78,74 | 100,44 | 97,93 |
| Restaurantes | 162,89 | 181,48 | 167,90 | 174,74 | 143,13 | 123,76 |
| Souvenirs | 43,95 | 46,02 | 39,88 | 46,53 | 49,89 | 52,03 |
| Ocio | 41,39 | 42,15 | 38,28 | 36,50 | 33,46 | 37,58 |
| Otros conceptos | 28,79 | 33,75 | 24,99 | 24,82 | 23,31 | 41,13 |

Analizando el gasto medio de los nórdicos se evidencia que gastan más en origen pero en 2011 cae por primera vez en años, mientras que en Gran Canaria el gasto se mantiene ligeramente bajo.

Disminuyen, las compras alimenticias, los restaurantes, el alquiler de vehículos y los extra alojamiento.

El transporte se mantiene estable.

Están en continuo crecimiento los Souvenirs y el Ocio.

El gasto total del 2011 comparado con el 2010 cae.

## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Total** (Origen + Gran Canaria) | **106,23** | **111,68** | **115,73** | **120,46** | **126,57** | **126,25** |
| En origen | 60,56 | 66,63 | 72,75 | 77,46 | 85,67 | 84,41 |
| **En Gran Canaria** | **45,67** | **45,04** | **42,98** | **43,00** | **40,90** | **41,85** |
| Extras alojamiento | 1,41 | 2,44 | 1,66 | 2,64 | 2,47 | 2,27 |
| Transporte público | 3,57 | 3,06 | 2,30 | 2,39 | 2,34 | 2,12 |
| Alquiler de vehículos | 1,25 | 0,95 | 0,97 | 0,91 | 1,01 | 0,84 |
| Compras alimenticias | 9,30 | 8,74 | 8,92 | 7,52 | 8,50 | 9,62 |
| Restaurantes | 17,77 | 18,26 | 17,90 | 18,20 | 15,38 | 13,57 |
| Souvenirs | 4,88 | 4,91 | 4,51 | 4,82 | 5,57 | 6,10 |
| Ocio | 4,74 | 4,11 | 4,27 | 3,94 | 3,48 | 4,07 |
| Otros conceptos | 2,74 | 2,58 | 2,45 | 2,59 | 2,14 | 3,25 |

Como se evidencia en la tabla anterior los nórdicos gastan más en origen; aunque el gasto cae comprado con 2010 en Gran Canaria se mantiene estable, aunque comparado con 2010 se observa un crecimiento del 0,93%, tres años de caída.

El gasto por persona día en Ocio y compras alimenticias permanece estable y mostrando un incremento frente al año anterior.

Cae el gasto en alquiler de vehículos, transporte público y extra alojamiento, aunque el gasto de alquiler de vehículos

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

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Total** | **106,23** | **111,68** | **115,73** | **120,46** | **126,57** | **126,25** |
| Hotel 5 estrellas | 131,89 | 157,41 | 195,58 | 179,41 | 188,27 | 183,14 |
| Hotel 4 estrellas | 130,49 | 153,51 | 143,00 | 156,18 | 160,49 | 152,60 |
| Hotel 1,2,3 estrellas | 116,87 | 112,62 | 125,22 | 126,08 | 130,19 | 127,46 |
| Extrahotelero | 104,52 | 113,27 | 114,10 | 111,98 | 116,57 | 119,79 |
| Vivienda propia o casa de amigos/familiares | 75,65 | 74,45 | 73,81 | 75,19 | 70,92 | 76,33 |
| Otros | 89,94 | 83,00 | 89,56 | 95,71 | 88,20 | 107,14 |

El mayor gasto se realiza en los hoteles de 5*, aunque cae en 2011, mostrándose 2010 con los valores mas altos.

En segundo lugar están los hoteles de 4* que en valores están más altos que los de 1,2,3*, pero en el 2011 cayeron en cifras, pasándole lo mismo a los hoteles de menos estrellas, sin embargo la caída es pequeña en estos últimos establecimientos.

Extrahotelero disminuye también para el 2011, aunque ligeramente.

Crecen vivienda propia o casa de amigos/familiares comparado con el 2010.

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

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Total** | **992,18** | **1.165,68** | **1.061,79** | **1.122,94** | **1.183,61** | **1.142,70** |
| **De 16 a 24 años** | **864,69** | **761,05** | **853,68** | **928,68** | **914,58** | **948,86** |
| Hombres | 749,47 | 624,66 | 880,87 | 1.055,17 | 1.079,95 | 1.209,98 |
| Mujeres | 963,26 | 861,82 | 829,90 | 840,89 | 828,57 | 836,13 |
| **De 25 a 44 años** | **883,79** | **987,08** | **953,70** | **1.028,76** | **1.004,39** | **1.028,32** |
| Hombres | 914,30 | 1.025,56 | 951,35 | 1.046,91 | 1.027,84 | 1.062,32 |
| Mujeres | 844,79 | 950,37 | 956,16 | 1.011,88 | 987,43 | 999,56 |
| **De 45 a 64 años** | **1.037,70** | **1.299,73** | **1.114,78** | **1.163,76** | **1.241,62** | **1.252,76** |
| Hombres | 1.010,80 | 1.248,15 | 1.155,33 | 1.177,25 | 1.285,57 | 1.302,10 |
| Mujeres | 1.066,50 | 1.347,91 | 1.075,95 | 1.150,10 | 1.206,02 | 1.215,62 |
| **Mayor de 64 años** | **1.140,48** | **1.371,04** | **1.228,44** | **1.320,46** | **1.576,28** | **1.403,60** |
| Hombres | 1.161,47 | 1.492,58 | 1.305,85 | 1.327,57 | 1.441,08 | 1.548,36 |
| Mujeres | 1.112,86 | 1.299,81 | 1.171,85 | 1.313,62 | 1.686,86 | 1.259,76 |

Los nórdicos hombres mayores de 64 años son los que màs gastan.

En segundo lugar los hombres de 45 a 64 años y en tercer lugar los hombres entre 16 y 24 años.

Entre las mujeres que más gastan están en primer lugar las mayores de 64 años.

En segundo lugar las de 45 a 64 años y en tercer lugar las de 25 a 44 años.

Sobre 2010 crecen todas las edades, excepto mayores de 64.

# TIPO DE GRUPO

## ACOMPAÑANTES EN GENERAL

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Acompañados por la pareja | | | | 65,45% | 67,62% | 67,18% |
| Acompañados por hijos | | | | 18,12% | 20,55% | 20,45% |
| Acompañados por otros familiares | | | | 10,35% | 10,12% | 10,86% |
| Acompañados por amigos | | | | 15,34% | 11,22% | 12,33% |
| Acompañados por otros | | | | 1,50% | 1,17% | 0,98% |

## ACOMPAÑADOS POR MENORES

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Acompañados de menores 0-2 años | 1,73% | 0,86% | 0,99% | 0,93% | 1,17% | 1,09% |
| Acompañados de menores 2-12 años | 6,52% | 5,62% | 8,11% | 6,45% | 6,97% | 8,86% |
| Acompañados de menores de 0-2 años y 2-12 años | 0,65% | 0,34% | 0,23% | 0,34% | 0,28% | 0,34% |
| No están acompañados por menores | 91,75% | 93,52% | 90,89% | 92,62% | 91,86% | 90,05% |

# ESTANCIA MEDIA

## ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

| | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Países Nórdicos** | **11,03** | **12,31** | **10,28** | **10,50** | **10,99** | **10,70** |
| Dinamarca | 9,06 | 9,24 | 9,34 | 9,00 | 8,45 | 8,97 |
| Finlandia | 10,10 | 11,80 | 9,42 | 10,44 | 9,07 | 9,26 |
| Noruega | 12,75 | 13,68 | 11,25 | 12,28 | 14,25 | 13,42 |
| Suecia | 11,39 | 13,00 | 10,34 | 9,34 | 9,88 | 9,34 |
| **Total de países** | **10,62** | **10,43** | **9,97** | **9,59** | **9,62** | **9,63** |

El primer lugar de países nórdicos por estancia media lo ocupa Noruega, aunque para el 2011 presenta una disminución en su visita, viéndose el incremento en Dinamarca.

En segundo lugar esta Suecia, que también presenta para el 2011 una reducción en su tiempo medio de visita.

En tercer lugar Finlandia, que para el 2011 aumentó en el numero de turistas en la Isla y en su estancia promedio

El cuarto lugar está Dinamarca que también mejora el nivel medios de días.