

# PERFIL DEL TURISTA BRITÁNICO EN GRAN CANARIA

2006-2011

	ÍNDICE		ÍNDICE
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	4	•ESTANCIA MEDIA	17
•EDAD Y SEXO	4	•ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA	18
•OCUPACIÓN	5		
ANTES DEL VIAJE	6		
•CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	7		
•CANAL DE COMPRA DEL VUELO	8		
•CANAL 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		

# PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

SEXO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hombres	50,94%	46,56%	46,57%	46,86%	45,21%	44,11%
Mujeres	49,06%	53,44%	53,43%	53,14%	54,79%	55,89%

De acuerdo a la Encuesta de Gasto Turístico (EGT), en los últimos años se observa una tendencia al alza de la proporción de mujeres entre los turistas británicos que visitan nuestra Isla.

En comparación con la proporción registrada para el total de turistas, observamos que en el caso de los británicos, existe una mayor proporción de mujeres (55,7% frente a 52,8%, en 2011).

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
De 15 a 24 años	15,61%	14,96%	13,43%	12,45%	13,68%	14,08%
De 25 a 44 años	34,08%	34,40%	33,65%	35,65%	43,86%	50,55%
De 45 a 64 años	40,32%	40,00%	40,27%	38,60%	35,56%	28,55%
De 65 y más años	9,98%	10,64%	12,66%	13,31%	6,90%	6,81%

EDAD

En cuanto a la edad, destaca el notable rejuvenecimiento de los turistas, dónde ganan mayor peso aquellos entre 25 y 44 años, en detrimento de los mayores. Los más jóvenes presentan una relación más constante.

Este fenómeno se produce también para el conjunto de turistas llegados, aunque en el caso británico está aún más acentuado, fundamentalmente en los mayores de 65, donde su proporción se encuentra 3 puntos porcentuales debajo de la media.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

## OCUPACIÓN

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Empresarios	27,85%	27,16%	28,22%	27,94%	32,83%	30,69%
Funcionarios o cargos altos/medios	24,39%	25,62%	24,57%	24,88%	27,68%	30,26%
Funcionarios o empleados auxiliares	19,18%	18,97%	17,89%	17,54%	18,56%	21,13%
Jubilados	18,40%	19,09%	20,11%	21,20%	13,76%	11,37%
Estudiantes, amas de casas o parados	10,17%	9,17%	9,20%	8,44%	7,17%	6,55%

En línea con lo observado anteriormente, es destacable el descenso de jubilados que se ha producido en los dos últimos años.

Por su parte, cobran mayor protagonismo aquellas personas que ocupan puestos de mayor jerarquía, en consonancia con los resultados obtenidos en la edad del turista.

# ANTES DEL VIAJE

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Sólo vuelo	13,13%	13,87%	11,38%	9,65%	9,99%	11,71%
Vuelo y alojamiento	54,43%	45,05%	47,46%	38,22%	38,56%	34,32%
Vuelo, alojamiento y desayuno	2,48%	2,84%	3,41%	3,60%	3,86%	4,25%
Vuelo, alojamiento y media pensión	16,35%	19,43%	16,78%	18,35%	13,67%	14,37%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	2,85%	2,79%	2,89%	3,95%	2,25%	1,66%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	10,75%	12,08%	13,57%	21,55%	30,45%	33,36%

A simple vista, destaca el importante aumento del paquete Todo Incluido, que se ha triplicado en sólo 5 años, comportamiento similar al experimentado para el total de turistas.

En la situación opuesta, se encuentra el paquete “Vuelo+alojamiento”, que presenta una tendencia negativa constante, pasando de ser el combo principal por excelencia a un producto en decadencia.

## CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A un tour operador	47,13%	55,05%	57,10%	63,09%	66,20%	64,30%
A la compañía aérea	24,33%	23,20%	27,00%	24,35%	23,90%	22,84%
Agencias de Viajes	23,75%	16,28%	11,12%	8,41%	5,43%	6,12%
Portal de Internet	4,79%	5,48%	4,78%	4,15%	4,47%	6,74%

Es considerable la pérdida de cuota de mercado por parte de las Agencias de Viajes, pasando del 23,16% en 2006 sólo casi un 6% en 2011. Esta cuota se traslada principalmente a los touroperadores, que tienen un peso muy importante dentro del mercado británico.

Los portales de internet siguen teniendo una participación moderada.



## CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
A un tour operador	41,12%	43,73%	49,13%	53,91%	55,06%	54,33%
Al alojamiento	25,63%	24,47%	26,73%	23,12%	20,82%	18,45%
Agencias de Viajes	21,97%	17,74%	12,76%	11,26%	8,66%	8,72%
Portal de Internet	5,58%	6,70%	6,76%	7,02%	9,82%	10,67%

En cuanto al canal de compra del alojamiento, observamos un comportamiento similar a lo que ocurre en los vuelos. Los touroperadores se asientan como el principal canal de compra, superando el 53% de la cuota de mercado, a medida que las compras directas al alojamiento y las agencias de viajes, pierden protagonismo.

La mayor penetración de internet en los hogares, afecta directamente al aumento en la utilización de los portales de internet para la adquisición del alojamiento, duplicando su cuota de mercado en sólo 5 años.

## DURANTE LA ESTANCIA

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Hotel 4*-5*	23,28%	26,51%	26,50%	36,12%	34,44%	35,11%
Hotel 1-2-3*	7,68%	9,90%	7,12%	11,68%	17,28%	18,22%
Extrahotelero	51,73%	45,92%	50,19%	38,09%	39,08%	35,63%
Vivienda propia/amigos o familiares	3,40%	3,94%	3,25%	2,56%	3,74%	5,70%
Otros alojamientos	13,92%	13,73%	12,94%	11,56%	5,45%	5,34%

Refiriéndonos a la elección del alojamiento, es notable el crecimiento experimentado por los hoteles , que aglutinan a más del 53% de los británicos alojados. Los hoteles de 4 y 5 estrellas, en particular, se han situado al mismo nivel que los extrahoteleros, siendo la primera opción más elegida.

Precisamente, el alojamiento extrahotelero ve mermada su participación como consecuencia directa de la pérdida de camas de este tipo en los últimos años. En 2006, más de 371 mil turistas británicos eligieron un establecimiento extrahotelero como alojamiento; en 2011, esta misma cifra fue de 193 mil.

# GASTO TURÍSTICO

## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	<b>851,15</b>	<b>864,84</b>	<b>868,09</b>	<b>835,19</b>	<b>872,34</b>	<b>839,59</b>
En origen	498,53	506,13	534,80	544,36	579,74	559,14
<b>En Gran Canaria</b>	<b>352,63</b>	<b>358,71</b>	<b>333,29</b>	<b>290,82</b>	<b>292,60</b>	<b>280,44</b>
Extras alojamiento	15,30	20,34	19,33	26,11	33,91	16,63
Transporte público	33,56	30,41	22,93	17,56	17,49	14,44
Alquiler de vehículos	7,27	5,86	6,08	5,65	7,81	5,26
Compras alimenticias	55,95	45,51	53,35	45,97	65,66	64,02
Restaurantes	130,43	141,69	123,96	103,19	84,30	82,52
Souvenirs	29,33	29,88	27,33	20,24	28,45	41,87
Ocio	58,41	59,34	58,26	47,36	40,49	38,77
Otros conceptos	22,38	25,67	22,05	24,74	14,59	16,93

El gasto total por turista presenta poca variación en el total del periodo. Sin embargo, no se distribuye de la misma manera en origen que en nuestra Isla, de tal manera que, mientras el gasto en origen crece, el gasto en Gran Canaria desciende paulatinamente.

En un análisis pormenorizado del gasto, observamos que la mayor caída se corresponde con el gasto en restaurantes, que pierde más del 35% durante el periodo. Por su parte, las compras alimenticias presentan un comportamiento irregular.

En el apartado de transporte, visualizamos una tendencia a la baja.

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	<b>96,62</b>	<b>98,89</b>	<b>100,32</b>	<b>97,66</b>	<b>107,13</b>	<b>104,53</b>
En origen	57,31	58,93	61,75	63,90	71,47	69,45
<b>En Gran Canaria</b>	<b>39,31</b>	<b>39,95</b>	<b>38,57</b>	<b>33,76</b>	<b>35,66</b>	<b>35,08</b>
Extras alojamiento	1,62	2,12	2,17	2,78	3,93	2,05
Transporte público	3,75	3,45	2,63	2,09	2,29	1,92
Alquiler de vehículos	0,78	0,66	0,66	0,62	0,81	0,66
Compras alimenticias	5,94	4,90	6,01	5,06	8,27	7,97
Restaurantes	14,53	15,75	14,49	12,35	10,24	10,38
Souvenirs	3,43	3,30	3,15	2,44	3,50	5,16
Ocio	6,79	6,82	7,03	5,71	4,94	4,91
Otros conceptos	2,49	2,96	2,44	2,71	1,71	2,03

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Total</b>	<b>96,62</b>	<b>98,89</b>	<b>100,32</b>	<b>97,66</b>	<b>107,13</b>	<b>104,53</b>
Hotel 5 estrellas	151,25	150,93	169,81	154,51	198,46	156,56
Hotel 4 estrellas	117,09	118,11	127,45	113,62	122,10	121,81
Hotel 1,2,3 estrellas	98,46	99,77	92,76	90,51	102,41	97,21
Extrahotelero	91,19	95,40	93,65	89,69	95,48	95,69
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	65,18	68,24	65,28	58,12	64,04	66,60
Otros	81,78	74,45	74,27	76,04	79,83	81,14

El gasto diario total por persona presenta una tendencia positiva, independientemente del tipo de alojamiento escogido. A pesar de ello, entre los distintos tipos, existe una varianza distinta, presentando una mayor volatilidad en los hoteles, y siendo algo más constante en el resto.

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Total</b>	<b>851,15</b>	<b>864,84</b>	<b>868,09</b>	<b>835,19</b>	<b>872,34</b>	<b>839,59</b>
<b>De 16 a 24 años</b>	<b>779,98</b>	<b>789,78</b>	<b>803,87</b>	<b>755,14</b>	<b>761,46</b>	<b>732,81</b>
Hombres	835,3	811,7	857,35	797,71	798,82	800,01
Mujeres	733,62	776,61	762,76	724,73	738,27	686,27
<b>De 25 a 44 años</b>	<b>819,36</b>	<b>842,73</b>	<b>821,81</b>	<b>790,06</b>	<b>807,79</b>	<b>801,99</b>
Hombres	833,69	892,47	861,26	829,84	847,56	848,14
Mujeres	802,38	791,78	786,15	748,26	772,01	766,04
<b>De 45 a 64 años</b>	<b>880,83</b>	<b>895,13</b>	<b>900,92</b>	<b>856,89</b>	<b>943,97</b>	<b>926,22</b>
Hombres	892,24	903,53	925,28	887,25	1009,7	954,64
Mujeres	869,51	887,86	879,49	829,36	894,25	905,59
<b>Mayor de 64 años</b>	<b>951,16</b>	<b>927,96</b>	<b>954,79</b>	<b>967,99</b>	<b>1133,4</b>	<b>976,2</b>
Hombres	946,35	887,07	980,76	1039,1	1178,4	1041,2
Mujeres	956,52	963,85	932,01	924,5	1075,6	871,31

De acuerdo a la edad del turista, como es de esperar, los mayores gastos diarios se corresponden con aquellos entre 45 y 64 años. Asimismo, destaca que los hombres presentan unos gastos mayores que las mujeres.



## 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%

El perfil de acompañantes de los británicos se corresponde con el de una persona con su pareja.

## 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%

Sólo cerca del 16% de los turistas vienen acompañados por menores de 12 años, siendo tan sólo el 2% los que llegan con menores de 2 años.

Cuando se trata de ir acompañado por menores de 2 años y de 12 años simultáneamente, el porcentaje está próximo al 1%.

En este aspecto, los porcentajes se han mantenido constantes a lo largo del tiempo.

## ESTANCIA MEDIA

## ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Reino Unido	9,41	9,47	9,14	9,02	8,60	8,56
<b>Total de países</b>	<b>10,62</b>	<b>10,43</b>	<b>9,97</b>	<b>9,59</b>	<b>9,62</b>	<b>9,63</b>

La estancia media del turista británico siempre está por debajo de la media del total de turistas. Sin embargo, en los últimos 3 años el descenso ha sido más pronunciado, pasando de un gap de -0,58 días en 2009 a uno de 1,08 días en 2011.