

# PERFIL DEL TURISTA BRITÁNICO EN GRAN CANARIA

TERCER TRIMESTRE 2006-2013



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 2013. 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
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>		<b>ESTANCIA MEDIA</b>	
•EDAD Y SEXO	5	•ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA	19
•OCUPACIÓN	6		
<b>ANTES DEL VIAJE</b>			
•CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	8		
•CANAL DE COMPRA DEL VUELO	9		
•CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO	10		
• ANTELACIÓN DE LA RESERVA	11		
<b>DURANTE LA ESTANCIA</b>			
•TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	13		
<b>GASTO TURÍSTICO</b>			
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA	15		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA , POR ALOJAMIENTO	16		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA, POR EDAD Y SEXO	17		

# PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

## SEXO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>Hombres</b>	56,02%	51,55%	48,88%	44,50%	42,75%	39,78%	42,43%	39,92%
<b>Mujeres</b>	43,98%	48,45%	51,12%	55,50%	57,25%	60,22%	57,57%	60,08%

- Sigue predominando la presencia femenina en el mercado británico, situación que viene dándose desde el año 2008. Este año ha ampliado su diferencia, situándose este grupo en el 60,08%.

## EDAD

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>De 15 a 24 años</b>	25,60%	19,12%	22,39%	19,98%	10,82%	15,50%	11,32%	13,87%
<b>De 25 a 44 años</b>	42,76%	41,54%	38,98%	42,74%	49,32%	49,48%	47,76%	45,70%
<b>De 45 a 64 años</b>	27,95%	34,41%	29,96%	31,84%	39,19%	28,87%	31,62%	30,10%
<b>De 65 y más años</b>	3,70%	4,93%	8,66%	5,43%	0,66%	6,14%	9,30%	10,33%

-El grupo predominante es el de edades comprendidas entre los 25 y los 44 años, que suponen un 45,70% del total de británicos en la Isla. Este grupo disminuye ligeramente su ventaja con respecto al año anterior.

- Asimismo, el grupo de 45 a 64 años disminuye también ligeramente su posición, hasta situarse en un 30,10% del total.

- Aumenta la importancia del grupo de turistas más jóvenes y el de los turistas más mayores.

## OCUPACIÓN

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>Empresarios</b>	30,58%	29,12%	27,10%	26,44%	36,28%	28,28%	30,59%	35,71%
<b>Funcionarios o cargos altos/medios</b>	26,60%	28,51%	27,93%	29,93%	33,23%	30,06%	26,60%	27,28%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	21,98%	20,28%	18,84%	21,28%	19,01%	25,92%	21,84%	16,24%
<b>Jubilados</b>	6,90%	7,00%	11,23%	7,96%	4,39%	7,63%	12,59%	12,25%
<b>Estudiantes, amas de casas o parados</b>	13,94%	15,09%	14,90%	14,38%	7,09%	8,11%	8,38%	8,53%

-Los empresarios suponen el grupo más importante en la isla (35,71%). Este grupo experimenta un crecimiento con respecto a 2012 y se sitúa en niveles del año 2010.

-Aumenta también el peso relativo de los funcionarios o cargos altos/medios, que se sitúan en el 27,28%.

-Disminuye la importancia de los funcionarios o empleados auxiliares, que se sitúan en el 16,24% del total de turistas británicos, alcanzando el mínimo del periodo analizado.

- El grupo de jubilados registra una ligera disminución con respecto al año anterior, situándose en el 12,25%. El grupo de estudiantes, amas de casa o parados se sitúa en un 8,53% del total de turistas británicos.

# ANTES DEL VIAJE

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>Sólo vuelo</b>	14,37%	11,99%	10,36%	10,25%	9,87%	9,21%	6,54%	6,71%
<b>Vuelo y alojamiento</b>	56,64%	48,94%	51,92%	38,00%	39,50%	31,94%	37,73%	24,71%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	1,36%	2,71%	3,65%	4,00%	2,96%	2,91%	1,70%	6,95%
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	14,68%	18,94%	16,93%	17,93%	14,10%	15,21%	15,33%	21,71%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	2,60%	3,86%	4,41%	4,75%	1,01%	2,45%	0,67%	1,34%
<b>Vuelo y alojamiento y todo incluido</b>	10,35%	13,56%	10,49%	20,75%	32,04%	38,01%	38,04%	38,58%

-Vuelo, alojamiento y todo incluido sigue siendo la opción preferida para contratar en origen por los turistas británicos, suponiendo un 38,58% del total de turistas, aumentando ligeramente con respecto al año anterior, y situándose en su máximo de la serie.

- Le sigue a cierta distancia el grupo de los turistas que contratan vuelo y alojamiento, que suponen un 24,71% del total de turistas aunque con una fuerte caída de 13,02 puntos con respecto al año anterior y llegando a su punto mínimo en la serie analizada.

- Aumenta la opción de vuelo, alojamiento y media pensión, con un crecimiento de 6,38 puntos con respecto al año anterior y situándose en su nivel más alto en la serie.

## CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>A un tour operador</b>	45,88%	55,91%	64,24%	74,07%	69,36%	70,11%	64,53%	53,87%
<b>A la compañía aérea</b>	15,30%	12,55%	12,76%	9,44%	17,99%	12,24%	16,99%	29,42%
<b>Agencias de Viajes</b>	25,30%	22,33%	14,22%	9,44%	4,90%	6,19%	12,81%	7,34%
<b>Portal de Internet</b>	8,94%	7,64%	5,63%	4,62%	6,27%	10,06%	3,96%	5,42%

-La compra del billete aéreo al turoperador continúa siendo la forma más habitual de compra de los británicos que viajan a Gran Canaria (53,87%), si bien estos operadores pierden cuota de mercado con respecto a los años anteriores.

- La compra directa a la compañía aérea aumenta fuertemente en 2013, alcanzando el máximo nivel del periodo estudiado.

- La compra en agencias de viaje disminuye por primera vez en tres años, situándose en un 7,34%.

- Aumenta la venta a través de portales de Internet, llegando a un 5,42%.

## CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>A un tour operador</b>	36,79%	42,82%	53,43%	54,72%	56,74%	59,88%	57,48%	54,93%
<b>Al alojamiento</b>	20,74%	18,36%	13,86%	13,55%	15,38%	11,03%	10,67%	12,77%
<b>Agencias de viajes</b>	23,12%	21,15%	17,75%	14,17%	6,97%	6,99%	15,70%	8,84%
<b>Portal de Internet</b>	5,11%	4,64%	6,04%	5,77%	10,92%	10,99%	8,66%	14,25%
<b>No lo sabe</b>	6,86%	4,99%	4,91%	4,79%	3,18%	2,51%	2,66%	4,65%
<b>No le hacía falta</b>	7,37%	8,05%	4,02%	7,00%	6,80%	8,60%	4,83%	4,57%

-Al igual que en el caso de la compra de billetes aéreos, la compra al turoperador es la opción mayoritaria de los turistas británicos de Gran Canaria a la hora de reservar su alojamiento (54,93%).

- Las reservas directas al alojamiento crecieron respecto al año anterior, situándose en el 12,77%.

- Con respecto a las agencias de viaje, se registra una disminución de 6,86 puntos con respecto al año anterior, alcanzando un 8,84%.

-La reserva a través de portales de Internet aumenta en 5,59 puntos, siendo la segunda opción de compra con un 14,25%, mientras que los turistas británicos a los que no les hizo falta contratar alojamiento se mantuvieron en torno a un 4,57%.

## ANTELACIÓN DE LA RESERVA

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>El mismo día de la reserva</b>	0,12%	0,38%	1,38%	0,20%	0,26%	0,00%	0,00%	0,94%
<b>De 2 a 7 días</b>	8,40%	4,52%	7,87%	5,27%	6,00%	6,35%	5,17%	3,61%
<b>De 8 a 15 días</b>	8,22%	7,12%	5,18%	5,80%	6,12%	7,35%	6,91%	6,61%
<b>De 16 a 30 días</b>	10,72%	10,17%	7,48%	11,18%	13,84%	17,79%	16,76%	13,86%
<b>De 31 a 90 días</b>	28,10%	21,64%	21,55%	28,78%	33,64%	29,70%	30,39%	29,08%
<b>Más de 90 días</b>	40,45%	51,61%	54,81%	47,00%	39,20%	36,62%	38,68%	41,49%
<b>No lo sabe</b>	3,99%	4,55%	1,72%	1,78%	0,94%	2,19%	2,09%	4,43%

- Los británicos que viajan a Gran Canaria reservaron sus vacaciones con una antelación superior a 90 días en el 41,49% de los casos, creciendo esta opción con respecto a 2012.

- Ligera disminución de las reservas de 31 a 90 días, aunque siguen siendo la segunda opción, preferida por el 29,08% de los británicos.

- Las reservas de 16 a 30 días registran una caída de 2,91 puntos con respecto al año anterior, mientras que las de 8 a 15 días disminuyen en 0,30 puntos.

## DURANTE LA ESTANCIA

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>Hotel 4*-5*</b>	21,71%	31,67%	26,85%	38,98%	33,27%	36,29%	35,80%	50,77%
<b>Hotel 1-2-3*</b>	10,51%	9,91%	6,32%	12,02%	18,07%	18,01%	20,78%	15,34%
<b>Extrahotelero</b>	47,33%	39,92%	52,35%	30,37%	38,14%	35,15%	35,15%	27,87%
<b>Vivienda propia/amigos o familiares</b>	4,67%	1,83%	1,70%	1,36%	2,55%	3,96%	3,56%	3,69%
<b>Otros alojamientos</b>	15,78%	16,67%	12,78%	17,26%	7,97%	6,59%	4,71%	2,33%

- Un 50,77% de los británicos que visitaron Gran Canaria en 2013 se hospedaron en hoteles de 4 y 5 estrellas, afianzándose como la opción preferida por los turistas británicos, con un fuerte crecimiento con respecto a 2012.

- El porcentaje de británicos que se alojaron en establecimientos hoteleros de 1, 2 y 3 estrellas registra una disminución de 5,44 puntos, rompiendo la tendencia al alza que presentaban desde 2009, y llegando a un 15,34%.

- Se mantienen los turistas británicos que se alojan en viviendas propias o de amigos o familiares, que se sitúan en el 3,69% del total de turistas.

- El grupo de británicos que se aloja en establecimientos extrahoteleros registra una caída con respecto a 2012, lo que confirma una tendencia negativa que comienza en 2010, si bien es aun la segunda opción en el tipo de alojamiento escogido.

# GASTO TURÍSTICO

**GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)**

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	<b>858,36</b>	<b>1.022,41</b>	<b>976,51</b>	<b>956,06</b>	<b>952,51</b>	<b>934,15</b>	<b>1.067,51</b>	<b>997,96</b>
En origen	485,69	641,50	595,02	638,22	649,96	628,74	757,94	697,81
<b>En Gran Canaria</b>	<b>372,67</b>	<b>380,90</b>	<b>381,49</b>	<b>317,84</b>	<b>302,55</b>	<b>305,40</b>	<b>309,56</b>	<b>300,15</b>
Extras alojamiento	15,28	9,51	19,85	25,82	29,90	12,97	22,72	27,71
Transporte público	32,45	38,51	25,14	17,10	16,66	16,09	14,95	12,77
Alquiler de vehículos	8,27	5,33	5,09	4,05	5,60	2,77	2,99	3,62
Compras alimenticias	51,73	45,72	62,27	51,41	77,88	73,36	82,47	87,26
Restaurantes	140,54	157,89	125,02	105,15	80,89	87,00	84,16	73,76
Souvenirs	25,08	26,80	30,37	22,96	28,99	49,73	47,19	45,93
Ocio	73,77	70,85	87,66	64,62	44,86	49,49	40,16	41,52
Otros conceptos	25,56	26,28	26,08	26,74	17,78	13,99	14,90	7,58

-El gasto total de los turistas británicos de Gran Canaria disminuyó un 6,52%, situándose en 997,96€.

-La caída se dio en su mayoría en el gasto en origen, que disminuyó un 7,93%, mientras que el gasto en destino cayó un 3,04%.

- En cuanto al desglose del gasto en Gran Canaria, cabe destacar que se incrementó el gasto en extras de alojamiento, alquiler de vehículos, compras alimenticias y ocio. Por el contrario, disminuye el gasto en transporte público, restaurantes, souvenirs y otros conceptos.

- Tal como ya se ha apuntado, las partidas de gasto en destino más importantes en el mercado británico son las relacionadas con la alimentación, debido fundamentalmente al porcentaje de británicos que viajan sin régimen alimenticio contratado en origen.

**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	3ºT 2013
<b>Total</b>	<b>92,44</b>	<b>108,99</b>	<b>104,39</b>	<b>105,44</b>	<b>106,81</b>	<b>106,90</b>	<b>115,91</b>	<b>116,21</b>
Hotel 5 estrellas	137,51	152,27	181,46	130,96	200,10	146,14	176,38	147,57
Hotel 4 estrellas	112,46	131,60	126,12	125,61	124,50	121,99	133,08	130,57
Hotel 1,2,3 estrellas	95,36	112,21	107,39	97,84	102,16	100,78	101,71	116,62
Extrahotelero	90,65	98,82	98,45	98,80	94,03	96,05	104,22	91,54
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	65,21	80,34	65,37	74,05	51,54	80,26	70,09	48,99
Otros	70,65	87,85	68,65	78,56	79,34	89,24	108,28	100,32

- El gasto diario de los turistas británicos hospedados en hoteles de 5 estrellas disminuyó un 16,33%, situándose en 147,57€.
- También disminuyó, aunque en menor medida, el gasto de los turistas hospedados en hoteles de 4 estrellas (-1,89%), aunque aumenta el gasto de los hospedados en hoteles de 1,2 y 3 estrellas (14,66%).
- Por el contrario, los británicos hospedados en establecimientos extrahoteleros disminuyeron su gasto diario en un 12,17% y los alojados en viviendas propias o casas de familiares y amigos un 30,10%.

## 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	3ºT 2013
<b>Total</b>	<b>92,44</b>	<b>108,99</b>	<b>104,39</b>	<b>105,44</b>	<b>106,81</b>	<b>106,90</b>	<b>115,91</b>	<b>116,21</b>
<b>De 16 a 24 años</b>	<b>90,76</b>	<b>102,99</b>	<b>105,93</b>	<b>101,57</b>	<b>104,38</b>	<b>100,88</b>	<b>114,07</b>	<b>110,87</b>
Hombres	96,52	105,96	107,40	105,99	122,86	115,32	114,94	123,61
Mujeres	83,29	100,41	104,68	98,22	89,18	92,67	113,63	102,77
<b>De 25 a 44 años</b>	<b>95,51</b>	<b>106,07</b>	<b>100,06</b>	<b>108,43</b>	<b>104,13</b>	<b>103,65</b>	<b>113,27</b>	<b>117,60</b>
Hombres	100,15	110,19	105,41	116,83	108,82	108,62	113,40	112,69
Mujeres	88,90	102,08	94,41	100,50	100,45	100,32	113,16	121,10
<b>De 45 a 64 años</b>	<b>89,87</b>	<b>120,23</b>	<b>106,07</b>	<b>108,44</b>	<b>111,51</b>	<b>111,41</b>	<b>125,34</b>	<b>120,60</b>
Hombres	92,53	113,48	109,05	111,18	123,02	105,27	132,95	109,97
Mujeres	87,02	128,67	103,40	106,48	103,94	114,41	119,11	128,08
<b>Mayor de 64 años</b>	<b>87,81</b>	<b>78,40</b>	<b>114,11</b>	<b>78,50</b>	<b>67,64</b>	<b>127,02</b>	<b>99,68</b>	<b>104,48</b>
Hombres	78,68	61,66	117,60	107,56	67,64	104,63	105,45	139,39
Mujeres	98,16	107,20	110,50	63,73		207,49	96,42	89,81

- Los turistas británicos que más incrementaron su gasto fueron los mayores de 64 años, que lo hicieron en un 4,81%. En este grupo, quienes más gastaron fueron los hombres, que incrementaron su gasto en un 32,18%, mientras que las mujeres lo redujeron un 6,86%.

- Los turistas de entre 25 y 44 años también incrementan su gasto, aunque de forma más moderada (+3,82%). En este grupo, las mujeres, con un aumento del 7,02%, gastan más que los hombres, que disminuyeron su gasto en un 0,63%.

# ESTANCIA MEDIA

## ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Reino Unido	9,86	10,08	10,11	9,75	9,42	9,40	9,82	9,05
<b>Total de países</b>	<b>10,03</b>	<b>10,13</b>	<b>9,99</b>	<b>9,72</b>	<b>9,94</b>	<b>9,56</b>	<b>10,31</b>	<b>9,79</b>

-La estancia media de los turistas británicos se situó en 2013 en 9,05 días, 0,77 días menos que en el año anterior.

- Con respecto al resto de mercados, la estancia media de los británicos se sitúa por debajo de la estancia media global, aumentando su diferencial hasta -0,74 días.