

PERFIL DEL TURISTA NACIONAL EN GRAN CANARIA

SEGUNDO 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
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

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Hombres	69,41%	62,16%	64,27%	64,30%	55,60%	51,28%	55,47%	56,37%
Mujeres	30,59%	37,84%	35,73%	35,70%	44,40%	48,72%	44,53%	43,63%

- El grupo de hombres sigue siendo mayoritario, con un 56,37% del total de turistas, frente al 43,63% de mujeres.

EDAD

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
De 15 a 24 años	5,77%	11,65%	8,44%	6,11%	18,42%	13,49%	10,92%	14,75%
De 25 a 44 años	49,39%	55,11%	61,23%	65,92%	45,42%	50,35%	52,18%	46,45%
De 45 a 64 años	35,69%	30,32%	28,01%	24,51%	27,41%	28,96%	22,65%	24,99%
De 65 y más años	9,15%	2,92%	2,32%	3,46%	8,75%	7,21%	14,24%	13,81%

-El segmento de edad predominante es el de 25-44 años, aunque ve disminuir su importancia en 2013, hasta situarse en el 46,45%.

- El siguiente grupo en importancia es el de 45 a 64, que crece en 2,35 puntos hasta alcanzar el 24,99% del total de turistas. También crecen los grupos de 15 a 24 años.

-Disminuye ligeramente el número de turistas sénior.

OCUPACIÓN

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Empresarios	30,90%	28,55%	27,19%	26,90%	17,08%	24,21%	14,82%	18,92%
Funcionarios o cargos altos/medios	39,61%	44,95%	41,63%	46,00%	42,17%	36,31%	32,34%	28,29%
Funcionarios o empleados auxiliares	9,98%	13,09%	18,15%	12,34%	19,30%	20,35%	24,65%	23,39%
Jubilados	16,05%	4,46%	5,99%	6,44%	10,65%	7,02%	17,82%	15,92%
Estudiantes, amas de casas o parados	3,46%	8,95%	7,05%	8,33%	10,79%	12,11%	10,37%	13,49%

- Los funcionarios o cargos medios/altos continúan siendo el perfil mayoritario entre los turistas nacionales de Gran Canaria, aunque su peso cae de forma continua desde 2009.
- Los empresarios crecen en importancia, hasta alcanzar el 18,92%, mientras que los funcionarios o empleados auxiliares disminuyen ligeramente.
- Los jubilados se reducen en 1,90 puntos, hasta situarse en el 15,92% de los turistas, tras el fuerte crecimiento que registraron en 2012.
- Los estudiantes, amas de casa y parados aumentan, hasta llegar al 13,49%

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Sólo vuelo	25,42%	29,56%	31,92%	34,69%	12,01%	27,48%	24,52%	22,32%
Vuelo y alojamiento	12,46%	14,56%	14,00%	12,96%	16,56%	9,58%	5,67%	18,20%
Vuelo, alojamiento y desayuno	16,75%	11,40%	11,08%	10,84%	20,36%	17,62%	10,65%	15,80%
Vuelo, alojamiento y media pensión	26,08%	25,98%	20,18%	21,87%	23,67%	22,45%	24,00%	16,49%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	11,64%	7,09%	6,63%	11,03%	9,27%	11,29%	13,24%	7,13%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	7,04%	8,83%	10,72%	5,92%	16,90%	10,24%	18,86%	18,72%

-El paquete más habitual entre los turistas nacionales en 2013 es el de sólo vuelo, alcanzando una cuota del 22,32% de los turistas. La contratación del vuelo disminuye en 2,20 puntos, continuando la senda de disminución iniciada en 2011.

- La segunda opción más frecuente es la de vuelo y alojamiento, que supone un 18,20% de todos los turistas, lo que lleva a pensar que el alojamiento extrahotelero está notando un incremento de turistas. Estos datos son sensiblemente superiores a los de 2012, con un crecimiento de 12,53 puntos.

- La contratación de vuelo, alojamiento y todo incluido supone el 18,72% del mercado. Esta se mantiene prácticamente invariable con respecto a 2012.

- La contratación de vuelo, alojamiento y media pensión disminuye en 7,51 puntos, hasta situarse en 16,49%, situándose en el nivel más bajo del periodo analizado.

CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
A un tour operador	16,04%	19,22%	22,35%	25,91%	27,83%	21,86%	14,82%	20,15%
A la compañía aérea	19,92%	27,60%	27,63%	34,72%	26,21%	26,22%	28,29%	32,30%
Agencias de Viajes	45,03%	34,09%	28,65%	22,23%	23,34%	36,09%	36,58%	26,30%
Portal de Internet	8,58%	9,85%	9,55%	9,42%	11,45%	13,51%	12,20%	14,40%

-La compra de del vuelo directamente a la compañía aérea aumenta, continuando con el crecimiento iniciado en 2011, siendo la opción preferente de los turistas nacionales. Esto viene relacionado con la compra de sólo vuelo visto anteriormente.

- La compra del vuelo en agencias de viaje disminuye 10,29 puntos, hasta situarse en el 26,30%.

-La compra al touroperador se sitúa en el 20,15%, tras un crecimiento de 5,34 puntos.

- El uso de portales de Internet para la compra del vuelo crece en 2,20 puntos, hasta suponer el 14,40% de los turistas.

CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
A un tour operador	12,60%	13,80%	14,30%	12,98%	22,28%	13,58%	9,86%	12,65%
Al alojamiento	19,94%	25,23%	21,57%	19,70%	20,54%	22,84%	21,28%	19,66%
Agencias de Viajes	40,08%	27,06%	29,09%	26,75%	26,81%	34,84%	36,19%	26,34%
Portal de Internet	4,38%	3,75%	6,20%	8,48%	12,20%	8,95%	14,09%	17,30%
No lo sabe	13,55%	13,10%	10,28%	8,60%	12,61%	4,74%	7,47%	9,53%
No le hacía falta	9,44%	17,05%	18,56%	23,48%	5,56%	15,04%	11,11%	14,52%

-A la hora de reservar el alojamiento, la opción preferente de los turistas nacionales son las agencias de viajes. Esta opción disminuye en casi 10 puntos con respecto al año anterior.

- El peso de la compra directamente al alojamiento disminuye ligeramente y se sitúa en el 19,66%, y es la segunda opción preferida por los turistas.

- La reserva a través de los portales de internet crece en 3,20 puntos, hasta situarse en el 17,30%. Este crecimiento se puede relacionar con el aumento de la compra de sólo vuelo.

-Aumenta la compra al touroperador y se sitúa en el 12,65%, tras varios años de disminución.

ANTELACIÓN DE LA RESERVA

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
El mismo día de la reserva	1,57%	3,82%	2,50%	2,97%	1,61%	1,60%	2,29%	1,15%
De 2 a 7 días	29,22%	23,53%	24,25%	23,60%	19,38%	26,60%	13,15%	22,25%
De 8 a 15 días	17,79%	18,53%	17,38%	18,79%	18,75%	17,51%	17,56%	25,25%
De 16 a 30 días	22,94%	19,62%	22,28%	16,49%	21,16%	21,88%	21,04%	23,46%
De 31 a 90 días	13,72%	24,42%	20,92%	24,61%	25,97%	20,81%	27,93%	18,13%
Más de 90 días	8,03%	4,95%	6,89%	10,47%	8,65%	8,96%	12,80%	5,09%
No lo sabe	6,73%	5,13%	5,76%	3,08%	4,48%	2,63%	5,23%	4,66%

- Los turistas nacionales de Gran Canaria reservan sus vacaciones fundamentalmente con una antelación de entre 8 y 15 días. En el año 2013, lo hicieron el 25,25% de ellos, porcentaje sensiblemente superior al de 2012.

- Las reservas entre 16 y 30 días antes del viaje representan el 23,46% de este mercado, con un porcentaje 2,42 puntos superior a los datos de 2012.

- Las reservas realizadas de 2 a 7 días se incrementan en 9,10 puntos, hasta situarse en el 22,25% de los turistas.

- Disminuye fuertemente las reservas de más de 30 días, lo que probablemente se deba al cambio del perfil del cliente nacional.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Hotel 4*-5*	64,68%	50,60%	43,60%	47,62%	58,75%	55,78%	53,80%	48,19%
Hotel 1-2-3*	19,10%	12,59%	18,19%	15,03%	33,46%	27,46%	32,76%	29,03%
Extrahotelero	6,04%	19,98%	17,62%	13,58%	3,26%	3,86%	3,33%	7,96%
Vivienda propia/amigos o familiares	8,89%	15,23%	19,60%	21,41%	4,25%	12,46%	9,67%	13,42%
Otros alojamientos	1,29%	1,61%	0,99%	2,36%	0,28%	0,45%	0,43%	1,40%

- Un 48,19% de los turistas nacionales se hospedan en hoteles de 4 o 5 estrellas, aunque las estancias en este tipo de hoteles van perdiendo cuota de mercado desde el año 2010, cuando registraron un importante incremento.

- Los hoteles de menor categoría también pierden cuota en 2013, siendo la tipología escogida por el 29,03% de los turistas, tras el incremento registrado en 2012

- Los establecimientos extrahoteleros mejoran sensiblemente sus registros en 2013.

- El alojamiento en viviendas propias o de amigos o familiares se incrementa, situándose en la tercera opción de alojamiento, por delante incluso del establecimiento extrahotelero, lo que viene a afirmar el incremento de la compra de sólo vuelo vista anteriormente.

GASTO TURÍSTICO

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Total (Origen + Gran Canaria)	641,01	671,47	641,23	647,86	716,87	662,02	620,16	649,07
En origen	355,75	372,04	324,01	363,27	433,10	385,88	360,29	356,95
En Gran Canaria	285,26	299,43	317,22	284,59	283,77	276,14	259,88	292,12
Extras alojamiento	30,88	42,10	54,20	58,07	62,89	35,82	36,94	50,29
Transporte público	33,94	31,12	17,39	16,66	16,91	21,71	14,40	14,90
Alquiler de vehículos	17,41	21,03	21,03	16,52	17,79	11,01	9,06	11,73
Compras alimenticias	13,44	26,99	31,77	20,92	26,31	26,02	21,79	48,66
Restaurantes	83,98	97,50	85,55	82,57	72,47	65,84	68,50	78,02
Souvenirs	47,70	31,72	39,54	45,31	48,86	61,11	57,15	62,04
Ocio	39,00	28,03	41,18	25,06	29,00	23,87	31,43	17,59
Otros conceptos	18,90	20,93	26,56	19,48	9,56	30,76	20,60	8,88

- Los turistas nacionales gastaron por término medio 649,07 euros en el año 2013, un 4,66% superior al año anterior.

- Este incremento se debe, en su mayoría, al incremento del 12,49% del gasto en destino, ya que el gasto en origen disminuyó un 0,93%.

- Si se desglosa el gasto en Gran Canaria, se observa un importante crecimiento en todas las partidas excepto en ocio y otros conceptos. Crece el gasto en compras alimenticias, en consonancia con la contratación de vuelo y vuelo y alojamiento vistas anteriormente. También crece de manera importante el gasto en extras de alojamiento.

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Total (Origen + Gran Canaria)	128,49	129,02	121,37	137,51	147,23	143,18	125,57	137,28
En origen	68,34	74,35	61,59	75,95	87,61	84,93	72,39	77,95
En Gran Canaria	60,14	54,67	59,78	61,56	59,63	58,24	53,18	59,33
Extras alojamiento	8,55	7,75	10,51	12,08	13,08	7,93	8,91	10,81
Transporte público	8,21	6,85	4,83	5,47	4,20	6,35	4,55	4,88
Alquiler de vehículos	3,06	3,09	4,57	3,18	3,77	2,29	1,87	2,04
Compras alimenticias	1,92	4,95	3,73	4,12	5,09	4,97	4,27	8,53
Restaurantes	19,61	18,99	17,90	20,70	17,77	17,51	15,84	17,26
Souvenirs	9,51	5,32	7,98	8,11	8,70	10,77	8,88	11,07
Ocio	5,73	4,27	6,51	3,67	5,05	2,86	4,77	2,72
Otros conceptos	3,54	3,45	3,75	4,24	1,98	5,57	4,09	2,04

- El gasto medio diario por turista se situó en 2013 en 137,28 euros, un 9,32% más que en el año 2012.

-Este crecimiento se debe al crecimiento del 11,58% del gasto en destino y al incremento del 7,67% del gasto en origen.

- En cuanto al desglose del gasto en destino, se repite la situación comentada anteriormente, con un aumento del gasto en todas las partidas, especialmente importante en las compras alimenticias, y una caída en las partidas de ocio y otros conceptos.

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

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Total	128,49	129,02	121,37	137,51	147,23	143,18	125,57	137,28
Hotel 5 estrellas	198,41	176,41	183,03	206,26	172,56	159,71	142,24	225,96
Hotel 4 estrellas	136,52	155,02	137,10	168,76	162,17	173,41	151,53	154,51
Hotel 1,2,3 estrellas	83,43	153,73	119,54	117,41	128,20	123,61	109,34	131,41
Extrahotelero	94,21	82,10	103,82	116,87	108,38	126,17	113,65	90,69
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	58,78	72,81	74,25	80,12	74,75	71,19	60,57	61,12
Otros	68,12	97,47	88,28	90,55	131,50	115,95	99,49	79,01

-El gasto diario medio de los turistas hospedados en hoteles de 5 estrellas aumentó de manera importante en 2013, situándose en 225,96 euros, un 58,85% superior al de 2012.

- Ligeramente crecimiento asimismo del gasto de los turistas alojados en los hoteles de 4 estrellas, siendo un 1,97% superior al del año pasado.

- Importante crecimiento de los turistas alojados en hoteles de menor categoría, que crece un 20,19%, hasta situarse en 131,41 euros.

-Disminuye en un 20,20% el gasto de los turistas alojados en establecimientos extrahoteleros, mientras que aumenta exigüamente en el caso de los turistas alojados en viviendas propias o de amigos y familiares.

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

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Total	128,49	129,02	121,37	137,51	147,23	143,18	125,57	137,28
De 16 a 24 años	101,03	96,00	110,23	99,31	143,49	86,46	71,24	88,42
Hombres	113,72	82,58	131,97	93,40	146,81	68,71	56,86	109,56
Mujeres	90,65	105,88	95,21	105,53	140,19	94,78	84,14	74,23
De 25 a 44 años	139,68	142,00	119,55	139,00	149,46	152,09	148,81	151,65
Hombres	139,64	157,16	121,24	149,65	162,08	165,64	166,19	169,41
Mujeres	139,76	116,40	115,77	119,01	132,70	129,61	129,47	126,61
De 45 a 64 años	134,82	126,39	128,12	144,20	154,39	167,10	124,02	155,37
Hombres	139,03	140,25	138,61	153,66	174,57	176,02	129,71	173,41
Mujeres	119,37	96,20	111,55	126,74	127,90	160,15	115,71	126,22
Mayor de 64 años	60,67	42,99	128,51	129,26	121,15	90,87	84,55	108,35
Hombres	52,87	58,58	127,94	154,04	109,10	97,73	78,68	137,13
Mujeres	71,86	16,79	129,31	82,62	136,95	86,34	95,85	70,68

- Los turistas con mayor gasto diario medio, atendiendo a su perfil demográfico, son los que tienen una edad comprendida entre 45 y 64 años, con 155,37 euros. Dentro de este colectivo, destaca el gasto de los hombres, que se sitúa en 173,41 euros.

-Aumenta el gasto de los turistas con edades comprendidas entre los 25 y 44 años. El gasto de este grupo se sitúa en 151,65 euros, un 1,91% superior al gasto de 2012. En este grupo destaca el gasto de los hombres, que se sitúa en los 169,41 euros.

- Aumenta asimismo el gasto de los turistas sénior (28,15%) y el de los turistas de 16 a 24 años (24,12%).

ESTANCIA MEDIA

ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
España	6,12	7,21	6,86	5,59	5,36	6,00	6,58	6,76
Total de países	10,79	10,32	9,85	8,59	9,05	9,77	9,61	9,36

-La estancia media de los turistas nacionales se situó en 6,76días, 0,18 días más que en el año 2012, continuando con el aumento de la estancia que comenzó en 2011.

- Aún así, la estancia media del mercado nacional sigue por debajo de la estancia media global del destino, situándose esta diferencia en 2,59 días.