

# PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO EN GRAN CANARIA

## SEGUNDO TRIMESTRE 2006-2012

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 2012. 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	4	•ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA	18
•OCUPACIÓN	5		
 <b>ANTES DEL VIAJE</b>			
•CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	7		
•CANAL DE COMPRA DEL VUELO	8		
•CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO	9		
 <b>DURANTE LA ESTANCIA</b>			
•TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	11		
 <b>GASTOS TURÍSTICO</b>			
•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 DE LOS TURISTAS

SEXO	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
Hombres	52,24%	66,78%	45,86%	49,18%	43,86%	43,50%	37,30%
Mujeres	47,76%	33,22%	54,14%	50,82%	56,14%	56,50%	62,70%

En el segundo trimestre de 2012 se produce un claro distanciamiento en la proporción de hombres y mujeres a favor de estas últimas en el mercado nórdico de Gran Canaria. La EGT muestra cómo prácticamente dos de cada tres turistas nórdicos que visitan la isla en ese período son mujeres.

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	EDAD
De 15 a 24 años	9,38%	9,23%	10,95%	8,93%	9,90%	12,49%	12,60%	
De 25 a 44 años	30,22%	37,30%	32,52%	34,37%	33,05%	37,10%	37,65%	
De 45 a 64 años	47,96%	34,34%	41,31%	39,49%	44,49%	36,29%	37,51%	
De 65 y más años	12,43%	19,13%	15,22%	17,22%	12,56%	14,12%	12,24%	

En cuanto al perfil por edades, cabe destacar que los segmentos conformados por los turistas entre 25 y 44 años y entre 45 y 64 tienen un peso relativo bastante similar en el total de nórdicos que visitaron la isla durante el segundo trimestre de 2012. Entre estos dos segmentos poblacionales suman algo más del 75% del total.

Sin embargo, la tendencia de ambos grupos es diferente: los turistas de entre 25 y 44 años crecen período a período, mientras que los turistas de entre 45 y 64 años disminuyen en la práctica totalidad de períodos considerados.

Los turistas de edad más avanzada mantienen unas cifras relativamente estables, mientras que los turistas más jóvenes crecen a un ritmo moderado.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

## OCUPACIÓN

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
Empresarios	18,66%	23,51%	15,71%	13,76%	15,86%	17,00%	12,75%
Funcionarios o cargos altos/medios	34,06%	30,91%	36,72%	35,44%	38,03%	32,39%	39,74%
Funcionarios o empleados auxiliares	15,41%	4,52%	16,68%	17,18%	17,86%	22,52%	20,06%
Jubilados	22,25%	29,53%	21,90%	24,91%	18,87%	21,47%	17,93%
Estudiantes, amas de casas o parados	9,61%	11,52%	8,99%	8,72%	9,38%	6,61%	9,51%

En relación a la ocupación profesional de los turistas nórdicos que visitan Gran Canaria, cabe destacar a los funcionarios o cargos altos/medios como el colectivo más importante. Presentan un claro incremento en el segundo trimestre de 2012, más de 7 puntos porcentuales con respecto al mismo período de 2011.

Los funcionarios o empleados auxiliares han ido adquiriendo un mayor peso relativo a lo largo del período, si bien se detecta un descenso en el segundo trimestre de 2012.

El aumento del colectivo anterior contrasta con la pérdida de empresarios, cuyo peso relativo desciende desde el 17% del segundo trimestre del año 2011 al 12,75% del mismo período de 2012.

Los jubilados presentan una tendencia negativa durante la práctica totalidad del período. En concreto, en el segundo trimestre de 2012 pierden un 3,5% de peso relativo con respecto al mismo período de 2011.

# ANTES DEL VIAJE

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
Sólo vuelo	15,06%	28,01%	12,84%	11,37%	14,07%	15,47%	10,96%
Vuelo y alojamiento	66,46%	62,19%	59,97%	51,25%	44,15%	38,90%	46,80%
Vuelo, alojamiento y desayuno	7,79%	7,64%	13,52%	18,69%	16,72%	15,04%	12,53%
Vuelo, alojamiento y media pensión	6,14%	0,53%	5,52%	4,91%	10,10%	5,97%	9,13%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1,32%	0,00%	0,67%	1,44%	1,68%	2,78%	0,75%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	3,13%	1,64%	5,54%	11,97%	12,58%	21,84%	19,40%

Dada la preferencia de este mercado por los establecimientos extrahoteleros, el régimen contratado en origen más habitual es el de vuelo y sólo alojamiento. A pesar de ello, esta modalidad muestra una tendencia negativa para la serie analizada, aunque con un apreciable crecimiento en el segundo trimestre de 2012.

El todo incluido muestra un importante crecimiento a lo largo del período analizado, si bien la cuota de nórdicos que contratan este régimen en origen decrece en el segundo trimestre de 2012 con respecto al mismo período del año anterior. Aún así, el porcentaje de contratación de todo incluido es inferior al registrado en otros mercados, como el alemán o el británico.

El vuelo, alojamiento y desayuno es la tercera modalidad de contratación más destacada, si bien su comportamiento en la serie analizada denota un gran crecimiento durante el período 2006-2009 y una ligera caída en los períodos posteriores.

## CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
A un tour operador	57,03%	66,91%	64,12%	68,41%	71,94%	75,96%	74,67%
A la compañía aérea	24,95%	18,38%	24,83%	21,87%	18,05%	15,60%	15,63%
Agencias de Viajes	15,35%	9,26%	5,83%	4,72%	4,59%	4,49%	3,32%
Portal de Internet	2,68%	5,46%	5,22%	5,00%	5,42%	3,94%	6,39%

En cuanto a la compra del vuelo, la turoperación gana enteros entre los turistas nórdicos que visitan Gran Canaria en el segundo trimestre del año. El crecimiento de esta modalidad es continuado, si bien en el último período se ha producido un ligero descenso en su cuota de mercado.

La compra directa a la compañía aérea, aunque se mantiene como la segunda opción más importante, presenta una clara tendencia negativa a lo largo del período.

La compra de billetes de avión en agencias de viaje presenta los peores datos y queda relegada como la opción menos utilizada por los nórdicos para la compra de billetes aéreos. Su cuota de mercado es aproximadamente una quinta parte de la que tenía en el segundo trimestre de 2006.

La reserva del vuelo en portales de Internet, si bien tiene menor cuota que la que presenta en otros mercados, crece de manera moderada a lo largo del período.

## CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
A un tour operador	56,40%	59,66%	63,85%	70,88%	71,80%	78,75%	76,24%
Al alojamiento	24,14%	23,52%	22,32%	16,93%	14,05%	12,08%	12,62%
Agencias de Viajes	15,97%	11,54%	8,36%	6,84%	5,64%	3,90%	3,88%
Portal de Internet	3,49%	5,28%	5,47%	5,35%	8,51%	5,27%	7,26%

En cuanto a la reserva del alojamiento, también se observa una clara tendencia positiva de la turoperación, pero en el último período su cuota de mercado desciende de forma ligera.

El aumento de la reserva del alojamiento a través de turoperadores repercute en la participación de mercado tanto de la reserva directa al alojamiento como de las agencias de viaje. La reserva directa cae período a período, siendo su cuota de mercado la mitad de la que tenía en 2006. Por su parte, las agencias de viaje ven reducida su participación a prácticamente la quinta parte en el mismo período.

La reserva a través de portales de Internet crece, pero a un ritmo muy lento.

## DURANTE LA ESTANCIA

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
Hotel 4*-5*	10,12%	9,63%	15,93%	20,95%	27,29%	18,30%	22,42%
Hotel 1-2-3*	12,69%	45,46%	19,11%	23,87%	15,29%	17,04%	17,90%
Extrahotelero	65,11%	34,05%	50,46%	44,97%	43,70%	55,69%	51,13%
Vivienda propia/amigos o familiares	6,37%	7,23%	7,82%	6,06%	7,82%	5,50%	4,83%
Otros alojamientos	5,70%	3,64%	6,67%	4,14%	5,90%	3,47%	3,73%

Los turistas nórdicos de Gran Canaria muestran su preferencia por el alojamiento extrahotelero, si bien su cuota de mercado es bastante inferior a la del segundo trimestre de 2006. También lo es con respecto a 2011, ya que ha caído en más de 4 puntos porcentuales.

Los hoteles de cuatro y cinco estrellas atraen a más turistas en el segundo trimestre de 2012 respecto al mismo período de 2011, si bien no alcanza los niveles de 2010, donde llegaron a acaparar más del 27% del mercado nórdico.

La vivienda propia o de amigos o familiares, así como otros tipos de alojamiento, se mantienen ligeramente a la baja a lo largo del período.

# GASTO TURÍSTICO

## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	<b>968,72</b>	<b>1523,25</b>	<b>1011,79</b>	<b>964,10</b>	<b>1373,25</b>	<b>1183,72</b>	<b>1189,82</b>
En origen	539,79	737,33	558,06	591,43	787,99	780,66	772,54
<b>En Gran Canaria</b>	<b>428,93</b>	<b>785,92</b>	<b>453,73</b>	<b>372,66</b>	<b>585,26</b>	<b>403,05</b>	<b>417,28</b>
Extras alojamiento	33,94	214,45	32,64	17,31	102,31	15,50	13,81
Transporte público	38,84	42,13	22,41	19,76	25,69	17,90	13,97
Alquiler de vehículos	10,57	25,23	12,52	5,78	8,29	8,78	8,15
Compras alimenticias	82,73	91,50	99,19	67,55	196,55	106,96	111,87
Restaurantes	154,14	310,32	164,97	153,17	127,37	111,47	162,37
Souvenirs	43,26	42,69	47,30	50,77	50,19	49,14	52,76
Ocio	35,44	31,75	32,03	29,97	48,94	28,15	29,53
Otros conceptos	30,01	27,85	42,66	28,36	25,92	65,14	24,82

El gasto medio total de los turistas nórdicos crece de forma muy ligera en el segundo trimestre de 2012 con respecto al mismo período de 2011, situándose en el entorno de los 1.200 euros por viaje.

El gasto en origen por su parte se reduce de forma moderada, si bien se trata del segundo período consecutivo en el que desciende.

El gasto en Canarias crece en 2012 respecto al período anterior, presentando un comportamiento similar al que se registra a nivel de gasto total.

En el último período, los conceptos de gasto en Gran Canaria que presentan una mayor aumento del gasto son el gasto en restaurantes (+31%) y en menor medida en souvenirs y ocio. Por su parte, los mayores descensos se registran en el gasto en transporte público, extras de alojamiento y otros gastos.

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

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	<b>98,14</b>	<b>115,99</b>	<b>107,49</b>	<b>103,76</b>	<b>134,71</b>	<b>118,93</b>	<b>129,81</b>
En origen	58,90	65,99	63,73	64,93	92,28	83,57	86,70
<b>En Gran Canaria</b>	<b>39,24</b>	<b>50,00</b>	<b>43,76</b>	<b>38,83</b>	<b>42,43</b>	<b>35,36</b>	<b>43,10</b>
Extras alojamiento	1,77	4,02	1,63	1,68	3,89	1,68	1,63
Transporte público	3,09	3,76	2,11	1,87	2,59	1,91	1,50
Alquiler de vehículos	0,88	2,18	1,21	0,72	0,76	0,63	0,87
Compras alimenticias	7,25	6,34	9,04	6,52	10,38	8,73	10,59
Restaurantes	15,68	25,19	17,98	15,78	14,11	10,96	16,31
Souvenirs	4,61	4,32	4,93	5,40	5,67	5,62	6,53
Ocio	3,81	2,56	3,71	3,44	3,28	3,02	3,59
Otros conceptos	2,15	1,63	3,15	3,43	1,75	2,82	2,09

El gasto total diario por turista crece durante el segundo trimestre del año 2012, presentando una cierta tendencia al alza durante el período, que podría ser explicada por el descenso en la estancia media.

El gasto diario en Gran Canaria, sin embargo, no presenta una tendencia clara en el período, si bien se registra un incremento en el mismo durante el segundo trimestre de 2012.

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

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
<b>Total</b>	<b>98,14</b>	<b>115,99</b>	<b>107,49</b>	<b>103,76</b>	<b>134,71</b>	<b>118,93</b>	<b>129,81</b>
Hotel 5 estrellas	89,16	n.d.	156,12	168,21	180,31	219,16	141,54
Hotel 4 estrellas	119,73	149,20	128,73	134,18	187,97	142,63	161,77
Hotel 1,2,3 estrellas	108,52	98,33	116,25	111,71	135,25	125,32	135,84
Extrahotelero	99,10	136,18	104,93	92,82	119,60	112,90	121,17
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	51,84	75,11	75,27	63,99	65,24	39,03	80,66
Otros	84,71	140,99	80,13	71,91	99,02	108,37	100,95

Los turistas nórdicos que más gastan por día son los que se hospedan en hoteles de 4 estrellas, con un importante incremento en su gasto con respecto al segundo trimestre de 2011.

Los turistas que se hospedan en hoteles de 5 estrellas gastan una media de 141,5 euros al día en el segundo trimestre de 2012, lo que supone una drástica reducción con respecto al segundo trimestre de los años anteriores.

Los turistas alojados en hoteles de menor categoría (1, 2 y 3 estrellas) aumentan su gasto diario en el segundo trimestre de 2012, hasta registrar el mejor dato de la serie analizada.

El gasto de los nórdicos alojados en establecimientos extrahoteleros presenta una tendencia al alza a lo largo de la serie. En el segundo trimestre de 2012 crece respecto a 2011.

## 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
<b>Total</b>	<b>98,14</b>	<b>115,99</b>	<b>107,49</b>	<b>103,76</b>	<b>134,71</b>	<b>118,93</b>	<b>129,81</b>
<b>De 16 a 24 años</b>	<b>92,11</b>	<b>107,69</b>	<b>97,44</b>	<b>98,50</b>	<b>126,96</b>	<b>102,87</b>	<b>111,98</b>
Hombres	87,38	57,14	111,91	112,12	154,26	99,78	116,54
Mujeres	94,90	110,58	87,75	80,24	114,45	104,13	109,91
<b>De 25 a 44 años</b>	<b>96,47</b>	<b>140,71</b>	<b>116,26</b>	<b>99,72</b>	<b>133,90</b>	<b>130,31</b>	<b>131,59</b>
Hombres	97,65	145,22	113,63	90,54	139,95	132,82	136,58
Mujeres	95,16	128,32	119,23	108,59	129,83	128,55	129,07
<b>De 45 a 64 años</b>	<b>100,58</b>	<b>96,33</b>	<b>110,13</b>	<b>112,11</b>	<b>141,87</b>	<b>124,27</b>	<b>139,85</b>
Hombres	106,52	90,49	116,16	120,53	153,54	126,31	153,92
Mujeres	94,48	132,12	105,70	101,97	131,24	122,64	129,57
<b>Mayor de 64 años</b>	<b>97,29</b>	<b>107,07</b>	<b>88,79</b>	<b>95,42</b>	<b>117,57</b>	<b>89,53</b>	<b>111,91</b>
Hombres	92,86	129,64	86,07	106,34	129,35	96,87	95,97
Mujeres	107,13	85,26	90,94	90,15	105,93	78,67	122,53

La franja de edad con mayor gasto diario es la de 45 a 64 años, que además crece con respecto a 2011. En dicho intervalo, los hombres llevan a cabo un gasto superior al de las mujeres.

En segundo lugar se sitúa el gasto de los turistas de entre 25 y 44 años con un ligero crecimiento en el segundo trimestre 2011-2012, más notable en relación a los años anteriores. En esta franja de edad se repite el hecho de que el gasto de los hombres es superior al de las mujeres.

Cabe destacar también la similitud en la tendencia del gasto diario tanto de los turistas más jóvenes (16-24 años) como de los mayores (más de 64 años).

## ESTANCIA MEDIA

## ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012
<b>Países Nórdicos</b>	<b>12,17</b>	<b>23,42</b>	<b>11,62</b>	<b>10,03</b>	<b>14,27</b>	<b>13,88</b>	<b>11,87</b>
Dinamarca	9,23	11,83	8,81	9,12	7,99	8,36	7,37
Finlandia	12,39	n.d.	12,41	8,68	11,79	8,35	9,45
Noruega	14,75	12,05	15,93	11,32	23,30	22,86	16,96
Suecia	11,93	73,84	9,35	9,96	9,27	9,36	9,32
<b>Total de países</b>	<b>10,79</b>	<b>10,32</b>	<b>9,85</b>	<b>8,59</b>	<b>9,05</b>	<b>9,77</b>	<b>9,61</b>

Los turistas nórdicos disfrutaban de una estancia media superior al resto de mercados durante el segundo trimestre de los años analizados, si bien ésta sigue una tendencia negativa en los últimos años.

En el segundo trimestre de 2012 la mayor estancia media ha correspondido a los turistas noruegos, con casi 17 días. Los finlandeses y suecos disfrutaban de una estancia media similar, por encima de los 9 días, mientras que los daneses disfrutaban de algo más de una semana de media en Gran Canaria.

En cualquier caso, los datos sobre estancia media en Gran Canaria durante el segundo trimestre de los distintos años deben tomarse en consideración teniendo en cuenta la alta estacionalidad que presenta este mercado en el destino, concentrándose sus viajes en los meses de octubre a marzo.