

PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA.

COMPARATIVA ANUAL 2009-2011.

	ÍNDICE		ÍNDICE
GASTO TOTAL			
• GASTO TOTAL EN TURISMO	4	TIPO DE GRUPO	
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		• ACOMPAÑANTES EN GENERAL	20
• EDAD Y SEXO	5	• ACOMPAÑADOS POR MENORES	21
• OCUPACIÓN	6	ESTANCIA MEDIA	
ANTES DEL VIAJE		• ESTANCIA MEDIA POR NACIONALIDADES	23
• CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	8	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	
• COMPRA DEL VUELO	9	• NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA	24
• COMPRA DEL ALOJAMIENTO	10	MOTIVOS DE ELECCIÓN	
DURANTE LA ESTANCIA		• PRINCIPALES MOTIVOS DE ELECCIÓN	25
• TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	12	ASPECTOS Y SERVICIOS	
GASTOS TURÍSTICO		• ASPECTOS-SERVICIOS MÁS Y MENOS VALORADOS	26
• GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	14		
• GASTO MEDIO TOTAL POR PAÍS	15		
• GASTO MEDIO TOTAL POR ALOJAMIENTO	16		
• GASTO MEDIO SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	17		
• GASTO MEDIO Y DÍA POR TURISTA SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	18		

Informe Estadísticas



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 2009 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.

Los datos que contienen este Informe se corresponden al año 2011.

<http://www.grancanaria.com/Profesional>
Patronato de Turismo de Gran Canaria

GASTO TOTAL EN TURISMO DEL CUARTO TRIMESTRE 2010-2011. (euros)

	2010 Cuarto trimestre	2011 Cuarto trimestre	VAR TOTAL	VAR %
CANARIAS	2.789.177.483,60	3.249.410.497,80	460.233.014,20	16,50%
Gran Canaria	851.323.682,10	1.022.392.323,10	171.068.641,00	20,09%

GASTO TOTAL ACUMULADO DEL AÑO. 2010-2011. (euros)

	ACUMULADO 2010	ACUMULADO 2011	VAR TOTAL	VAR %
CANARIAS	10.649.973.046,00	12.274.228.084,00	1.624.255.038,00	15,25%
Gran Canaria	3.143.802.155,50	3.504.907.798,30	361.105.642,80	11,49%

- Los turistas llegados a la Isla en el último trimestre gastaron 1.022,3 millones de euros, de los cuales 682,9 millones lo hicieron en origen y 339,4 durante su estancia en la Isla.
- Con respecto al cuarto trimestre de 2010, el gasto total se incrementa en un 20,09%, por encima de la media de la Comunidad Autónoma. El gasto en origen creció en torno al 20%, mientras que el gasto en la Isla se incrementó un 20,3%.
- Por su parte, el gasto total de los turistas a lo largo del año, aumentó un 15,25% en Canarias, mientras que en Gran Canaria el crecimiento ha sido menor, cercano al 11,5%.
- Una de las claves es que el gasto por turista cayó un 1,2%, en Gran Canaria.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Sexo

	2010	2011
Hombres	52,64%	56,97%
Mujeres	47,36%	43,03%

- Los turistas predominantes son hombres, con casi un 57% del total, y se reduce el porcentaje de mujeres sobre el total de turistas llegados.

Edad

	2010	2011
Menor de 15 años	8,52%	7,02%
De 15 a 24 años	9,69%	12,07%
De 25 a 44 años	37,58%	48,10%
De 45 a 64 años	32,06%	26,36%
De 65 y más años	11,75%	6,46%

- El colectivo de edad comprendida entre 25 y 44 años, sigue constituyendo el principal grupo de edad.
- El grupo de edad de 45 a 64 años es el segundo en importancia.
- Las categorías de menores de 15 años y de 65 años en adelante, representan solamente el 13,48%. Se produce un traslado en las cifras, incrementándose los colectivos de 15 a 44 años.
- Por tanto, disminuye la edad media de los visitantes.

Fuente: FRONTUR-CANARIAS

Nota. Al seguir la metodología del ISTAC, solamente se pueden ofrecer datos desde 2010, ya que fue el primer año que el ISTAC empezó a realizar este estudio.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Ocupación

	2009	2010	2011
Empresarios	10,34%	10,71%	10,82%
Funcionarios o cargos altos/medios	50,84%	49,24%	48,93%
Funcionarios o empleados auxiliares	12,47%	15,43%	17,16%
Jubilados	16,35%	15,94%	13,51%
Estudiantes, amas de casas o parados	9,99%	8,68%	9,59%

- Las categorías de empresarios y empleados representan a más del 76% de los visitantes de la Isla, aumentando ligeramente con respecto al mismo periodo del año anterior.
- La modalidad de estudiantes, amas de casa o parados muestra un crecimiento, siendo especialmente notorio en lo referente a estudiantes.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2009	2010	2011
Sólo vuelo	11,64%	12,19%	13,07%
Vuelo y alojamiento	30,09%	27,58%	27,39%
Vuelo, alojamiento y desayuno	7,16%	7,96%	7,82%
Vuelo, alojamiento y media pensión	22,67%	24,22%	20,99%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	3,80%	2,85%	3,30%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	17,67%	20,66%	23,52%
Alojamiento + otros conceptos	2,09%	0,85%	0,35%
No procede	4,88%	3,68%	3,56%

- La modalidad de todo incluido representa a casi uno de cada cuatro turistas, ganando cada vez mayor protagonismo, en detrimento de los paquetes “Vuelo y alojamiento” y “Media pensión”.
- Crece levemente el porcentaje de turistas que en origen contratan sólo el vuelo al igual que “vuelo, alojamiento y pensión completa”.
- El resto de las categorías se mantienen estables con respecto al año anterior.

COMPRA DEL VUELO

	2009	2010	2011
A un tour operador	57,01%	55,53%	56,50%
A la compañía aérea	17,29%	19,36%	17,91%
Agencias de Viajes	18,97%	16,72%	16,44%
Portal de Internet	6,72%	8,39%	9,16%

- La compra de vuelos al T.O. continúa siendo la primera opción.
- El segundo lugar lo ocupan las compañías aéreas, con una cuota del 17,91%, descendiendo 1,45 puntos respecto del año anterior.
- Los portales de Internet muestran una tendencia de crecimiento continuo.
- Las Agencias de viaje mantiene valores similares al año anterior (16,44%).

COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2009	2010	2011
A un tour operador	46,73%	46,20%	47,98%
Al alojamiento	12,67%	13,51%	12,04%
Agencias de Viajes	23,84%	21,21%	19,54%
Portal de Internet	8,34%	10,80%	12,11%
No le hacía falta	8,42%	8,28%	8,33%

- Prosigue el liderazgo de la venta de los TT.OO. y agencias de viajes, en conjunto aglutinan el 67% de las ventas.
- Los TT.OO. crecen cerca del 2%, mientras que las Agencias de Viajes caen 1,66 puntos; caída similar a la compra en el alojamiento (-1,47 puntos).
- La compra en portales de Internet consolida la tendencia al alza.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2009	2010	2011
Hotel 4*-5*	34,65%	62,85%	61,13%
Hotel 1-2-3*	13,70%		
Extrahotelero	37,52%	28,28%	29,32%
Vivienda propia/amigos o familiares	8,85%	8,87%	9,55%
Otros alojamientos	5,28%		

- La preferencia de la oferta hotelera supera al alojamiento extrahotelero; sin embargo, respecto al año pasado la cifra de la modalidad no hotelera experimentó un aumento.
- La disposición del visitante por la oferta hotelera se encuentra condicionada por los conceptos contratados en origen, destacando la categoría de todo incluido y media pensión.

Nota. La metodología del ISTAC ha cambiado, de tal forma que a partir del año 2011 desaparece la distinción entre los establecimientos hoteleros y viviendas propias y otros establecimientos.

GASTO TURÍSTICO

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	2009	2010	2011
Total (Origen + Gran Canaria)	120,34	125	124,76
En origen	79,09	83,64	84,65
En Gran Canaria	41,25	41,35	40,11
Extras alojamiento	4,84	5,44	3,38
Transporte público	2,6	2,67	2,36
Alquiler de vehículos	1,54	1,69	1,23
Compras alimenticias	4,87	6,4	6,88
Restaurantes	13,86	11,95	11,47
Souvenirs	4,73	6,31	7,15
Ocio	5,28	4,57	4,64
Otros conceptos	3,54	2,32	2,99

- A pesar de disminuir el gasto diario total, el gasto en el país de origen crece.
- El gasto diario en Gran Canaria durante 2011 desciende considerablemente, volviendo a valores anteriores a 2006.
- Dentro de las partidas que disminuyen, las de mayor incidencia son los extras en el alojamiento.
- En lo referido al gasto en restaurantes, disminuye por cuarto año consecutivo.

Nota. El gasto en Gran Canaria es el sumatorio de los gastos en alojamiento, transporte, alimentación, compras alimenticias, restaurantes, souvenirs, ocio y otros conceptos.

GASTO MEDIO DIARIO TOTAL POR PAÍS. (Euros)

	2009	2010	2011
Total	119,93	125	124,76
Alemania	119,7	125,82	125,74
España	132,61	134,48	133,72
Holanda	116,74	115,62	118,41
Países Nórdicos	120,46	126,6	126,25
Reino Unido	97,66	107,12	104,53
Otros países	132,55	134,14	138,95

- El gasto diario medio total baja levemente, como consecuencia de la disminución en alemanes, nórdicos y británicos.
- El conjunto de visitantes provenientes de Otros Países es quien presenta un mayor gasto.
- Los visitantes nacionales ocupan la segunda posición de acuerdo al gasto diario.

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

	2009	2010	2011
Total	119,93	125	124,76
Hotel 5 estrellas	180,93	183,6	180,71
Hotel 4 estrellas	143,69	144,75	142,68
Hotel 1,2,3 estrellas	112,75	117,4	117,87
Extrahotelero	105,38	107,03	110,45
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	74,79	72,74	72,62
Otros	93,44	93,16	113,28

- El mayor gasto se realiza en los establecimientos hoteleros, especialmente en los hoteles de cinco estrellas, siendo esta la primera opción, aunque cae sobre 2010.
- Crece considerablemente el gasto de los alojados en establecimientos extrahoteleros, aunque sigue siendo uno de los gastos diarios más bajos.

GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y DÍA SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN. (Euros)

	2009	2010	2011
Total	119,93	125	124,76
Sólo vuelo	94,42	92,47	90,39
Vuelo y alojamiento	114,82	118,25	119,87
Vuelo, alojamiento y desayuno	166,14	166,2	164,14
Vuelo, alojamiento y media pensión	138,16	143,61	142,17
Vuelo, alojamiento y pensión completa	131,76	149,58	143
Vuelo, alojamiento y todo incluido	118,93	122,94	125,75

- Las tres principales categorías por gasto diario son: desayuno, pensión completa, y media pensión.
- La modalidad de sólo vuelo es la que menor gasto diario presenta.
- El mayor descenso se manifiesta en el turista que ha adquirido el paquete vuelo, alojamiento y pensión completa, retrocediendo en casi 6 euros diarios, aunque el porcentaje de clientes de esta modalidad es reducido.
- El gasto diario de los turistas de Todo Incluido aumenta, superando la media total del destino.

GASTO MEDIO POR TURISTA Y DIA SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN. (Euros)

	2009	2010	2011
Total	119,93	125	124,76
De 16 a 24 años	108,37	113,77	107,34
Hombres	109,07	118,92	112,48
Mujeres	107,85	110,21	104,34
De 25 a 44 años	121,94	124,87	124,35
Hombres	125,17	129,07	128,85
Mujeres	117,94	120,85	120,02
De 45 a 64 años	125,89	131,83	134,61
Hombres	130,75	137,29	139,41
Mujeres	120,61	126,77	130,29
Mayor de 64 años	108,49	115,02	116,5
Hombres	114,38	122,06	123,84
Mujeres	102,31	107,99	109,34

- El mayor gasto diario es realizado por los visitantes con edad comprendida entre los 45 y los 64 años. No se puede ignorar que la edad media de los turistas que visitan Gran Canaria se encuentra en ese mismo intervalo.
- En segundo lugar se encuentra el colectivo con edad entre 25 y 44 años.
- Los colectivos antes mencionados se caracterizan por un nivel de renta medio o medio alto.
- Los hombres realizan un mayor gasto que las mujeres.

TIPO DE GRUPO

ACOMPAÑANTES EN GENERAL

	2009	2010	2011
Acompañados por la pareja	59,12%	60,99%	60,19%
Acompañados por hijos	16,41%	18,58%	18,21%
Acompañados por otros familiares	9,29%	9,19%	9,70%
Acompañados por amigos	13,80%	10,16%	11,06%
Acompañados por otros	1,39%	1,08%	0,84%

- La categoría de acompañados por la pareja es la principal modalidad.
- Los visitantes que viajan a la isla acompañados por sus hijos, se han mantenido estables con respecto a 2010.
- Los turistas que vienen a la isla acompañados por amigos suben en torno a un punto.

ACOMPAÑADOS POR MENORES

	2009	2010	2011
Acompañados de menores 0-2 años	1,12%	1,35%	1,09%
Acompañados de menores 2-12 años	10,06%	12,23%	12,31%
Acompañados de menores de 0-2 años y 2-12 años	0,80%	0,83%	1,00%
No están acompañados por menores	88,01%	85,59%	85,59%

- El mayor porcentaje hace referencia a los visitantes que no viajan con menores, debido a la composición familiar de los hogares europeos.
- A pesar de ello, la segunda categoría se refiere a los turistas que viene a la isla con menores de 2-12 años, mostrando un leve descenso con respecto al dato de 2010.

ESTANCIA MEDIA

ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA POR NACIONALIDADES. (Días)

	2009	2010	2011
Alemania	11,41	11,04	10,31
España	6,67	6,87	7,27
Holanda	9,85	10,06	9,75
Reino Unido	9,06	8,61	8,56
Países Nórdicos	10,66	10,99	10,70
Otros países	9,82	9,72	9,89
Total	9,79	9,62	9,63

- Con respecto al año anterior, la estancia media del cómputo total se ha mantenido.
- Los británicos pasan a ser los turistas que más tiempo permanecen en la Isla, en detrimento de los alemanes, que ven disminuir su estancia media en 0,7 días.
- Por su parte, los nacionales son aquellos que menos tiempo pasan en la Isla por término medio, a pesar de haberla incrementado en los dos últimos años.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. CUARTO TRIMESTRE

CUARTO TRIMESTRE	2009	2010	2011
MUY BUENA / BUENA	89,21%	90,43%	92,12%
NORMAL	9,98%	8,54%	7,23%
MALA / MUY MALA	0,81%	1,03%	0,65%

- El 92,12% de nuestros turistas tiene un nivel de satisfacción bueno o muy bueno, mejorando sostenidamente en los últimos dos años.
- Tan sólo el 0,65% considera que ha sido una experiencia mala, siendo un porcentaje similar en los últimos años.

LOS 5 PRINCIPALES MOTIVOS DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA. AÑO.

TOP 5	2009	2010	2011
1	Clima o sol	Clima o sol	Clima o sol
2	Playas	Playas	Tranquilidad, descanso, relax.
3	Tranquilidad, descanso, relax.	Tranquilidad, descanso, relax.	Playas
4	Paisajes	Paisajes	Paisajes
5	Precio	Precio	Conocer nuevos lugares

- Continuamos siendo un destino de sol y playas, por excelencia.
- Se observa una estabilidad en los motivos de elección de nuestra Isla.

ASPECTOS Y SERVICIOS MÁS VALORADOS POR LOS TURISTAS DEL AÑO.

TOP 5	2009	2010	2011
1	Clima	Clima	Clima
2	Servicios de taxi	Servicios de taxi	Servicios de taxi
3	Zonas de baño	Hospitalidad	Hospitalidad
4	Hospitalidad	Trato en el alojamiento	Zonas de baño
5	Trato en el alojamiento	Zonas de baño	Paisajes

ASPECTOS Y SERVICIOS MENOS VALORADOS POR LOS TURISTAS DEL AÑO.

TOP (-5)	2009	2010	2011
1	Actividades culturales	Actividades culturales	Actividades culturales
2	Precio de los restaurantes	Recreo para niños	Golf
3	Oferta local gastronomía	Oferta local gastronomía	Diversión/Recreo para niños
4	Golf	Ambiente	Parques de ocio
5	Parques de ocio	Parques de ocio	Oferta local gastronomía

- Los aspectos más valorados por nuestros turistas se mantienen estables, siendo los más valorados el clima y el servicio de taxi.
- Son características de la isla, su hospitalidad y sus zonas de baño, que mejora una posición con respecto a 2010.
- Por otro lado, lo menos valorado son las actividades culturales, el golf y el recreo para niños.