

PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA.

2009-2012.

ANÁLISIS COMPARATIVO.

RESUMEN

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

- EDAD Y SEXO 6
- OCUPACIÓN 7

ANTES DEL VIAJE

- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN 9
- COMPRA DEL VUELO 10
- COMPRA DEL ALOJAMIENTO 11

DURANTE LA ESTANCIA

- TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO 13
- ESTANCIA MEDIA 14

GASTO TURÍSTICO

Informe Estadísticas



● GASTO TURÍSTICO TOTAL	16
● GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	17
● GASTIO MEDIO DIARIO TOTAL POR PAÍS	18
● GASTO MEDIO DIARIO TOTAL SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO	19
● GASTO MEDIO DIARIO TOTAL SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	20
● GASTO MEDIO DIARIO TOTAL SEGÚN EDAD Y SEXO	21
TIPO DE GRUPO	
● ACOMPAÑANTES EN GENERAL	23
● ACOMPAÑADOS POR MENORES	24
NIVEL DE SATISFACCIÓN	25
MOTIVOS DE ELECCIÓN	27
ASPECTOS Y SERVICIOS	29

La Encuesta de Gasto Turístico es una herramienta de investigación estadística realizada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Informe Estadísticas



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.

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.

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 2012. Los ficheros estadísticos correspondientes se encuentran para su consulta en el área profesional de la Web del Patronato de Turismo.

<http://www.grancanaria.com/profesional>

Patronato de Turismo de Gran Canaria

RESUMEN

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	ANTES DEL VIAJE	DURANTE LA ESTANCIA
HOMBRES 57,31%	CONTRATAN VUELO Y SOLO ALOJAMIENTO 26,98%	SE ALOJAN EN UN HOTEL 61,10%
25-44 AÑOS 48,81%	COMPRAN EL VUELO A UN TUROPERADOR 52,56%	ESTANCIA MEDIA 9,40 DÍAS
FUNCIONARIOS CARGOS ALTOS /MEDIOS 38,02%	COMPRAN EL ALOJAMIENTO A UN TUROPERADOR 54,47%	
GASTO	TIPO DE GRUPO	NIVEL DE REPETICIÓN
↑ GASTO TOTAL 3.621 M. €	ACOMPAÑADOS POR LA PAREJA 59,43%	MÁS DE TRES VECES 35,46%
↑ GASTO MEDIO DIARIO 129,92 €	ACOMPAÑADOS POR MENORES 15,72%	SATISFACCIÓN MUY BUENA / BUENA 91,28%
↑ EN ORIGEN 88,98 €		MOTIVO DE ELECCIÓN CLIMA, SOL, RELAX, PLAYAS, PRECIO, PAISAJES
↑ EN DESTINO 40,94 €		
QUIENES MÁS GASTAN		
↑ NÓRDICOS 135,83 €		
↓ HOTELES DE 5* 173,52 €		
↑ VUELO, A+D 169,83€		
↑ HOMBRES 45-64 AÑOS 143,69€		

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Sexo

	2010	2011	2012
Hombres	52,64%	56,89%	57,31%
Mujeres	47,36%	43,11%	42,69%

- La presencia de hombres entre los turistas de Gran Canaria continúa creciendo. En el año 2012 suponen el 57,31% del total.

Edad

	2010	2011	2012
Menor de 15 años	8,52%	6,97%	6,85%
De 15 a 24 años	9,69%	12,07%	12,03%
De 25 a 44 años	37,58%	48,04%	48,81%
De 45 a 64 años	32,06%	26,50%	26,42%
De 65 y más años	11,75%	6,41%	5,88%

- El colectivo más importante del destino es el conformado por los turistas de entre 25 y 44 años, con una presencia (48,81%) incluso mayor a la registrada en 2011.
- El segmento de 45-64 años desciende de forma muy ligera con respecto a 2011, año en que cayó alrededor de 5,5 puntos con respecto a 2010.
- La presencia de turistas *sénior* continúa con la tendencia negativa que ya presentó en 2011, aunque la caída en su peso relativo en 2012 es más atenuada.
- Los turistas jóvenes mantienen el buen comportamiento de 2011, ya que la presencia en el destino de turistas entre 15 y 24 años supuso el 12,03% del total.

Fuente: FRONTUR-CANARIAS

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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Ocupación

	2009	2010	2011	2012
Empresarios	20,74%	21,39%	10,82%	20,66%
Funcionarios o cargos altos/medios	40,09%	38,46%	48,93%	38,02%
Funcionarios o empleados auxiliares	12,53%	15,49%	17,16%	19,68%
Jubilados	10,13%	8,65%	13,51%	9,04%
Estudiantes, amas de casas o parados	16,50%	16,00%	9,59%	12,60%

- El colectivo mayoritario del destino continúa siendo el de los funcionarios o cargos medios/altos, aunque su peso decrece más de 10 puntos con respecto a 2011.
- Los empresarios se convierten en el segundo colectivo más importante del destino, tras aumentar su presencia en aproximadamente 10 puntos, recuperando el peso que tuvieron en años anteriores.
- Los funcionarios o empleados auxiliares continúan con la tendencia alcista registrada en los años precedentes.
- Tal y como se comentó anteriormente en cuanto a los grupos de edad, el porcentaje de jubilados cae, alrededor de 4 puntos con respecto al año 2011.
- El colectivo formado por estudiantes, amas de casa y parados aumenta su peso relativo en el destino. En el año 2012 suponen el 12,60% del total de turistas de la Isla.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2009	2010	2011	2012
Solo vuelo	11,64%	12,19%	13,07%	10,34%
Vuelo y alojamiento	30,09%	27,58%	27,39%	26,98%
Vuelo, alojamiento y desayuno	7,16%	7,96%	7,82%	7,70%
Vuelo, alojamiento y media pensión	22,67%	24,22%	20,99%	21,04%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	3,80%	2,85%	3,30%	3,30%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	17,67%	20,66%	23,52%	24,64%
Alojamiento + otros conceptos	2,09%	0,85%	0,35%	0,47%
No procede	4,88%	3,68%	3,56%	5,54%

- La compra en origen de vuelo y solo alojamiento continúa siendo mayoritaria entre los turistas de Gran Canaria, creciendo ligeramente con respecto a 2011 y situándose en el 26,98%.
- El Todo Incluido consolida su crecimiento de los últimos períodos. En 2012, el 24,64% de los turistas de la isla contrataron esta modalidad, aunque su crecimiento parece estancarse.
- La modalidad de vuelo, alojamiento y media pensión cae ligeramente con respecto a 2011, hasta situarse en el 21,04%.
- La reserva de solo vuelo también cae con respecto a 2011 y presenta el peor dato desde 2009, lo que puede ser consecuencia del descenso en el alojamiento en establecimientos no reglados que analizaremos posteriormente.

COMPRA DEL VUELO

	2009	2010	2011	2012
A un tour operador	57,01%	55,53%	56,50%	51,81%
A la compañía aérea	17,29%	19,36%	17,91%	19,08%
Agencias de Viajes	18,97%	16,72%	16,44%	20,07%
Portal de Internet	6,72%	8,39%	9,16%	9,03%

- La compra del vuelo a través del turoperador, a pesar de ser la modalidad más habitual de los turistas de Gran Canaria, pierde peso con respecto a 2011, aproximadamente 4,69 puntos porcentuales.
- Las compañías aéreas ganan cuota de mercado, ya que en 2012 el 19,08% de los turistas de la Isla reservó el vuelo directamente a la aerolínea.
- Se observa un importante avance en la cuota de mercado de las agencias de viaje a la hora de la reserva del vuelo. En 2012 vuelven a ser la segunda opción más utilizada por los turistas de la Isla, con un 20,07% del total.
- Tras haber crecido de forma continuada en los períodos anteriores, la cuota de mercado de los portales de Internet en la venta de vuelos desciende en 2012, situándose en el 9,03%.

COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2009	2010	2011	2012
A un tour operador	46,73%	46,20%	47,98%	46,80%
Al alojamiento	12,67%	13,51%	12,04%	11,87%
Agencias de Viajes	23,84%	21,21%	19,54%	22,06%
Portal de Internet	8,34%	10,80%	12,11%	12,19%
No le hacía falta	8,42%	8,28%	8,33%	7,07%

- También en la reserva del alojamiento, la cuota de mercado de los turoperadores decrece con respecto a los períodos anteriores (alrededor de 1 punto), aunque continúa siendo la opción preferencial de los turistas de Gran Canaria.
- La reserva directa al alojamiento decrece hasta el 11,87%.
- Las agencias de viaje mejoran sus registros en cuanto a la compra del alojamiento, ya que sitúan su cuota de mercado en el 22,06%.
- La compra del alojamiento a través de portales de Internet se mantiene en los niveles del año anterior, con un 12,19% de cuota de mercado.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2009	2010	2011	2012
Hotel 4*-5*	34,65%	62,85%	61,13%	61,10%
Hotel 1-2-3*	13,70%			
Extrahotelero	37,52%	28,28%	29,32%	29,92%
Vivienda propia / amigos o familiares	8,85%	8,87%	9,55%	8,98%
Otros alojamientos	5,28%			

- El alojamiento en establecimientos hoteleros continúa siendo la opción preferente en el año 2012, manteniendo prácticamente constante su peso con respecto a 2011.
- La estancia en establecimientos extrahoteleros crece ligeramente con respecto a 2011, situándose su cuota de mercado alrededor del 30%.
- El alojamiento en viviendas propias o de familiares y en otros tipos de alojamiento se reduce con respecto a 2011, resultado coherente con la disminución de la reserva de solo vuelo por parte de los turistas de la Isla.

Nota. La metodología del ISTAC ha cambiado, de tal forma que a partir del año 2010 desaparece la distinción entre los establecimientos hoteleros y viviendas propias y otros establecimientos.

ESTANCIA MEDIA

SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA

	2009	2010	2011	2012
TOTAL	9,79	9,62	9,63	9,40
Alemania	11,41	11,04	10,31	10,19
España	6,67	6,87	7,27	7,01
Holanda	9,85	10,06	9,75	10,47
Países Nórdicos	10,66	10,99	10,7	9,61
Reino Unido	9,06	8,61	8,56	8,78
Otros países	9,82	9,72	9,89	9,83

- La estancia media se situó en 2012 en 9,40 días, 0,23 días menos que en 2011. Se aprecia una cierta tendencia a la reducción de la duración de los viajes a la Isla.
- Desciende la estancia media de alemanes, españoles y nórdicos, mientras que crece entre holandeses y británicos.

SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO

	2009	2010	2011	2012
TOTAL	9,79	9,62	9,63	9,40
Hoteleros	8,75	8,46	8,6	8,5
Extrahoteleros	10,64	11,18	10,63	10,22
Otros	10,83	12,88	12,66	12,83

- La es hotel...
- Por e...
- tipolo...
- media...

GASTO TURÍSTICO

GASTO TOTAL (Euros)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gasto total	3.150.010.845	3.135.118.518	3.284.727.475	2.808.753.359	3.143.802.156	3.504.907.798	3.621.227.436
Gasto total en origen	1.916.741.068	1.916.530.935	2.092.686.676	1.856.706.525	2.107.813.811	2.361.645.433	2.494.852.268
Gasto total en destino	1.233.269.777	1.218.587.584	1.192.040.799	952.046.835	1.035.988.344	1.143.262.365	1.126.375.168

GASTO TOTAL (Variación interanual)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gasto total	-0,47%	4,77%	-14,49%	11,93%	11,49%	3,32%
Gasto total en origen	-0,01%	9,19%	-11,28%	13,52%	12,04%	5,64%
Gasto total en destino	-1,19%	-2,18%	-20,13%	8,82%	10,35%	-1,48%

- El gasto turístico total se situó en 2012 por encima de 3.621 millones de euros, récord histórico del destino, que supone un aumento del 3,32% con respecto al año 2011.
- El gasto total en origen creció un 5,64%, mientras que el gasto total en destino descendió un 1,48%.
- La caída en el gasto en destino puede ser consecuencia de la disminución en la estancia media de los turistas analizada anteriormente.

GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	2009	2010	2011	2012
Total (Origen + Gran Canaria)	119,93	125,00	123,78	129,92
En origen	78,66	83,64	83,56	88,98
En Gran Canaria	41,27	41,35	40,22	40,94
Extras alojamiento	4,82	5,44	3,35	3,75
Transporte público	2,6	2,67	2,35	2,05
Alquiler de vehículos	1,55	1,69	1,23	1,19
Compras alimenticias	4,90	6,40	7,07	7,46
Restaurantes	13,85	11,95	11,54	11,81
Souvenirs	4,72	6,31	7,09	7,18
Ocio	5,3	4,57	4,64	4,77
Otros conceptos	3,54	2,32	2,95	2,72

- Notable aumento del gasto diario total en 2012, con un incremento de 6,14 euros respecto a 2011.
- La mayor parte de este incremento del gasto fue absorbido en origen, con un aumento de 5,42 euros de media, mientras que en Gran Canaria el gasto solo creció 0,72 euros con respecto al año anterior.
- Desglosando por conceptos, el incremento del gasto diario en destino fue consecuencia de un mayor desembolso en extras de alojamiento, compras alimenticias, restauración, souvenirs y ocio.
- Por el contrario, cayó el gasto en transporte (tanto público como rent-a-car) y en otros conceptos de gasto.

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 POR PAÍS. (Euros)

	2009	2010	2011	2012
Total	119,93	125,00	123,78	129,92
Alemania	119,71	125,82	125,74	133,26
España	135,63	134,48	133,72	123,56
Holanda	116,75	115,62	118,41	119,34
Países Nórdicos	120,46	126,60	126,25	135,83
Reino Unido	97,66	107,12	104,53	116,45
Otros países	132,57	134,14	138,95	138,49

- Se produce un aumento generalizado en el gasto de los distintos mercados, a excepción del nacional, que pasa de ser el mercado con mayor gasto diario medio, a superar solamente el gasto de los turistas británicos y holandeses.
- Los turistas nórdicos son los que más gastan en el destino, con 135,83 euros de media al día. Esto supone que el gasto de estos turistas ha crecido 9,58 euros con respecto a 2011.
- Sin embargo, el mayor incremento del gasto se ha dado en el mercado británico, con 11,92 euros más al día de media (+11,40%).
- El incremento del gasto de los turistas alemanes también ha sido importante (+5,98%), mientras que el de los holandeses ha sido más ligero (+0,79%).

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

	2009	2010	2011	2012
Total	119,93	125,00	123,78	129,92
Hotel 5 estrellas	180,93	183,60	180,57	173,52
Hotel 4 estrellas	143,69	144,75	142,42	147,85
Hotel 1,2,3 estrellas	112,75	117,40	117,59	121,1
Extrahotelero	105,38	107,03	110,83	119,01
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	74,79	72,74	72,87	75,59
Otros	93,44	93,16	117,75	117,49

- El gasto diario de los turistas hospedados en establecimientos hoteleros de 5 estrellas cae 7,05 euros con respecto a 2011 (-3,90%). Sin embargo, los turistas que se hospedan en estos establecimientos siguen siendo los que mayor gasto diario realizan.
- Aumenta el gasto diario de los clientes de los hoteles de 4 estrellas, 5,43 euros más de media, lo que supone un incremento del 3,81%.
- El incremento más destacado se dio entre los clientes de los establecimientos extrahoteleros. Su gasto diario creció 8,18 euros, lo que supone un 7,38% más que en 2011.
- También creció el gasto diario de los turistas alojados en hoteles de 1,2 y 3 estrellas (3,51 euros más) y en vivienda propia o casa de familiares o amigos (2,72 euros).

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

	2009	2010	2011	2012
Total	119,93	125,00	123,78	129,92
Sólo vuelo	94,42	92,47	89,60	98,90
Vuelo y alojamiento	114,82	118,25	119,44	127,33
Vuelo, alojamiento y desayuno	166,14	166,20	162,86	169,83
Vuelo, alojamiento y media pensión	138,16	143,61	141,54	150,55
Vuelo, alojamiento y pensión completa	131,76	149,58	144,83	148,60
Vuelo, alojamiento y todo incluido	118,93	122,94	125,69	132,44

- Los turistas que mayor gasto diario realizaron en 2012 fueron los que reservaron en origen vuelo, alojamiento y desayuno, ya que gastaron de media 169,83 euros al día, 6,97 euros más que en 2011.
- También es importante el gasto diario de los turistas que reservan vuelo, alojamiento y media pensión en origen, con 9,01 euros más de media con respecto a 2011.
- El gasto de los turistas que escogen la modalidad de Todo Incluido vuelve a crecer en 2012 (+5,37%), siendo ya el tercer colectivo que más gasta en el destino, con 132,44 euros diarios de media.
- Los incrementos porcentuales más destacados en el gasto diario se dan entre los turistas que reservan solo vuelo (+10,38%) y vuelo y alojamiento sin régimen alimenticio (+6,61%).

GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y DIA SEGÚN GRUPOS DE EDADES Y SEXOS. (Euros)

	2009	2010	2011	2012
Total	119,93	125,00	123,78	129,92
De 16 a 24 años	108,37	113,77	106,95	114,35
Hombres	109,07	118,92	112,30	118,74
Mujeres	107,85	110,21	103,85	111,12
De 25 a 44 años	121,94	124,87	123,35	130,27
Hombres	125,17	129,07	127,90	133,92
Mujeres	117,94	120,85	118,96	126,46
De 45 a 64 años	125,89	131,83	133,21	138,93
Hombres	130,75	137,29	137,88	143,69
Mujeres	120,61	126,77	128,98	134,29
Mayor de 64 años	108,49	115,02	116,29	118,42
Hombres	114,38	122,06	123,80	120,22
Mujeres	102,31	107,99	108,83	116,66

- El mayor gasto diario se dio, como en los años anteriores, entre los turistas pertenecientes al segmento de edad de 45-64 años, con 138,93 euros de media, un 4,29% más que en 2011.
- Dentro de este colectivo, destaca el gasto de los hombres (143,69 euros de media) frente al de las mujeres (134,29 euros).
- Los turistas de entre 25 y 44 años presentan un gasto diario de 130,27 euros de media en 2012, 6,92 euros más que en el año anterior. Dentro de este grupo, el gasto de los hombres también es superior, aunque la diferencia con el gasto de las mujeres es menor que en el caso del segmento de 45-64 años.
- El gasto de los turistas jóvenes presentan un importante incremento (+6,92%), mientras que el del turista sénior, a pesar de también crecer, lo hace a una tasa bastante menor (+1,83%).

TIPO DE GRUPO

ACOMPAÑANTES EN GENERAL

	2009	2010	2011	2012
Acompañados por la pareja	59,12%	60,99%	60,19%	59,43%
Acompañados por hijos	16,41%	18,58%	18,21%	18,82%
Acompañados por otros familiares	9,29%	9,19%	9,70%	10,19%
Acompañados por amigos	13,80%	10,16%	11,06%	10,49%
Acompañados por otros	1,39%	1,08%	0,84%	1,06%

- Los turistas que vienen acompañados por su pareja continúan constituyendo la tipología de grupo más común en el destino, aunque su peso relativo disminuye ligeramente con respecto a los años 2010 y 2011.
- Por su parte, el porcentaje de turistas que viajan acompañados por sus hijos crece con respecto al año anterior. Aunque se trata de un crecimiento muy suave, permite que este colectivo se mantenga holgadamente por encima del 18%.
- Los turistas que viajan acompañados por otros familiares o por amigos crecen y ya superan el 10% del total de turistas de la Isla.
- El peso en el destino de los turistas que viajan con amigos desciende de forma ligera, siendo en el año 2012 el 10,49% del total.

ACOMPAÑADOS POR MENORES

	2009	2010	2011	2012
Acompañados de menores 0-2 años	1,12%	1,35%	1,09%	1,48%
Acompañados de menores 2-12 años	10,06%	12,23%	12,31%	13,17%
Acompañados de menores de 0-2 años y 2-12 años	0,80%	0,83%	1,00%	1,07%
No están acompañados por menores	88,01%	85,59%	85,59%	84,28%

- Un 84,28% del total de turistas del destino sin la compañía de menores. A pesar de ello, el peso de este tipo de viajeros presenta una tendencia negativa en el período analizado, con una suave caída en sus porcentajes.
- Es por ello que crecen todas las categorías de turistas acompañados por menores. Dentro de éstas, destaca la importancia del colectivo de turistas que viajan con menores de entre 2 y 12 años, que crecen de forma continua y en 2012 ya suponen el 13,17% del total de turistas del destino.
- También aumenta la proporción de turistas que viajan acompañados de menores entre 0 y 2 años, aunque su peso relativo en el destino es de solo un 1,48%.

NIVEL DE SATISFACCIÓN

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

CUARTO TRIMESTRE	2009	2010	2011	2012
MUY BUENA / BUENA	89,18%	90,35%	92,05%	91,28%
NORMAL	10,00%	8,60%	7,28%	7,81%
MALA / MUY MALA	0,82%	1,05%	0,67%	0,91%

- Un 91,28% de los turistas de Gran Canaria afirman que su viaje ha sido satisfactorio o muy satisfactorio. Este porcentaje es ligeramente inferior al obtenido en 2011, cuando alcanzó el 92,05%, pero superior en todo caso al nivel de 2010.
- El destino alcanza por tercer año consecutivo una satisfacción buena o muy buena por parte de más del 90% de los turistas.
- En el año 2012 se ha producido un cierto trasvase de opiniones muy buenas a normales, que podría tener su razón de ser en la ligera disminución del porcentaje de turistas nuevos en el destino.

MOTIVOS DE ELECCIÓN DEL DESTINO

MOTIVO DE ELECCIÓN DEL DESTINO

TOP 5	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Clima o sol						
2	Playas	Playas	Playas	Playas	Playas	Tranquilidad, descanso, relax	Tranquilidad, descanso, relax
3	Tranquilidad, descanso, relax	Playas	Playas				
4	Paisajes	Paisajes	Paisajes	Paisajes	Paisajes	Paisajes	Precio
5	Conocer nuevos lugares	Conocer nuevos lugares	Conocer nuevos lugares	Precio	Precio	Precio	Paisajes

- Los motivos de elección de Gran Canaria como destino presentan un patrón muy estable en el tiempo.
- El principal motivo por el que nuestros turistas llegan a la Isla, es su excelente clima, en busca de sol.
- Es importante también el porcentaje de turistas que llegan en busca de descanso y relax, así como aquellos que quieren disfrutar de nuestras playas.
- El precio también se configura como una variable importante para elegir nuestro destino, ganando peso en 2012 con respecto a los tres años anteriores.

ASPECTOS Y SERVICIOS

VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

TOP 5	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Clima	Clima	Clima	Clima	Clima	Clima	Clima
2	Servicio de taxi	Servicio de taxi	Servicio de taxi	Servicio de taxi	Servicio de taxi	Servicio de taxi	Servicio de taxi
3	Hospitalidad	Zonas de baño	Zonas de baño	Zonas de baño	Hospitalidad	Hospitalidad	Hospitalidad
4	Zonas de baño	Hospitalidad	Hospitalidad	Hospitalidad	Trato en el alojamiento	Zonas de baño	Trato en el alojamiento
5	Paisajes	Trato en el alojamiento	Trato en el alojamiento	Trato en el alojamiento	Zonas de baño	Paisajes	Zonas de baño

TOP -5	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Actividades culturales	Actividades culturales	Actividades culturales	Actividades culturales	Actividades culturales	Actividades culturales	Actividades culturales
2	Golf	Recreo para niños	Precio en los restaurantes	Precio en los restaurantes	Recreo para niños	Golf	Golf
3	Precio en los restaurantes	Oferta local gastronomía	Golf	Oferta local gastronomía	Oferta local gastronomía	Recreo para niños	Recreo para niños
4	Oferta local gastronomía	Golf	Parques de ocio	Golf	Ambiente	Parques de ocio	Parques de ocio
5	Recreo para niños	Precio en los restaurantes	Oferta local gastronomía	Parques de ocio	Parques de ocio	Oferta local gastronomía	Oferta local gastronomía