

# PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA

ANUAL. 2011-2015

ANÁLISIS COMPARATIVO



# ÍNDICE

	Página
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>	
EDAD Y SEXO	3
OCUPACIÓN	4
<b>ANTES DEL VIAJE</b>	
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	6
COMPRA DEL VUELO	7
COMPRA DEL ALOJAMIENTO	8
MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO	9
<b>DURANTE LA ESTANCIA</b>	
TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	11
<b>DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	
VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS	13
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	14
<b>GASTO TURÍSTICO</b>	
GASTO TURÍSTICO TOTAL	16
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	17
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y NACIONALIDAD	18
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y ALOJAMIENTO	19
GASTO MEDIO SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	20
GASTO MEDIO SEGÚN SEXO Y GÉNERO	21
<b>TIPO DE GRUPO</b>	
ACOMPAÑANTES EN GENERAL	23
ACOMPAÑADOS POR MENORES	24

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Sexo

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Hombres</b>	47,28%	49,32%	50,97%	50,03%	51,28%
<b>Mujeres</b>	52,72%	50,68%	49,03%	49,97%	48,72%

-Los hombres continúan, a lo largo de 2015, registrando un mayor número de visitas que las mujeres, siguiendo la tendencia de los últimos años.

### Edad

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>De 16 a 24 años</b>	11,13%	11,37%	12,11%	11,79%	10,12%
<b>De 25 a 44 años</b>	46,21%	46,59%	46,18%	43,03%	37,91%
<b>Mayor de 44 años</b>	42,66%	42,04%	41,71%	45,18%	51,96%

-El grupo comprendido entre los 16 y 24 años de edad es el de menor presencia en Gran Canaria; además registra un ligero descenso.

-El perfil de 25 a 44 años es el segundo más representativo, registra un descenso de 5,12 puntos porcentuales sobre el año anterior.

-Según los datos, algo más de la mitad de los visitantes superan los 44 años de edad, incrementándose el dato en 6,78 puntos respecto a 2014.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Ocupación

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Empresarios</b>	21,05%	20,66%	21,19%	21,20%	20,64%
<b>Funcionarios o cargos altos/medios</b>	38,50%	38,02%	35,99%	38,88%	37,07%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	17,27%	19,68%	19,16%	15,63%	16,17%
<b>Jubilados</b>	9,62%	9,04%	11,00%	9,36%	9,05%
<b>Estudiantes, amas de casas o parados</b>	13,56%	12,60%	12,65%	14,92%	17,07%

-El conjunto de turistas - empresarios representa el 20,64% de los visitantes en Gran Canaria.

-El grupo de funcionarios o cargos medios altos disminuye su presencia en la isla en casi dos puntos porcentuales, anotando al cierre de 2015 un 37,07%; sigue siendo el primer grupo en importancia.

-Los empleados auxiliares ven recuperación tras la caída ya observada el año anterior; sin embargo, no llegan a niveles de 2011.

-El conjunto formado por estudiantes, amas de casa o parados muestra un crecimiento de 2,15 puntos porcentuales, situándose como el grupo con mayor incremento de los observados.

**ANTES DEL VIAJE**

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Sólo vuelo</b>	13,07%	10,34%	14,29%	11,13%	12,62%
<b>Vuelo y alojamiento</b>	27,39%	26,98%	26,62%	25,14%	23,44%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	7,82%	7,70%	7,66%	8,04%	7,97%
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	20,99%	21,04%	18,56%	18,14%	17,93%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	3,30%	3,30%	3,06%	3,76%	4,72%
<b>Vuelo y alojamiento y todo incluido</b>	23,52%	24,64%	20,46%	25,32%	27,59%
<b>Alojamiento y otros conceptos</b>	0,35%	0,47%	0,48%	0,37%	0,32%
<b>No procede</b>	3,56%	5,54%	8,87%	8,10%	5,40%

-La opción de “Vuelo+alojamiento” obtiene variación negativa, sufriendo un descenso de 1,70 puntos porcentuales, continúa así la tendencia bajista de la serie.

-La opción de “Vuelo+alojamiento+todo incluido” cierra 2015 con un aumento de 2,27 puntos porcentuales, situándose como la opción más elegida por los turistas que nos visitan.

-Las categorías “Sólo vuelo” y “Vuelo, alojamiento y pensión completa” aumentan ligeramente en relación al año anterior.

-Por otra parte, “Vuelo, alojamiento y desayuno” y “Vuelo, alojamiento y media pensión” obtienen un leve crecimiento negativo.

## COMPRA DEL VUELO

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>A un tour operador</b>	56,50%	51,81%	44,01%	47,34%	45,49%
<b>A la compañía aérea</b>	17,91%	19,08%	25,08%	23,08%	24,89%
<b>Agencias de Viajes</b>	16,44%	20,07%	20,20%	19,43%	18,62%
<b>Portal de Internet</b>	9,16%	9,03%	10,71%	10,15%	11,00%

-Para los turistas, la compra del vuelo a través de tour operador continúa siendo la primera opción, a pesar de que este año se produce un descenso de 1.85 puntos en esta categoría.

-En segundo lugar, con un ascenso de 1.81 puntos porcentuales, se encuentra la compra directa a compañías aéreas.

-Las agencias de viajes aumentan ligeramente también su peso relativo, cerrando 2015 con un 18,62%.

-La compra a través de portales de Internet sufre un incremento en relación a 2014, aunque superando los niveles de 2013.

## COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>A un tour operador</b>	47,98%	46,80%	41,52%	45,03%	42,80%
<b>Al alojamiento</b>	12,04%	11,87%	14,20%	13,49%	14,04%
<b>Agencias de Viajes</b>	19,54%	22,06%	21,38%	20,80%	19,83%
<b>Portal de Internet</b>	12,11%	12,19%	14,62%	13,91%	15,37%
<b>No le hacía falta</b>	8,33%	7,07%	8,28%	6,77%	7,96%

-La compra a través de TT.OO. es la principal modalidad de elección. Experimenta un descenso en su importancia relativa, que viene dado por el aumento en “Portal de Internet”.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, con valores similares al año precedente (una ligera caída del 0,97%).

-La compra de alojamiento a portales de Internet, aumenta 1,46 puntos porcentuales, obteniendo su máximo de la serie.

-Por su parte, la compra directa al alojamiento, se mantiene en la media de los últimos 3 años, obteniendo un 14,04%.



## MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO

TOP 5	2011	2012	2013	2014	2015
1	Clima o Sol	Clima o Sol	Clima o Sol	Clima o Sol	Clima o sol
2	Playas	Tranquilidad, descanso y relax	Playas	Playas	Tranquilidad, descanso y relax
3	Tranquilidad, descanso y relax	Playas	Tranquilidad, descanso y relax	Tranquilidad, descanso y relax	Playas
4	Paisajes	Precio	Paisajes	Paisajes	Paisajes
5	Precio	Paisajes	Precio	Precio	Conocer lugares nuevos

En los últimos años los motivos de elección de los turistas que visitan Gran Canaria se han mantenido constantes:

-En primer lugar en todos los años estudiados, se encuentra siempre Clima o Sol.

- Los otros dos motivos, que más influyen a la hora de elegir nuestro destino son: Playas y la tranquilidad, descanso y relax.

-Por último, los paisajes de la isla y el precio. Sin embargo, este año entra en el 5º puesto la categoría de, “conocer lugares nuevos”, desbancando la importancia relativa del precio.

**DURANTE LA ESTANCIA**

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Hotelero</b>	57,55%	61,10%	55,50%	59,33%	55,61%
<b>Extrahotelero</b>	31,95%	29,92%	30,10%	28,88%	29,17%
<b>Viviendas propias y otros alojamientos</b>	10,49%	8,98%	14,40%	11,79%	15,22%

-Los datos del alojamiento hotelero disminuyen, pero siguen siendo la principal opción de alojamiento; le sigue el alojamiento en establecimientos extrahoteleros, que consigue un ligero aumento.

-La modalidad de vivienda propia/amigos o familiares y otros alojamientos presenta un aumento, de 3,43 puntos porcentuales.

**DESPUÉS DE LA ESTANCIA**

## VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2011	2012	2013	2014	2015
1	Clima (8,78)	Clima (8,56)	Clima (8,63)	Clima (8,79)	Hospitalidad (8,49)
2	Servicio de taxi (8,45)	Servicio de taxi (8,50)	Servicio de taxi (8,34)	Servicio de taxi (8,45)	Servicios de taxi (8,46)
3	Hospitalidad (8,27)	Hospitalidad (8,33)	Trato en el alojamiento (8,27)	Hospitalidad (8,41)	Trato en el alojamiento (8,41)
4	Zonas de baño (8,22)	Trato en el alojamiento (8,24)	Hospitalidad (8,23)	Trato en el alojamiento (8,36)	Clima (8,36)
5	Paisajes (8,03)	Zonas de baño (8,24)	Zonas de baño (8,21)	Zonas de baño (8,00)	Seguridad (8,23)
<b>Valoración media del destino</b>	<b>7,80</b>	<b>7,79</b>	<b>7,78</b>	<b>7,88</b>	<b>7,89</b>

- La media del destino registra en 2015 una valoración en aspectos y servicios, máxima en el período, 7,89 puntos, por lo que aumenta en relación con 2014 en 0,01 puntos. Dato positivo para la isla.

- Podemos observar que los aspectos más valorados se repiten a lo largo de los años estudiados; no obstante, ha sufrido un ligero cambio para el año 2015. La hospitalidad se presenta como el aspecto más valorado, seguido del servicio de taxi y en tercer lugar del trato en el alojamiento. El clima, ha sufrido un descenso de 0,43 puntos, manteniéndose en el top 5, pero cediendo en importancia para el turista.

- Destacar por último, la inclusión de la seguridad como quinto aspecto más importante, ya que significa un destino que ofrece cierto grado de tranquilidad a quienes nos visitan.

## SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Muy buena/Buena</b>	92,05%	91,28%	92,02%	93,20%	91,86%
<b>Normal</b>	7,28%	7,81%	7,15%	6,40%	7,45%
<b>Mala/Muy mala</b>	0,67%	0,91%	0,83%	0,40%	0,69%

- En esta tabla observamos, cómo la satisfacción del cliente que visita Gran Canaria es, en su amplia mayoría, muy buena o buena para toda la serie. Sin embargo, en 2015, esta categoría sufre un descenso de 1,34 puntos porcentuales.

- Por otro lado, aumenta quienes valoran la satisfacción como normal, en un 1,05% y mala/muy mala en un 0,29%; en ambos casos no llegan al máximo de la serie alcanzado en 2012.

**GASTO TURÍSTICO**

## GASTO TURÍSTICO (€)

Gran Canaria	2014	2015	VAR. TOTAL	VAR %
<b>Gasto turístico total</b>	3.959.354.946	4.434.353.778	474.998.832	12,00%
<b>Gasto turístico en origen</b>	2.670.481.554	3.096.793.866	426.312.312	15,96%
<b>Gasto turístico en destino</b>	1.288.873.393	1.337.559.912	48.686.519	3,78%

- 2015 ha sido un buen año para el gasto turístico en Gran Canaria, como se puede observar en la tabla anterior.
- El gasto total, tanto en origen como en destino, aumentaron en relación con 2014; prestando especial atención al aumento del gasto en destino, la variación se contabilizó en 48,68 millones de euros más, lo que supone un incremento del 3,78% en relación al año anterior.

Gran Canaria	2014	2015	VAR.TOTAL	VAR%
<b>Gasto medio por turista</b>	1.107,26	1.187,49	80,23	7,25%
<b>Gasto medio en origen por turista</b>	738,25	822,31	83,46	11,30%
<b>Gasto medio en destino por turista</b>	368,41	365,18	-3,23	-0,88%

- El gasto medio por turista, aumentó en 2015 en un 7,25%, lo que supone un gasto medio de 1.187,49 euros por turista.
- Si analizamos más pormenorizadamente el dato anterior, observamos que el aumento del gasto viene dado por el gasto en origen que incrementó, un 11,30%, mientras que el gasto en destino sufrió una caída del 0,88%.



## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	1.044,4	1.094,46	1.077,88	1.107,26	1.187,49
<b>En origen</b>	692,21	748,39	707,23	738,85	822,31
<b>En Gran Canaria</b>	352,19	346,07	370,65	368,41	365,18
<b>Extras alojamiento</b>	34,7	30,33	43,57	45,7	50,56
<b>Transporte público</b>	18,02	15,52	17,42	15,00	16,37
<b>Alquiler de vehículos</b>	10,52	9,71	10,44	9,85	9,97
<b>Compras alimenticias</b>	68,43	69,22	85,22	99,85	93,55
<b>Restaurantes</b>	93,7	97,29	96,21	84,63	82,92
<b>Souvenirs</b>	57,01	60,06	71,02	63,43	62,82
<b>Ocio</b>	40,87	39,4	32,51	33,17	34,04
<b>Otros conceptos</b>	28,94	24,54	14,26	16,77	14,95

-El gasto total registrado al finalizar el año 2015 se sitúa en 1.187,49 euros, contabilizando un aumento de 80,23 euros respecto del 2014.

-El gasto en el país de origen aumenta considerablemente y el gasto durante la estancia en la isla disminuye levemente.

-De los gastos totales en Gran Canaria, el gasto en alquiler de vehículos se mantiene igual al año 2014; compras alimenticias, souvenirs y restaurantes experimentan reducciones, obteniendo el resto de ítems variaciones positivas. Extras alojamiento es la partida con mayor variación anual, obteniendo un aumento del 10,63%.

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 TOTAL POR TURISTA SEGÚN NACIONALIDADES. (Euros)

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>	<b>1.044,40</b>	<b>1.094,46</b>	<b>1.078,76</b>	<b>1.107,26</b>	<b>1.187,49</b>
<b>Alemania</b>	1.177,05	1.229,05	1.265,95	1.289,14	1.338,44
<b>España</b>	766,55	679,81	705,99	746,45	758,7
<b>Holanda</b>	1.038,27	1.127,74	1.026,11	1.028,16	1.256,80
<b>Países Nórdicos</b>	1.140,92	1.167,59	1.121,60	1.141,84	1.247,08
<b>Reino Unido</b>	835,12	961,51	941,35	989,75	1130,96
<b>Otros países</b>	1.151,84	1.193,64	1.189,38	1.216,74	1.269,19

-Los turistas alemanes incrementan su gasto total hasta cifrar los 1.338,44 euros en 2015, manteniendo así la tendencia alcista y superando el promedio, además se sitúa en el máximo del período analizado.

-Holanda se posicionan como la segunda región en gasto medio total por turista, alcanzando los 1.256,80 euros.

- Por su parte, los visitantes nacionales aumentan su gasto por tercer año consecutivo, rozando a niveles de 2011.

-Los Países nórdicos anotan un aumento considerable en su gasto, del mismo modo que Reino Unido, quienes obtienen un aumento de 141,21 euros.

-Por último, los visitantes de Otros países, también experimentan incrementos con respecto a 2014, superando el promedio general del destino.

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

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>	1.044,40	1.094,46	1.077,88	1.107,26	1.187,49
<b>Hotel 5 estrellas</b>	1.354,93	1.315,29	1.382,59	1.466,22	1.536,65
<b>Hotel 4 estrellas</b>	1.124,83	1.198,01	1.148,47	1.179,03	1.280,61
<b>Hotel 1,2,3 estrellas</b>	959,38	981,45	993,56	1.019,18	1.067,54
<b>Extrahotelero</b>	1.034,88	1.084,88	1.126,16	1.095,85	1.228,60
<b>Vivienda propia o casa de amigos/familiares</b>	709,09	765,56	706,57	727,23	717,09
<b>Otros</b>	1.059,28	1.065,44	995,78	1.139,87	1.184,43

-En los establecimientos hoteleros se realiza un mayor gasto, destacando los hoteles de 5 estrellas, los cuales con 1.536,65 euros de media son los que proporcionan un mayor gasto, además este año alcanzan el máximo del período.

-Los hoteles de 4 estrellas presenta incrementos, al igual que los hoteles de inferior categoría, éstos últimos con 1.067,54 euros de media, también alcanza su mayor gasto del período.

-Los extrahoteleros también sufren un aumento en relación a 2014, situándose por encima de la media del período en esta categoría.

-Para finalizar, podemos observar cómo las categorías vivienda propia o casa de amigos/familiares disminuye y Otros obtienen un ligero aumento.

## GASTO MEDIO TOTAL, SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN. (Euros)

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>	<b>1.044,40</b>	<b>1.094,46</b>	<b>1.078,76</b>	<b>1.107,26</b>	<b>1187,49</b>
<b>Sólo vuelo</b>	925,16	883,03	882,7	927,72	935,76
<b>Vuelo y alojamiento</b>	1.050,87	1.123,34	1.163,47	1.141,70	1252,16
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	1.115,92	1.247,73	1.258,90	1.229,33	1316,96
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	1.209,46	1.297,29	1.367,01	1.359,17	1421,37
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	1.109,37	1.239,87	1.228,27	1.270,84	1256,31
<b>Vuelo, alojamiento y todo incluido</b>	1.039,54	1.100,05	1.099,02	1.148,98	1226,53

-El mayor gasto total corresponde a los turistas que han elegido la modalidad de “Vuelo+alojamiento+media pensión”, consiguiendo este año un aumento de 62,20 euros.

-Solo sufre caída la categoría de “Vuelo, alojamiento y pensión completa”.

-Los paquetes de “Vuelo, alojamiento” y “Vuelo, alojamiento y desayuno” son las categorías que obtienen mayores incrementos, en comparación al año anterior. Seguido de “Vuelo, alojamiento y todo incluido” con 77,55 euros.

-La categoría de, “Sólo vuelo”, registra el menor gasto total, debido a que la mayoría posee una vivienda en propiedad o de familiares y amigos; en este año obtiene un aumento de 8,04 euros.

## GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN EDAD Y GÉNERO. (Euros)

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Total</b>	<b>1.044,40</b>	<b>1.094,46</b>	<b>1.077,88</b>	<b>1.107,26</b>	<b>1.187,49</b>
<b>De 16 a 24 años</b>	<b>868,35</b>	<b>871,83</b>	<b>866,64</b>	<b>927,22</b>	<b>959,12</b>
<b>Hombres</b>	1.001,17	917,99	864,65	1.012,92	1.009,48
<b>Mujeres</b>	791,27	837,89	868,16	857,07	926,95
<b>De 25 a 44 años</b>	<b>944,88</b>	<b>999,59</b>	<b>964,29</b>	<b>999,72</b>	<b>1.026,71</b>
<b>Hombres</b>	973,08	1.019,43	970,25	1.040,76	1.043,73
<b>Mujeres</b>	917,70	978,96	957,42	955,21	1.008,04
<b>De 45 a 64 años</b>	<b>1.161,48</b>	<b>1.212,28</b>	<b>1.205,09</b>	<b>1.189,51</b>	<b>1.251,13</b>
<b>Hombres</b>	1.201,61	1.237,33	1.268,70	1.231,48	1.271,13
<b>Mujeres</b>	1.125,25	1.187,88	1.141,27	1.148,19	1.229
<b>Mayor de 64 años</b>	<b>1.297,25</b>	<b>1.400,45</b>	<b>1.438,58</b>	<b>1.408,01</b>	<b>1.560,16</b>
<b>Hombres</b>	1.396,25	1.386,70	1.494,39	1.428,85	1.713,56
<b>Mujeres</b>	1.198,96	1.413,84	1.380,43	1.387,96	1.381,84

-El grupo de edad de mayor gasto es el de los visitantes de mayor de 64 años, seguido por el colectivo de 45 a 64 años, registrando incrementos respecto al año anterior.

-Los grupos de 16 a 24 años y de 25 a 44 años, a pesar de situarse por detrás de los mencionados anteriormente, aumentan sus gastos hasta situarse en el máximo del período analizado en ambos grupos.

- En la totalidad de los grupos, el gasto medio total de los hombres supera al registrado por las mujeres.

**TIPO DE GRUPO**

## ACOMPAÑANTES EN GENERAL

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Acompañados por la pareja</b>	60,02%	59,43%	57,67%	59,48%	62,38%
<b>Acompañados por hijos</b>	18,36%	18,82%	19,75%	19,68%	17,70%
<b>Acompañados por otros familiares</b>	9,70%	10,19%	10,25%	10,12%	10,09%
<b>Acompañados por amigos</b>	11,09%	10,49%	10,96%	9,80%	8,92%
<b>Acompañados por otros</b>	0,82%	1,06%	1,37%	0,91%	0,92%

-Los turistas acompañados por sus parejas continúan siendo el grupo más significativo; además registran un aumento del 2,90%.

-Los visitantes acompañados por sus hijos sufren un descenso de 1,98 puntos porcentuales, registrando el mínimo de la serie.

-Aquellos que visitan la isla junto a familiares y amigos también disminuyen en comparación con el mismo período del año anterior. La categoría de acompañados por otros se mantiene constante con el 0,92%.

## ACOMPAÑADOS POR MENORES

	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Acompañados de menores 0-2 años</b>	1,11%	1,48%	1,02%	1,00%	0,87%
<b>Acompañados de menores 2-12 años</b>	12,44%	13,17%	13,64%	13,12%	11,64%
<b>Acompañados de menores de 0-2 años y 2-12 años</b>	1,03%	1,07%	0,82%	0,82%	0,76%
<b>No están acompañados por menores</b>	85,43%	84,28%	84,52%	85,06%	86,74%

-Un porcentaje muy elevado de los visitantes que vienen a la isla, no vienen acompañados por menores, siendo este porcentaje en 2015 el mayor dato de la serie con un 86,74%.

-De los turistas que sí visitan la isla con menores de 13 años, el porcentaje más importante lo anotan los acompañantes de edades comprendidas entre 2-12 años.