

PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA

PRIMER 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

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Hombres	50,18%	55,25%	55,81%	53,74%	51,44%	47,50%	50,26%	48,50%
Mujeres	49,82%	44,75%	44,19%	46,26%	48,56%	52,50%	49,74%	51,50%

- El porcentaje de hombres ha vuelto a disminuir, tras el incremento del año anterior. El grupo de mujeres vuelve a ser mayoritario, tras la caída de 2012.

EDAD

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
De 15 a 24 años	8,71%	6,80%	5,61%	7,19%	7,98%	10,59%	13,48%	10,38%
De 25 a 44 años	22,76%	24,19%	27,86%	29,29%	23,15%	43,58%	40,57%	47,11%
De 45 a 64 años	43,61%	44,44%	44,32%	42,83%	40,57%	35,23%	34,67%	31,62%
De 65 y más años	24,91%	24,57%	22,20%	20,70%	28,30%	10,60%	11,28%	10,89%

-Cabe destacar el incremento de los turistas del segmento 25-44 años, en detrimento de los turistas del grupo de 15 a 24 años.

- Los turistas de 25-44 años se afianzan como el grupo más importante, incrementándose incluso con respecto a los años anteriores.

OCUPACIÓN

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Empresarios	17,66%	18,78%	19,98%	19,73%	20,54%	19,88%	19,94%	20,39%
Funcionarios o cargos altos/medios	30,75%	28,02%	35,67%	38,76%	34,56%	42,36%	46,53%	45,72%
Funcionarios o empleados auxiliares	5,16%	6,30%	5,11%	6,31%	5,09%	10,15%	12,11%	9,79%
Jubilados	34,21%	37,43%	29,72%	25,62%	31,53%	17,51%	13,91%	13,47%
Estudiantes, amas de casa o parados	12,22%	9,47%	9,52%	9,57%	8,27%	10,10%	7,51%	10,62%

- El colectivo formado por funcionarios o cargos altos y medios continúa siendo el más destacado en el destino, aunque su presencia cae ligeramente con respecto a los años anteriores.
- Crece el porcentaje de empresarios, situándose como el segundo grupo más importante. Asimismo, crece el grupo de estudiantes, amas de casa o parados.
- El grupo de jubilados se estanca, mientras que disminuye el grupo de funcionarios o empleados auxiliares.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Sólo vuelo	11,98%	11,07%	11,53%	9,40%	10,17%	7,74%	3,26%	9,43%
Vuelo y alojamiento	19,95%	21,42%	25,56%	14,68%	16,37%	13,74%	8,74%	13,96%
Vuelo, alojamiento y desayuno	3,67%	3,78%	4,08%	3,37%	3,36%	5,52%	8,13%	4,55%
Vuelo, alojamiento y media pensión	44,66%	43,99%	37,15%	42,12%	48,73%	39,81%	42,27%	40,04%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	2,45%	1,13%	1,87%	4,32%	1,33%	3,57%	2,95%	4,42%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	17,28%	18,61%	18,28%	24,17%	19,40%	28,70%	33,34%	27,48%

-La compra de vuelo, alojamiento y media pensión es la modalidad más destacada, con un 40,04%, aunque la cuota de este tipo de paquetes disminuye con respecto a períodos anteriores.

-Avanzan la compra de sólo vuelo, que presenta un crecimiento importante.

-Crece también la compra de vuelo y alojamiento y de vuelo, alojamiento y todo incluido.

-La reserva en origen de vuelo, alojamiento y desayuno y vuelo, alojamiento y todo incluido en origen disminuyen, a favor de sólo vuelo, o vuelo y alojamiento.

CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
A un tour operador	51,03%	49,40%	51,66%	51,45%	65,60%	53,31%	58,48%	39,42%
A la compañía aérea	8,28%	10,42%	9,81%	8,51%	11,78%	10,58%	5,17%	12,41%
Agencias de Viajes	36,36%	32,81%	32,44%	31,63%	15,24%	21,49%	22,51%	32,80%
Portal de Internet	3,51%	5,61%	5,20%	6,92%	6,69%	12,07%	11,87%	14,34%

- La compra del vuelo al turoperador cae en 2013, hasta el 39,42%, situándose en mínimos del período analizado. La compra directa a la compañía aérea aumenta considerablemente, y alcanza el valor máximo de los últimos 7 años en dicho período.

- Por su parte, la compra del vuelo en agencias de viaje se incrementa con respecto a 2012 en 10 puntos porcentuales aproximadamente.

- La reserva a través del portal de internet se incrementa ligeramente, alcanzando el nivel máximo dentro del periodo analizado.

CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
A un tour operador	46,80%	42,42%	43,80%	43,29%	49,27%	48,51%	48,24%	37,03%
Al alojamiento	7,94%	8,97%	10,68%	6,34%	8,48%	4,92%	1,80%	6,00%
Agencias de Viajes	34,41%	33,29%	32,06%	37,95%	28,02%	24,72%	30,96%	33,00%
Portal de Internet	3,25%	5,10%	4,86%	5,96%	7,87%	13,07%	14,27%	15,43%
No lo sabe	1,52%	3,24%	2,02%	0,97%	0,65%	2,61%	2,82%	1,81%
No le hacía falta	6,09%	6,99%	6,58%	5,49%	5,71%	6,17%	1,90%	6,73%

-En este caso también disminuye, de forma importante, la compra directa al touroperador y aumentan las compras al alojamiento, después de dos años de bajada.

- Asimismo, las agencias de viaje y los portales de internet experimentan un ligero aumento durante el último período.

-Destaca el crecimiento de los turistas a los que no les hacía falta contratar ningún tipo de alojamiento.

ANTELACIÓN DE LA RESERVA

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
El mismo día de la reserva	0,94%	0,30%	0,09%	0,21%	0,23%	1,07%	0,76%	0,41%
De 2 a 7 días	10,49%	7,44%	6,36%	6,90%	4,61%	11,97%	11,24%	8,78%
De 8 a 15 días	15,48%	13,60%	10,38%	13,83%	11,52%	9,74%	14,13%	11,15%
De 16 a 30 días	20,22%	23,34%	14,41%	20,34%	21,24%	23,35%	19,78%	18,34%
De 31 a 90 días	24,45%	28,32%	27,88%	27,56%	29,56%	28,51%	30,22%	28,52%
Más de 90 días	27,18%	26,68%	39,82%	30,62%	31,89%	23,79%	22,18%	30,84%
No lo sabe	1,24%	0,33%	1,06%	0,56%	0,95%	1,58%	1,69%	1,97%

- Los turistas alemanes reservan sus vacaciones en Gran Canaria con una antelación de más de 90 días en el 30,84% de los casos, con lo que mejoran las reservas anticipadas con respecto al año 2012.
- Las reservas entre 31 y 90 días antes son también importantes, con un 28,52% aunque esta modalidad pierde cierta relevancia con respecto a períodos anteriores.
- Las reservas con 8-15 días y las de último minuto caen con respecto a 2012.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Hotel 4*-5*	33,90%	32,51%	30,73%	41,35%	50,00%	42,46%	51,24%	45,55%
Hotel 1-2-3*	15,54%	17,90%	16,30%	23,53%	19,35%	27,79%	34,83%	23,03%
Extrahotelero	43,13%	40,96%	42,95%	26,21%	25,28%	16,32%	6,60%	19,99%
Vivienda propia/amigos o familiares	4,43%	5,20%	6,28%	4,64%	3,77%	2,78%	1,36%	4,96%
Otros alojamientos	3,00%	3,43%	3,74%	4,27%	1,60%	10,66%	5,97%	6,47%

-Crece abultadamente el número de alemanes que se alojan en establecimientos extrahoteleros. Este tipo de establecimiento vuelve a los niveles de 2010.

- Las estancias en hoteles de mayo categoría caen, tras el crecimiento que se experimentó en 2012

- Tras repuntar en 2012, la cuota de mercado de los hoteles de menor categoría vuelve a caer, acercándose a los niveles de 2009..

- Aumenta el porcentaje de alemanes que se hospeda en casas de amigos o familiares.

GASTO TURÍSTICO

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total (Origen + Gran Canaria)	1.182,14	1.163,22	1.291,29	1.379,54	1.376,88	1.269,02	1.228,59	1.397,70
En origen	757,85	775,77	871,72	1.014,56	961,00	910,63	920,18	1.022,04
En Gran Canaria	424,30	387,45	419,57	364,98	415,88	358,40	308,41	375,66
Extras alojamiento	53,69	33,04	55,96	71,04	85,45	32,77	14,07	42,97
Transporte público	29,54	23,15	17,77	12,73	20,12	18,43	11,66	13,36
Alquiler de vehículos	20,85	18,64	22,01	21,63	20,41	14,22	14,61	13,34
Compras alimenticias	83,00	63,35	95,68	44,33	64,65	62,06	40,52	72,06
Restaurantes	104,90	123,77	108,47	92,32	101,93	95,18	76,15	87,67
Souvenirs	44,00	45,23	42,05	44,06	38,27	53,68	60,71	78,31
Ocio	35,76	46,74	44,58	38,76	50,56	55,03	43,36	46,12
Otros conceptos	52,56	33,54	33,06	40,09	34,49	27,03	47,33	21,84

-El gasto total de los turistas alemanes creció un 13,76% con respecto a 2012, situándose en 1.397,70 euros, nivel máximo de gasto dentro del periodo estudiado.

- Este incremento fue relativamente más alto en Gran Canaria (+21,81%) frente al gasto en origen que creció un 11,07%.

- En Gran Canaria, el gasto en extras de alojamiento registró un fuerte crecimiento, pasando de 14,07€ a 42,97€. Asimismo, crecieron también las partidas de transporte público, compras alimenticias, restaurantes, souvenirs y ocio.

- Los restaurantes suponen la partida de gasto más importante, creciendo en más de 11€ con respecto a 2012. El gasto en souvenirs, que crece en más de 18€ y el de compras alimenticias, que crece en 30€ , suponen las siguientes partidas en importancia.

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total (Origen + Gran Canaria)	100,73	103,72	111,20	138,30	130,00	126,68	137,42	147,96
En origen	66,55	70,89	80,43	104,54	93,38	94,23	103,58	110,43
En Gran Canaria	34,18	32,84	30,77	33,76	36,62	32,45	33,84	37,53
Extras alojamiento	3,74	2,39	3,54	5,62	6,79	2,56	1,61	4,17
Transporte público	2,36	2,06	1,56	1,20	1,88	1,70	1,28	1,43
Alquiler de vehículos	1,70	1,71	2,00	1,83	1,89	1,41	1,78	1,57
Compras alimenticias	5,89	4,49	5,37	3,47	4,16	4,63	3,99	6,17
Restaurantes	8,86	10,82	8,38	8,90	9,76	9,31	8,38	9,14
Souvenirs	4,46	4,24	3,38	4,58	3,80	5,43	7,47	7,88
Ocio	3,71	4,45	4,15	4,11	5,20	5,06	5,12	4,94
Otros conceptos	3,46	2,68	2,39	4,05	3,14	2,36	4,22	2,22

-El gasto total en destino por turista y día se situó en 2013 en 147,96€, por lo que creció en un 7,67% con respecto a 2012.

- En este caso, el incremento fue absorbido en términos absolutos en una gran parte por el gasto en origen, que crece casi en 7 euros, mientras que el gasto en destino crece en casi 4 euros.

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

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total	100,73	103,72	111,20	138,30	130,00	126,68	137,42	147,96
Hotel 5 estrellas	184,09	196,28	197,78	213,47	230,71	164,94	178,63	240,83
Hotel 4 estrellas	118,70	117,91	134,73	168,02	144,82	138,34	149,72	163,47
Hotel 1,2,3 estrellas	103,57	102,03	115,85	123,47	116,75	105,12	111,26	128,54
Extrahotelero	85,31	91,81	97,90	108,59	98,76	102,06	114,55	112,60
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	71,15	65,26	51,37	72,91	60,94	51,22	73,23	74,04
Otros	75,03	98,17	98,90	151,64	97,77	175,71	181,54	189,94

-El gasto de los turistas alojados en hoteles de 5 estrellas se incrementó en un 34,82% con respecto a 2012, situándose en 240,83€. Asimismo, crece el gasto en los demás tipos de alojamiento hotelero, siendo este crecimiento de un 9,18% en los hoteles de 4 estrellas y del 15,53% en el caso de los hoteles de 1,2 y 3 estrellas.

- La única reducción del gasto se registra en el alojamiento extrahotelero, que disminuye un 1,70% en comparación con 2012.

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

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total	100,73	103,72	111,20	138,30	130,00	126,68	137,42	147,96
De 16 a 24 años	95,37	104,68	109,62	145,71	116,90	108,85	115,96	123,79
Hombres	101,19	92,92	105,43	132,41	113,38	112,19	109,90	128,19
Mujeres	89,13	108,43	116,68	156,56	119,60	107,12	118,59	120,58
De 25 a 44 años	100,12	110,22	118,55	145,05	132,44	124,23	135,81	153,72
Hombres	104,73	118,67	121,42	141,74	136,65	120,25	142,42	155,76
Mujeres	95,86	98,62	115,08	148,49	127,73	128,58	125,76	151,84
De 45 a 64 años	101,57	99,56	114,58	138,51	134,29	138,70	146,83	154,61
Hombres	109,56	104,82	121,42	149,21	133,36	134,31	154,56	159,08
Mujeres	92,69	93,28	106,33	126,34	135,18	142,09	140,37	149,94
Mayor de 64 años	101,67	104,61	95,62	125,73	125,54	114,65	139,92	126,74
Hombres	90,96	92,12	95,82	119,55	140,32	108,88	159,79	125,75
Mujeres	111,28	125,77	95,34	135,64	106,64	121,50	117,95	127,70

-El segmento de población que más gasta es el de 45 a 64 años, que crece un 5,30% con respecto a 2012 y se sitúa en 154,61€. Dentro de este grupo, el grupo de hombres es el que más gasta. Le sigue muy de cerca el grupo de 25 a 44 años, que se sitúa en 153,72€, creciendo un 13,19% con respecto a 2012.

- Destacar que todos los segmentos de población, a excepción del grupo de mayores de 64 años, registran incrementos en el gasto diario.

ESTANCIA MEDIA

ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Alemania	13,47	13,35	13,94	11,41	12,55	11,34	9,81	11,06
Total de países	11,11	10,76	10,80	10,19	10,60	10,20	9,08	10,21

-La estancia media de los alemanes se sitúa en 2013 en 11,06 días, con un marcado aumento de 1,25 días con respecto a 2012.

- En comparación con el resto de mercados, se mantiene la situación de períodos anteriores, ya que la estancia media de los turistas alemanes es superior a la media del resto de países en todos los períodos. En 2013 es superior en 0,85 días.