

Perfil del turista en Gran Canaria

Informe del segundo trimestre de 2024



Fuente: *ISTAC – Encuesta de gasto turístico*

ÍNDICE

SECCIÓN 1: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO **3**

Edad y sexo

Situación laboral

Nivel de ingresos

Tipo de acompañante y acompañantes menores de 13 años

SECCIÓN 2: ANTES DEL VIAJE **9**

Antelación en la reserva del viaje

Canales de información

Importancia de los aspectos de elección del destino

Predisposición al pago de tasa turística

SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO **14**

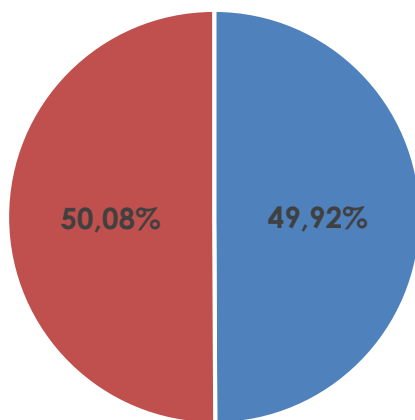
Sección 1

Perfil sociodemográfico

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

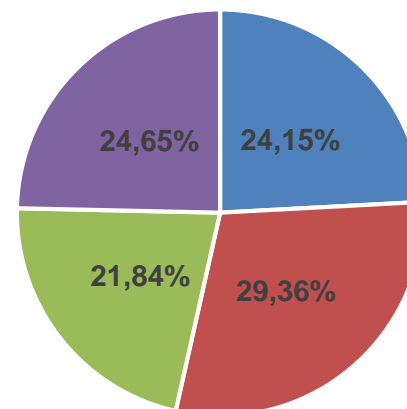
Según sexo y edad

Sexo	T2 2023	T2 2024
Hombres	50,82%	49,92%
Mujeres	49,18%	50,08%



■ Hombres ■ Mujeres

Grupo de edad	T2 2023	T2 2024
De 16 a 30 años	24,69%	24,15%
De 31 a 45 años	27,38%	29,36%
De 46 a 60 años	24,25%	21,84%
61 o más	23,67%	24,65%



■ De 16 a 30 años ■ De 31 a 45 años ■ De 46 a 60 años ■ 61 o más

Se equipara la diferencia según el sexo de los turistas con respecto al mismo trimestre de 2023.

En cuanto a la distribución de las edades de los turistas, los comprendidos entre 31 a 45 años son mayoría con un **29,36%**, al igual que en el segundo trimestre de 2023.

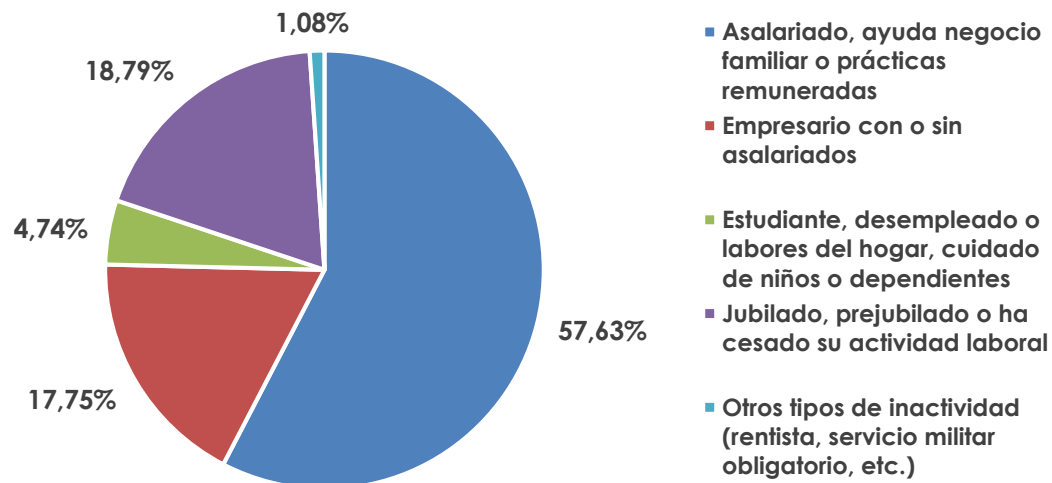
1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según situación laboral

Situación laboral	T2 2023	T2 2024	Var. % 23-24 del total de turistas
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	56,14%	57,63%	2,65%
Empresario con o sin asalariados	18,41%	17,75%	-3,59%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	6,10%	4,74%	-22,30%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	18,24%	18,79%	3,02%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	1,10%	1,08%	-1,82%

La categoría de turistas *asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas* sigue siendo la predominante, representando un **57,63%**, seguidos por aquellos turistas *jubilados*, que representan el **18,79%** en el segundo trimestre del 2024.

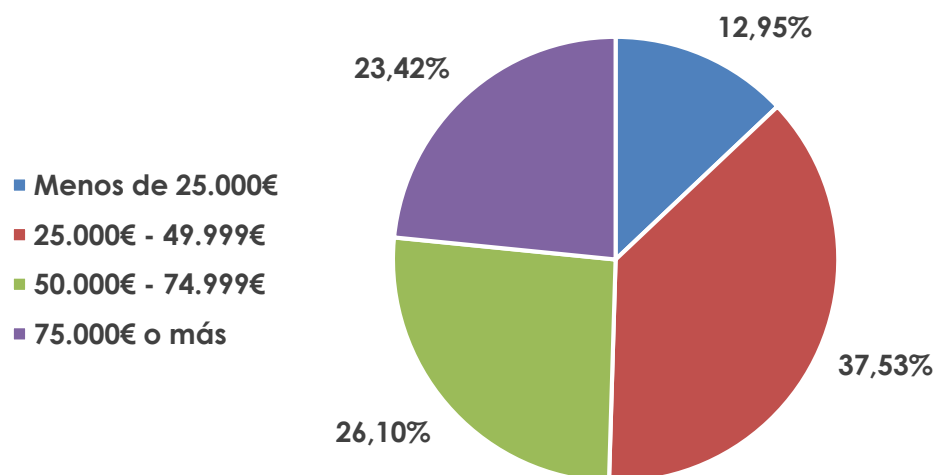
Solo los grupos de *asalariados* y *jubilados* experimentan un incremento frente al segundo trimestre del 2023.



1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según nivel de ingresos

Nivel de ingresos	T2 2023	T2 2024	Var. % 23-24 del total de turistas
Menos de 25.000€	12,72%	12,95%	1,81%
25.000€ - 49.999€	38,17%	37,53%	-1,69%
50.000€ - 74.999€	24,04%	26,10%	8,58%
75.000€ o más	25,07%	23,42%	-6,57%



El nivel de ingresos de los turistas que llegan a Gran Canaria está comprendido en su mayoría en los grupos con ingresos entre 25.000€ y 74.999€.

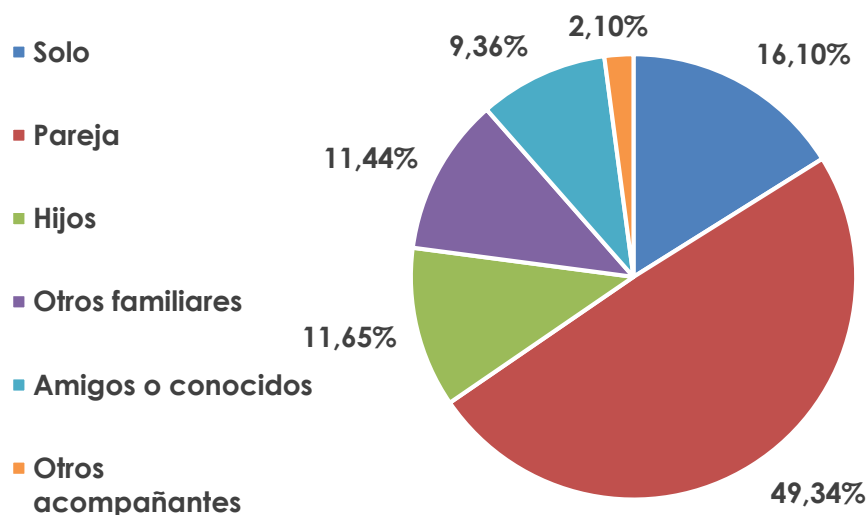
Los turistas con una renta entre 25.000€ - 49.999€ son los que más visitan la isla, con un **37,53%**, seguidos de los que ingresan 50.000€ - 74.999€, que representan un **26,10%** del total en el segundo trimestre del 2024.

Entre ambos grupos acumulan más del 60% del total.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según tipo de acompañante

Tipo de acompañante	T2 2023	T2 2024	Var. % 23-24 del total de turistas
Solo	14,16%	16,10%	13,73%
Pareja	51,35%	49,34%	-3,92%
Hijos	14,38%	11,65%	-18,99%
Otros familiares	10,13%	11,44%	13,01%
Amigos o conocidos	8,65%	9,36%	8,31%
Otros acompañantes	1,33%	2,10%	57,48%

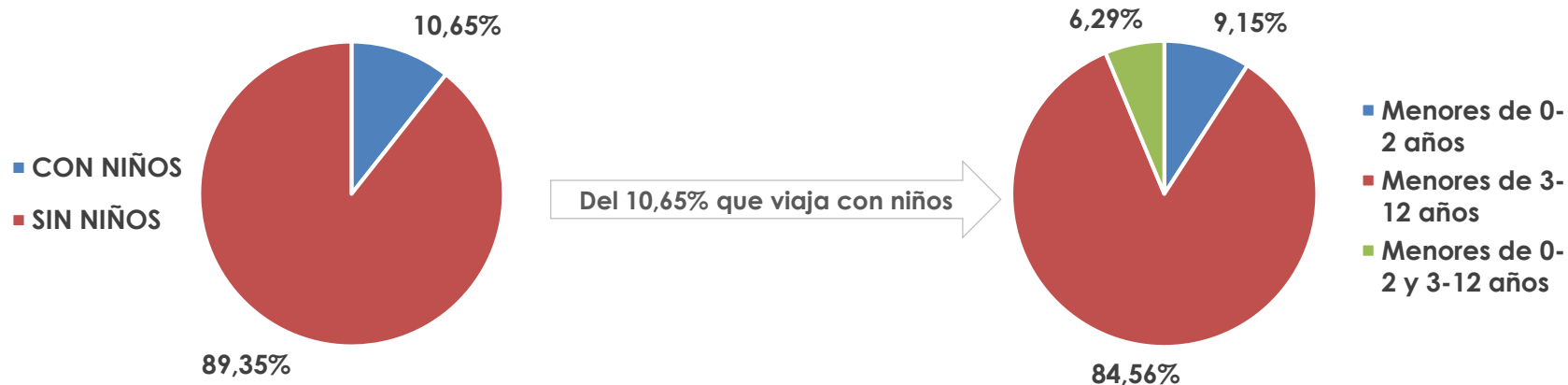


Según el tipo de acompañante, las *parejas* siguen siendo el grupo líder en la isla con un **49,34%**, seguidos de los que vienen *solos*, que representan un **16,10%** del total de turistas en el segundo trimestre del 2024.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según acompañantes menores de 13 años

Tipo de acompañante	T2 2023	T2 2024	Var. % 23-24 del total de turistas
CON NIÑOS	13,48%	10,65%	-20,96%
Menores de 0-2 años	13,12%	9,15%	-30,27%
Menores de 3-12 años	77,46%	84,56%	9,17%
Menores de 0-2 y 3-12 años	9,43%	6,29%	-33,24%
SIN NIÑOS	86,52%	89,35%	3,27%



En el segundo trimestre de 2024, el **89,35%** de los turistas que visitaron Gran Canaria viajaron *sin niños*.

Dentro de los turistas que viajaron *con niños*, la categoría de *menores* que predomina es la comprendida entre los 3 y 12 años con un **84,56%**. Los grupos de *menores entre 0 y 2 años* y los *menores de 0-2 y 3-12 años*, representan el **9,15%** y **6,29%**, respectivamente.

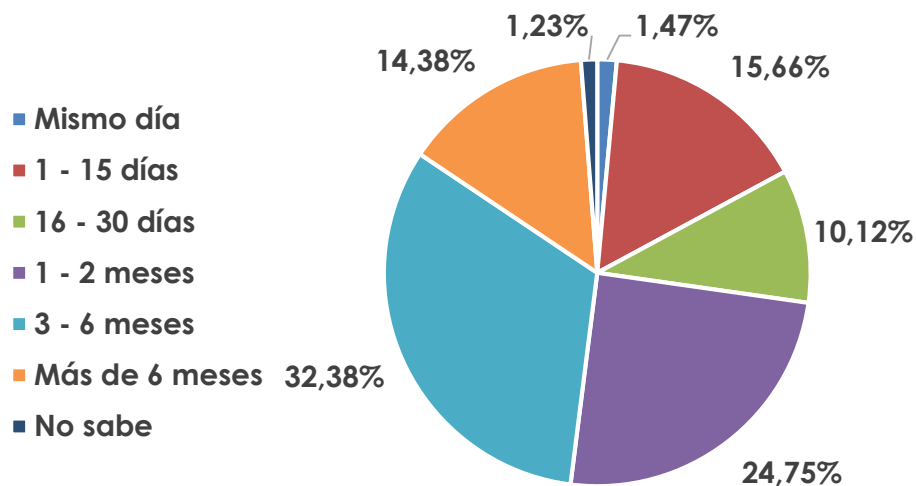
Sección 2

Antes del viaje

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Según antelación en la reserva del viaje

Antelación en la organización del viaje	T2 2023	T2 2024	Var. % 23-24 del total de turistas
Mismo día	1,78%	1,47%	-17,42%
1 - 15 días	16,01%	15,66%	-2,19%
16 - 30 días	11,06%	10,12%	-8,50%
1 - 2 meses	28,30%	24,75%	-12,54%
3 - 6 meses	31,14%	32,38%	3,98%
Más de 6 meses	10,92%	14,38%	31,68%
No sabe	0,79%	1,23%	55,70%



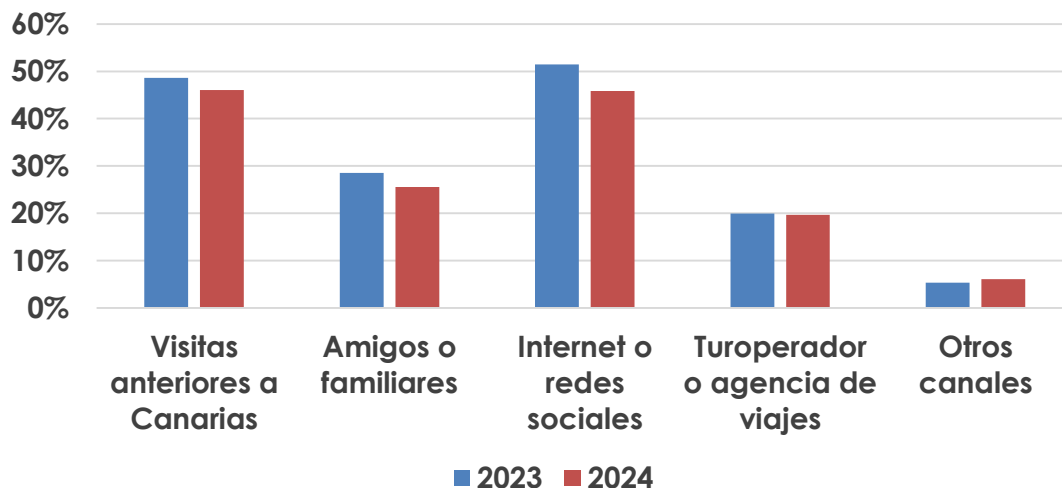
En el segundo trimestre de 2024, el **32,38%** de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de 3 - 6 meses.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Canales de información

Canales de información	Total Segundo trimestre	
	2023	2024
Visitas anteriores a Canarias	48,62%	46,08%
Amigos o familiares	28,55%	25,57%
Internet o redes sociales	51,47%	45,87%
Turoperador o agencia de viajes	19,97%	19,70%
Otros canales	5,31%	6,04%

Las *visitas anteriores a Canarias* se sitúan como el canal principal para decidir visitar la isla con un **46,08%** en el segundo trimestre de 2024, seguido estrechamente de *Internet o redes sociales*, con un **45,87%**.



2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Importancia de los aspectos de elección

Posición	Top 10 factores que importan "Mucho"	% de turistas
1º	Clima	74,84
2º	Seguridad	53,32
3º	Tranquilidad	52,09
4º	Mar	46,03
5º	Oferta alojativa	46,00
6º	Playas	44,42
7º	Pertenece a Europa	39,44
8º	Precio	38,42
9º	Viaje sencillo	37,98
10º	Gastronomía	33,31

Posición	Top 10 factores que importan "Nada"	% de turistas
1º	Red de senderos	48,20
2º	Ocio nocturno	41,11
3º	Patrimonio histórico	30,78
4º	Oferta comercial	30,05
5º	Exotismo	28,28
6º	Oferta cultural	26,32
7º	Pertenece a Europa	18,58
8º	Gastronomía	14,24
9º	Autenticidad	12,51
10º	Posibilidades de diversión	11,70

Los cuadros anteriores nos muestran el porcentaje de turistas según la importancia que le dan, "mucho" o "nada", a los distintos factores que les llevan a elegir Gran Canaria como destino; en concreto se trata de las cifras correspondientes al segundo trimestre de 2024.

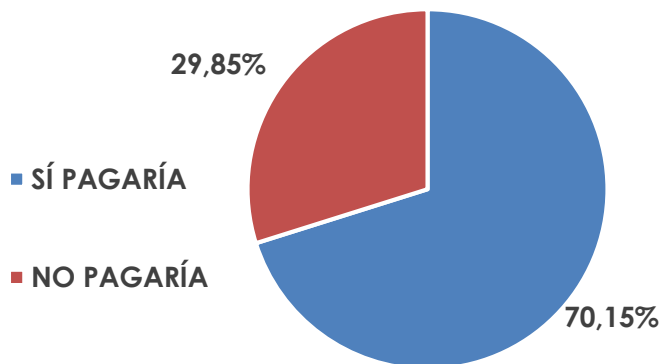
Entre los factores que importan "mucho", encontramos encabezando la lista el *clima*, seguido de la *seguridad*, la *tranquilidad*, el *mar* y la *oferta alojativa* en quinto lugar. En cambio, entre los aspectos que les importan "nada", se hayan la *red de senderos*, el *ocio nocturno* y el *patrimonio histórico* en tercer lugar.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Predisposición al pago de tasa turística para fines concretos

¿Estaría dispuesto a pagar una tasa turística? ¿A qué fines debería destinarse dicha tasa?

Predisposición al pago de tasa turística para fines concretos	2024 - Segundo Trimestre
	Total
SÍ PAGARÍA	70,15%
Mejorar y proteger el medio ambiente en Canarias	19,59%
Cualquier fin al servicio de Canarias	15,17%
Mejorar las condiciones de vida en Canarias	14,27%
Mejorar el desarrollo económico de Canarias	7,11%
Mejorar la calidad de los entornos	5,48%
No sabe / No contesta	8,53%
NO PAGARÍA	29,85%



En términos generales, las cifras obtenidas reflejan que la mayoría de los turistas que visitaron Gran Canaria en el segundo trimestre de 2024 estarían dispuestos a pagar una tasa turística destinada a fines concretos, representando el **70,15%** del total. De entre aquellos que muestran su disposición al pago, el **19,59%** elegiría destinarlo a *mejorar y proteger el medio ambiente en Canarias*, seguido del **15,17%** que lo destinaría a *cualquier fin al servicio de Canarias*.

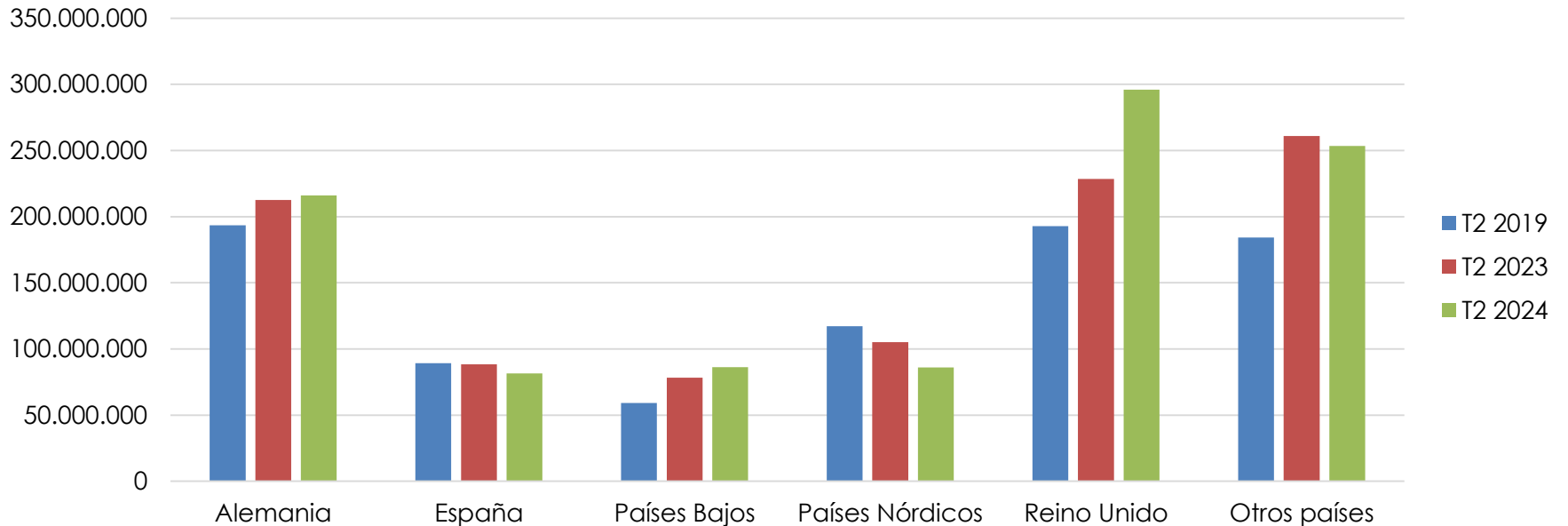
Sección 5

Gasto turístico

5. Gasto turístico.

Gasto total por mercados (€)

País	T2 2019	T2 2023	T2 2024	Variación (%) 23-24
Alemania	193.495.726,30	212.672.273,98	215.965.620,71	1,55%
España	89.187.543,92	88.452.053,43	81.582.379,35	-7,77%
Países Bajos	59.174.852,04	78.227.088,28	86.203.433,06	10,20%
Países Nórdicos	117.189.033,60	105.171.402,63	86.037.664,03	-18,19%
Reino Unido	192.835.507,97	228.493.354,38	295.958.968,45	29,53%
Otros países	184.317.050,42	260.969.970,55	253.376.416,67	-2,91%
Total	836.199.714,25	973.986.143,25	1.019.124.482,30	4,63%



5. Gasto turístico.

Gasto medio por turista según país de residencia (€)

Gasto por turista	Alemania	España	Países Bajos	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
T2 2019	1.237,37	677,79	1.233,81	1.397,92	1.155,82	1.174,96	1.124,73
T2 2023	1.469,75	734,47	1.583,35	1.518,79	1.202,94	1.412,59	1.284,14
T2 2024	1.494,24	654,02	1.442,28	1.397,78	1.335,07	1.332,45	1.270,04
Variación 19-24	256,87	-23,77	208,47	-0,14	179,25	157,49	145,31
Variación 23-24	24,49	-80,45	-141,07	-121,01	132,13	-80,14	-14,10
Var. (%) 19-24	20,76%	-3,51%	16,90%	-0,01%	15,51%	13,40%	12,92%
Var. (%) 23-24	1,67%	-10,95%	-8,91%	-7,97%	10,98%	-5,67%	-1,10%

