

# Perfil del turista en Gran Canaria

Informe del tercer trimestre de 2023



**Fuente:** ISTAC – Encuesta sobre el Gasto Turístico

# ÍNDICE

<b>SECCIÓN 1: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>	<b>3</b>
Edad y sexo	
Situación laboral	
Nivel de ingresos	
Tipo de acompañante y acompañados menores de 13 años	
<b>SECCIÓN 2: ANTES DEL VIAJE</b>	<b>9</b>
Antelación en la reserva del viaje	
Canales de información según país de residencia	
Propósito y motivación del viaje	
Importancia de los aspectos de elección del destino	
<b>SECCIÓN 3: DURANTE LA ESTANCIA</b>	<b>16</b>
Estancia media según país de residencia y tipo de alojamiento	
Número de horas diarias fuera del alojamiento por país de residencia	
<b>SECCIÓN 4: DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	<b>21</b>
Satisfacción y calificación de la experiencia	
<b>SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO</b>	<b>23</b>

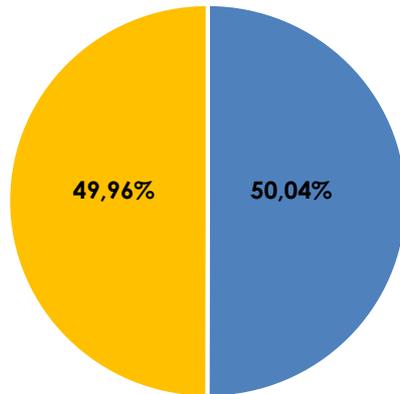
# Sección 1

## Perfil sociodemográfico

# 1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

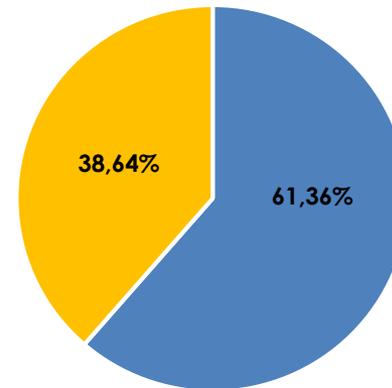
## Según sexo y edad

Sexo	T3 2022	T3 2023
Hombres	49,16%	50,04%
Mujeres	50,84%	49,96%



■ Hombres ■ Mujeres

Grupo de edad	T3 2022	T3 2023
De 16 a 44 años	60,13%	61,36%
Mayor de 44 años	39,87%	38,64%



■ De 16 a 44 ■ Mayor de 44

El porcentaje de hombres y mujeres es muy similar tanto para el tercer trimestre de 2022 como para el tercer trimestre de 2023.

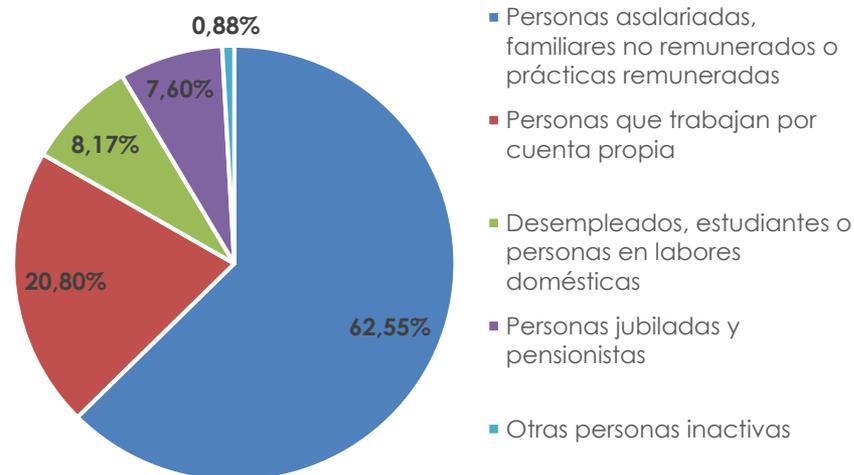
En cuanto a la distribución de las edades de los turistas, el grupo de edad de 16 a 44 años aumenta respecto al mismo trimestre de 2022 .

# 1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

## Según situación laboral

Situación laboral	T3 2022	T3 2023	Var. % del total de turistas
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	61,74%	62,55%	<b>1,31%</b>
Empresario con o sin asalariados	18,21%	20,80%	<b>14,27%</b>
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	9,90%	8,17%	<b>-17,49%</b>
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	9,36%	7,60%	<b>-18,81%</b>
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	0,79%	0,88%	<b>10,91%</b>

La categoría de turistas asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas sigue siendo la predominante, representando un **62,55%**, seguidos por aquellos turistas que son empresarios con o sin asalariados, que representan el **20,80%**.



# 1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

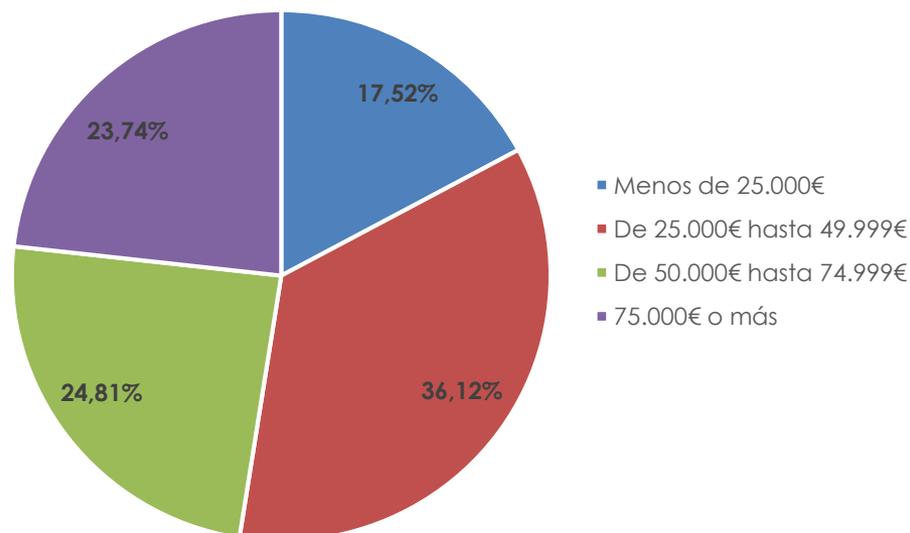
## Según nivel de ingresos

Nivel de ingresos	T3 2022	T3 2023	Var. % del total de turistas
<b>Menos de 25.000€</b>	16,84%	17,52%	<b>4,01%</b>
<b>25.000€ - 49.999€</b>	35,22%	36,12%	<b>2,57%</b>
<b>50.000€ - 74.999€</b>	27,74%	24,81%	<b>-10,56%</b>
<b>75.000€ o más</b>	20,19%	23,74%	<b>17,57%</b>

El nivel de ingresos de los turistas que llegan a Gran Canaria está bastante dividido.

Los turistas con una renta entre 25.000 € - 49.999 € son los que más visitan la isla, con un **36,12%**, seguidos de los que ingresan más de 75.000 €.

Entre ambos grupos acumulan más del **60%** del total.



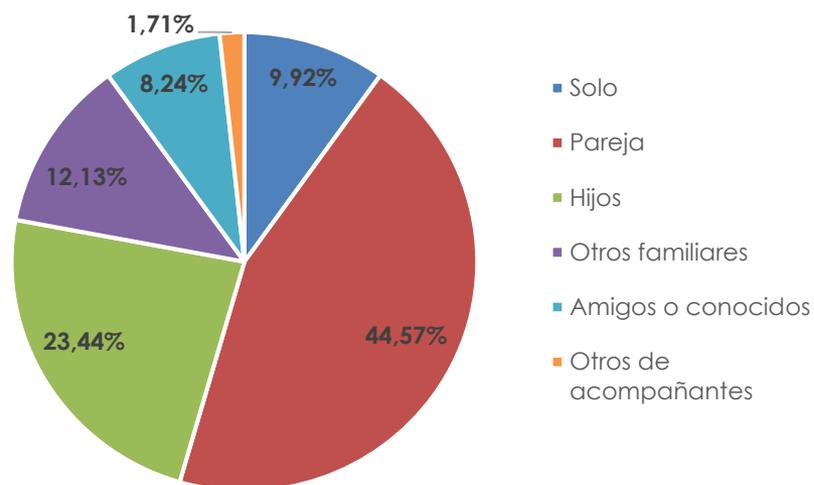
# 1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

## Según tipo de acompañante

Tipo de acompañante	T3 2022	T3 2023	Var. % del total de turistas
Solo	10,08%	9,92%	-1,57%
Pareja	46,42%	44,57%	-4,00%
Hijos	21,42%	23,44%	9,41%
Otros familiares	11,39%	12,13%	6,51%
Amigos o conocidos	9,66%	8,24%	-14,78%
Otros acompañantes	1,02%	1,71%	-67,12%

Según el tipo de acompañante, las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla con un **44,57%**, seguidos de los que vienen con hijos, **23,44%**.

La tendencia a viajar en pareja disminuye con respecto al tercer trimestre de 2022, mientras que la tendencia a viajar con hijos aumenta.



# 1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

## Según acompañadas de menores de 13 años

Tipo de acompañante	T3 2022	T3 2023	Variación % del total de turistas
<b>CON NIÑOS</b>	<b>19,38%</b>	<b>22,13%</b>	<b>14,15%</b>
Menores de 0-2 años	6,88%	6,35%	-7,74%
Menores de 3-12 años	87,15%	87,44%	0,34%
Menores de 0-2 y 3-12 años	5,98%	6,21%	3,96%
<b>SIN NIÑOS</b>	<b>80,62%</b>	<b>77,87%</b>	<b>-3,40%</b>



En el tercer trimestre de 2023, el **77,87%** 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 **87, 44%**. Los grupos de menores entre 0 y 2 años y los menores de 0-2 y 3-12 años, representan el **6,35%** y **6,21%**, respectivamente.

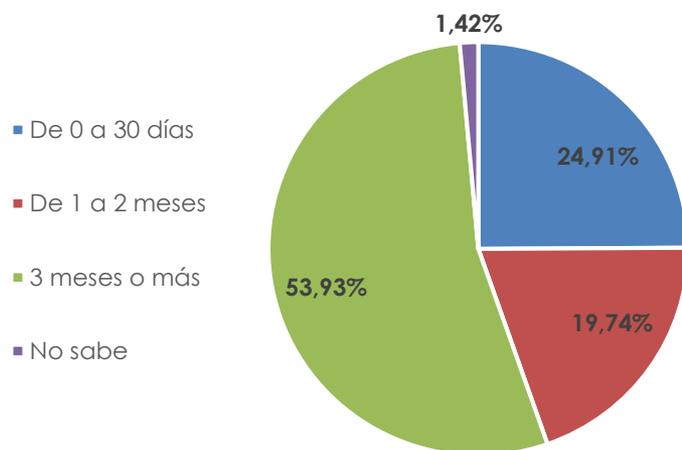
# Sección 2

## **Antes del viaje**

## 2. Antes del viaje a Gran Canaria.

### Según antelación en la reserva del viaje

Antelación en la organización del viaje	T3 2022	T3 2023	Var. % del total de turistas
De 0 a 30 días	26,44%	24,91%	<b>-5,80%</b>
1-2 meses	23,34%	19,74%	<b>-15,45%</b>
Más de 3 meses	49,35%	53,93%	<b>9,28%</b>
No lo sabe	0,86%	1,42%	<b>-26,99%</b>



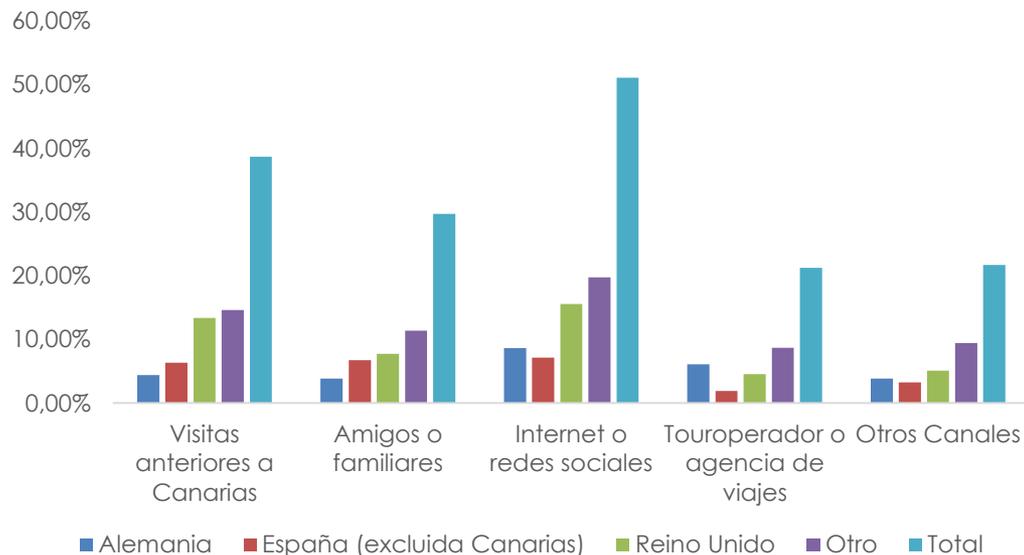
En el T3 2023, más del **50%** de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de más de 3 meses.

## 2. Antes del viaje a Gran Canaria.

### Canales de información según país de residencia

Canales de información	Alemania		España		Reino Unido		Otros países		Total	
	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T2 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023
Visitas anteriores a Canarias	5,42%	<b>4,39%</b>	7,16%	<b>6,33%</b>	13,68%	<b>13,36%</b>	15,22%	<b>14,60%</b>	41,48%	<b>38,67%</b>
Amigos o familiares	3,91%	<b>3,87%</b>	7,12%	<b>6,76%</b>	6,58%	<b>7,73%</b>	11,27%	<b>11,36%</b>	28,88%	<b>29,72%</b>
Internet o redes sociales	9,08%	<b>8,65%</b>	8,90%	<b>7,12%</b>	13,55%	<b>15,56%</b>	19,65%	<b>19,75%</b>	51,19%	<b>51,09%</b>
Touroprador o agencia de viajes	5,21%	<b>6,12%</b>	2,34%	<b>1,90%</b>	5,02%	<b>4,56%</b>	7,33%	<b>8,67%</b>	19,90%	<b>21,25%</b>
Otros canales	2,93%	<b>3,85%</b>	3,91%	<b>3,26%</b>	3,75%	<b>5,12%</b>	8,54%	<b>9,44%</b>	19,13%	<b>21,67%</b>

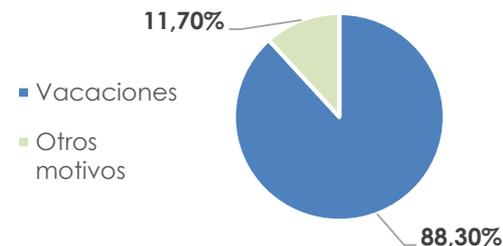
Internet o redes sociales y las visitas anteriores a Canarias son los canales principales para decidir visitar la isla.



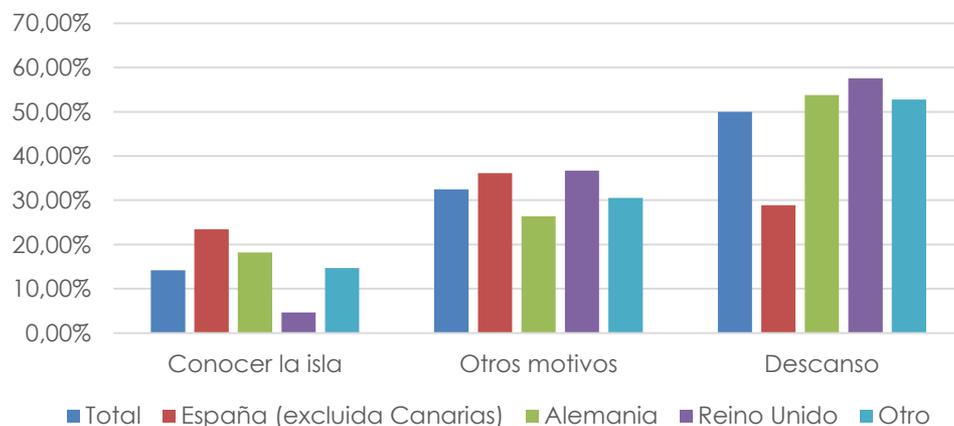
## 2. Antes del viaje a Gran Canaria.

### Propósito del viaje y motivación principal de las vacaciones

Propósito del viaje	Total	
	T3 2022	T3 2023
Vacaciones	88,02%	<b>88,30%</b>
Otros motivos	11,98%	<b>11,70%</b>



Motivación de sus vacaciones	Alemania		España		Reino Unido		Otros países		Total	
	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023
Descansar	59,56%	<b>53,77%</b>	34,42%	<b>28,88%</b>	60,54%	<b>57,56%</b>	51,85%	<b>52,74%</b>	49,94%	<b>51,74%</b>
Conocer la isla	16,26%	<b>18,23%</b>	22,30%	<b>23,40%</b>	3,21%	<b>4,63%</b>	14,60%	<b>14,66%</b>	14,19%	<b>13,65%</b>
Otros motivos	22,27%	<b>26,39%</b>	33,76%	<b>36,11%</b>	35,18%	<b>36,72%</b>	31,24%	<b>30,55%</b>	32,45%	<b>31,22%</b>



El motivo principal de los turistas para venir a Gran Canaria son las vacaciones, alcanzando el **88,30%**.

Dentro del motivo vacacional, el **51,74%** lo hacen sobre todo para descansar.

En cambio, la motivación de los visitantes españoles está más repartida entre el descanso, **28,88%** y otros motivos, **36,11%**.

## 2. Antes del viaje a Gran Canaria.

### Importancia de los aspectos de elección

Posición	Top 10 factores que importan "Mucho"	% de turistas
1º	Clima	67,49
2º	Seguridad	57,07
3º	Tranquilidad	49,74
4º	Mar	48,27
5º	Oferta alojativa	48,04
6º	Playas	45,97
7º	Precio	41
8º	Viaje sencillo	37,98
9º	Pertenece a Europa	35,12
10º	Entorno ambiental	33,14

Posición	Top 10 factores que importan "Nada"	% de turistas
1º	Red de senderos	51,14
2º	Ocio nocturno	36,66
3º	Patrimonio histórico	30,29
4º	Oferta comercial	24,17
5º	Exotismo	22,24
6º	Oferta cultural	21,47
7º	Pertenece a Europa	19,03
8º	Gastronomía	13,33
9º	Autenticidad	10,45
10º	Oferta alojativa	8,98

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.

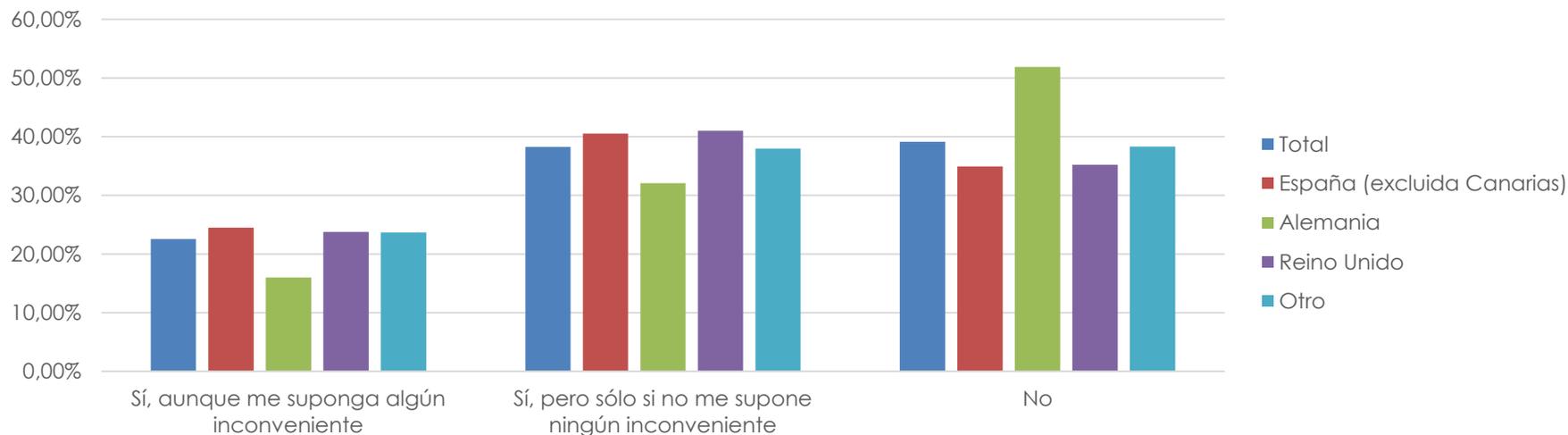
Entre los factores que importan "mucho", encontramos, encabezando la lista, el clima, seguido de la seguridad, la tranquilidad, el mar y la oferta alojativa.

En cambio, entre los aspectos que les importan "nada", se hallan la red de senderos, el ocio nocturno y el patrimonio histórico.

## 2. Antes del viaje a Gran Canaria.

### Predisposición a elegir opciones más sostenibles al reservar

Predisposición a elegir opciones más sostenibles	Alemania		España		Reino Unido		Otros países		Total	
	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023
Sí, aunque me suponga algún inconveniente	16,40%	<b>15,99%</b>	20,89%	<b>24,49%</b>	25,86%	<b>23,76%</b>	21,06%	<b>23,68%</b>	21,43%	<b>22,59%</b>
Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente	36,99%	<b>32,11%</b>	43,83%	<b>40,56%</b>	41,88%	<b>41,02%</b>	41,15%	<b>37,99%</b>	41,18%	<b>38,27%</b>
No	46,60%	<b>51,90%</b>	35,28%	<b>34,95%</b>	32,26%	<b>35,22%</b>	37,79%	<b>38,33%</b>	37,39%	<b>39,15%</b>

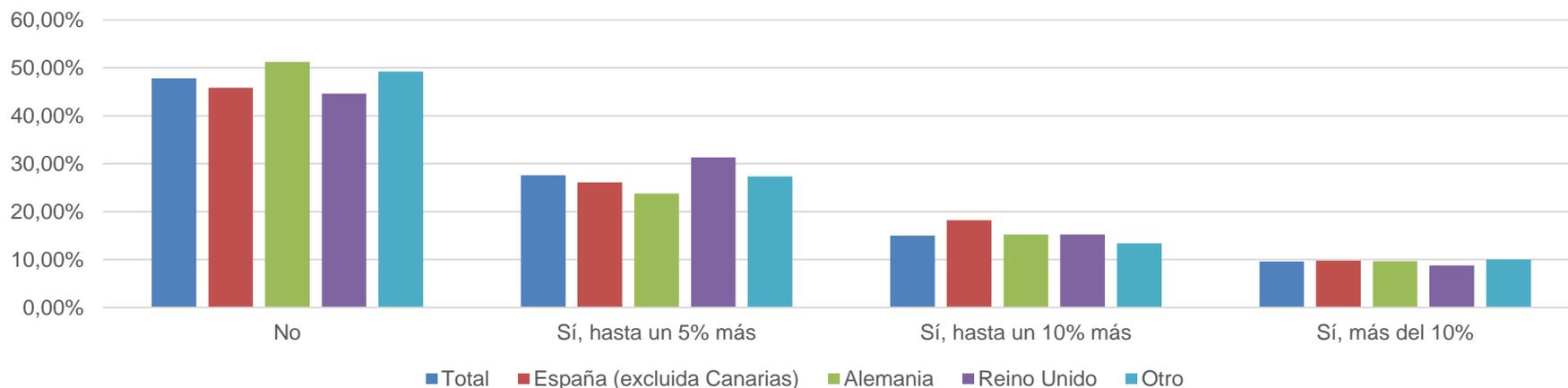


Con una cuota del **39,15%**, la mayor parte de los turistas no tienen predisposición a elegir opciones más sostenibles. Los turistas nacionales y de Reino Unido sí tienen predisposición a elegir opciones más sostenibles, con un **40,56%** y un **41,02%**, respectivamente, pero únicamente si no les supone ningún inconveniente.

## 2. Antes del viaje a Gran Canaria.

### Disposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono

Disposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono	Alemania		España		Reino Unido		Otros países		Total	
	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023
<b>No</b>	36,2%	<b>51,3%</b>	36,0%	<b>45,9%</b>	40,4%	<b>44,6%</b>	44,2%	<b>49,3%</b>	40,3%	<b>47,8%</b>
<b>Sí, hasta un 5% más</b>	30,3%	<b>23,8%</b>	32,6%	<b>26,1%</b>	32,1%	<b>31,4%</b>	28,9%	<b>27,3%</b>	30,7%	<b>27,6%</b>
<b>Sí, hasta un 10% más</b>	25,1%	<b>15,2%</b>	18,9%	<b>18,2%</b>	18,4%	<b>15,2%</b>	17,9%	<b>13,4%</b>	19,4%	<b>15,0%</b>
<b>Sí, más del 10%</b>	8,3%	<b>9,7%</b>	12,5%	<b>9,8%</b>	9,2%	<b>8,8%</b>	9,0%	<b>10,0%</b>	9,6%	<b>9,6%</b>



La mayor parte de los turistas no tiene disposición a pagar un extra para reducir su huella de carbono, con una cuota del **47,8%**.

Dentro del grupo de mayor predisposición a la hora de gastar un extra para reducir su huella de carbono, el mercado británico es el que mayor cuota alcanza en comparación al resto de países.

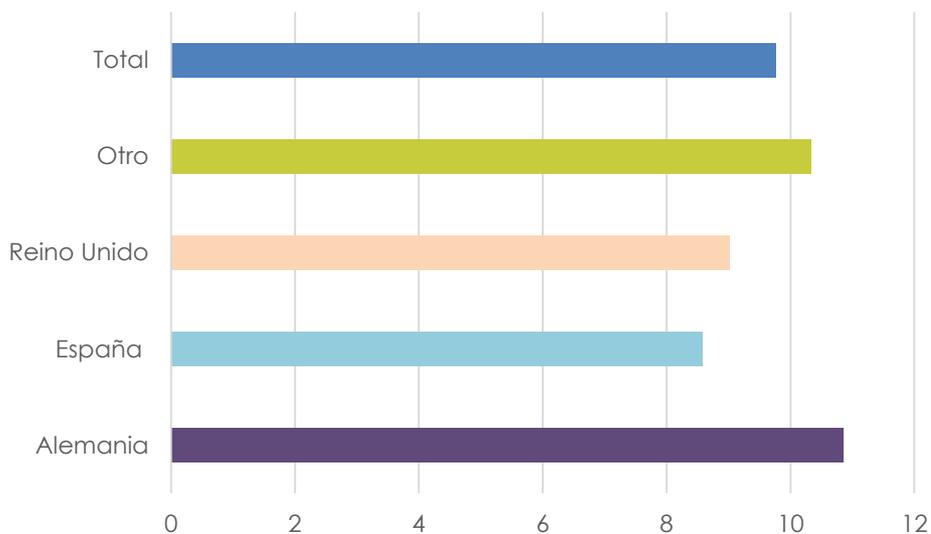
# Sección 3

## **Durante la estancia**

### 3. Durante la estancia en Gran Canaria.

#### Estancia media según país de residencia

Estancia media	T3 2022	T3 2023	Var. (%)
Alemania	10,23	10,85	6,06%
España	8,28	8,58	3,62%
Reino Unido	9,22	9,02	-2,17%
Otros países	10,11	10,33	2,18%
<b>Total</b>	<b>9,54</b>	<b>9,77</b>	<b>2,41%</b>



La estancia media total durante el tercer trimestre de este año se situó en 9,54 días, lo que supone un aumento del **2,41%** con respecto al 2022.

Los turistas alemanes siguen siendo los que pasan de media, más días en la isla (10,85 días).

### 3. Durante la estancia en Gran Canaria.

#### Estancia media según tipo de alojamiento

Estancia media	T3 2022	T3 2023	Var. (%)
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	8,13	8,55	5,17%
Hotel de 4 estrellas	8,46	8,44	-0,24%
Hotel de 1, 2, 3 estrellas	8,43	8,32	-1,30%
Apartahotel o villa turística	9,76	10,38	6,35%
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping...)	10,47	11,82	12,89%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	12,77	12,6	-1,33%
Vivienda propia o amigos/ familiares	14,05	15,33	9,11%
<b>Total</b>	<b>9,54</b>	<b>9,77</b>	<b>2,41%</b>

La estancia media según el tipo de alojamiento elegido ha aumentado más con respecto a 2022 en la categoría de otros establecimientos colectivos.

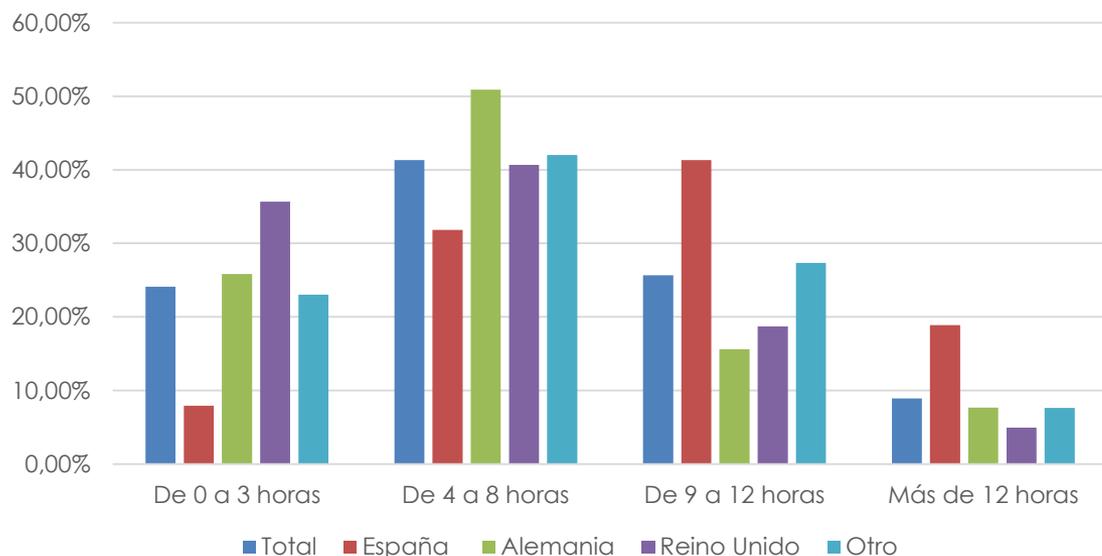
La categoría en la que los turistas permanecen más tiempo es en viviendas propias o de amigos/familiares (14,05 días), seguido de los que se hospedan en habitaciones alquiladas a particulares (12,77 días).

En cuanto al sector hotelero, salvo los hoteles de 5 estrellas y 5GL, el resto de categorías han experimentado un aumento en el número de noches contratadas.

### 3. Durante la estancia en Gran Canaria.

#### Horas diarias fuera del alojamiento según país de residencia

Horas diarias fuera del alojamiento	Alemania		España		Reino Unido		Otros países		Total	
	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023
De 0 a 3 horas	22,08%	<b>25,83%</b>	10,72%	<b>7,94%</b>	29,12%	<b>35,69%</b>	16,85%	<b>23,03%</b>	19,48%	<b>24,10%</b>
De 4 a 8 horas	47,29%	<b>50,88%</b>	36,92%	<b>31,85%</b>	48,50%	<b>40,65%</b>	44,93%	<b>42,02%</b>	44,58%	<b>41,32%</b>
De 9 a 12 horas	23,23%	<b>15,62%</b>	37,02%	<b>41,32%</b>	17,35%	<b>18,72%</b>	28,51%	<b>27,33%</b>	26,62%	<b>25,65%</b>
Más de 12 horas	7,40%	<b>7,67%</b>	15,34%	<b>18,89%</b>	5,03%	<b>4,94%</b>	9,72%	<b>7,62%</b>	9,32%	<b>8,92%</b>



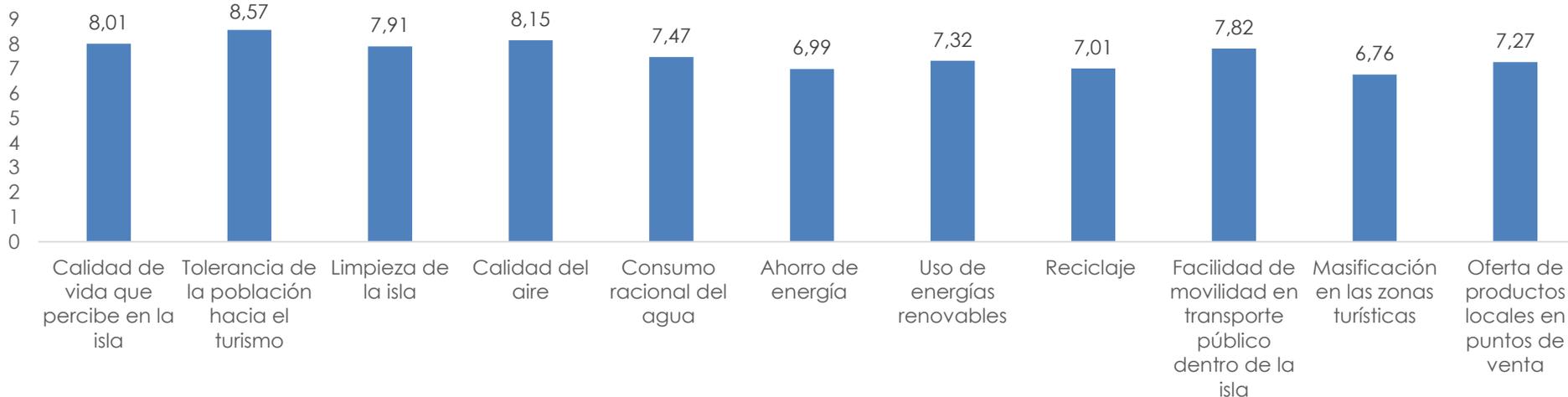
Un **41,32%** de los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas diarias. No obstante, cabe destacar que el **25,65%** lo hicieron entre 9 y 12 horas diarias.

Los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, teniendo un **18,89%** en la categoría de más de 12 horas. En contraposición, los visitantes alemanes son los que menos horas diarias pasan fuera del alojamiento, con una cuota del **7,40%** en el intervalo de más de 12 horas diarias.

### 3. Durante la estancia en Gran Canaria.

#### Valoración media de la percepción de las medidas de sostenibilidad

Valoración media de la percepción de las medidas de sostenibilidad	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
	T3 2023	T3 2023	T3 2023	T3 2023	T3 2023
Calidad de vida que percibe en la isla	7,72	8,2	8,16	7,94	8,01
Tolerancia de la población hacia el turismo	8,75	8,8	8,53	8,43	8,57
Limpieza de la isla	7,44	7,76	8,43	7,84	7,91
Calidad del aire	7,97	8,34	8,28	8,05	8,15
Consumo racional del agua	6,78	7,63	7,87	7,42	7,47
Ahorro de energía	6,41	7,12	7,34	6,94	6,99
Uso de energías renovables	6,92	7,45	7,49	7,32	7,32
Reciclaje	6,39	6,96	7,42	7,01	7,01
Facilidad de movilidad en transporte público dentro de la isla	7,88	7,48	7,97	7,84	7,82
Masificación en las zonas turísticas	6,04	7,05	6,86	6,86	6,76
Oferta de productos locales en puntos de venta	7,05	7,57	7,17	7,30	7,27



# Sección 4

## Después de la estancia

## 4. Después de la estancia en Gran Canaria.

### Satisfacción media con el viaje y calificación de la experiencia

País de residencia	T3 2022	T3 2023	Diferencia
Alemania	8,69	8,55	-0,14
España	8,65	8,69	0,04
Reino Unido	8,81	8,85	0,04
Otros países	8,62	8,71	0,09
<b>Total</b>	<b>8,68</b>	<b>8,72</b>	<b>0,04</b>

En cuanto al nivel de satisfacción del viaje a la isla, todos puntúan su satisfacción por encima de 8,5 puntos.

La satisfacción media de los visitantes ha aumentado ligeramente con respecto al 2022 en 0,04 puntos.

Calificación de la experiencia	Alemania		España		Reino Unido		Otros países		Total	
	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023	T3 2022	T3 2023
Mejor de lo que esperaba	47,67%	<b>41,45%</b>	42,10%	<b>44,66%</b>	46,46%	<b>46,59%</b>	38,20%	<b>39,99%</b>	42,57%	<b>42,76%</b>
A la altura de lo que esperaba	49,99%	<b>54,90%</b>	53,97%	<b>50,34%</b>	48,19%	<b>50,13%</b>	56,28%	<b>56,48%</b>	52,79%	<b>53,49%</b>
Peor de lo que esperaba	2,34%	<b>3,65%</b>	3,93%	<b>5,00%</b>	5,35%	<b>3,28%</b>	5,53%	<b>3,53%</b>	4,63%	<b>3,74%</b>

Más del 50% de los visitantes, afirman que el viaje a Gran Canaria estuvo a la altura de lo que esperaban, mientras que apenas un 3,74% dicen haber tenido una experiencia peor de la esperada. Las cifras son similares en los turistas según su país de residencia, encontrando el menor valor de "peor viaje de lo esperado" entre los visitantes alemanes.

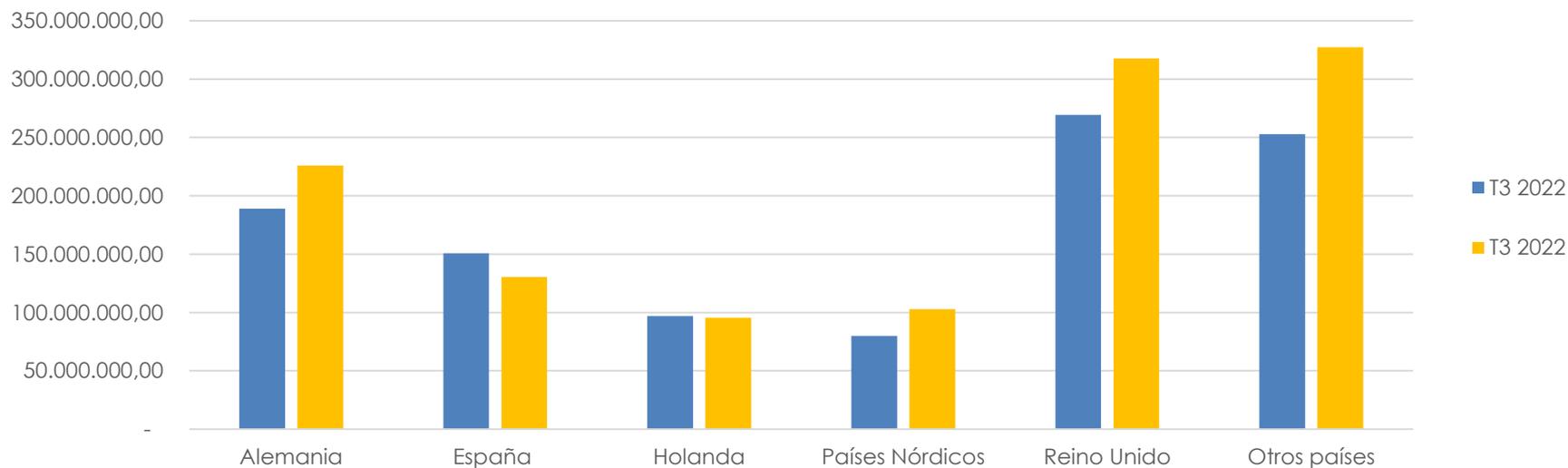
# Sección 5

## **Gasto turístico**

## 5. Gasto turístico.

### Gasto total por mercados (€)

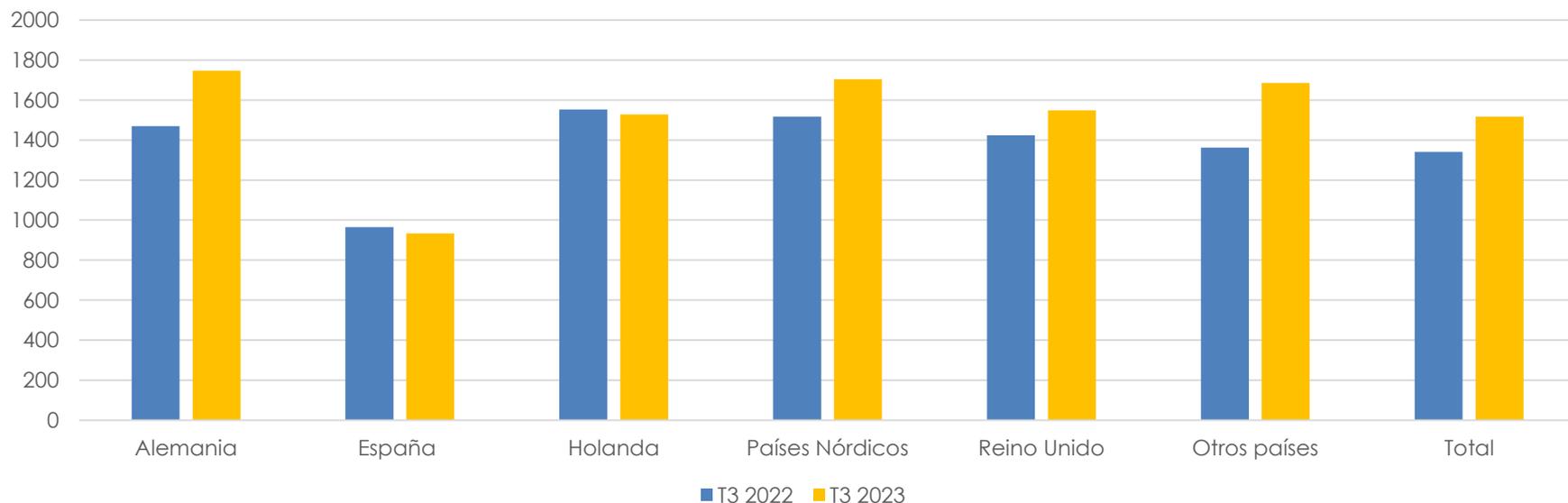
País	T3 2022	T3 2023	Variación (€)	Variación (%)
Alemania	188.840.616,59	226.005.559,52	37.164.942,93	<b>19,68%</b>
España	150.647.210,43	130.497.928,44	-20.149.281,99	<b>-13,38%</b>
Holanda	96.847.090,26	95.432.812,82	-1.414.277,44	<b>-1,46%</b>
Países Nórdicos	79.982.885,99	102.958.172,49	22.975.286,50	<b>28,73%</b>
Reino Unido	269.300.243,87	317.651.737,77	48.351.493,90	<b>17,95%</b>
Otros países	252.797.438,25	327.317.403,00	74.519.964,75	<b>29,48%</b>
<b>Total</b>	<b>1.038.415.485,40</b>	<b>1.199.863.614,00</b>	<b>161.448.128,60</b>	<b>15,55%</b>



## 5. Gasto turístico.

### Gasto medio por turista según país de residencia (€)

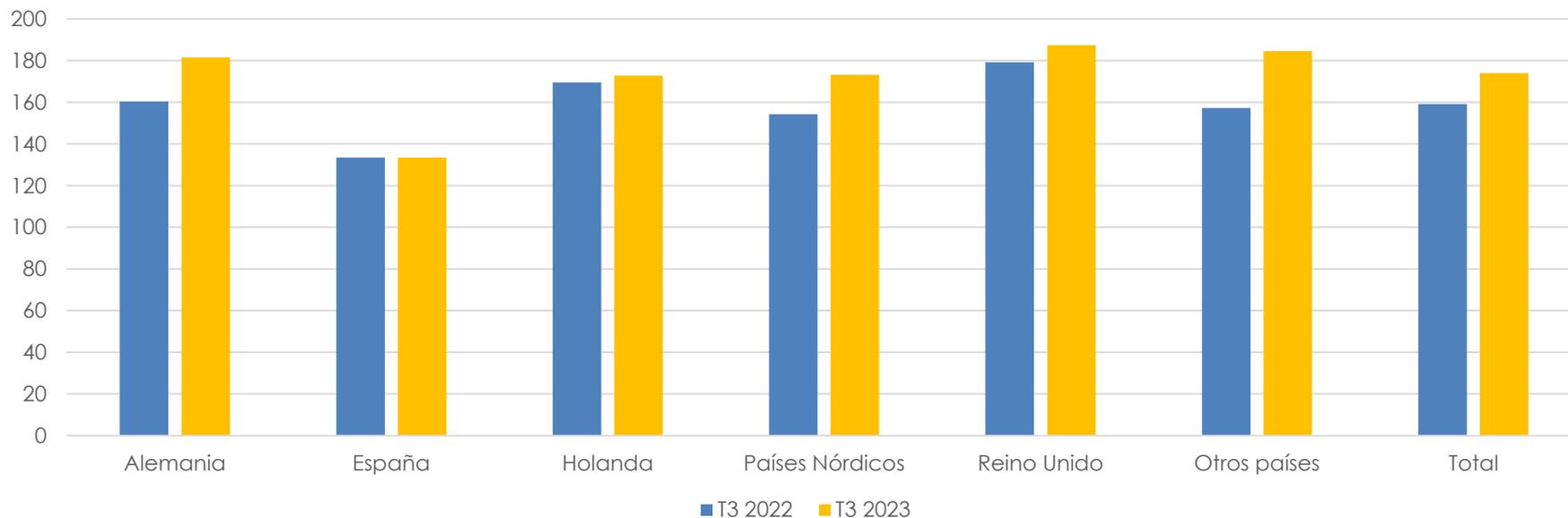
Gasto por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
<b>T3 2022</b>	1.470,02	964,8	1.552,2	1.516,74	1.423,75	1.362,2	1.340,83
<b>T3 2023</b>	1.746,77	933,33	1.527,34	1.703,36	1.548,52	1.685,24	1.515,95
<b>Variación</b>	276,75	-31,47	-24,86	186,62	124,77	323,04	175,12
<b>Var. %</b>	<b>18,83%</b>	<b>-3,26%</b>	<b>-1,60%</b>	<b>12,30%</b>	<b>8,76%</b>	<b>23,71%</b>	<b>13,06%</b>



## 5. Gasto turístico.

### Gasto medio diario por turista según país de residencia (€)

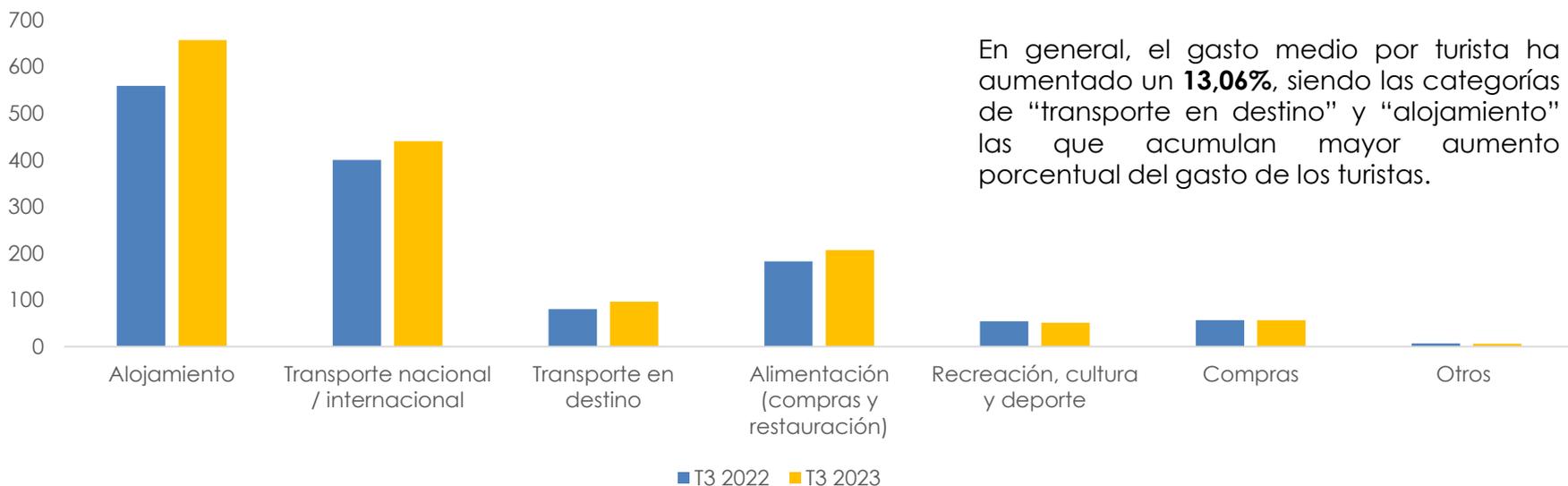
Gasto diario por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
<b>T3 2022</b>	160,41	133,42	169,53	154,27	179,14	157,19	159,09
<b>T3 2023</b>	181,52	133,43	172,84	173,14	187,43	184,56	173,98
<b>Variación</b>	21,11	0,01	3,31	18,87	8,29	27,37	14,89
<b>Var. %</b>	<b>13,16%</b>	<b>0,01%</b>	<b>1,95%</b>	<b>12,23%</b>	<b>4,63%</b>	<b>17,41%</b>	<b>9,36%</b>



## 5. Gasto turístico.

### Gasto medio desglosado (€)

Gasto desglosado	T3 2022	T3 2023	Variación total	Var. (%)
Alojamiento	558,9	656,77	97,87	17,51%
Transporte nacional/internacional	400,26	440,39	40,13	10,03%
Transporte en destino	80,46	96,56	16,1	20,01%
Alimentación (compras y restauración)	182,84	207,36	24,52	13,41%
Recreación, cultura y deporte	54,46	51,35	-3,11	-5,71%
Compras	56,8	57,1	0,3	0,53%
Otros	7,1	6,42	-0,68	-9,58%
<b>Total</b>	<b>1.340,83</b>	<b>1.515,95</b>	<b>175,12</b>	<b>13,06%</b>



## 5. Gasto turístico.

### Gasto medio y diario por turista según edad (€)

Gasto por turista	T3 2022	T3 2023	Var. (%)
Total grupo de edades	1.340,83	1.515,95	<b>13,06%</b>
De 16 a 44 años	1.273,85	1.402,04	<b>10,06%</b>
Mayor de 44 años	1.441,85	1.696,87	<b>17,69%</b>

El gasto medio de los turistas aumenta según mayor sea la edad.

Gasto diario por turista	T3 2022	T3 2023	Var. (%)
Total grupo de edades	159,09	173,98	<b>9,36%</b>
De 16 a 44 años	158,31	167,78	<b>5,98%</b>
Mayor de 44 años	160,26	183,83	<b>14,71%</b>

