

# Perfil del turista en Gran Canaria

Informe primer trimestre 2020



<b>ÍNDICE</b>	<b>Página</b>
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>	<b>3</b>
Según país de residencia	
Edad y género	
Situación laboral	
Nivel de ingresos	
Tipo de acompañante	
Acompañados menores de 13 años	
<b>ANTES DEL VIAJE</b>	<b>9</b>
Antelación en la reserva del viaje	
Canales de información por país de residencia	
Propósito y motivación del viaje	
Importancia en los aspectos de elección del destino	
<b>DURANTE LA ESTANCIA</b>	<b>14</b>
Estancia media por país de residencia	
Actividades realizadas en Gran Canaria por país de residencia	
Número de horas diarias fuera del alojamiento por país de residencia	
Uso hecho al Smartphone o Tablet por país de residencia	
<b>DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	<b>19</b>
Calificación de la experiencia	
<b>GASTO TURÍSTICO</b>	<b>21</b>
Gasto turístico total por mercados	
Gasto medio total por persona y noche y país de residencia	
Gasto medio total desglosado por persona	
Gasto medio por persona según edad	

Sección 1

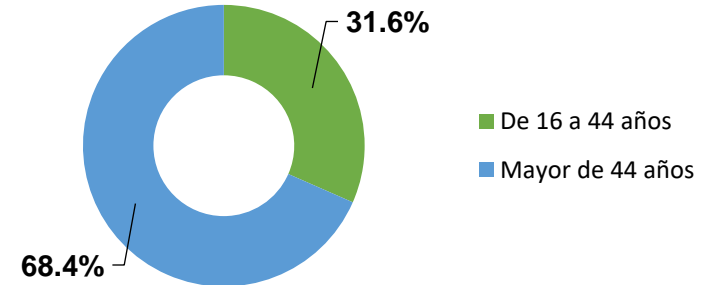
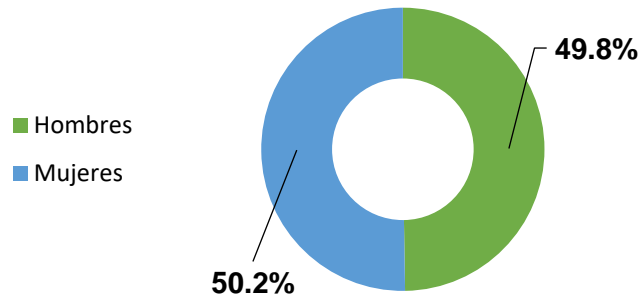
**Perfil sociodemográfico**

# Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

## Según sexo y grupo de edad

Sexo	T1 2020	T1 2019
Hombres	49,8%	49,7%
Mujeres	50,2%	50,3%

Grupo de edad	T1 2020	T1 2019
De 16 a 44 años	31,6%	38,5%
Mayor de 44 años	68,4%	61,5%



La distribución entre el sexo de los visitantes se distribuye prácticamente al 50% entre hombres y mujeres.

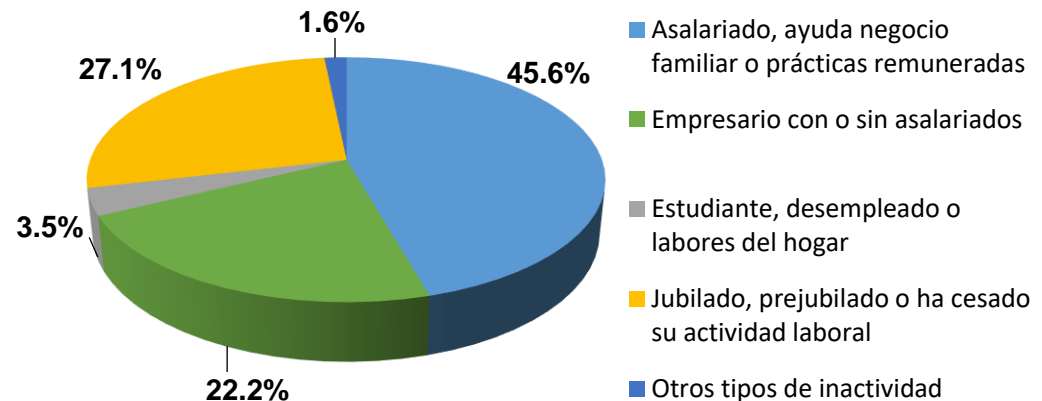
En cuanto a las edades de los turistas, los comprendidos entre 16 y 44 años representan el 31,6%, mientras que los mayores de 44 años alcanzan el 68,4% de los turistas.

# Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

## Según situación laboral

Situación laboral	T1 2020	T1 2019
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	45,6%	46,4%
Empresario con o sin asalariados	22,2%	23,1%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	3,5%	5,4%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	27,1%	24,1%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	1,6%	1,0%

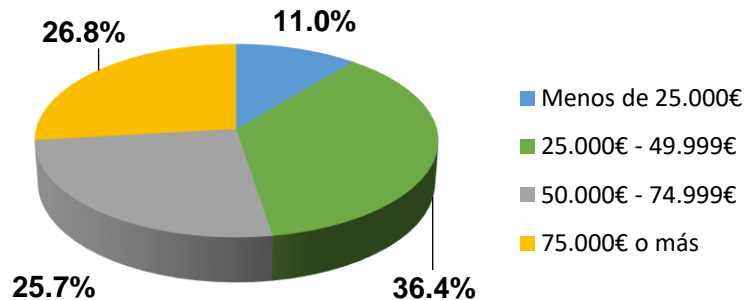
La categoría de turistas asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas sigue siendo la predominante, representando un 45,6%, seguidos por aquellos turistas jubilados, que representan el 27,1%.



# Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

## Situación nivel de ingresos

Nivel de ingresos	T1 2020	T1 2019
Menos de 25.000€	11,0%	15,4%
25.000€ - 49.999€	36,4%	36,4%
50.000€ - 74.999€	25,7%	24,0%
75.000€ o más	26,8%	24,2%

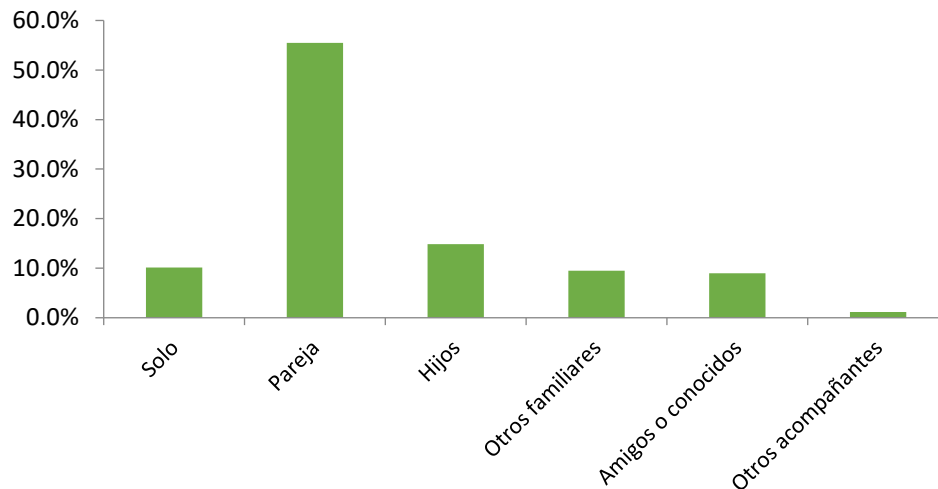


Podemos observar como el nivel de ingresos de los turistas que llegan a Canarias está bastante dividido. Los turistas con una renta entre 25.000€ - 49.999€ son los que más visitan las islas, con un 36,4%, seguidos de los que ingresan entre más de 75.000€. Entre ambos grupos acumulan más del 60% del total.

# Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

## Según tipo de acompañante

Tipo de acompañante	T1 2020	T1 2019
Solo	10,1%	11,9%
Pareja	55,5%	54,5%
Hijos	14,8%	12,4%
Otros familiares	9,5%	8,4%
Amigos o conocidos	8,9%	11,6%
Otros acompañantes	1,1%	1,3%

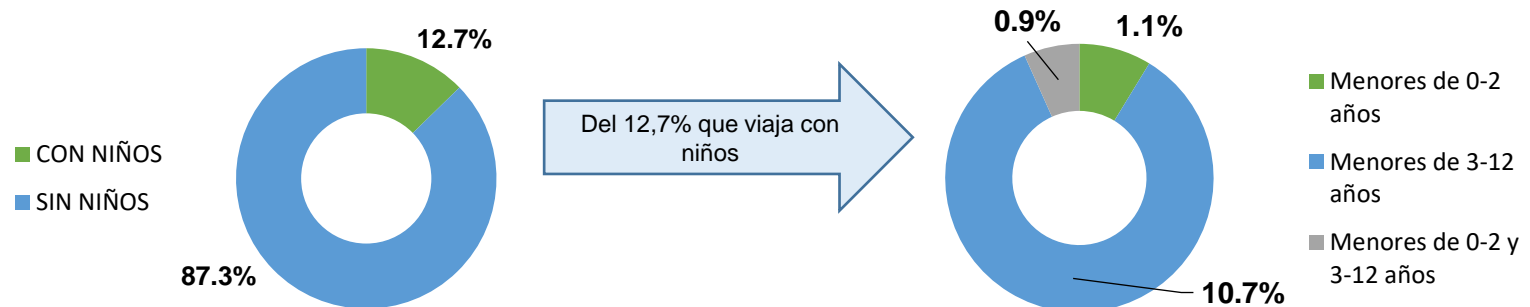


Si nos fijamos en la distribución según el tipo de acompañante, observamos que las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla, con un 55,5%, seguidos de los que vienen acompañados con hijos, 14,8%.

# Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

## Acompañados de menores de 13 años

Tipo de acompañante	T1 2020	T1 2019
<b>CON NIÑOS</b>	<b>12,7%</b>	<b>11,1%</b>
Menores de 0-2 años	1,1%	1,6%
Menores de 3-12 años	10,7%	8,7%
Menores de 0-2 y 3-12 años	0,9%	0,9%
<b>SIN NIÑOS</b>	<b>87,3%</b>	<b>88,9%</b>



Observamos como en el primer trimestre de 2020, el 12,7% de los turistas que visitaron Gran Canaria viajaron con niños.

Dentro de los turistas que viajaron con niños (12,7%), la categoría de menores que predomina es la comprendida entre los 3 y 12 años, llegando a representar el 10,7%. Mientras que los grupos de menores entre 0 y 12 años y los menores de 0-2 y 3-12 años, representan el 1,1% y 0,9%, respectivamente.



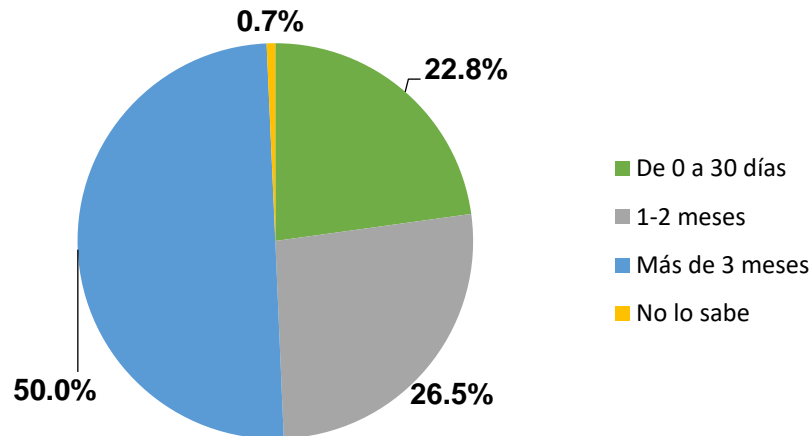
# Sección 2

## **Antes del viaje**

# Antes del viaje

## Antelación en la reserva del viaje

Antelación en la organización del viaje	T1 2020	T1 2019
De 0 a 30 días	22,8%	31,0%
1-2 meses	26,5%	26,1%
Más de 3 meses	50,0%	42,2%
No lo sabe	0,7%	0,7%



En el T1 2020, la mitad de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de más de 3 meses. Mientras que el 26,5%, dicen haber organizado su viaje entre 1 y 2 meses antes.

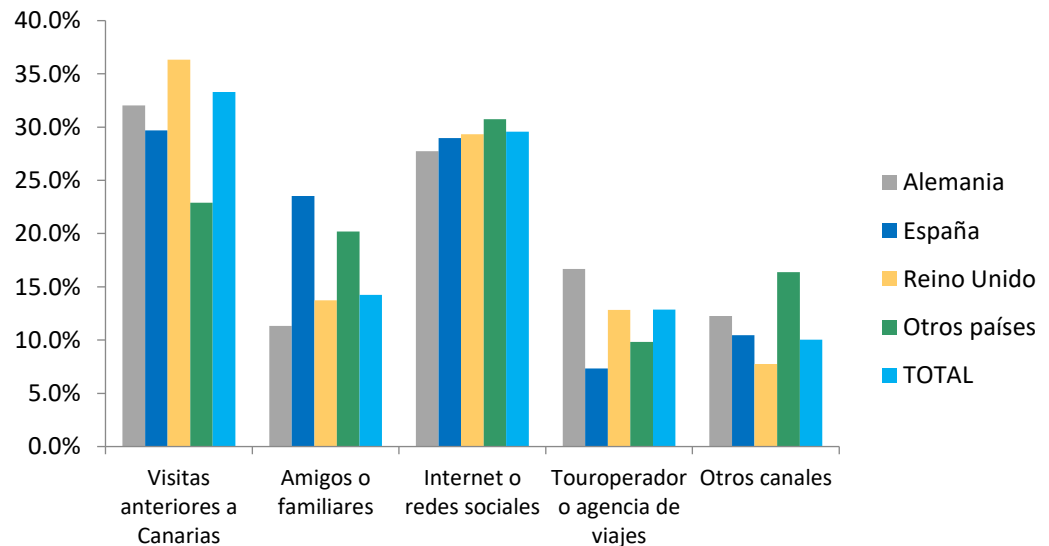
## Antes del viaje

### Canales de información según país de residencia

Canales de información	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019
Visitas anteriores a Canarias	32,0%	30,4%	36,3%	33,8%	29,7%	24,9%	22,9%	21,6%	33,3%	30,9%
Amigos o familiares	11,3%	12,0%	13,7%	14,4%	23,5%	26,4%	20,2%	19,1%	14,2%	15,5%
Internet o redes sociales	27,7%	28,3%	29,3%	32,0%	29,0%	31,6%	30,7%	32,3%	29,6%	31,4%
Touroprador o agencia de viajes	16,7%	15,4%	12,8%	11,3%	7,3%	6,1%	9,8%	7,2%	12,9%	11,3%
Otros canales	12,3%	13,9%	7,8%	8,5%	10,5%	11,0%	16,4%	19,8%	10,0%	10,8%

Los principales canales de información utilizados por los turistas para elegir Gran Canaria como destino son las visitas anteriores a la isla e internet o redes sociales, con cuotas del 33,3% y 29,6%, respectivamente.

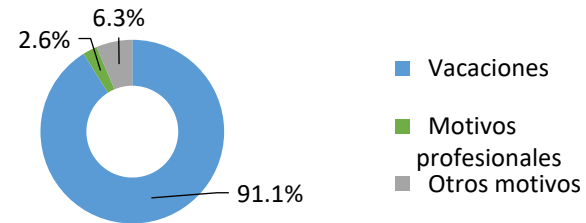
En el caso concreto de España, los amigos o familiares también suponen un importante canal de información, alcanzando el 23,5% frente a cuotas de entre el 11% y el 15% que alcanzan el resto de países en esta categoría.



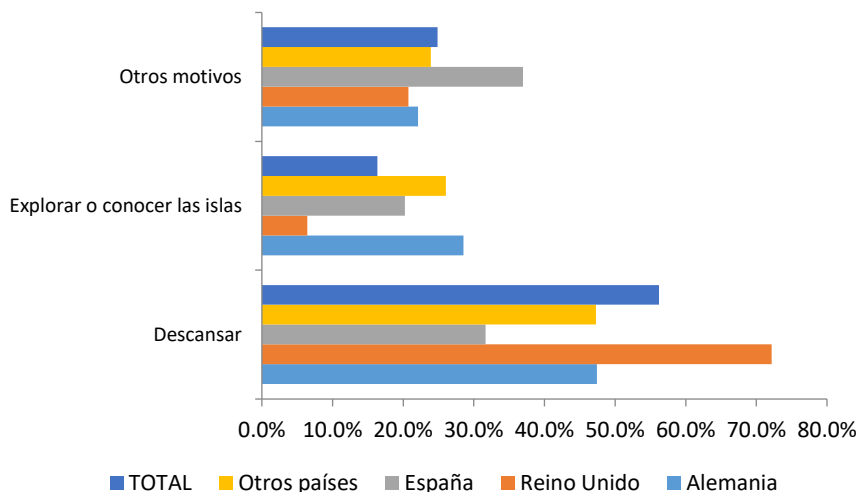
# Antes del viaje

## Propósito del viaje y motivación principal para las vacaciones

Propósito del viaje	Total	
	T1 2020	T1 2019
Vacaciones	91,1%	90,0%
Por trabajo	2,6%	2,8%
Otros motivos	6,3%	7,2%



Motivación de sus vacaciones	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019
Descansar	47,4%	42,2%	72,1%	70,7%	31,7%	26,8%	47,3%	43,5%	56,2%	53,8%
Conocer la isla	28,5%	34,3%	6,4%	8,8%	20,2%	25,0%	26,0%	32,5%	16,4%	19,8%
Otros motivos	22,1%	21,9%	20,8%	19,4%	36,9%	36,4%	23,9%	18,7%	24,9%	23,5%



El motivo principal de los turistas para venir a Gran Canaria son las vacaciones, alcanzando el 91,1%. Dentro del motivo vacacional, el 53,8% lo hacen sobre todo para descansar.

Se pueden distinguir ciertas diferencias entre los grupos. Las cuotas de descanso de los alemanes y los británicos son del 47,4% y 72,1%, respectivamente. Por otro lado, solo el 6,4% de los británicos lo hacen para explorar la isla mientras que el 28,5% de los alemanes lo hacen por este mismo motivo.

En cambio, la motivación de los visitantes españoles está mas repartida entre el descanso, 31,7%, el conocimiento de la isla, 20,2% y otros motivos, 36,9%.

## Antes del viaje

### Importancia de los aspectos de elección

Posición	Top 10 factores que importan “Mucho”	% de turistas
1º	Clima	83,13
2º	Seguridad	49,57
3º	Mar	46,01
4º	Tranquilidad	45,01
5º	Oferta alojativa	40,98
6º	Playas	39,87
7º	Pertenece a Europa	37,64
8º	Viaje sencillo	33,63
9º	Entorno ambiental	29,74
10º	Precio	28,32

Posición	Top 10 factores que importan “Nada”	% de turistas
1º	Ocio nocturno	49,79
2º	Red de senderos	43,38
3º	Exotismo	33,07
4º	Patrimonio histórico	31,29
5º	Oferta comercial	30,66
6º	Oferta cultural	28,27
7º	Posibilidades de diversión	17,88
8º	Pertenece a Europa	17,64
9º	Autenticidad	16,4
10º	Viaje sencillo	14,1

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, el mar y la tranquilidad.

En cambio, entre los aspectos que les importan “nada”, se hayan el ocio nocturno, la red de senderos y el exotismo.

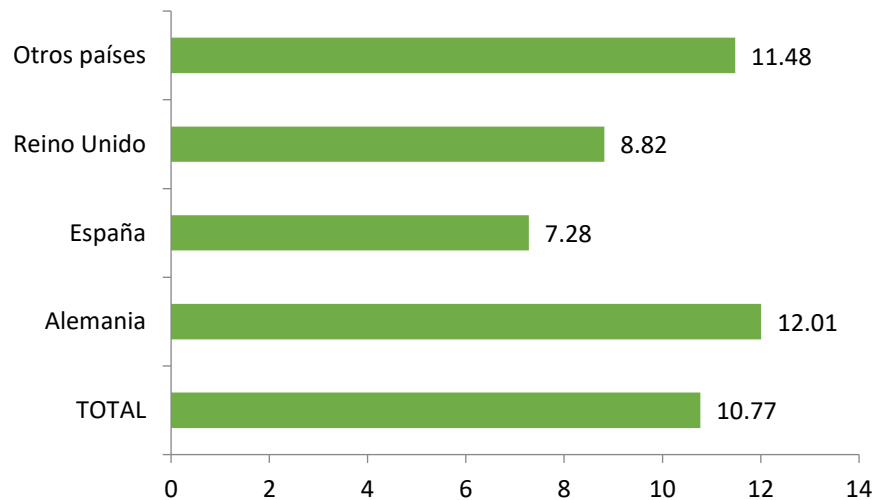
# Sección 3

## Durante la estancia

## Durante la estancia

### Estancia media según países de residencia

Estancia media	T1 2020	T1 2019
Alemania	12,01	10,71
Reino Unido	7,28	5,75
España	8,82	7,81
Otros países	11,48	10,29
Total	10,77	9,53



La estancia media total durante el primer trimestre de este año se situó en 10,77 días

Observamos que los turistas alemanes siguen siendo los que pasan de media, más días en la isla (12 días), lo que supone más de 4 días por encima de los británicos (7,28 días). Por otro lado, los visitantes españoles, pasan una media de 8,82 días en Gran Canaria.

## Durante la estancia

### Estancia media según alojamientos

Estancia media	T1 2020	T1 2019
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	8,48	8,12
Hotel de 4 estrellas	8,42	7,96
Hotel de 1, 2, 3 estrellas	9,85	8,34
Apartahotel o villa turística	11,46	10,73
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping...)	12,47	8,99
Vivienda o habitación alquilada a un particular	17,5	13,6
Vivienda propia o amigos/ familiares	15,11	10,39
Total	10,77	9,53

La categoría en la que los turistas permanecen más tiempo es en viviendas alquiladas a un particular (17,5), seguido de los que se quedan en casas de amigos o familiares (15,1).

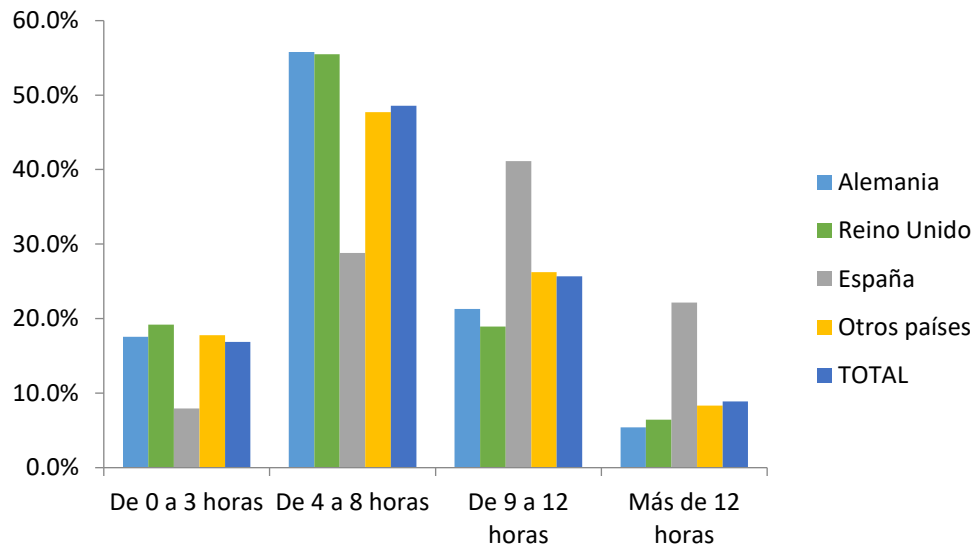
En cuanto al sector hotelero, la categoría que ha experimentado un mayor aumento en el número de noches es la de hoteles de 1,2 y 3 estrellas, con una media de 9,8 días.



## Durante la estancia

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

Horas diarias fuera del alojamiento	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019
De 0 a 3 horas	17,5%	12,5%	19,2%	16,7%	7,9%	4,9%	17,8%	15,8%	16,9%	13,8%
De 4 a 8 horas	55,8%	55,5%	55,5%	48,3%	28,8%	27,1%	47,7%	48,1%	48,6%	47,3%
De 9 a 12 horas	21,3%	26,2%	18,9%	28,5%	41,1%	43,1%	26,2%	28,0%	25,7%	29,5%
Más de 12 horas	5,4%	5,9%	6,4%	6,6%	22,1%	24,9%	8,3%	8,1%	8,9%	9,4%



Si nos fijamos en los datos totales, podemos apreciar como los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas diarias, alcanzando un 47,3%. No obstante, destacar que el 29,5% lo hicieron entre 9 y 12 horas diarias.

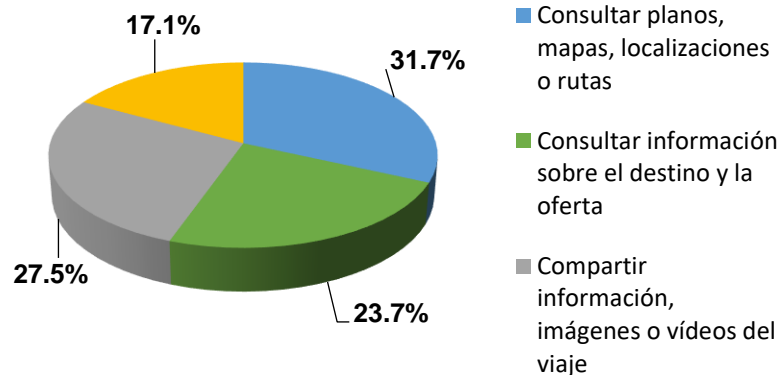
Además, los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, superando el 22% en la categoría de más de 12 horas. En contraposición, los visitantes británicos son los que menos horas diarias pasan fuera del alojamiento, con una cuota del 16,7% en el intervalo de 0 a 3 horas diarias.

## Durante la estancia

### Uso del Smartphone o tablet

Uso de internet	Total	
	T1 2020	T1 2019
Si	94,0%	91,2%
No	6,0%	8,8%

Uso de Smartphone o tablet	T1 2020	T1 2019
Consultar planos, mapas, localizaciones o rutas	31,7%	31,9%
Consultar información sobre el destino y la oferta	23,7%	23,6%
Compartir información, imágenes o vídeos del viaje	27,5%	27,6%
Otras	17,1%	16,8%



Observamos, por un lado, que el 94% de los turistas afirman haber hecho uso de internet mediante smartphones o tablets durante su estancia en la isla.

Por otro lado, vemos que los visitantes han destinado el uso de internet a distintos motivos como consultar planos, mapas o localizaciones, 31,7%, compartir información o imágenes del móvil, 27,5%, o consultar información sobre el destino y la oferta de la isla, un 23,7%.

Sección 4  
**Después de la estancia**

## Después de la estancia

### Valoración media de la satisfacción del viaje y calificación de la experiencia

País de residencia	T1 2020	T1 2019	Diferencia
Alemania	8,47	8,73	-0,26
Reino Unido	8,92	8,97	-0,05
España	8,62	8,67	-0,05
Otros países	8,53	8,64	-0,11
Total	8,58	8,7	-0,12

En cuanto al nivel de satisfacción del viaje a la isla, podemos observar que todos puntúan su satisfacción por encima de 8 puntos, siendo los turistas británicos los que quedan más satisfechos con una puntuación de 8,92 puntos.

La satisfacción de los visitantes ha disminuido ligeramente con respecto al pasado año, 0,12 puntos por menos.

Calificación de la experiencia	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019	T1 2020	T1 2019
Mejor de lo que esperaba	40,6%	41,9%	41,8%	46,8%	39,0%	48,3%	34,8%	38,4%	37,5%	41,4%
A la altura de lo que esperaba	58,3%	56,6%	57,6%	51,7%	57,9%	49,3%	62,5%	59,2%	60,4%	56,5%
Peor de lo que esperaba	1,2%	1,5%	0,6%	1,5%	3,1%	2,4%	2,7%	2,4%	2,1%	2,1%

Más del 60% de los visitantes, afirman que el viaje a Gran Canaria estuvo a la altura de lo que esperaban, mientras que el 2,1% dicen haber tenido una experiencia peor de la esperada. Las cifras son similares cuando nos fijamos en los turistas según su país de residencia, encontrando el menor valor en cuanto a un “peor viaje de los esperado” entre los visitantes británicos.

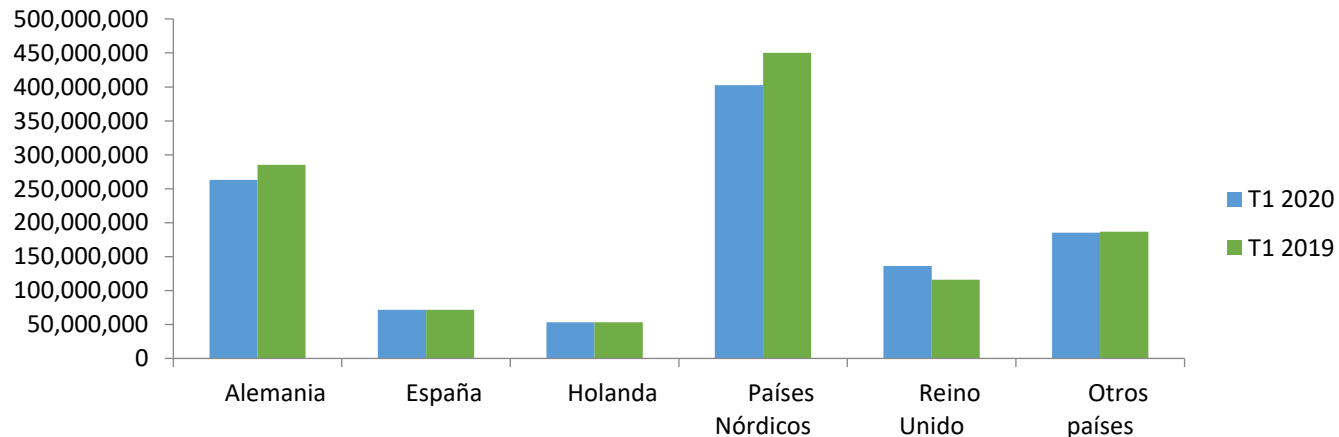
# Sección 5

## **Gasto turístico**

# Gasto turístico

## Gasto total por mercados (euros)

País	T1 2020	T1 2019	Variación total	Var. (%)
Alemania	262.971.785	285.397.920	-22.426.135	-7,9%
España	71.643.757	71.634.277	9.481	0,0%
Holanda	53.397.565	53.499.505	-101.940	-0,2%
Países Nórdicos	402.752.765	450.257.339	-47.504.574	-10,6%
Reino Unido	136.271.665	116.047.340	20.224.325	17,4%
Otros países	185.305.185	186.869.526	-1.564.341	-0,8%
Total	1.112.342.722	1.163.705.907	-51.363.185	-4,4%

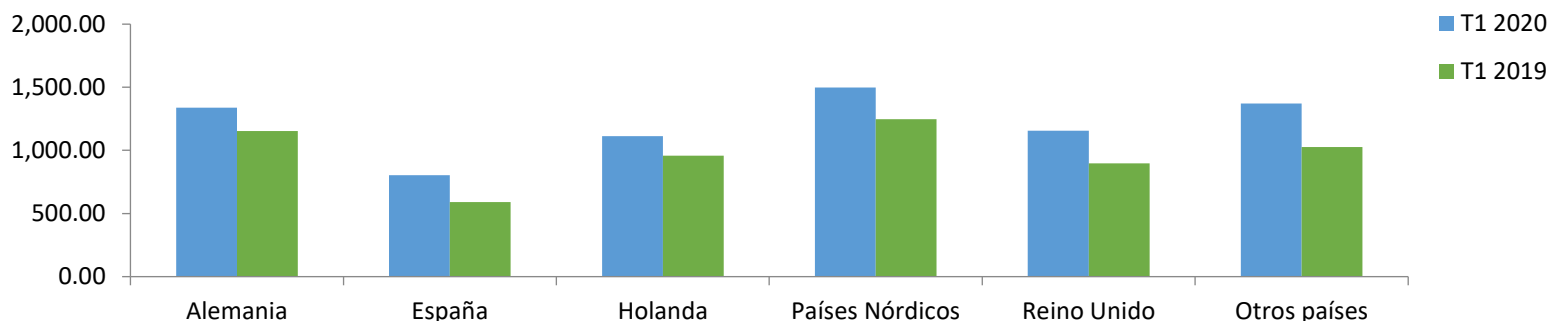


*\*Nota: la irrupción del covid-19 en marzo y el consecuente parón de la actividad turística puede provocar que las comparativas interanuales de este informe sean limitadas.*

## Gasto medio por turista y noche según país de residencia (euros)

Gasto por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
T1 2020	1.447,6	816,6	1.194,0	1.555,8	1.167,7	1.409,3	1.354,6
T1 2019	1.145,3	546,9	1.079,8	1.283,1	854,4	1.070,1	1.066,6
Variación total	302,2	269,6	114,2	272,8	313,3	339,2	288,02
Var. (%)	26,4%	49,3%	10,6%	21,3%	36,7%	31,7%	27,0%

Gasto diario por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
T1 2020	142,0	129,8	138,1	158,6	146,6	155,4	148,5
T1 2019	122,4	111,9	128,5	143,6	118,7	122,0	127,7
Variación total	19,7	17,9	9,7	14,9	27,9	33,3	20,8
Var. (%)	16,1%	16,0%	7,5%	10,4%	23,5%	27,3%	16,3%

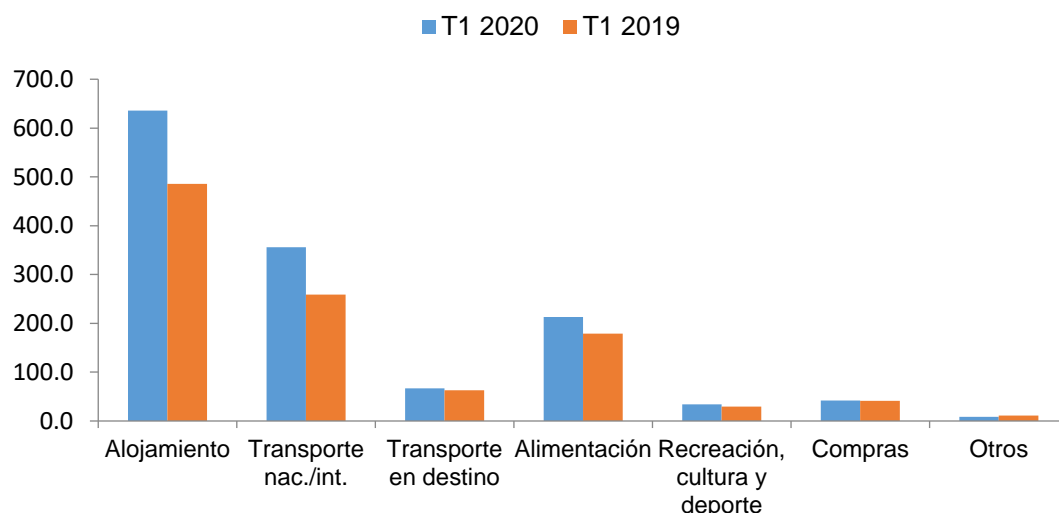


*\*Nota: la irrupción del covid-19 en marzo y el consecuente parón de la actividad turística puede provocar que las comparativas interanuales de este informe sean limitadas.*

## Gasto turístico

### Gasto medio desglosado por turista en Gran Canaria

Gasto desglosado	T1 2020	T1 2019	Variación total	Var. (%)
Alojamiento	635,5	485,8	149,7	30,8%
Transporte nacional/internacional	356,1	258,6	97,5	37,7%
Transporte en destino	66,6	62,7	3,9	6,2%
Alimentación (compras y restauración)	212,6	178,7	33,9	19,0%
Recreación, cultura y deporte	33,8	28,9	4,8	16,6%
Compras	41,5	41,1	0,4	0,9%
Otros	8,5	10,7	-2,2	-20,2%
<b>Total</b>	<b>1.354,6</b>	<b>1.066,6</b>	<b>288,0</b>	<b>27,0%</b>



En general, el gasto medio por turista ha aumentado un 27%, siendo las categorías de alojamiento y transporte internacional las que acumulan el mayor porcentaje de gasto de los turistas, superando el 60%.

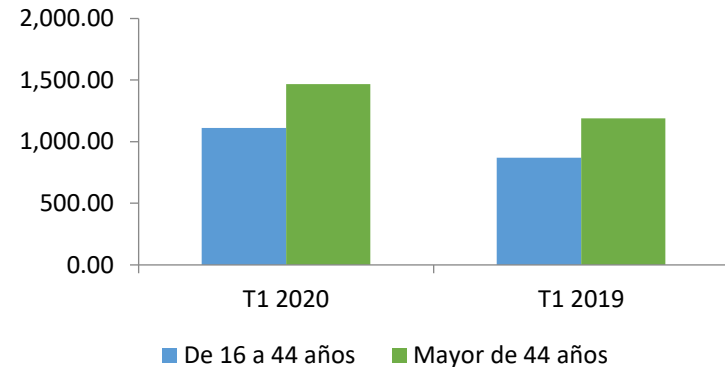
*\*Nota: la irrupción del covid-19 en marzo y el consecuente parón de la actividad turística puede provocar que las comparativas interanuales de este informe sean limitadas.*



# Después de la estancia

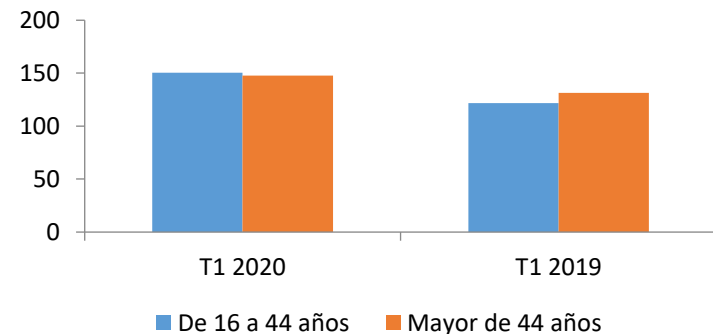
## Gasto por turista según la edad

Gasto por turista	T1 2020	T1 2019	Var. (%)
Total grupo de edades	1.354,59	1.066,57	27,0%
De 16 a 44 años	1.111,97	868,65	28,0%
Mayor de 44 años	1.466,60	1.190,38	23,2%



Observamos un aumento del gasto en todas las franjas de edad. Al mismo tiempo, aquellos turistas mayores de 44 años siguen siendo los que mas gasto realizan durante el viaje a Gran Canaria.

Gasto por turista y día	T1 2020	T1 2019	Var. (%)
Total grupo de edades	148,52	127,72	16,3%
De 16 a 44 años	150,23	121,74	23,4%
Mayor de 44 años	147,74	131,46	12,4%



*\*Nota: la irrupción del covid-19 en marzo y el consecuente parón de la actividad turística puede provocar que las comparativas interanuales de este informe sean limitadas.*



**GranCanaria**  
*Patronato de Turismo*