

INFORME DE COYUNTURA
DEL MERCADO TURÍSTICO

España

Evolución año 2014
Primer trimestre año 2015

Proyecto "Internacionalización de
la oferta turística de Gran Canaria"



PATRONATO DE
TURISMO DE GRAN
CANARIA

SOCIEDAD DE
PROMOCIÓN
ECONÓMICA DE
GRAN CANARIA

TURESPAÑA

JULIO 2015

PATRONATO DE TURISMO
DE GRAN CANARIA

SOCIEDAD DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA
DE GRAN CANARIA

TURESPAÑA



Elaborado por:

Jorge Kahr Stenger

PATRONATO DE TURISMO DE GRAN CANARIA
Promotor de Negocios para España
y Portugal

Índice

1 España	3
1.1 Economía y sociedad	4
2 Sector turístico	6
2.1 Situación del mercado turístico nacional	6
2.2 ¿Cómo están viajando los españoles?	11
2.3 Conectividad aérea	15
2.4 Operadores turísticos	23
2.5 Turismo nacional en Gran Canaria y competidores	26
2.6 Perfil del turista nacional en Gran Canaria	36
2.7 Previsiones y tendencias	60
3 El mercado de un vistazo	61
3.1. Resumen ejecutivo	61
4 Bibliografía	63



España



1. España

1.1 Economía y sociedad

Variable	Situación	Perspectiva	Claves
Población	2014: 46.464.100 personas	2015: 46.096.871	Disminución continuada en el horizonte de predicción
Crecimiento PIB	2014: 1,2%	2015: 1,7%; 2016: 2,2%	Se espera una subida continuada en 2015 y 2016
IPC	2014: -0,1%	2015: 0,5%; 2016: 1,2%	Después de un período de reducción, se prevé un aumento de la inflación en los próximos años
Déficit público	2014: -5,46%	2015: -4,6%; 2016: -3,9%	Reducción del déficit a lo largo del período de predicción
Consumo privado	2014: 2%	2015: 2%; 2016: 2,2%	Se espera que crezca en el horizonte de predicción y que la tasa de ahorro se estabilice
Balance por cuenta corriente (% PIB)	2014: 0,5%	2015: 0,7%; 2016: 0,9%	Se espera un aumento, pero de forma moderada
Desempleo	2014: 24,8%	2015: 23,5%; 2016: 22,2%	El desempleo se reducirá. La destrucción de empleo encontró un punto de inflexión en 2014

Previsiones macroeconómicas

España	2014	2015	2016
Evolución PIB (dif. año anterior)	1,2	1,7	2,2
Inflación	-0,1	0,5	1,2
Desempleo	24,8%	23,5%	22,2%
Déficit estatal (% PIB)	-5,6%	-4,6%	-3,9%

Unión Europa	2014	2015	2016
Evolución PIB (dif. año anterior)	1,3	1,5	2
Inflación	0,6	1	1,6
Desempleo	10,3%	10%	9,5%
Déficit estatal (% PIB)	-3%	-2,7%	-2,3%

Fuente: Eurostat, IET.

2. Sector turístico

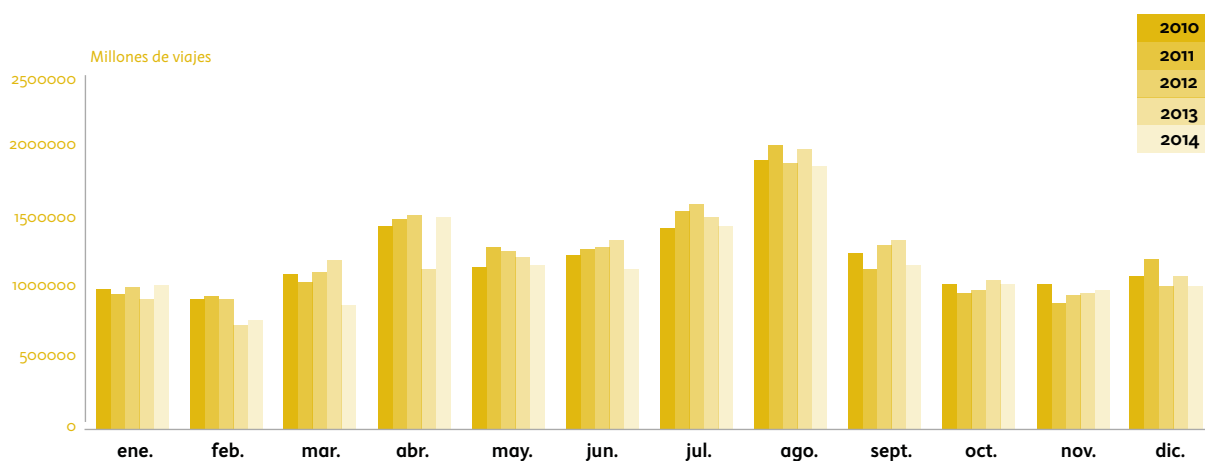
2.1 Situación del mercado turístico nacional

Indicador	Situación	Perspectiva	Claves
Viajes al exterior de la CC.AA.	2013: 155,7 millones (-3,1%) Nacionales: 144,5 millones (-2,6%) Exterior: 11,2 millones (-9,5%) 2014: 151,4 millones (-2,8%) Nacionales: 139,6 millones (-3,4%) Exterior: 11,8 millones (+4,8%) Enero 2015: 9,44 millones (-15,9%) Nacionales: 882.644 (-9,5%) Exterior: 8,56 millones (-16,5%)	Se espera que en 2015 los viajes nacionales aumenten.	En 2014 retroceden los viajes nacionales y aumentan los viajes al exterior. El alojamiento en viviendas de amigos y familiares como el segundo motivo del turismo interno
Gasto por cliente	2013: Gasto total: 12.359 millones € Gasto por viaje: 705,99€ Gasto medio diario: 70,03 € 2014: Gasto total: 13.679 millones€ Gasto por viaje: 746,45€ Gasto medio diario: 72,94€ 2015 (Enero-Marzo) Gasto total: 2.883 millones€ Gasto por viaje: 731,56€ Gasto medio diario: 73,70€	En el año 2014 el turismo al extranjero acapara el elevado peso del gasto. Aumenta el gasto con respecto al año anterior En el primer trimestre del año 2015 el aumento total del gasto por turista, teniendo en cuenta los aumentos y disminuciones según nacionalidades, es del 2,09%. El mercado nacional incrementa el gasto del 10,23% respecto al mismo período del año anterior	
Estancia media en Gran Canaria	2012: 7,01 días 2013: 7,76 días 2014: 7,95 días (Enero-Marzo) 2015: 8,73 días	Continúa la recuperación	Con los indicadores económicos del país, la estancia media ha ido disminuyendo, pero se percibe en los dos últimos años una recuperación moderada
Estacionalidad en Gran Canaria	En 2014 un 60,86% del turismo nacional en Gran Canaria viaja en verano, mientras que un 39,14% lo hace en invierno		
Antelación de reserva en Gran Canaria	Año 2014: el mismo día: 2,0%; de 2 a 7 días: 18,1%; de 8 a 15 días: 15,5%; de 16 a 30 días: 19,75%; de 31 a 90 días: 26,5%; más de 90 días: 11,5%. (Enero-Marzo 2015): el mismo día: 0,8%; de 2 a 7 días: 14,4%; de 8 a 15 días: 10,4%; de 16 a 30 días: 22,6%; de 31 a 90 días: 33,3%; más de 90 días: 14,2%.		

Fuentes: ISTAC FRONTUR-CANARIAS; Instituto de Estudios Turísticos.



Viajes internos de los residentes en España



Fuente: Turespaña. Movimientos turísticos de los españoles (Familiar).

El turismo nacional en Gran Canaria

Economía y sociedad

Indicador	Situación	Perspectiva	Claves
Turistas	2012: 418.198 2013: 416.123 (-0,50%) 2014: 448.679 (+7,82%) (Enero a Marzo) 2015: 91.466 (+19,36%)	En 2015 se espera que un ligero incremento	Se aprecian cifras positivas en el turismo nacional
Grupos de edad	2014: -<15 años: 10,55% -15-24 años: 8,70% -25-44 años: 44,71% -45-64 años: 24,50% ->65 años: 11,54% 2012: Turismo nacional representó el 13,12%	(Enero a Marzo) 2015: -<15 años: 4,73% -15-24 años: 4,03% -25-44 años: 39,77% -45-64 años: 31,34% ->65 años: 20,14%	Los grupos de jóvenes y mayores de 65 años van ganando importancia e incluso se comienzan a acercar al resto de grupos
Cuota de mercado en Canarias	2013: Turismo nacional representó el 12,55% 2014: Turismo nacional representó el 11,68%	Año 2014: El turismo nacional registra un ligero descenso del 0,48% mientras que el extranjero se incrementa en 8,04%.	El turismo nacional mantiene su posicionamiento como tercer mercado en importancia después de Reino Unido (34,70%) y Alemania (23,72%). Fuerteventura es la isla que registra una mayor subida en el turismo nacional (23,15%) y Tenerife registra el mayor descenso (-9,79%)
Cuota de mercado en Gran Canaria	2012: Turismo nacional representó el 12,92% 2013: Turismo nacional representó el 12,29% 2014: Turismo nacional representó el 12,53%	Año 2014: El turismo nacional registra un incremento del 7,82% respecto al año anterior.	El turismo nacional mantiene su posicionamiento como tercer mercado en importancia después de Alemania (26,48%) y Reino Unido (17,91%)



El turismo nacional en Gran Canaria

Indicador	Situación	Perspectiva	Claves
Motivos de estancia	Ocio o vacaciones: 95,27% Trabajo o negocio: 3,20% Personal: 0,95% Otros motivos: 0,59%	Ligero incremento del segmento trabajo o negocio	El turismo nacional viaja a Gran Canaria por motivos de ocio y vacaciones
Pernotaciones	De 1 a 7 noches: 71,56% De 8 a 15 noches: 22,24% De 16 a 31 noches: 3,93% Más de 32 noches: 2,27%	Ligero incremento en el segmento de 1 a 7 noches	Las pernoctaciones de 1 a 7 noches son las de mayor peso en el turismo nacional
Paquete turístico	2014: Sí: 15,15% No: 84,85%	Ligero incremento de la contratación de paquete	Aunque la contratación de paquete obtiene en los dos últimos años un ligero aumento, sigue siendo minoritaria entre los turistas españoles
Estancia Media	2012: 7,01 días 2013: 7,76 días 2014: 7,95 días	Continúa la recuperación	Con los indicadores del país la estancia media ha ido disminuyendo, pero se percibe una recuperación moderada en los últimos dos años
Tipo alojamiento	2014: Hoteles: 71,20%; Propiedad: 1,07%; Alquiler: 1,60%; Casa de amigos o familiares: 26,14%	Se mantiene la proporción para todos los tipos de alojamiento	En los últimos años ha venido aumentando la importancia del alojamiento en casa de amigos o familiares en detrimento de otras categorías
Expectativas hoteleras	Octubre 2014: Expectativa de crecimiento: 9,76% / Mantenimiento: 41,15% / Descenso: 49,08% Enero 2015: Expectativa de crecimiento: 39,95% / Mantenimiento: 38,60% / Descenso: 21,45% Abril 2015: Expectativa de crecimiento: 44,08 / Mantenimiento: 40,38% / Descenso: 15,54%		

Fuentes: ISTAC FRONTUR-CANARIAS; Instituto de Estudios Turísticos.

Claves del mercado nacional

Los principales destinos competidores del mercado nacional son: Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Castilla y León e Islas Baleares. Las Islas Canarias no se encuentran dentro de las primeras opciones de los turistas nacionales a la hora de pasar sus vacaciones. Sin embargo, es preciso resaltar que durante el 2014 Canarias obtuvo un 3,5% del total de los viajes realizados por los españoles. Durante el año 2014 los españoles realizaron un total de 129,7 millones de viajes, un 16,7% menos en relación a 2013.

Las claves del cliente nacional son: una estancia media de 7,95 días, con un amplio reparto en la elección del canal por el cual compran su alojamiento o su billete de avión, aunque tienen bastante importancia las agencias de viaje. Los turistas nacionales prefieren alojamientos hoteleros, viajar junto a la pareja y, un gran porcentaje repiten Gran Canaria como destino turístico (84%).

Los factores que más atraen a este mercado son: el clima de la isla, la posibilidad de tranquilidad, el descanso y el relax, así como sus playas y los precios del destino. Entre lo más valorado se encuentra el clima, el servicio de taxi y las zonas de baño, aunque por otra parte consideran que debe mejorar lo relativo al golf, las opciones de diversión para niños, las excursiones organizadas y los parques de ocio.

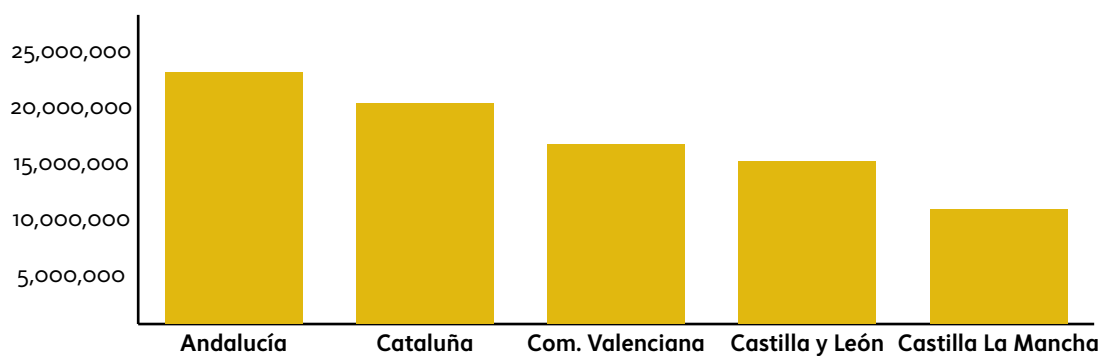


2.2 ¿Cómo están viajando los españoles?

Competidores

Top 5 (CC.AA.)	Top 5 (Países)	Destinos al alza	Destinos a la baja
Andalucía	Francia	Comunidad de Madrid	Túnez
Cataluña	Portugal	Aragón	Egipto
Comunidad Valenciana	Italia	Galicia	Marruecos
Castilla y León	Alemania	Cantabria	Turquía
Castilla La Mancha	Reino Unido	Asturias	América del Sur

Viajes de los turistas a las principales CC.AA. Año 2014



Fuente: FAMILITUR 2013- Instituto de Estudios Turísticos. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Motivos del viaje

Un 54,2% del total de turistas nacionales viaja por **ocio, recreo y vacaciones**.

Un 34,2% viaja por **visita a familiares o amigos**.

Los viajes de **trabajo y negocio** supusieron únicamente un 6,0% del total.

Los viajes por **otros motivos** (estudios, tratamientos de salud, motivos religiosos, etc.) se situaron en torno al 5,6%.

Todos los viajes presentaron un retroceso excepto los viajes por motivos de ocio, recreo y vacaciones, que se vieron incrementados en un +1,8%.

Medio de transporte

Los **viajes por carretera** (en coche o autobús) alcanzaron una cuota del 84,8%.

Los **viajes en avión** se situaron en un 9,3%.

Los **viajes en otros tipos de transportes** supusieron un 5,9% de los viajes.

Los viajes por carretera y otros medios de transporte decrecieron en 2,9% y 4,7% respectivamente, mientras que los viajes en avión registraron una bajada de 0,5%.

Tipo de alojamiento

Un 21,2% de los turistas se alojan en **establecimientos hoteleros** (subida del 2,8% interanual).

Un 78,8% de los turistas se alojan en **alojamientos no hoteleros** (viviendas de amigos o familiares o propias).

El alojamiento no hotelero registra un descenso del 4,2%, respecto al año anterior.

Principales Comunidades Autónomas de origen (Año 2014)

Comunidad de Madrid
(19,5%).
Crecimiento del 2,8%.

Cataluña (16,8%).
Descenso del 1,9%.

Andalucía (13,6%).
Descenso del 12,1%.

Comunidad Valenciana
(10,7%).
Crecimiento del 3,7%.

Resto (39,5%).
Descenso del 3,9%

Principales Comunidades Autónomas de destino (Año 2014)

Andalucía (15,4%).
Descenso del 10,3%.

Cataluña (13,6%).
Descenso del 0,8%

Castilla y León (10,3%).
Crecimiento del 0,3%.

Comunidad de Madrid
(6,0%). Aumento del 1,4%.

Resto (46,8%).
Descenso del 3,0%.

Situación del mercado nacional en Canarias. Año 2013 y Año 2014

En 2013, Canarias registró una cuota de mercado del 12,55% del turismo nacional, a pesar de descender ligeramente el número de turistas (-0,35%).

En 2014, el dato total de Canarias registra nuevamente un ligero descenso (-0,48%).

Gran Canaria registra en 2013 un 12,29% (0,50% menos respecto al año anterior) del turismo peninsular en Canarias.

Gran Canaria obtiene en 2014 un 12,53% del turismo nacional a Canarias gracias a un crecimiento cercano al 8%.

Todas las Islas ganan turistas peninsulares en 2014 excepto Tenerife que registra un descenso del 9,79%.

Informe de perspectivas turísticas. Exceltur. Enero 2015

De acuerdo con el Informe de perspectivas turísticas de Exceltur (enero 2015), se estimó que el sector turístico cerraría 2014 con un crecimiento de su PIB del 2,9%. El turismo se consolida como motor de la recuperación económica española durante el último quinquenio, con un crecimiento de +0,8 de media anual desde 2010.

A pesar de la mejoría, los niveles de actividad con los que el sector cerró 2014 se encuentran 3 puntos por debajo de los del inicio de la crisis (2007) en términos reales. La demanda de los españoles en 2014 de viajes internos y de los realizados en el exterior reflejan tasas de crecimiento positivas. Los buenos registros de los indicadores de volumen de turistas se confirman igualmente en términos de pernoctaciones en alojamientos reglados situándose en los valores máximos desde el 2001, según los datos oficiales del INE hasta noviembre. Además, a medida que ha avanzado el año se ha consolidado la recuperación de los indicadores de consumo turístico de los españoles, lo que hace pensar que esta dinámica se vaya a mantener en 2015.

La demanda turística interna se ha visto caracterizada por el fuerte incremento en el uso del AVE (muy beneficiado y subvencionado por los fuertes recortes de tarifas que ha alterado el marco de competencia con otros medios de transporte) y de las tipologías alojativas de menor precio. Los pasajeros transportados en alta velocidad de RENFE han crecido un 14,7% más.

Canarias es la comunidad autónoma con mejor balance empresarial turístico durante el 2014, gracias a incrementos en la afluencia y recuperación en los precios, esto permite un aumento del RevPAR del 9,2% acumulado, el mejor de entre las comunidades autónomas de litoral en España.



2.3 Conectividad aérea



Llegada de pasajeros de España a Gran Canaria, por aeropuertos (2013-2014)

Aeropuerto	2013	2014	Var. Total	Var. %
Madrid-Barajas	588.481	595.750	7.269	1,24%
Barcelona-El Prat	157.449	155.913	-1.536	-0,98%
Sevilla	90.294	89.961	-333	-0,37%
Málaga- Costa del Sol	48.511	50.712	2.201	4,54%
Santiago	45.874	46.370	496	1,08%
Bilbao	45.261	46.058	797	1,76%
Valencia	25.051	29.497	4.446	17,75%
Asturias	6.989	8.398	1.409	20,16%
Alicante	8.033	7.177	-856	-10,66%
A Coruña	1.682	6.704	5.022	298,57%
Santander	5.487	4.804	-683	-12,45%
Menorca	-	1.915	1.915	100%
Valladolid	1.743	1.795	52	2,98%
Vigo	751	936	185	24,63%
León	740	742	2	0,27%
Melilla	423	661	238	56,26%
Palma de Mallorca	165	589	424	256,97%
Total	1.026.934	1.047.982	21.048	2,05%

Fuente: AENA aeropuertos



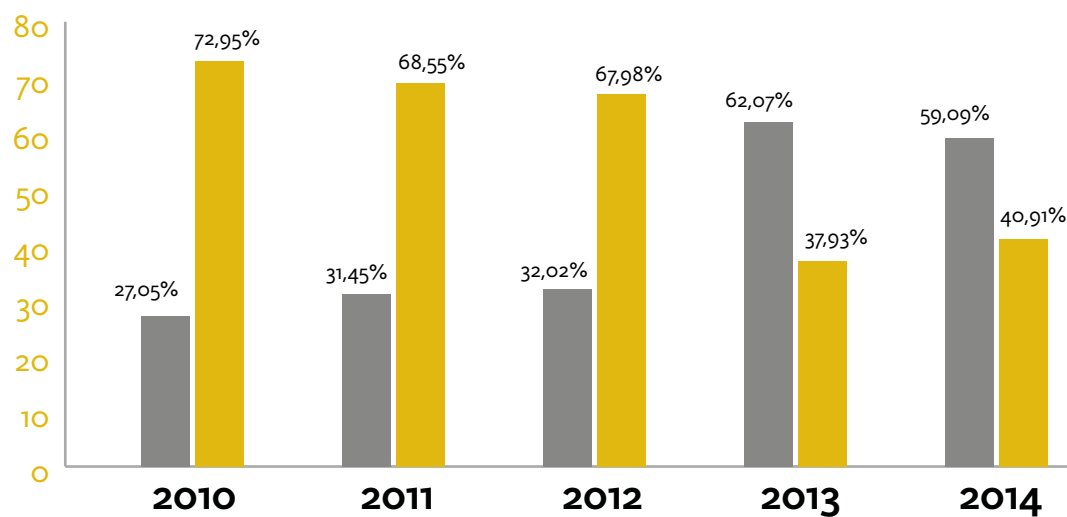
España

Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015

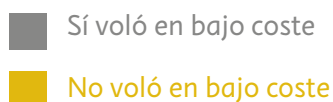
Transporte aéreo – Compañías aéreas de bajo coste



Utilización compañías aéreas de bajo coste.
Evolución 2010-2014



Fuente: ISTAC





Pasajeros nacionales llegados a Gran Canaria desde el resto de España. Compañías aéreas.

Operador	2013	2014	Var. Total	Var. %	
Air Europa	309.256	295.543	289.456	-6.087	-2,06%
Iberia	322.381	261.259	261.918	659	0,25%
Vueling	198.405	236.398	260.299	23.901	10,11%
Ryanair	236.093	208.197	202.550	-5.647	-2,71%
Air Nostrum	13.320	22.069	25.509	3.440	15,59%
Orbest/Evelop	0	2.467	7.917	5.450	220,92%
Iberworld	1.759	1.270	0	-1.270	-100,00%
Spanair	16.396				
Total	1.097.610	1.027.203	1.047.649	20.446	1,99%

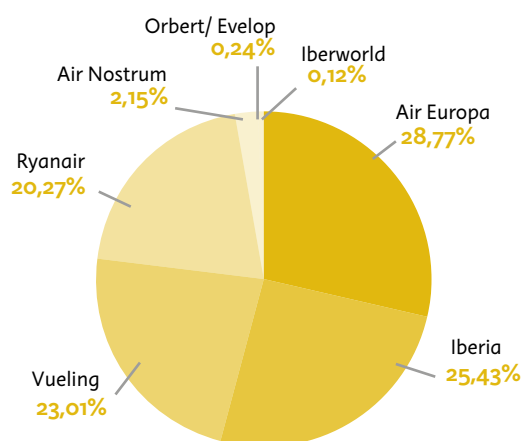
Fuente: AENA Aeropuertos



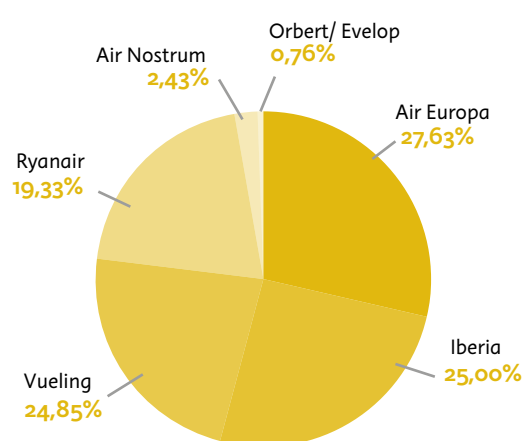
Pasajeros nacionales llegados en vuelos desde el resto de España por compañías (2014)

Operador	2013	2014
Air Europa	295.543	289.456
Iberia	261.259	261.918
Vueling	236.398	260.299
Ryanair	208.197	202.550
Air Nostrum	22.069	25.509
Orbest/Evelop	2.467	7.917
Iberworld	1.270	0
Total	1.027.203	1.047.649

Fuente: AENA Aeropuertos



Cuota de mercado 2013



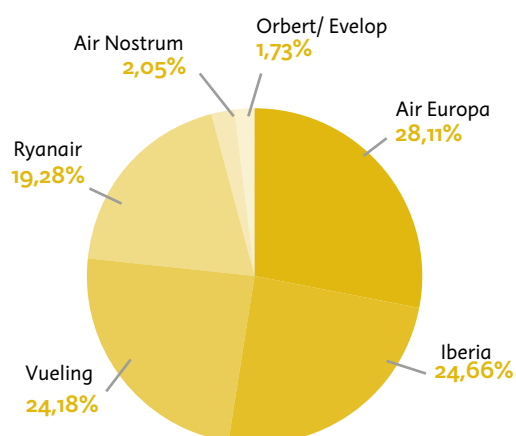
Cuota de mercado 2014



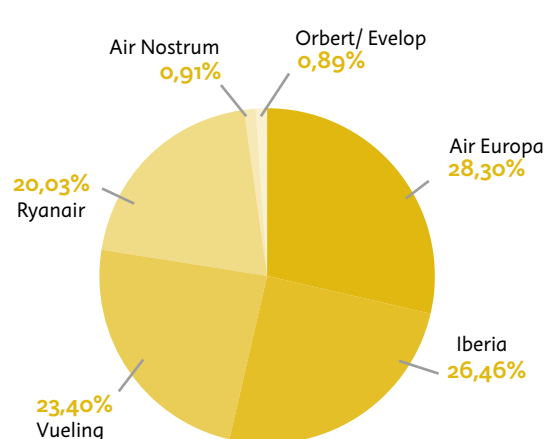
Pasajeros nacionales llegados en vuelos desde el resto de España por compañías (2014)

Operador	Ene.-Mar. 2012	Ene.-Mar. 2013	Var% 2012/13	Ene.-Mar. 2014	Var% 2013/14	Ene.-Mar. 2015	Var% 2014/15
Air Europa	66.477	66.652	0,26%	59.124	-11,29%	64.201	8,59%
Iberia	64.735	52.616	-18,72%	51.860	-1,44%	60.043	15,78%
Vueling	33.701	48.168	42,93%	50.841	5,55%	53.102	4,45%
Ryanair	44.165	47.398	7,32%	40.535	-14,48%	45.447	12,12%
Air Nostrum	1.877	2.358	25,63%	4.305	82,57%	2.075	-51,80%
Orbest/Evelop			-	3.629		2.024	-44,23%
Iberworld	302	1.270	320,53%				
Spanair	16.396		-100,00%				
Total	227.653	218.462	-4,04%	210.294	-3,74%	226.892	7,89%

Fuente: AENA Aeropuertos



Cuota de mercado Enero - Marzo 2014



Cuota de mercado Enero - Marzo 2015

Compañías aéreas

Durante el ejercicio 2014, el Grupo IAG (International Airlines Group), holding de Iberia, Vueling y British Airways (BA), transportó 77,3 millones de pasajeros, lo que representa un aumento de 10 millones, equivalente a un crecimiento de un 15% respecto al año anterior. En el primer semestre del año 2015 ha registrado un tráfico de 38,6 millones de pasajeros, una cifra que supone un repunte del 8,9% con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, impulsado especialmente por las dos socias españolas del grupo que registran una mejora de dos dígitos durante el período. Además, destacar que de enero a junio, la demanda del grupo IAG aumentó un 5,8%, mientras que la oferta creció un 5,3%, con un coeficiente de ocupación del 79,3%. Esto supone 0,4 puntos porcentuales más con respecto al mismo periodo de 2014. El factor de ocupación alcanzó en el mes de junio el 83,7%, lo que supone un aumento de 1 punto porcentual respecto al mismo mes del año anterior.

El plan "Futuro 2013" de la compañía aérea Iberia ha permitido a la aerolínea recuperar destinos que abandonó por no ser rentables, así como abrir nuevas rutas, especialmente en Latinoamérica.

El grupo chino HNA negocia con Globalia la compra de Air Europa. Este holding industrial chino tras hacerse con la mayoría de la cadena española NH Hoteles, tiene interés en adquirir una aerolínea que acerque España a sus ciudadanos y, le permita dar el salto al mercado iberoamericano, donde las materias primas se están volviendo claves para su economía.

A partir de octubre de 2015 la compañía aérea noruega Norwegian Air Shuttle despegó en el mercado doméstico español abriendo siete rutas entre la península y las Canarias: Madrid con Gran Canaria y Tenerife Norte, Barcelona lo hará con Gran Canaria, Tenerife Norte y Fuerteventura, y Málaga con Gran Canaria y Tenerife Sur. Norwegian proporcionará 10.416 plazas semanales al mercado Península-Canarias, una cifra que equivale a más de 230.000 plazas durante la primera temporada de invierno, de modo que contribuirá a compensar la tendencia a la baja que la conectividad con el archipiélago ha sufrido durante los últimos años.



Conexiones aéreas de Gran Canaria. Invierno 2014-2015

Aeropuerto	Iberia	Air Europa	Vueling	Ryanair
Madrid	■	■		■
Barcelona			■	■
Santiago	■	■		■
Sevilla		■	■	■
Bilbao		■	■	
Málaga			■	
Valencia	■			■
Alicante	■			
Asturias	■		■	
A Coruña			■	

Anotaciones:

La aerolínea Air Nostrum opera para Iberia en los aeropuertos peninsulares, excepto Madrid



Conexiones aéreas de Gran Canaria. Verano 2014-2015

Aeropuerto	Iberia	Air Europa	Vueling	Ryanair
Madrid	■	■		■
Barcelona			■	■
Santiago	■	■		■
Sevilla		■	■	■
Bilbao		■	■	
Málaga		■	■	
Valencia	■			■
Asturias	■	■	■	
Santander				■
Coruña			■	
Melilla(*)	■			
Alicante	■			
León(*)	■			
Valladolid(*)	■			
Vigo(*)				

Anotaciones:

La aerolínea Air Nostrum opera para Iberia en los aeropuertos peninsulares, excepto Madrid.

(*) Desde estas zonas los vuelos con Gran Canaria son estacionales, ocurriendo únicamente en la época central del Verano.

2.4 Operadores turísticos

Turoperadores y agencias de viaje

Viajes Eroski y Viajes Barceló han firmado una alianza estratégica en febrero de 2015 que no implica cruce de capitales. Esta alianza, se traducirá en “una oferta conjunta que permitirá a ambos grupos fortalecer su posición en el mercado al obtener un aprovechamiento bilateral de sinergias y ser más competitivos al trasladar a sus clientes un amplio catálogo de productos en condiciones muy ventajosas”.

Viajes El Corte Inglés tiene previsto abrir su producto mayorista al resto de agencias de viajes, y lo hará mediante **Club Vacaciones**, cuya marca compró en verano 2014. De este modo, la agencia líder del mercado español lleva a cabo una iniciativa con la se lleva especulando muchos años en el sector. Esta mayorista se dedicará al segmento senior (mayores de 65 años) y comenzaría a operar en 2015.

El grupo **Globalia**, ha conseguido que todas sus divisiones obtengan beneficios y, con unos ingresos consolidados de más de 3.200 millones de euros, y preveía cerrar el año 2014 superando los 30 millones de euros de beneficio del año 2013. La red de agencias de **Globalia** cerró el ejercicio económico del 2014 con unas ventas de 900 millones de euros, y algo menos de 900 oficinas, sumando las de **Halcón Viajes y Viajes Ecuador**. Esto supone un aumento de la facturación del 12% con un 17% menos de puntos de venta después el cierre de 200 oficinas tras el ERE aplicado. Globalia ha pasado de los 28 millones de pérdidas de 2013 a lograr un beneficio neto de 1 millón de euros en 2014. Actualmente,

Halcón Viajes cuenta con 420 agencias propias y 264 franquiciadas que, sumando las de Viajes Ecuador, sitúa la red de Globalia cerca de los 900 puntos de venta, más los in-plants corporativos.

El **Grupo Piñero** en su división hotelera **Bahía Príncipe Hotels & Resorts** ha registrado en 2014 un aumento del 6% respecto al año anterior, lo que supuso un incremento en los beneficios en torno al 7,75%. En la división de turoperación, **Soltour** refuerza en 2015 la oferta de vacaciones y viajes para familias, incorporando una selección de hoteles en Baleares y Canarias y la potenciación del paquete dinámico, es decir, producto vuelo+hotel en función de las preferencias de los pasajeros bajo el nombre de **Soltour Family**. Por su parte, Coming2, el receptivo de Grupo Piñero, continúa consolidándose en el negocio online con productos de alojamiento, traslados y excursiones.



OTAS (Agencias de Viajes on-line)

Las agencias de viajes online están experimentando la tendencia a la diversificación de productos, más allá del producto aéreo, debido a la creciente importancia de la tecnología móvil.

Atrápalo ha facturado 315 millones de euros durante 2014, lo que representa un incremento del 16% respecto al año anterior. Por mercados, el mayor crecimiento registrado por esta agencia online ha sido el experimentado en Iberoamérica.

Bravofly y Rumbo ha comprado la agencia on-line **Lastminute**, lo que significa que para el grupo resultante obtiene un potencial de ventas brutas anuales de más de 2.500 millones de euros. A los 1.300 millones de euros de facturación anual de Bravofly Rumbo, se suman los 1.200 de Lastminute. Bravofly Rumbo, antes de esta compra, cerró 2014 con unas ventas de 1.300 millones de euros, un 30% más que los obtenidos en 2013. Bravofly compró Rumbo (que facturaba unos 500 millones de euros) a Orizonia poco antes de que este grupo quebrara, por cerca de 80 millones de euros.

Priceline matriz de **Booking**, obtuvo beneficios de 2.421 millones de dólares (2.135 millones de euros) en 2014, lo que supone un incremento del 28% respecto de los 1.892 millones de dólares (1.669 millones de euros) de 2013.

Logitravel en 2014 facturó 514 millones de euros, un 23% más que el año anterior, y ahí se encuadran los ingresos de Traveltool, la división B2B del grupo Logitravel, que da servicio en la actualidad a más de un millar de agencias de viajes de España y Portugal.

Muchoviaje la agencia online del grupo **Gowaii**, lanzó en 2014 su nueva web en octubre en México, Uruguay, Colombia, Argentina, Chile y Perú. Paralelamente, espera crecer también en España con un relanzamiento que llevará a cabo para la próxima temporada. **Gowaii** adquirió en 2014 la marca Mundicolor, que pertenecía a la extinta **Marsans**.

Expedia ha registrado un incremento de la demanda de **paquetes turísticos** en lo que va de año así como un recorte en las tarifas aéreas para numerosos destinos, según su informe de tendencias para 2015. La agencia online ha observado que se ha producido un aumento de las ventas de paquetes vacacionales para viajar entre junio y septiembre, incentivado por las ofertas, especialmente hacia destinos como Londres, que ha caído un 30% en precio, París (24%), varios destinos mexicanos (entre un 22% y un 24%), y también numerosos puntos en Estados Unidos. Por otro lado, las tarifas aéreas se han reducido una media del 2% en el caso de vuelos desde Norteamérica y Europa, y hasta un 7% desde Asia-Pacífico.

Inversión en publicidad (Grandes Redes y OTAs)

Viajes **El Corte Inglés** y **Nautalia Viajes** lideran el top 30 de empresas turísticas en inversión en publicidad que sumó 87,8 millones de euros, un 6,8% más que en el año anterior. La inversión total en publicidad de las agencias de viajes y turoperadores suman el 75% de la inversión de todo el sector turístico.

agencia de Wamos, que invirtió en publicidad 12,2 millones de euros, un 17,5% más. El resto de agencias y turoperadores se sitúan lejos de los dos primeros con cantidades por debajo de los 10 millones de euros, según cifras facilitadas por **Infoadex**.

En 2014 **Viajes El Corte Inglés** sigue líder en inversión en publicidad, si bien gastó un 7,8% menos con un total de 32,4 millones de euros. En segundo lugar se sitúa **Nautalia Viajes**, la



Inversión en publicidad

Anunciante	2013	2014	Evolución en %
Viajes El Corte Inglés	35,1	32,4	-7,8%
Nautalia Viajes	10,4	12,2	17,5%
Logictravel	4,3	7,1	64,1%
Viajes barceló	4,4	4,7	6,5%
Viajes Halcón	6,3	4,2	33,6%
Viajes Ecuador	3,0	1,7	41,4%
Muchoviaje	1,8	1,4	22,2%
Viajes Tu Billete	1,0	0,9	14,5%
Pullmantur	0,6	0,6	0,0%
Soltour	0,5	0,5	0,0%
Total	67,3	65,6	-2,5%

Fuente: Infoadex. Hosteltur.

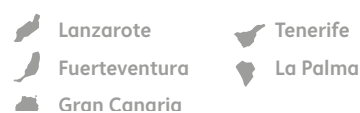
2.5 Turismo Nacional en Gran Canaria y Competidores



Turistas nacionales en Canarias (2014)

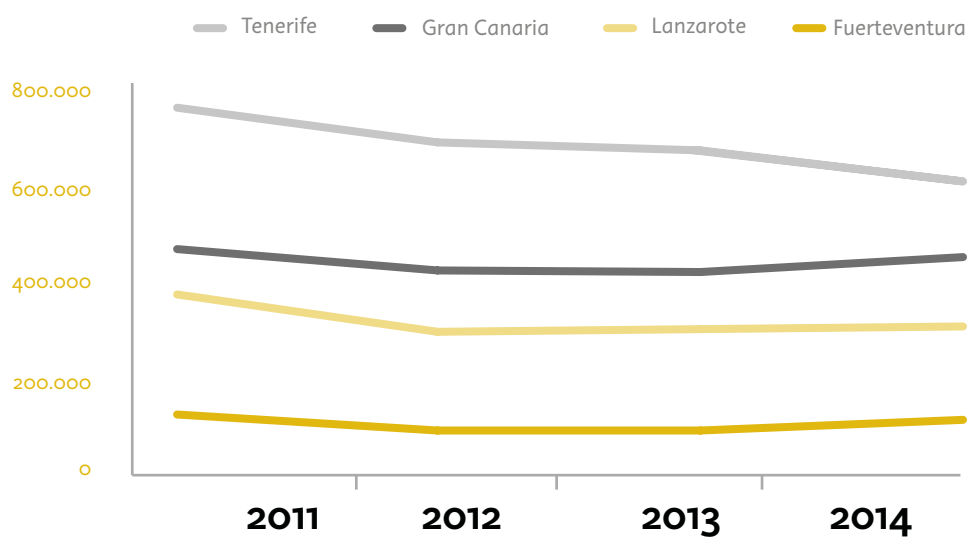
Zona de emisión	Canarias					
Noroeste (Galicia/Asturias/Cantabria)	185.405	78.310	7.434	59.342	38.349	1.949
Noreste (País Vasco/Navarra/La Rioja/Aragón)	220.279	69.028	14.865	54.041	73.467	8.578
Comunidad de Madrid	373.815	57.217	43.236	111.519	140.030	21.131
Centro (Castilla y León/Castilla La Mancha/Extremadura)	119.206	22.822	8.995	35.779	47.069	4.204
Este (Cataluña/Comunidad Valenciana/Baleares)	368.436	54.794	33.199	116.550	155.753	7.087
Sur (Andalucía/Murcia/Ceuta/Melilla)	250.271	23.498	5.365	71.450	147.084	2.511
Total	1.517.412	305.668	113.094	448.680	601.752	45.460
Noroeste (Galicia/Asturias/Cantabria)	12,22%	25,62%	6,57%	13,23%	6,37%	4,29%
Noreste (País Vasco/Navarra/La Rioja/Aragón)	14,52%	22,58%	13,14%	12,04%	12,21%	18,87%
Comunidad de Madrid	24,64%	18,72%	38,23%	24,85%	23,27%	46,48%
Centro (Castilla y León/Castilla La Mancha/Extremadura)	7,86%	7,47%	7,95%	7,97%	7,82%	9,25%
Este (Cataluña/Comunidad Valenciana/Baleares)	24,28%	17,93%	29,36%	25,98%	25,88%	15,59%
Sur (Andalucía/Murcia/Ceuta/Melilla)	16,49%	7,69%	4,74%	15,92%	24,44%	5,52%

Fuente: ISTAC





Evolución del turismo nacional. Canarias e Islas (2011-2014)



Año	Canarias	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife
2011	1.772.311	367.804	122.468	465.421	754.371
2012	1.530.037	293.121	91.118	418.198	679.409
2013	1.524.752	300.685	91.833	416.123	667.072
2014	1.517.412	305.668	113.094	448.680	601.752
Variaciones anuales	Canarias	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife
2012-2011	-13,67%	-20,31%	-25,60%	-10,15%	-9,94%
2013-2012	-0,35%	2,58%	0,78%	-0,50%	-1,82%
2013-2014	-0,48%	1,66%	23,15%	7,82%	-9,79%

Fuente: : ISTAC

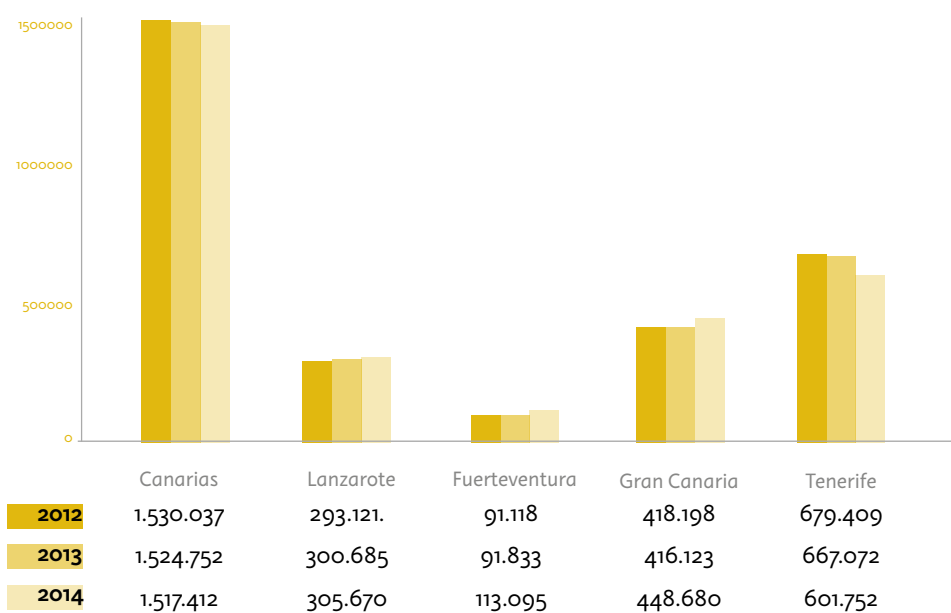


España

Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015



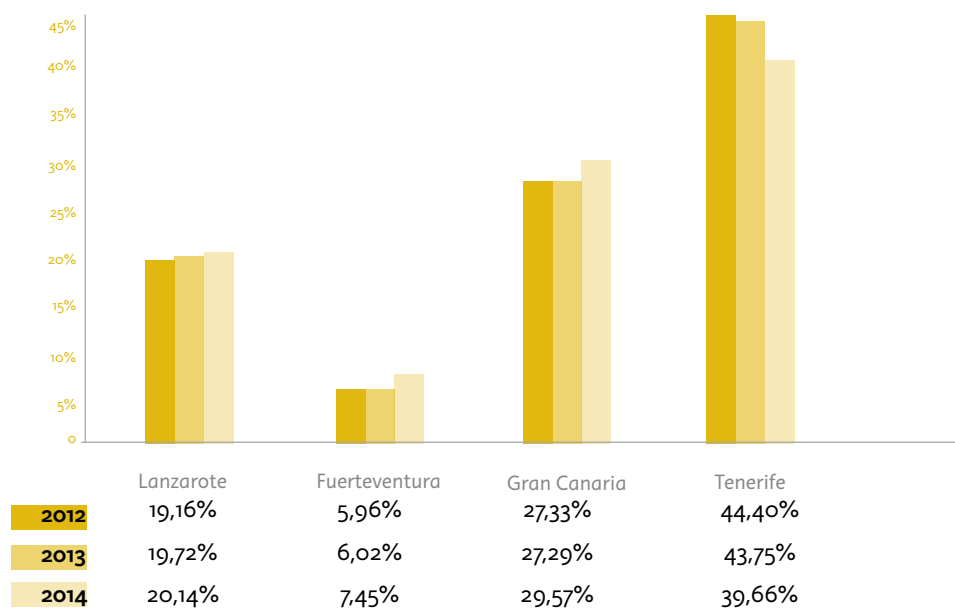
Evolución del turismo nacional. Canarias e islas. 2012-2014



Fuente: : FRONTUR - ISTAC



Cuota de mercado. Turismo nacional en Canarias. 2012-2014



Fuente: : FRONTUR - ISTAC



España

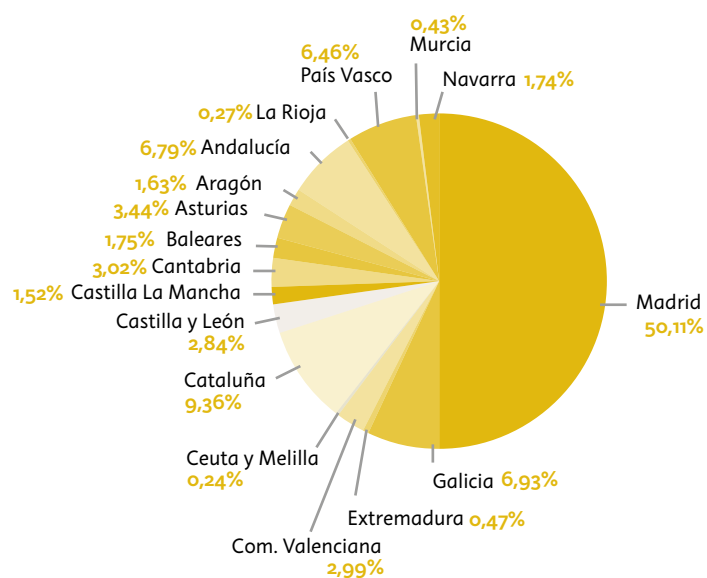
Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015



Turistas nacionales en Gran Canaria. Evolución

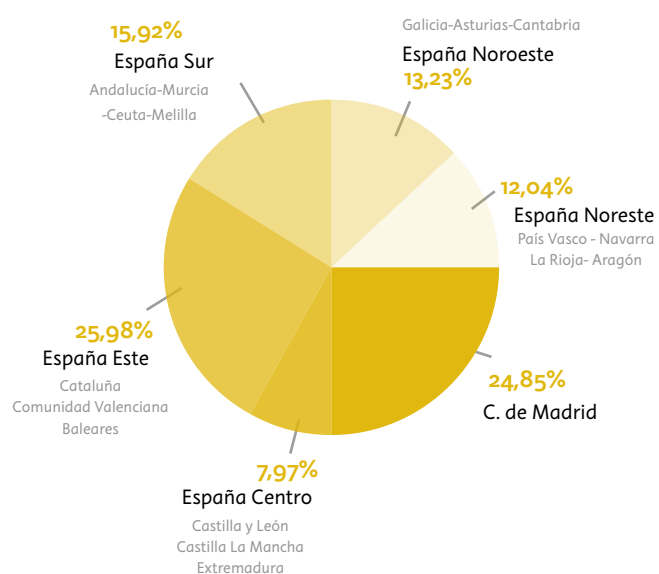
Indicador	Turistas	Variación %
TOTAL 2012	418.198	-10,15%
TOTAL 2013	416.123	-0,5%
Invierno 2012-2013	131.554	-
Verano 2013	270.805	-
Invierno 2013-2014	140.826	7,05%
Verano 2014	308.883	14,06%
Año 2014	448.680	7,82%

Pernotaciones de Turistas nacionales. Año 2014



Fuente: ISTAC

Turistas nacionales por zona de emisión. Año 2014



Fuente: ISTAC

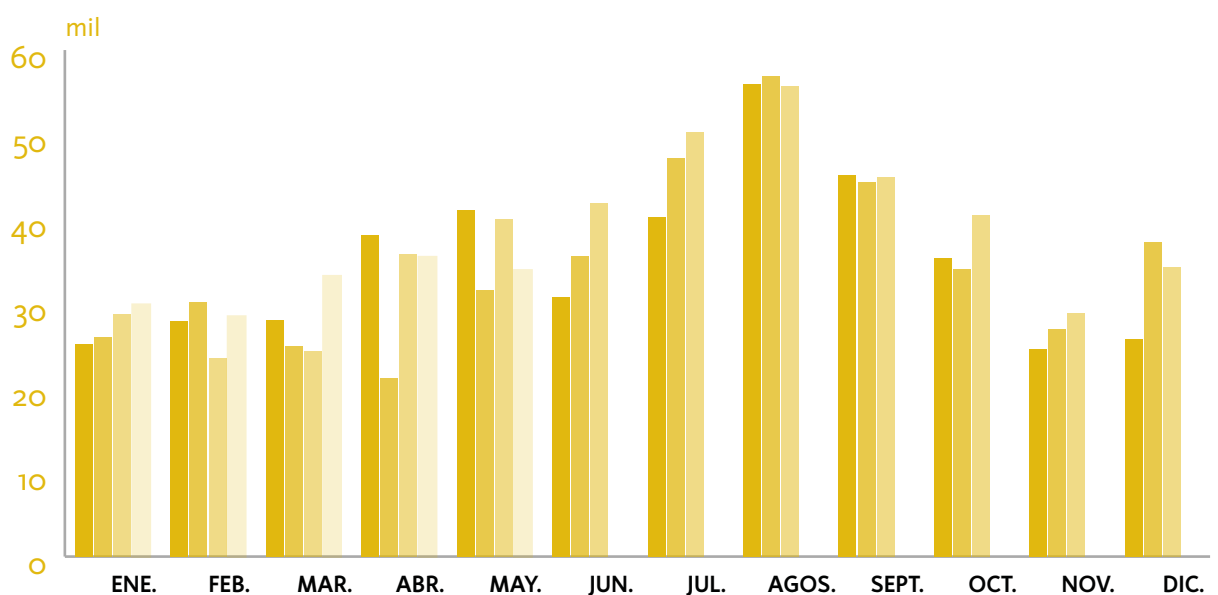


España

Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015



Evolución de la estacionalidad de los turistas nacionales en Gran Canaria (2012-2015)



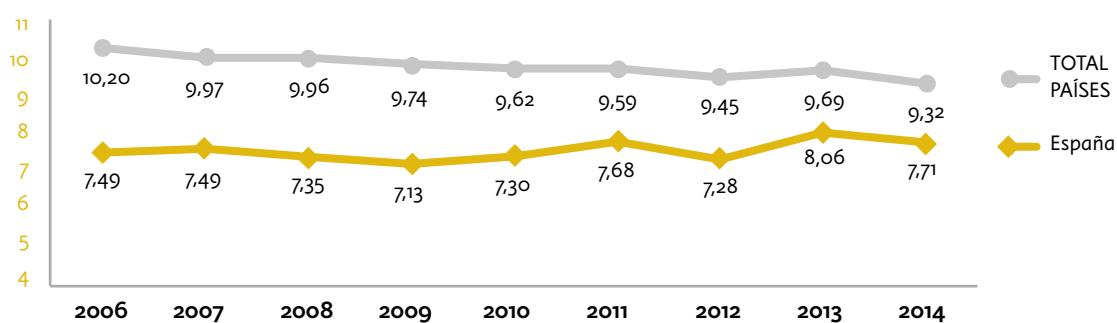
2012	25.229	27.897	28.038	38.128	41.017	30.699	40.699	55.968	45.158	35.369	24.628	25.804
2013	26.038	30.195	24.889	21.156	31.547	35.564	35.564	56.927	44.334	34.057	26.911	37.285
2014	28.719	23.544	24.367	35.835	39.949	41.852	41.852	55.715	44.897	40.397	28.865	34.301
2015	29.833	28.427	33.206	35.467	33.895							

Fuente: FRONTUR



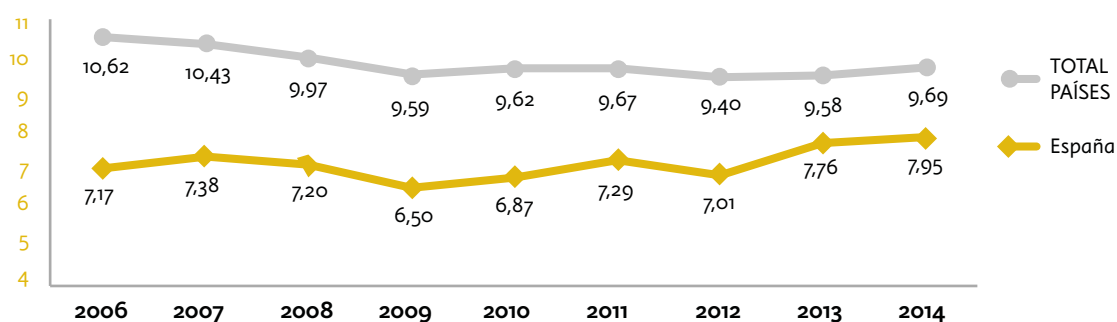
Canarias

Evolución de estancia media del mercado nacional. 2006-2014. (días)



Gran Canaria

Evolución de estancia media del mercado nacional. 2006-2014. (días)



Fuente: FRONTUR

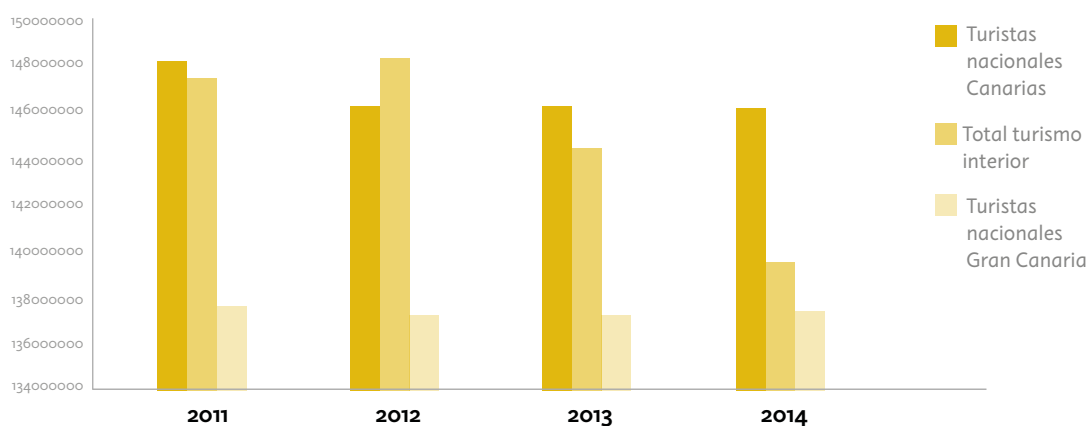


España

Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015



Turistas españoles. Total viajes dentro del país, a Canarias y Gran canaria (Comparativa 2011- 2014)



Total	2011	2012	2013	2014
Total turismo interior	147.407.636	148.369.376	144.527.252	139.614.605
Turistas nacionales Canarias	1.772.311	1.530.037	1.524.752	1.517.412
Turistas nacionales Gran Canaria	465.421	418.198	416.123	448.679

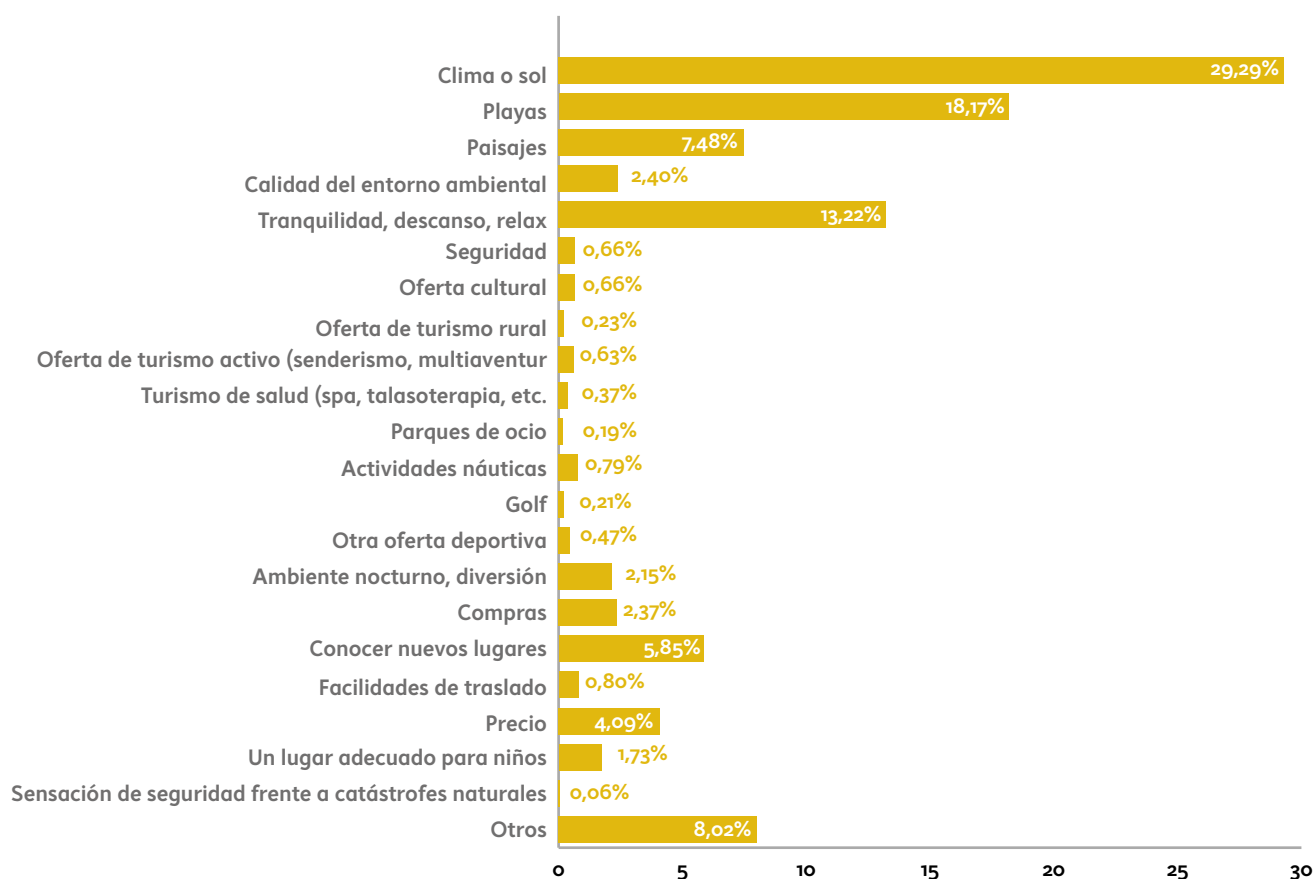
Variaciones anuales	2010 /11	2011 /12	2012 /13	2013 /14
Total turismo interior	1,33%	0,65%	-2,59%	-2,8%
Turistas nacionales Canarias	-7,24%	-13,67%	-0,35%	-0,48%
Turistas nacionales Gran Canaria	4,93%	-10,15%	-0,50%	7,82%

Fuente: Familitur-IET; FRONTUR-ISTAC

Aspectos para la elección de Gran Canaria como destino (2014)

Los aspectos más valorados por el turista nacional a la hora de elegir Gran Canaria son:

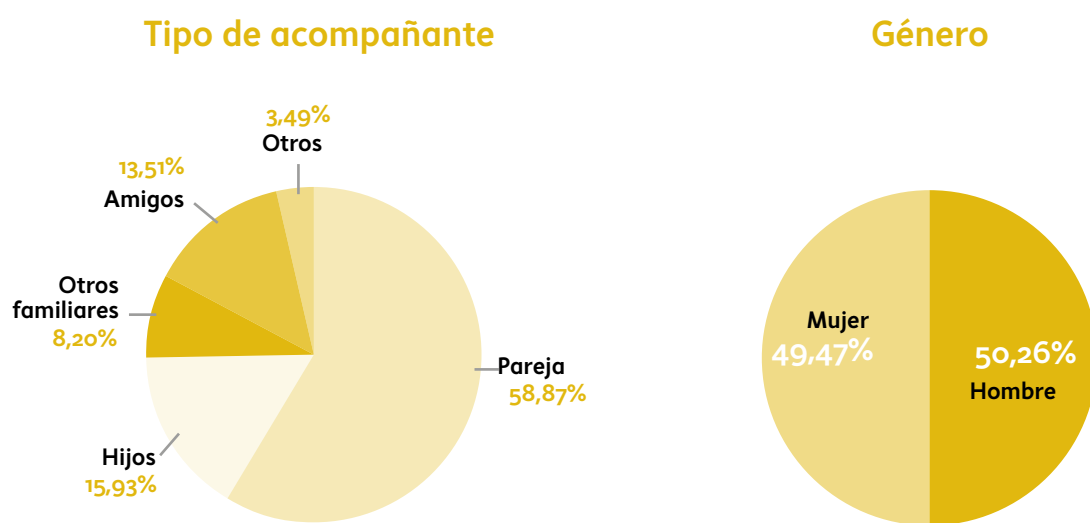
Clima o sol
Playas
Tranquilidad, descanso, relax
Paisajes
Conocer nuevos lugares



Fuente: ISTAC

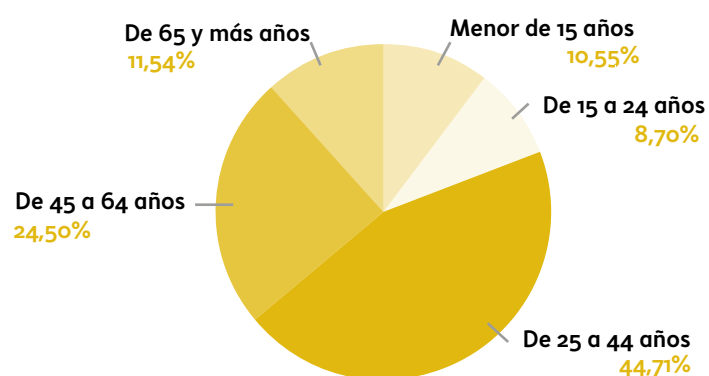


2.6 Perfil del turista nacional en Gran Canaria

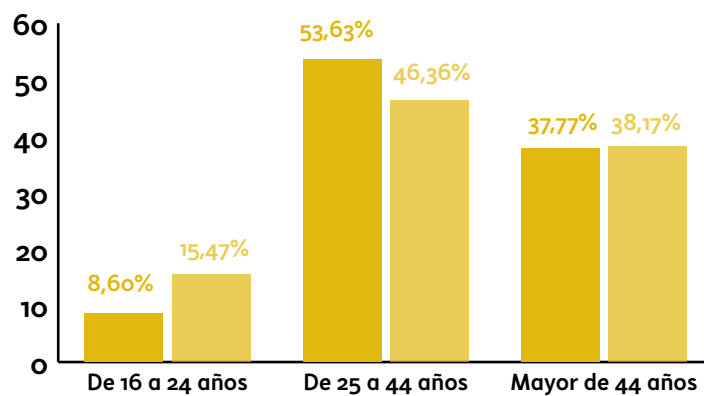


Fuente: FRONTUR-ISTAC

Grupos Edad



Grupos Edad y género



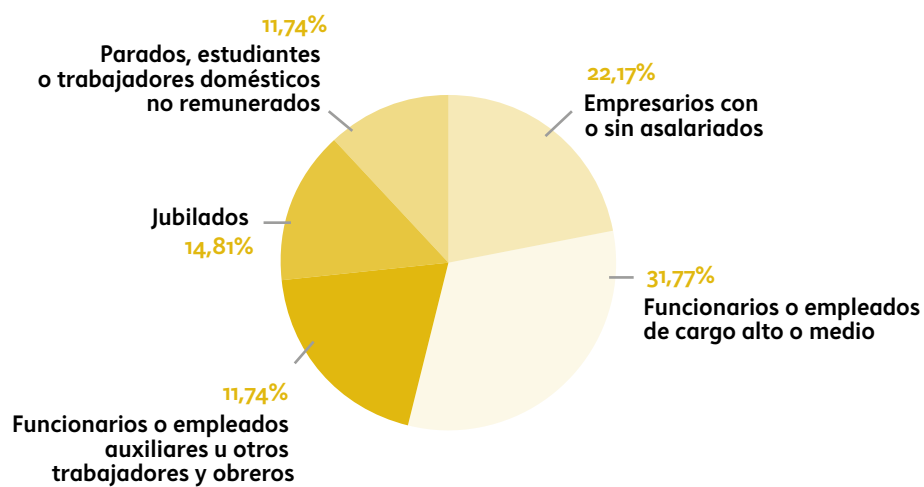
Fuente: FRONTUR-ISTAC



España

Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015

Ocupación o actividad económica

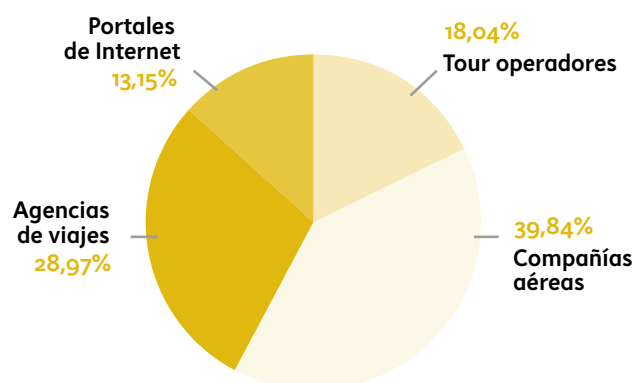


Motivos del viaje

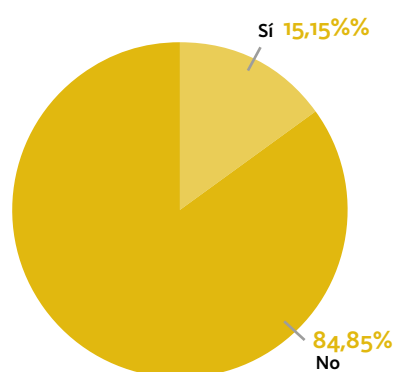


Fuente: FRONTUR-ISTAC

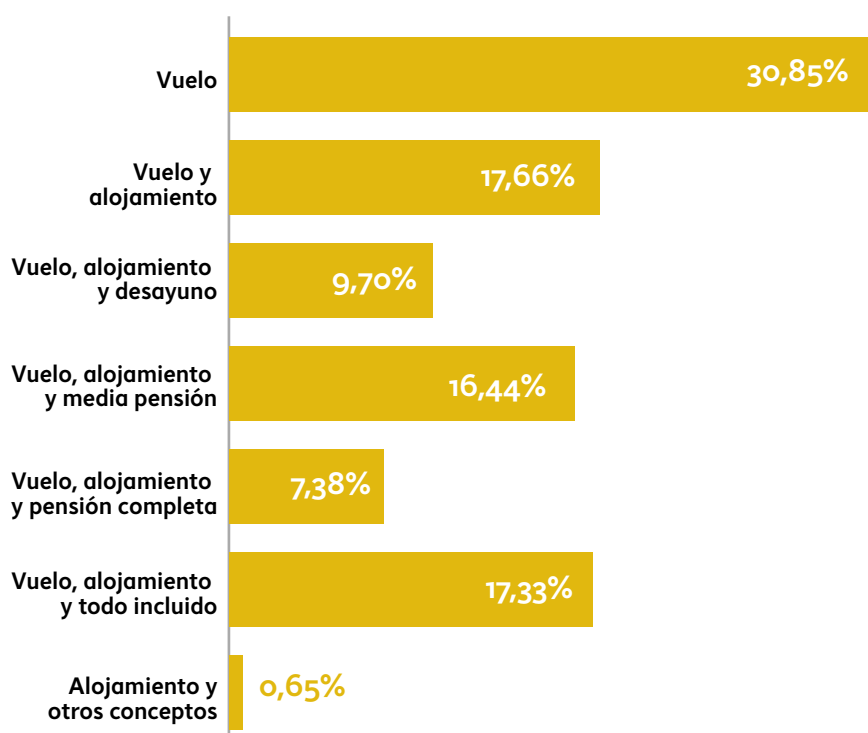
Canal de compra de vuelo



Paquete turístico



Conceptos contratados en origen



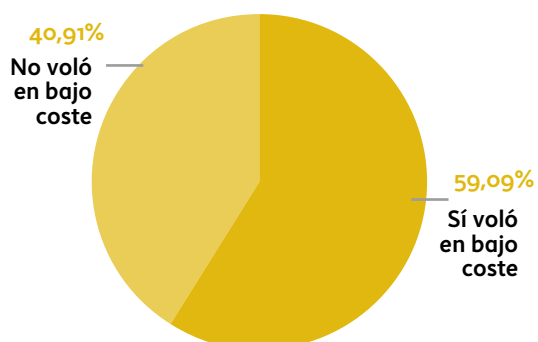
Fuente: FRONTUR-ISTAC



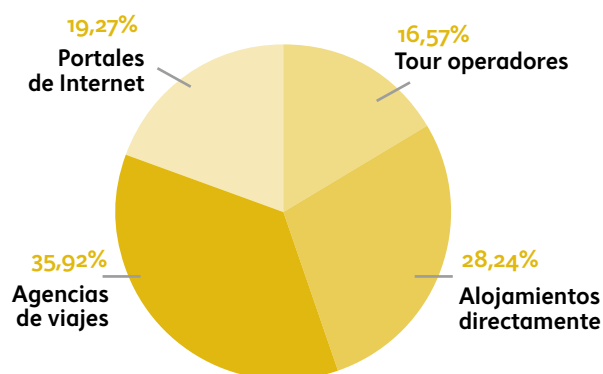
España

Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015

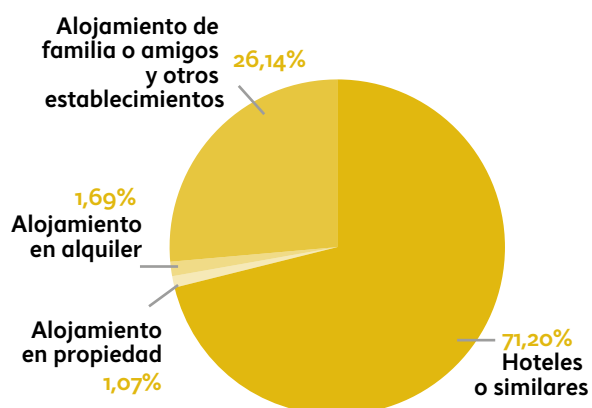
Transporte aéreo



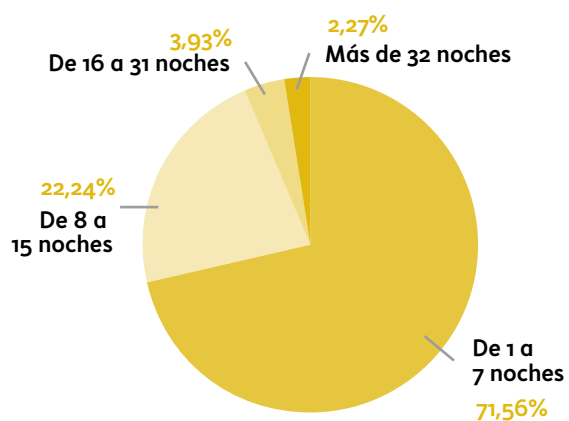
Canal de compra del paquete turístico



Tipo de alojamiento



Pernoctaciones

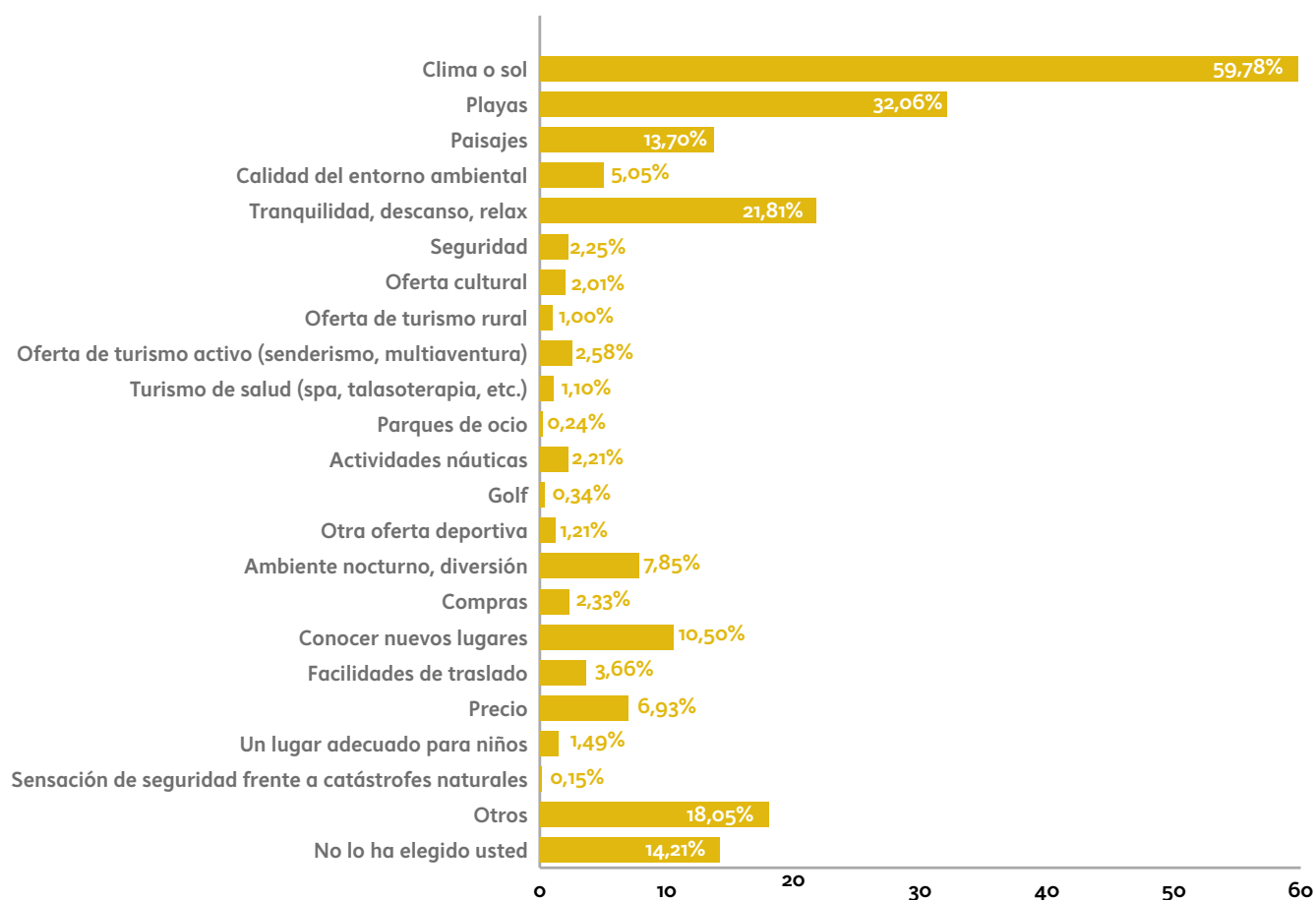


Fuente: FRONTUR-ISTAC

Aspectos para la elección de Gran Canaria como destino (Primer trimestre año 2015)

Los aspectos más valorados por el turista nacional a la hora de elegir Gran Canaria son:

Clima o sol
Playas
Tranquilidad, descanso, relax
Paisajes
Conocer nuevos lugares



Perfil sociodemográfico del turista nacional en Gran Canaria (primer trimestre 2006-2015)



Sexo	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hombres	66,48%	60,29%	59,79%	67,00%	57,39%	51,96%	58,87%	51,98%	53,35%	54,57%
Mujeres	33,52%	39,71%	40,21%	33,00%	42,61%	48,04%	41,12%	48,02%	46,66%	45,43%

Se reduce ligeramente el número de hombres en los últimos años, aunque sigue siendo el grupo más numeroso

Edad	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Menor de 15 años					5,50%	3,55%	4,47%	3,63%	4,95%	4,73%
De 15 a 24 años	2,55%	10,99%	8,50%	10,77%	4,61%	5,44%	4,33%	3,82%	4,83%	4,03%
De 25 a 44 años	51,18%	58,55%	60,39%	57,45%	50,54%	36,47%	50,24%	32,90%	36,77%	39,77%
De 45 a 64 años	40,32%	28,53%	27,48%	25,66%	31,05%	28,34%	35,34%	29,92%	32,12%	31,34%
De 65 y más años	5,94%	1,92%	3,63%	6,12%	8,30%	26,20%	5,62%	29,72%	21,32%	20,14%

El segmento de edad predominante es el de 25 a 44 años, aunque su importancia se ve disminuida en 2013.

El siguiente grupo en importancia es el de 45 a 64 años y los grupos de 15 a 24 años y mayores de 65 mantienen una tendencia de ligeros crecimientos.

Motivos de la estancia	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ocio o vacaciones	44,43%	40,62%	69,44%	60,65%	70,21%	69,30%	51,61%	61,81%	64,11%	59,90%
Motivos profesionales o familiares	54,37%	58,54%	30,56%	37,02%	28,22%	29,66%	47,94%	36,95%	35,34%	38,20%
Otros	1,19%	0,84%	0,00%	2,33%	1,58%	1,04%	0,45%	1,24%	0,55%	1,90%

Fuente: FRONTUR-ISTAC

Ocio o vacaciones son los motivos principales de los turistas nacionales para viajar a Gran Canaria.

Perfil sociodemográfico del turista nacional en Gran Canaria (primer trimestre 2006-2015)



Ocupación	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Empresarios	38,52%	28,49%	33,30%	28,27%	24,61%	17,16%	24,11%	24,32%	24,55%	23,60%
Funcionarios o cargos altos/medios	38,22%	46,81%	42,17%	47,92%	48,12%	29,27%	36,08%	32,88%	38,66%	33,30%
Funcionarios o empleados auxiliares	6,48%	10,11%	12,00%	5,41%	9,55%	13,36%	18,79%	20,95%	15,03%	13,10%
Jubilados	10,87%	5,39%	5,48%	4,51%	9,92%	33,99%	7,56%	10,61%	9,63%	16,40%
Estudiantes, amas de casas o parados	5,91%	9,20%	7,05%	13,88%	7,80%	6,23%	13,46%	11,23%	12,12%	13,60%

Los funcionarios o cargos medios/altos continúan siendo el perfil mayoritario ente los turistas nacionales.

Los empresarios mantienen su cuota de mercado, mientras que los funcionarios o empleados auxiliares registran crecimientos a partir del año 2011.

Los jubilados registra un crecimiento significativo de 6,77 puntos en el primer trimestre de 2015, tras el fuerte descenso en 2012.

Los estudiantes, amas de casa y parados registran una subida recuperando las cifras del 2012.

Acompañantes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Acompañados por la pareja	37,55%	28,49%	49,09%	40,21%	50,58%	55,69%	30,59%	40,49%	36,48%	36,30%
Acompañados por hijos	1,65%	5,67%	18,89%	13,29%	12,12%	8,12%	7,08%	10,57%	7,72%	5,70%
Acompañados por otros familiares	3,63%	4,43%	8,41%	7,37%	4,37%	8,96%	5,23%	5,67%	4,04%	6,60%
Acompañados por amigos	0,54%	5,01%	11,06%	15,07%	12,66%	8,63%	19,24%	8,42%	12,93%	11,80%
Acompañados por otros	3,80%	2,17%	2,51%	4,60%	3,22%	3,86%	2,33%	2,89%	1,75%	3,00%

Fuente: FRONTUR-ISTAC

El segmento predominante es los viajes en pareja aunque se haya reducido significativamente en 2012.

El siguiente grupo en importancia es el de los viajes con amigos y registra una recuperación después de la caída en

Conceptos contratados en origen antes del viaje a Gran Canaria (primer trimestre 2006-2015)

Conceptos contratados en origen	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Sólo vuelo	26,24%	33,01%	34,88%	37,26%	23,41%	35,61%	30,86%	37,28%	39,49%	40,10%
Vuelo y alojamiento	12,96%	12,90%	10,93%	12,41%	14,52%	13,00%	18,77%	18,78%	17,98%	15,80%
Vuelo, alojamiento y desayuno	31,53%	14,65%	14,09%	11,43%	14,61%	9,21%	20,51%	8,55%	14,24%	11,30%
Vuelo, alojamiento y media pensión	16,44%	16,26%	23,45%	23,61%	34,45%	21,36%	15,55%	18,76%	15,34%	10,50%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	7,89%	13,11%	5,36%	6,83%	5,95%	9,44%	4,71%	6,89%	4,21%	7,30%
Vuelo y alojamiento todo incluido	3,96%	8,06%	9,29%	5,78%	5,90%	10,98%	9,59%	9,07%	8,16%	14,70%

El paquete más habitual entre los turistas nacionales es el sólo vuelos alcanzando una cuota de 40,10% en 2015. La contratación del vuelo crece significativamente desde 2012.

La segunda opción más frecuente es la de vuelo y alojamiento, que lleva pensar que el alojamiento extrahotelero está notando un incremento de turistas.

La opción del vuelo y alojamiento todo incluido crece 6,54 puntos respecto al mismo período en el año anterior, y se sitúa como la tercera opción de los turistas nacionales.

Canal de compra del vuelo	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
A un turoperador	12,20%	12,74%	20,56%	25,09%	29,02%	18,80%	18,70%	15,74%	15,47%	13,19%
A la compañía aérea	22,21%	27,68%	24,76%	35,41%	23,77%	34,84%	28,85%	34,56%	37,01%	45,49%
Agencias de viajes	49,66%	34,14%	32,73%	20,79%	26,46%	27,16%	27,68%	27,12%	24,15%	26,45%
Portal de Internet	6,96%	8,13%	13,46%	9,82%	14,15%	16,22%	9,61%	16,41%	13,45%	10,10%

Fuente: FRONTUR-ISTAC

La compra directa del vuelo a la compañía aérea mantiene su peso frente a las demás opciones, registrando un incremento en 2015 de 8,48 puntos en respecto al mismo período del año anterior.

La compra del vuelo en agencias de viajes se mantiene como la segunda opción más frecuente para el turista nacional.

En 2015 el peso de la turoperación y portales de Internet caen a la hora de reservar el vuelo.

Conceptos contratados en origen antes del viaje a Gran Canaria (primer trimestre 2006-2015)



Canal de compra del alojamiento	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
A un turoperador	6,69%	8,79%	13,54%	14,40%	19,95%	15,41%	10,35%	10,83%	10,69%	8,26%
Al alojamiento	31,61%	18,09%	13,89%	17,55%	25,66%	21,47%	17,78%	20,34%	18,45%	17,83%
Agencias de viajes	41,68%	33,00%	34,05%	27,39%	30,50%	27,35%	26,14%	21,87%	21,54%	21,39%
Portal de Internet	1,25%	0,86%	4,01%	6,66%	10,13%	16,73%	10,79%	11,44%	14,53%	11,28%
No le hacía falta	8,10%	16,47%	26,21%	23,80%	3,79%	15,84%	17,01%	28,34%	22,59%	31,03%

A la hora de reserva el alojamiento, la opción preferente de los turistas nacionales es la agencia de viajes.

La segunda opción más frecuente es la reserva directa al alojamiento.

En 2015 la reserva de alojamiento con turoperación pierde peso y registra una caída de 2,43 puntos respecto al año anterior.

En 2015 la reserva con portales de Internet cae 3,25 puntos respecto al año anterior

Antelación de la reserva	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
El mismo día de la salida	4,00%	1,78%	1,22%	1,78%	0,06%	1,87%	2,13%	1,77%	2,47%	0,77%
De 2 a 7 días	32,04%	33,80%	21,99%	19,27%	26,71%	19,97%	25,38%	19,45%	16,00%	14,45%
De 8 a 15 días	27,35%	22,64%	17,13%	13,34%	20,56%	11,86%	17,94%	15,45%	18,71%	10,36%
De 16 a 30 días	13,79%	15,19%	17,34%	22,24%	22,31%	32,41%	25,27%	29,65%	16,52%	22,63%
De 31 a 90 días	17,11%	11,78%	26,61%	26,50%	20,65%	26,54%	13,07%	19,42%	26,80%	33,29%
Más de 90 días	0,79%	3,24%	10,63%	10,55%	6,98%	5,34%	6,12%	8,74%	9,24%	14,16%
No sabe	4,91%	11,57%	5,08%	6,32%	2,73%	2,00%	10,09%	5,53%	10,25%	4,34%

Fuente: FRONTUR-ISTAC

En 2015 los turistas nacionales reservan una antelación de 31 a 90 días.

La reserva con una antelación de 16 a 30 días es la segunda opción de los turistas nacionales.

Durante la estancia en Gran Canaria (primer trimestre 2006-2015)



Tipo de alojamiento escogido	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hotel 4*-5 *	59,42%	54,06%	46,88%	45,00%	64,72%	61,43%	48,99%	39,09%	43,66%	32,10%
Hotel 1-2-3*	20,24%	18,43%	15,22%	19,92%	29,85%	20,37%	28,27%	23,30%	23,19%	19,00%
Extrahotelero	11,01%	10,71%	11,02%	9,04%	1,98%	3,29%	6,06%	9,19%	8,36%	15,10%
Vivienda propia / amigos o familiares	7,83%	15,77%	25,08%	24,30%	3,13%	14,32%	15,25%	26,35%	21,69%	30,70%
Otros alojamientos	1,50%	1,03%	1,81%	1,74%	0,31%	0,59%	1,43%	2,08%	3,10%	3,10%

Fuente: FRONTUR-ISTAC

El 32,10 de los turistas nacionales se hospedan en hoteles 4 o 5 estrellas, aunque las estancias en este tipo de establecimiento van perdiendo cuota de mercado desde el año 2010, cuando registraron un importante incremento.

Los hoteles de menor categoría pierden cuota de mercado en 2015, siendo la tipología escogida por el 19% de los turistas tras el incremento registrado en 2012.

Los establecimientos extrahoteleros registran una importante subida de 6,74 puntos respecto al año 2014.

En 2015 el alojamiento en vivienda propia o de amigos o familiares se incrementa en 9,01 puntos respecto al año anterior, y se sitúa en la segunda opción de alojamiento, lo cual confirma el incremento de la compra de "sólo vuelo" que registro un 40,10%.

Gasto del turista nacional en Gran Canaria (acumulado 2014)



Gasto total acumulado en Gran Canaria(€) Año 2014

Mercado	2013	2014	Variación	Variación %
Total países	3.749.295.598	3.959.354.946	210.059.348	5,60%
España	294.650.660	308.288.798	13.638.138	4,63%

Gasto medio total por viaje en Gran Canaria (€) Año 2014

Mercado	2013	2014	Variación	Variación %
Total países	1.077,88	1.107,26	29,38	2,73%
España	705,99	746,45	40,46	5,73%

Fuentes: Encuesta de Gasto Turístico, ISTAC

Evolución 2010-2014 (€)

Gasto total de los turistas nacionales

INDICADOR	GASTO TOTAL	VAR. TOTAL
AÑO 2010	411.061.551	31,94%
AÑO 2011	308.537.742	-24,94%
AÑO 2012	235.499.208	-23,67%
AÑO 2013	294.650.660	25,12%
AÑO 2014	308.288.798	4,63%

Gasto en origen de los turistas nacionales

INDICADOR	GASTO EN ORIGEN	VAR. TOTAL
AÑO 2010	245.772.696	33,78%
AÑO 2011	171.367.913	-30,27%
AÑO 2012	136.440.854	-20,38%
AÑO 2013	165.244.219	21,11%
AÑO 2014	178.061.077	7,76%

Gasto en Gran Canaria de los turistas nacionales

INDICADOR	GASTO EN GRAN CANARIA	VAR. TOTAL
AÑO 2010	165.288.855	29,31%
AÑO 2011	137.169.828	-17,01%
AÑO 2012	99.058.354	-27,78%
AÑO 2013	129.406.411	30,64%
AÑO 2014	130.227.721	0,63%

Fuente: ISTAC

Evolución del gasto medio por turista nacional en Canarias y Gran Canaria (2014)

	Valor (en euros)		Diferencia%
	Canarias	Gran Canaria	
Total (Origen + Gran Canaria)	819,20	746,45	8,88%
En origen	522,68	424,68	18,75%
En Destino	296,52	321,77	-8,52%
En extras alojamiento	46,00	50,66	-10,13%
En transporte público	12,11	16,00	-32,12%
En alquiler de vehículos	23,51	13,34	43,26%
En compras alimenticias en supermercados	42,64	72,54	-70,12%
En restaurantes	68,77	70,48	-2,49%
En souvenirs	57,48	61,93	-7,74%
En ocio	34,92	24,87	28,78%
En otros conceptos	11,09	11,95	-7,75%

Fuente: ISTAC

Gasto medio diario por turista nacional en Gran Canaria (primer trimestre 2006-2015)

Gasto medio por persona y día (€)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total (Origen + Gran Canaria)	182,69	154,11	130,83	148,34	140,30	150,99	131,97	128,74	125,19	122,23
En origen	107,34	79,76	74,08	82,35	73,54	83,21	71,39	72,97	70,93	73,70
En Gran Canaria	75,35	74,35	56,75	65,99	66,76	67,78	60,58	55,77	54,26	48,53
Extras alojamiento	12,36	9,83	9,16	12,53	13,87	13,3	6,24	7,65	10,89	8,03
Transporte público	8,85	11,41	4,49	4,34	8,42	4,78	4,6	3,02	3,87	3,45
Alquiler de vehículos	4,53	3,62	3,2	5,18	3,3	2,28	3,55	2,05	2,51	2,71
Compras alimenticias en supermercados	2,43	2,44	4,77	3,61	2,15	5,55	3,61	9,34	11,2	10,84
Restaurantes	29,4	28,78	16,89	21,8	22,09	24,64	23,02	18,05	12,32	11,06
Souvenirs	8,41	8,43	7,23	6,48	7,69	8,76	10,12	11,16	9,59	8,69
Ocio	3,97	5,65	5,92	6,28	5,43	5,59	4,9	2,94	2,86	3,18
Otros conceptos	5,41	4,21	5,09	5,78	3,8	2,89	4,54	1,55	1,03	0,83

Fuente: ISTAC

El gasto turístico medio diario en 2015 se sitúa en 122,23€, un 2,37% menos que en el año 2014.

En 2015 el gasto medio diario del turista nacional en Gran Canaria cae significativamente situándose en 10,57%, lo cual confirma la caída del gasto medio diario.

En cuanto al desglose del gasto medio diario en Gran Canaria, se observa que los gastos en restaurantes, compras alimenticias y souvenirs mantienen su peso como en años anteriores.

Gasto medio por turista nacional en Gran Canaria Primer trimestre 2006-2015 (€)

Gasto medio por persona (€)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total (Origen + Gran Canaria)	827,97	538,46	732,38	862,14	750,66	854,90	522,76	724,10	663,65	731,56
En origen	445,57	267,69	418,16	500,28	448,18	425,92	259,45	409,77	373,17	449,25
En Gran Canaria	382,40	270,78	314,22	361,86	302,48	428,98	263,31	314,33	290,48	282,31
Extras alojamiento	58,72	48,87	45,28	64,62	66,15	131,57	42,97	37,26	52,74	35,74
Transporte público	38,81	26,65	16,54	15,57	26,61	26,30	16,76	16,11	14,60	12,90
Alquiler de vehículos	20,56	18,08	17,65	28,88	18,15	13,71	13,35	12,12	15,69	16,12
Compras alimenticias en supermercados	24,54	13,88	35,88	23,22	11,96	27,02	23,21	60,26	63,58	80,11
Restaurantes	121,55	87,33	88,05	115,37	87,40	119,62	87,50	86,61	58,11	58,06
Souvenirs	48,90	30,83	47,49	43,05	42,51	58,30	38,82	70,69	64,33	56,59

Fuente: ISTAC

El gasto turístico medio total en 2015 se sitúa en 731,56€, un 10,23% más que en 2014.

En 2015 el gasto medio diario del turista nacional en Gran Canaria disminuye situándose en 2,81%, sin embargo el gasto en origen aumenta un 20,39%.

En cuanto al desglose del gasto total en Gran Canaria, se observa que los gastos en restaurantes, compras alimenticias y souvenirs mantienen su peso como en años anteriores.

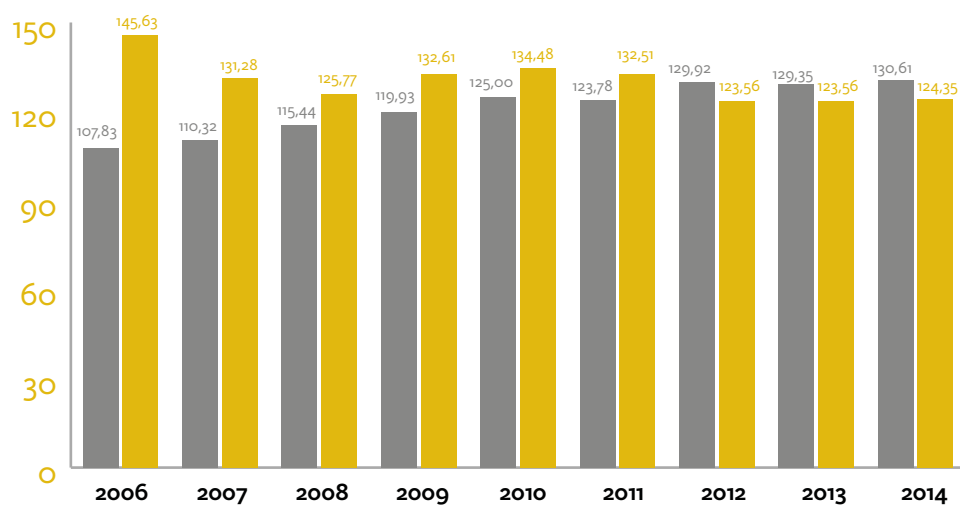


España

Evolución año 2014 - Primer trimestre año 2015



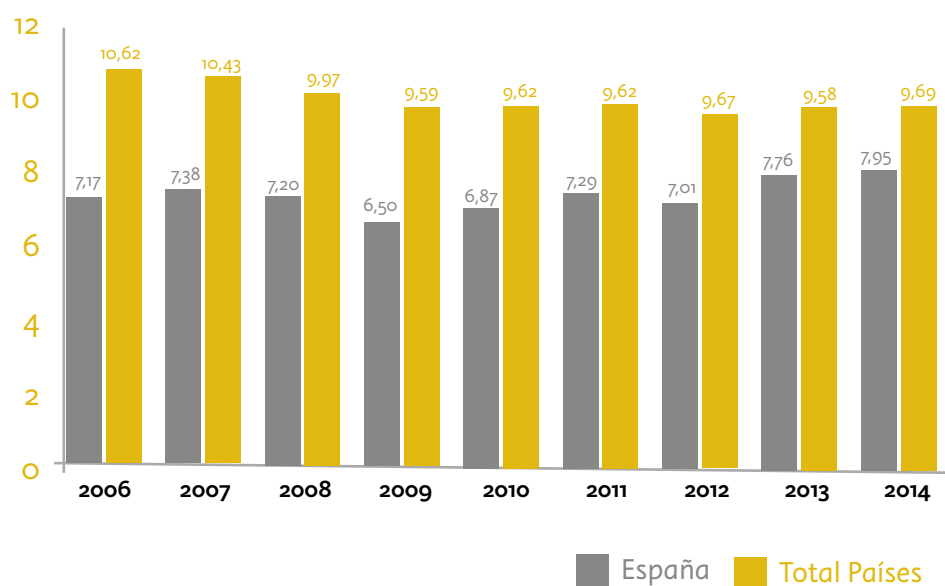
Evolución del gasto medio diario por turista nacional frente al total de turistas de Gran Canaria. 2006-2014. (€)



■ Gasto medio diario Total Turistas ■ Gasto medio diario Turistas Españoles

Fuente: ISTAC

 **Estancia media de los turistas nacionales
frente al total de turistas en Gran Canaria.
2006-2014. (días)**



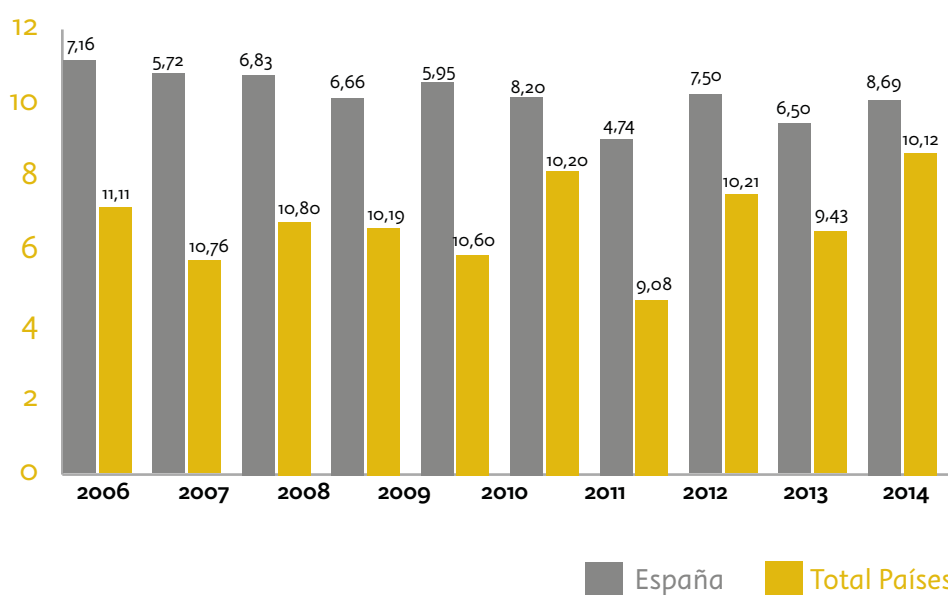
Fuente: ISTAC

Estancia media de los turistas nacionales frente al total de turistas en Gran Canaria. Primer trimestre años 2006 al 2014 (días)

Estancia media en Gran Canaria	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
España	7,16	5,72	6,83	6,66	5,95	8,20	4,74	7,50	6,50	8,69
Total Países	11,11	10,76	10,80	10,19	10,60	10,20	9,08	10,21	9,43	10,12

La estancia media de los turistas nacionales se sitúa en 8,69 días en el primer trimestre del año 2015, 2,19 días más que en 2014 y es la estancia mayor registrada desde 2006.

La estancia media del mercado nacional sigue por debajo de la estancia media global y se sitúa en 1,43 días por debajo.



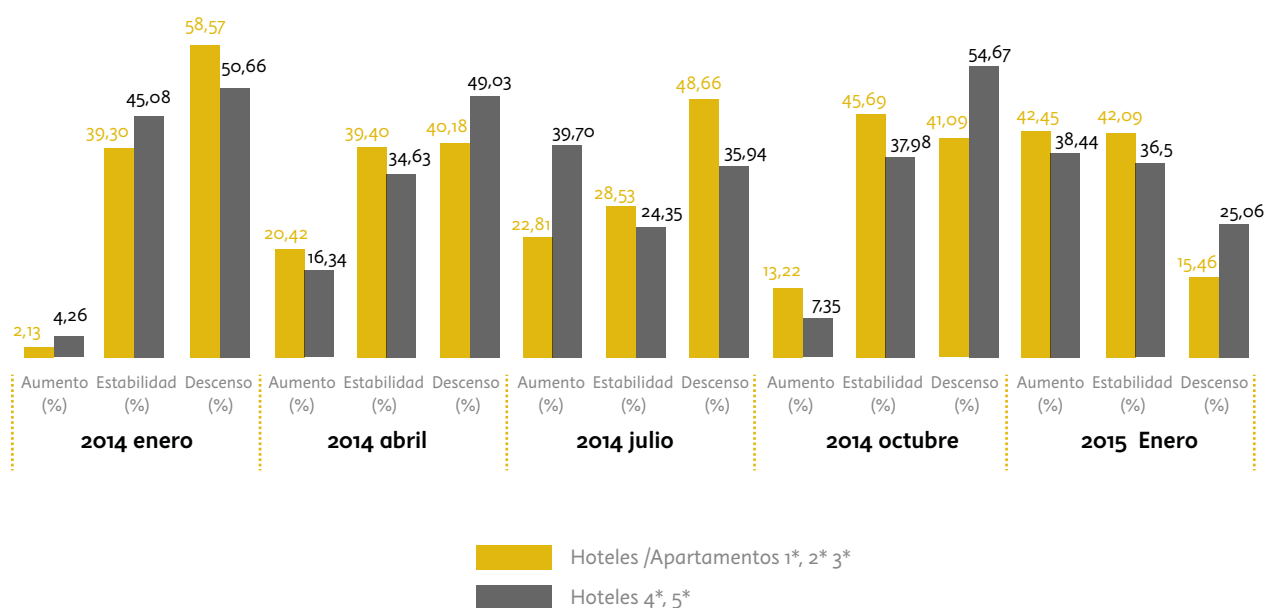
Fuente: ISTAC

Viajeros nacionales alojados y pernoctaciones en hoteles y apartamentos por comunidades autónomas de origen. Gran Canaria (2013-2014)

2.7 Previsiones y tendencias

En términos generales los resultados de la encuesta de expectativas e índices de confianza hoteleras en el balance de situación del año 2014 ha registrado una tendencia al alza durante los cuatro trimestres al mismo período del año anterior. En cuanto al año 2015 las expectativas y confianza del sector mantienen la tendencia de crecimiento.

Expectativas hoteleras para el mercado nacional 2014-2015



Fuente: ISTAC

3. El mercado de un vistazo

3.1 Resumen ejecutivo

El Banco de España revisa al alza las previsiones económicas para España y pronostica que el PIB crecerá en torno a un 2,8% en 2015 y en un 2,7% en 2016. España junto con Alemania serán los países que registrarán el mayor crecimiento en la Eurozona durante el 2015.

Canarias es la comunidad autónoma con mejor balance empresarial turístico durante el 2014, gracias a incrementos en la afluencia y recuperación en los precios. Esto permite un aumento del RevPAR del 9,2% acumulado, el mejor de entre las comunidades autónomas de litoral en España.

Las perspectivas empresariales en la mayoría de los destinos nacionales para la temporada de verano son muy positivas, previendo un buen comportamiento de la actividad para el segundo trimestre de 2015. Tanto Canarias como Baleares tendrán una importante afluencia de turistas extranjeros acompañada de una leve recuperación de la demanda nacional.

Gran Canaria obtiene en 2014 un 29,57% del turismo nacional a Canarias gracias a un crecimiento cercano al 8%.

Las previsiones para la temporada de Verano evolucionan a muy buen ritmo. Los operadores nacionales son optimistas y esperan mantener las ventas del año anterior con un ligero incremento en torno al 4% y 5%. Gran Canaria continúa con su posicionamiento como la segunda isla del archipiélago más vendida en el mercado peninsular con el posicionamiento en las ventas de alojamientos turísticos hacia hoteles de 3 y 4 estrellas.

Los profesionales del turismo de congresos, reuniones e incentivos señalan que 2014 se ha cerrado con un incremento moderado tanto del número de eventos como de participantes y con un mantenimiento del gasto a causa de la contención que preside el comportamiento empresarial. Para 2015, los análisis auguran una situación similar a la de 2014 en España, aunque la incertidumbre acerca de la evolución de la economía en toda Europa hace prevalecer la cautela sobre el optimismo.

Destinos: La situación actual del euro encarece numerosos destinos fuera de la Zona Euro. Las fluctuaciones del euro y la debilidad actual frente a otras monedas puede afectar directamente a operadores, clientes y destinos en 2015. Se constata un encarecimiento de los viajes al Caribe y a EE.UU.



Bibliografía



Bibliografía

Comisión Europea: EUROSTAT

Publicaciones del Fondo Monetario
Internacional (FMI)

Estadísticas del INE (Instituto Nacional de
Estadística)

Publicaciones del Ministerio de Industria,
Energía y Turismo

Instituto de Estudios Turísticos y Estadísticos
de la Secretaría de Estado de Turismo:
Frontur, Familitur y Egatur

Publicaciones y estadísticas del Instituto
Canario de Estadística (ISTAC)

Publicaciones de la Organización para la
Cooperación y el Desarrollo Económicos
(OCDE)

Páginas Web de publicaciones de
turoperadores nacionales y compañías
aéreas

Revista TravelManager

Boletín digital Agenttravel

Boletín digital Hosteltur

Boletín digital Thinktravel

Boletín digital TAT



**Cabildo de
Gran Canaria**



GranCanaria
Patronato de Turismo