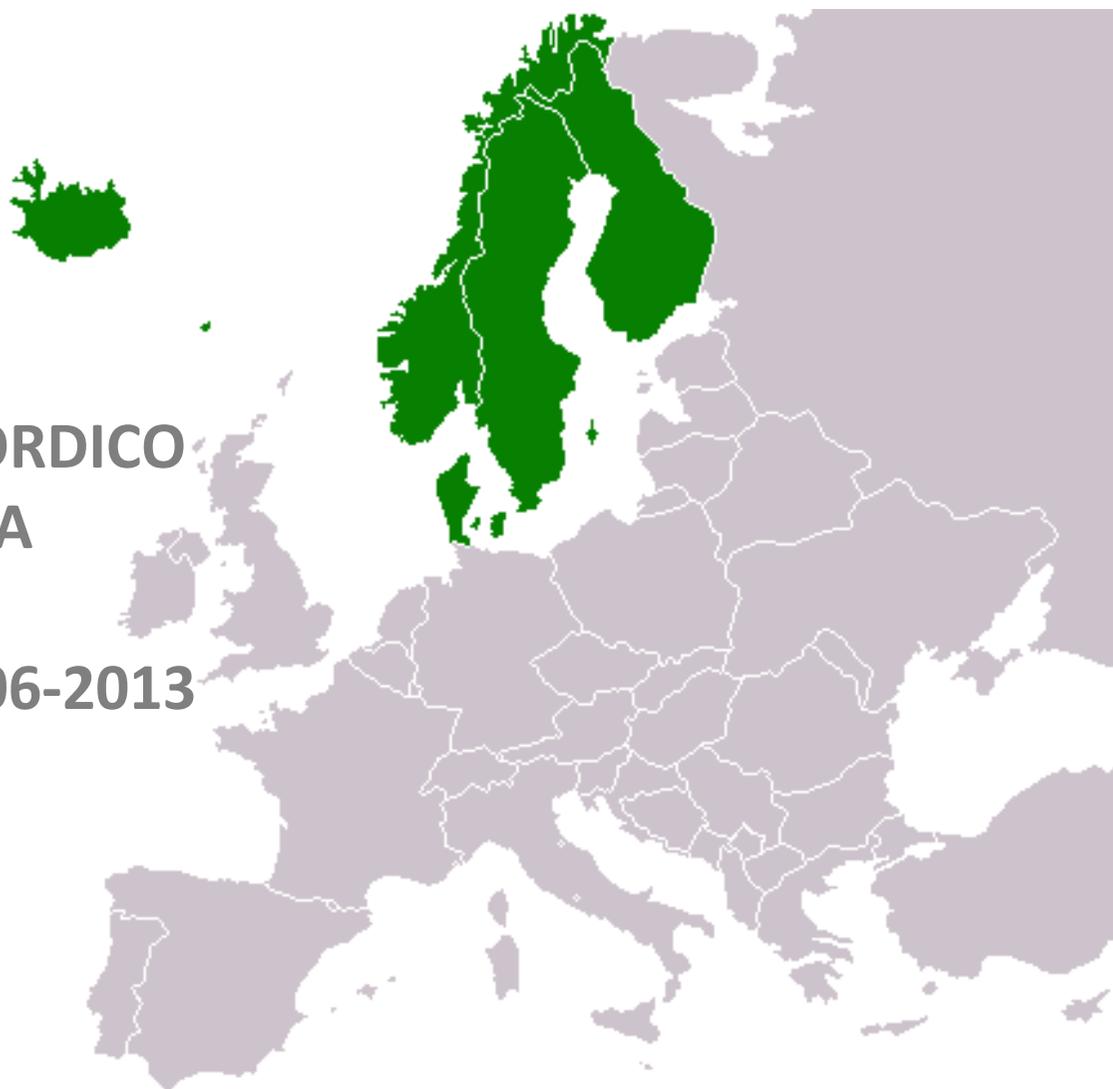


PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO
EN GRAN CANARIA

PRIMER TRIMESTRE 2006-2013



	ÍNDICE		ÍNDICE
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		ESTANCIA MEDIA	
•EDAD Y SEXO	4	•ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA	19
•OCUPACIÓN	5		
ANTES DEL VIAJE			
•CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	7		
•CANAL DE COMPRA DEL VUELO	8		
•CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO	9		
• ANTELACIÓN DE LA RESERVA	10		
DURANTE LA ESTANCIA			
•TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	12		
GASTOS TURÍSTICO			
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA	14		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	15		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA , POR ALOJAMIENTO	16		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA, POR EDAD Y SEXO	17		

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

SEXO

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Hombres	52,36%	44,73%	47,64%	49,58%	45,63%	42,10%	38,84%	52,20%
Mujeres	47,64%	55,27%	52,36%	50,42%	54,37%	57,90%	61,16%	47,80%

- Predominio de los hombres en el mercado nórdico, creciendo su porcentaje por encima de los valores registrados en 2012 y cambiando la tendencia en la que predominaba el grupo de mujeres sobre el de hombres.

EDAD

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
De 15 a 24 años	8,94%	11,60%	8,68%	6,64%	6,61%	13,42%	14,38%	16,58%
De 25 a 44 años	29,21%	28,64%	30,61%	32,75%	26,71%	40,69%	42,80%	43,28%
De 45 a 64 años	45,55%	42,88%	42,53%	44,63%	44,73%	34,75%	33,83%	30,46%
De 65 y más años	16,31%	16,88%	18,19%	15,98%	21,95%	11,14%	8,99%	9,67%

-El grupo de turistas de 25 a 44 años sigue siendo el más importante en número. Este grupo registra un ligero incremento con respecto al año anterior.

- Caída del grupo de 45 a 64 años, que confirma la tendencia negativa desde 2006.

- Ligero incremento del peso relativo de los turistas más jóvenes, en progresión desde el año 2011.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

OCUPACIÓN

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Empresarios	16,49%	12,54%	16,73%	16,76%	16,71%	15,34%	13,02%	16,15%
Funcionarios o cargos altos/medios	28,85%	31,94%	38,68%	41,22%	36,97%	34,36%	36,50%	32,56%
Funcionarios o empleados auxiliares	19,00%	17,01%	12,80%	14,78%	11,71%	21,51%	26,24%	26,45%
Jubilados	26,97%	29,17%	23,20%	20,42%	28,12%	17,58%	14,23%	13,15%
Estudiantes, amas de casas o parados	8,68%	9,34%	8,59%	6,82%	6,49%	11,21%	10,01%	11,68%

-El colectivo más importante entre los turistas nórdicos de Gran Canaria, atendiendo a su profesión, es el de los funcionarios o cargos altos/medios, aunque su peso relativo es inferior al registrado durante 2012.

- El siguiente grupo en importancia es el de funcionarios o empleados auxiliares, que suponen un 26,45% del total de turistas nórdicos. Asimismo, se incrementa el grupo de empresarios y el de estudiantes, amas de casas o parados se incrementa ligeramente con respecto a 2012.

-Disminuye el grupo de jubilados, situándose en el 11,68% del total de turistas, confirmando la tendencia negativa que comenzó en 2010.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Sólo vuelo	9,54%	11,47%	13,62%	8,01%	11,06%	15,20%	8,61%	20,68%
Vuelo y alojamiento	74,27%	72,83%	64,34%	63,84%	56,24%	46,36%	44,87%	49,13%
Vuelo, alojamiento y desayuno	8,36%	9,00%	9,46%	13,81%	15,25%	14,15%	18,83%	9,68%
Vuelo, alojamiento y media pensión	4,87%	3,25%	5,98%	4,67%	6,01%	6,82%	8,19%	8,43%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	0,46%	0,23%	0,76%	1,30%	0,60%	2,43%	1,89%	0,60%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	2,42%	3,12%	5,17%	7,95%	10,63%	14,84%	17,62%	10,60%

- Los turistas nórdicos de Gran Canaria optaron prioritariamente por la reserva en origen del vuelo y el alojamiento, sin pensión alimenticia, lo que lleva a considerar la relevancia de los establecimientos extrahoteleros para esta época del año en este mercado.

- La contratación únicamente del vuelo en origen se sitúa en la segunda opción, la preferida por el 20,68% de los turistas nórdicos. Puede estar relacionado con la importancia del alojamiento en casas en propiedad o de familiares y amigos.

- Disminuye casi a la mitad el peso de los turistas que contratan vuelo, alojamiento y desayuno y también caen con fuerza los turistas que contratan vuelo, alojamiento y todo incluido en 2013. El grupo de vuelo, alojamiento y media pensión mantiene los niveles de 2012.

CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
A un tour operador	73,31%	76,70%	72,13%	77,36%	78,92%	72,30%	79,75%	59,74%
A la compañía aérea	7,28%	7,75%	11,31%	9,02%	10,95%	15,07%	9,18%	25,36%
Agencias de Viajes	14,56%	10,89%	9,77%	7,43%	3,28%	4,39%	3,58%	4,75%
Portal de Internet	2,97%	2,57%	3,31%	4,21%	5,17%	6,77%	4,51%	6,53%

-La compra del billete aéreo al turoperador continúa siendo la opción preferente de los turistas nórdicos, aunque su cuota de mercado cae 20 puntos con respecto a 2012, año en que registró su mayor cuota dentro de la serie analizada.

- Importante recuperación de la compra directa a la compañía aérea (25,36%), tras haber registrado una clara tendencia negativa desde 2008. Esto viene relacionado con la compra de sólo vuelo vista anteriormente.

- Las agencias de viaje también aumenta ligeramente, quedándose lejos aún de sus máximos dentro de nuestro periodo de análisis, alcanzado en 2006.

- Crecimiento de la reserva a través de portales de Internet, tras la caída registrada por esta modalidad en 2012.

CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
A un tour operador	71,11%	65,42%	65,25%	72,43%	70,18%	67,17%	75,42%	56,96%
Al alojamiento	6,90%	8,07%	7,78%	8,13%	8,50%	8,19%	6,69%	8,00%
Agencias de Viajes	12,28%	10,34%	9,64%	8,53%	4,93%	4,88%	3,60%	5,16%
Portal de Internet	2,84%	2,90%	4,51%	3,94%	7,30%	6,93%	4,40%	11,67%
No lo sabe	2,46%	5,30%	4,60%	2,10%	3,01%	2,41%	3,08%	5,21%
No le hacía falta	4,40%	7,96%	8,22%	4,86%	6,07%	10,42%	6,82%	12,99%

- Al igual que en el caso de la compra del billete aéreo, a la hora de reservar el alojamiento, los nórdicos acuden de forma prioritaria al turoperador, aunque en este caso su cuota de mercado se desploma, con más de 18 puntos de caída con respecto a 2012, aunque en ese año se alcanzaron los máximos del periodo de estudio.

- La reserva directa al alojamiento también aumenta por segundo año consecutivo.

- La reserva a través de agencias de viaje creció de manera ligera con respecto a 2012 y se sitúa en los niveles de los años 2010 y 2011.

- La reserva del alojamiento a través de internet crece en 7,27 puntos, situándose en máximos del periodo analizado. También registra un fuerte incremento el grupo de turistas a los que no les hizo falta la reserva de alojamiento, en consonancia con la compra de solo vuelo vista anteriormente.

ANTELACIÓN DE LA RESERVA

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
El mismo día de la reserva	0,77%	0,52%	0,33%	0,24%	0,35%	1,10%	0,57%	0,00%
De 2 a 7 días	14,44%	12,58%	7,74%	6,74%	7,22%	10,61%	9,19%	11,64%
De 8 a 15 días	12,45%	15,09%	9,65%	9,33%	9,38%	11,33%	9,51%	11,02%
De 16 a 30 días	21,86%	15,53%	12,26%	12,64%	17,17%	18,02%	18,95%	17,54%
De 31 a 90 días	26,32%	27,79%	25,85%	29,31%	29,89%	28,26%	32,82%	33,45%
Más de 90 días	22,72%	25,52%	42,02%	39,92%	34,05%	29,97%	27,30%	25,18%
No lo sabe	1,44%	2,97%	2,14%	1,83%	1,94%	0,72%	1,66%	1,17%

-El mercado nórdico de gran Canaria se caracteriza por una gran antelación en la reserva de sus vacaciones. El 25,18% de los turistas reservó sus vacaciones con más de 90 días de antelación a la fecha de su viaje.

- Las reservas entre 31 y 90 días antes del viaje suponen el 33,45% del total para este mercado, aumentando esta opción ligeramente con respecto al año anterior.

- Se disminuyen las reservas realizadas entre los 16 y 30 días anteriores al viaje

- En cuanto a las reservas más tardías, crecen ligeramente tanto las que se realizan de 2 a 7 días antes, como las que se hacen de 8 a 15 días antes.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Hotel 4*-5*	8,99%	6,01%	10,05%	13,57%	22,74%	20,40%	26,70%	24,77%
Hotel 1-2-3*	14,98%	12,75%	13,06%	18,25%	17,40%	19,52%	23,65%	15,38%
Extrahotelero	69,16%	72,72%	67,70%	62,49%	54,07%	50,73%	43,86%	49,18%
Vivienda propia/amigos o familiares	2,55%	5,31%	6,40%	3,04%	2,96%	6,77%	3,21%	9,03%
Otros alojamientos	4,32%	3,21%	2,79%	2,65%	2,83%	2,58%	2,58%	1,65%

-Tal y como apuntaban los conceptos contratados en origen (donde primaba la reserva de vuelo y alojamiento sin pensión alimenticia), la tipología alojativa más destacada en el mercado nórdico en 2013 fue la extrahotelera, recuperando ligeramente la caída registrada en 2012.

- Los hoteles de 4 y 5 estrellas son escogidos por el 24,77% de los turistas nórdicos de la isla, aunque su cuota cae ligeramente con respecto a 2012.

- La cuota de mercado de los hoteles de menor categoría se reduce de manera significativa, suponiendo el 15,38% del total de turistas nórdicos en 2013, frente al 23,65% que suponían en 2012.

- Crece con fuerza el porcentaje de nórdicos que se hospedan en una vivienda propia, de familiares o amigos.

GASTO TURÍSTICO

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total (Origen + Gran Canaria)	991,52	1.124,29	1.116,89	1.191,50	1.251,90	1.199,99	1.116,93	1.168,98
En origen	552,76	581,89	681,47	738,72	825,14	767,89	752,34	701,17
En Gran Canaria	438,76	542,41	435,43	452,78	426,76	432,10	364,58	467,81
Extras alojamiento	32,72	81,11	21,07	33,26	39,88	36,51	22,01	60,30
Transporte público	32,30	39,10	24,77	26,03	22,83	23,35	15,26	26,64
Alquiler de vehículos	11,00	7,35	12,52	10,37	8,87	10,05	6,70	9,24
Compras alimenticias	102,58	93,86	98,99	87,25	84,89	105,92	82,42	118,03
Restaurantes	149,11	209,20	167,96	191,59	172,23	130,75	134,24	147,95
Souvenirs	41,80	47,63	38,03	42,68	42,77	52,14	48,38	64,89
Ocio	42,30	40,93	45,47	38,04	29,79	40,45	30,53	25,20
Otros conceptos	26,95	23,23	26,61	23,56	25,51	32,93	25,03	15,54

-El gasto medio total de los turistas nórdicos de Gran Canaria se situó en 1.168,98 euros en 2013, un 4,66% más que en 2012.

- El aumento es debido al incremento del gasto en destino, que se incrementa un 28,31% (más de 100 euros), frente a una reducción del 6,80% del gasto en origen.

- Dentro del gasto en Gran Canaria, aumentó el gasto en todas las partidas excepto en ocio y otros conceptos. Entre los crecimientos, destacan especialmente los extras de alojamiento y las compras alimenticias (consistente con el perfil de turista detectado, aquel que reserva alojamiento sin pensión alimenticia y que se hospeda en establecimientos extrahoteleros).

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total (Origen + Gran Canaria)	105,59	107,91	113,54	122,55	126,89	129,06	131,18	125,67
En origen	61,74	61,76	71,40	79,32	86,26	86,14	89,74	78,30
En Gran Canaria	43,85	46,16	42,14	43,23	40,63	42,92	41,45	47,37
Extras alojamiento	1,28	1,72	1,77	2,28	2,68	2,65	2,51	3,39
Transporte público	3,48	3,66	2,34	2,22	2,37	2,43	1,66	3,42
Alquiler de vehículos	1,10	0,81	1,17	1,05	0,73	1,03	0,88	0,49
Compras alimenticias	9,74	8,26	8,86	7,89	6,86	10,29	8,52	11,39
Restaurantes	16,47	20,73	16,75	19,16	17,73	13,96	15,29	17,54
Souvenirs	4,49	4,91	4,12	4,37	4,76	5,85	5,83	6,20
Ocio	4,83	4,19	4,69	3,89	3,15	3,99	3,86	3,19
Otros conceptos	2,45	1,89	2,44	2,36	2,34	2,71	2,90	1,74

-El gasto diario medio se situó en 2013 en 125,67 euros, un 4,20% inferior al de 2012.

- El gasto diario creció por término medio en destino, siendo el incremento del 14,29%, mientras que en origen el gasto disminuyó un 12,75%, lo que en gran parte explicaría esta caída del gasto diario.

-En este caso crecieron casi todas las partidas, a excepción del alquiler de vehículos, el ocio y otros conceptos. Los crecimientos más importantes se dan en el transporte público, en los extras de alojamiento y en el gasto en alimentación

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

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total	105,59	107,91	113,54	122,55	126,89	129,06	131,18	125,67
Hotel 5 estrellas	122,07	173,05	219,19	182,02	202,60	172,03	175,41	232,72
Hotel 4 estrellas	128,77	141,06	149,48	158,72	158,63	158,96	160,19	122,41
Hotel 1,2,3 estrellas	112,43	114,18	119,87	128,93	132,78	132,42	126,53	144,82
Extrahotelero	104,22	108,62	111,22	115,48	116,01	121,13	119,78	123,87
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	52,29	57,88	68,58	87,21	67,28	87,49	77,56	88,98
Otros	88,91	78,02	90,12	93,93	70,48	116,89	103,97	68,91

- Importante crecimiento del gasto de los turistas alojados en hoteles de 5 estrellas en 2013, que se sitúa en 232,72€ y crece un 32,67% con respecto a 2012.

- El gasto diario medio de los turistas hospedados en hoteles de 4 estrellas se redujo un 23,58%, hasta los 122,41 euros de media.

- También creció a un ritmo de alrededor del 15% el gasto diario de los turistas alojados en los hoteles de menor categoría y en viviendas propias o de amigos/familiares. El crecimiento del gasto en el caso de los establecimientos extrahoteleros fue más ligera.

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

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Total	105,59	107,91	113,54	122,55	126,89	129,06	131,18	125,67
De 16 a 24 años	95,91	87,99	110,17	111,59	118,84	114,26	120,31	105,46
Hombres	102,59	81,95	116,14	112,86	145,79	129,42	138,59	113,06
Mujeres	90,21	92,59	105,43	110,48	97,29	105,43	112,07	93,94
De 25 a 44 años	109,45	107,76	115,20	128,67	126,82	131,13	133,01	123,35
Hombres	114,24	113,29	117,43	132,06	130,17	136,54	136,58	119,93
Mujeres	103,54	103,41	112,95	125,52	124,21	126,59	130,54	127,22
De 45 a 64 años	107,73	117,17	120,17	131,97	131,96	138,62	138,97	137,86
Hombres	113,80	125,59	122,61	136,67	132,29	145,66	142,70	140,04
Mujeres	101,69	110,10	117,76	127,46	131,69	134,36	136,61	135,88
Mayor de 64 años	98,02	98,37	96,85	88,27	119,08	109,53	110,57	132,33
Hombres	107,26	96,62	100,22	90,90	116,86	113,66	118,59	137,32
Mujeres	85,50	99,79	94,61	84,98	121,15	105,49	104,75	127,52

-Los turistas nórdicos que más gastan por término medio son los de edad comprendida entre 45 y 64 años, aunque disminuyeron su gasto por término medio en un 0,80%, situándose en 137,86€ euros de media en 2013. Dentro de este colectivo el gasto de los hombres fue mayor que el de las mujeres.

-Importante crecimiento del gasto de los turistas sénior, que se sitúa en los 132,33€ y que se incrementa en un 19,68%.

-Los turistas de 16 a 24 años reducen su gasto en un 12,35%, al igual que los de 25 a 44 años, que lo reducen en un 7,27%

ESTANCIA MEDIA

ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	1ºT 2006	1ºT 2007	1ºT 2008	1ºT 2009	1ºT 2010	1ºT 2011	1ºT 2012	1ºT 2013
Países Nórdicos	10,98	11,65	11,02	11,20	11,84	10,96	9,48	10,00
Dinamarca	9,03	9,78	9,92	9,68	8,65	9,31	8,13	9,69
Finlandia	9,65	12,43	9,75	10,92	10,54	9,33	8,37	8,18
Noruega	12,69	11,92	11,99	13,44	15,37	13,43	10,89	11,78
Suecia	12,26	12,22	11,50	9,57	10,39	10,04	9,34	8,33
Total de países	11,11	10,76	10,80	10,19	10,60	10,20	9,08	10,21

- La estancia media del mercado nórdico se incremento en 0,51 días, hasta situarse en una media de 10 días.
- La estancia de este mercado es inferior por primera vez a la del total de mercados desde 2007, con una diferencia de -0,21 días.
- Aumenta la estancia de daneses y noruegos y se reduce la de fineses y suecos. Solamente la estancia de los noruegos es superior a la de la media de los países