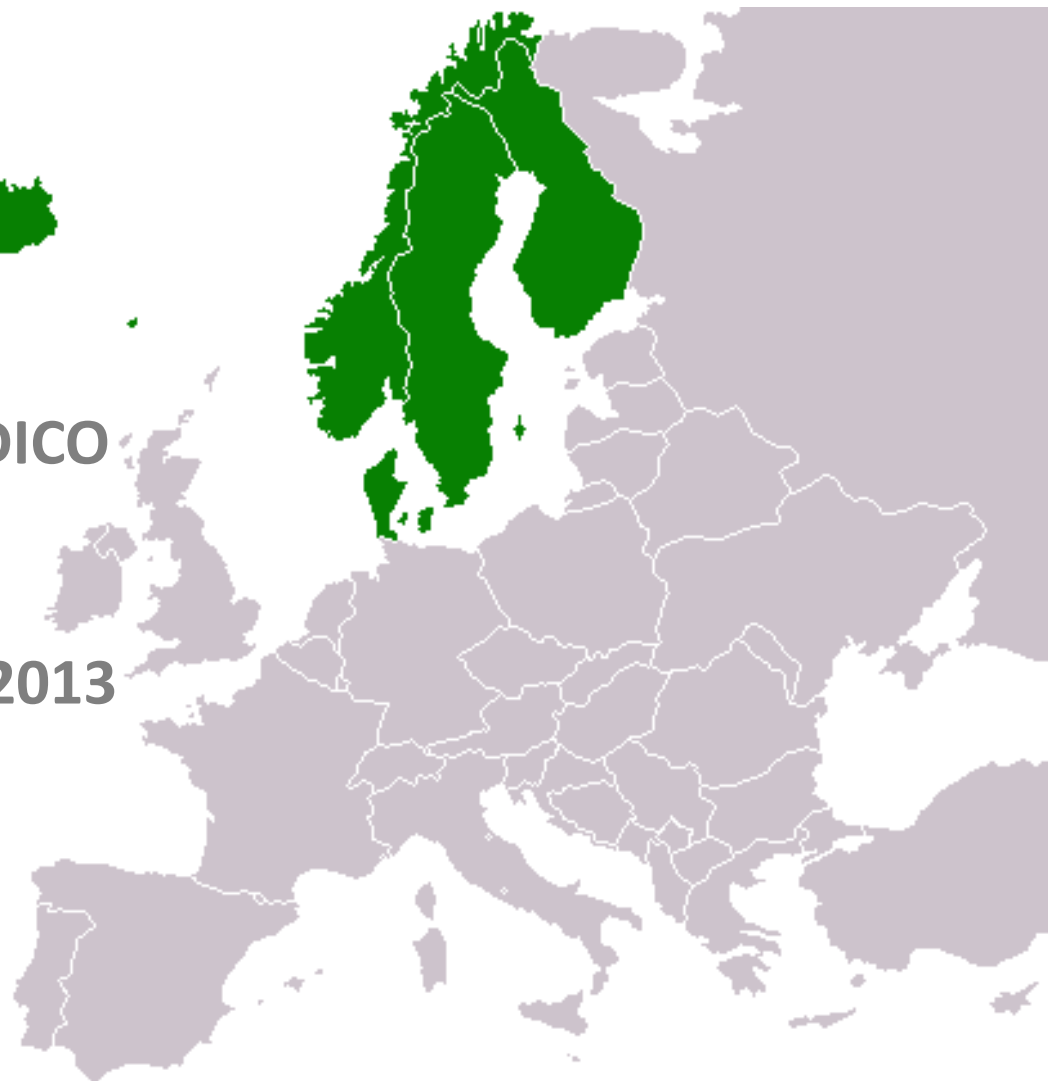


PERFIL DEL TURISTA NÓRDICO EN GRAN CANARIA

TERCER TRIMESTRE 2006-2013



	ÍNDICE		ÍNDICE
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO		ESTANCIA MEDIA	
•EDAD Y SEXO	4	•ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA	18
•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 DIA , POR ALOJAMIENTO	15		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA, POR EDAD Y SEXO	16		

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

SEXO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Hombres	57,10%	60,63%	57,27%	51,67%	54,52%	53,13%	54,11%	42,91%
Mujeres	42,90%	39,37%	42,73%	48,33%	45,48%	46,87%	45,89%	57,09%

- Predominio de las mujeres en el mercado nórdico, cambiando la tendencia que se venía registrando hasta el momento, con mayoría de hombres frente a mujeres.

EDAD

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
De 15 a 24 años	23,40%	14,57%	24,07%	20,96%	4,36%	3,86%	10,04%	12,59%
De 25 a 44 años	43,68%	24,54%	34,05%	43,35%	49,54%	34,75%	41,39%	40,88%
De 45 a 64 años	30,59%	53,52%	28,98%	30,88%	43,06%	37,60%	30,37%	37,63%
De 65 y más años	2,33%	7,37%	12,90%	4,81%	3,03%	23,79%	18,20%	8,89%

-El grupo de turistas de 25 a 44 años sigue siendo el más numeroso, a pesar de que pierde importancia ligeramente con respecto al año anterior.

- Aumenta en más de siete puntos el número de turistas de 45 a 64 años, situándose en un 37,63% del total de turistas. Aumenta ligeramente el peso relativo de los turistas más jóvenes, en progresión desde el año 2011.

-Disminuye fuertemente la presencia de turistas mayores de 65 años.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

OCUPACIÓN

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Empresarios	19,62%	27,45%	15,73%	10,87%	13,51%	15,37%	18,55%	22,39%
Funcionarios o cargos altos/medios	33,49%	22,93%	37,75%	44,70%	36,94%	42,42%	33,85%	44,75%
Funcionarios o empleados auxiliares	17,80%	9,89%	17,66%	24,39%	37,70%	21,08%	19,67%	12,88%
Jubilados	9,62%	26,11%	15,02%	7,99%	7,00%	17,22%	17,84%	6,64%
Estudiantes, amas de casas o parados	19,48%	13,63%	13,85%	12,05%	4,86%	3,90%	10,09%	13,34%

-El colectivo más importante entre los turistas nórdicos de Gran Canaria, atendiendo a su profesión, es el de los funcionarios o cargos altos/medios, que alcanzan el máximo de la serie analizada.

- El siguiente grupo en importancia es el de empresarios, que suponen un 22,39% del total de turistas nórdicos. Asimismo, se incrementa el grupo de estudiantes, amas de casa o parados, que se sitúan como tercer grupo en importancia.

-Disminuye la importancia de los grupos de funcionarios o empleados auxiliares y la de jubilados.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Sólo vuelo	25,34%	35,80%	19,07%	16,16%	17,70%	10,27%	14,67%	27,63%
Vuelo y alojamiento	52,98%	45,39%	60,70%	52,14%	56,76%	45,48%	51,90%	34,86%
Vuelo, alojamiento y desayuno	9,02%	18,81%	6,96%	7,78%	15,42%	16,00%	9,96%	7,39%
Vuelo, alojamiento y media pensión	6,70%	0,00%	2,47%	7,24%	2,94%	6,17%	5,78%	8,68%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1,34%	0,00%	0,95%	4,75%	0,00%	2,14%	0,73%	1,38%
Vuelo y alojamiento y todo incluido	4,61%	0,00%	9,00%	11,38%	6,44%	19,96%	16,97%	20,06%

-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 compra de solo vuelo se sitúa como la segunda opción más usada, con un 27,63% del total, lo que se podría relacionar con una alta presencia de nórdicos a los que no les hace falta la contratación de alojamiento.

-Aumenta la compra de vuelo, alojamiento y todo incluido, que se sitúa en un 20,06% del total. Asimismo aumentan los turistas alojados en media pensión y los alojados en pensión completa.

-Disminuyen los turistas alojados en régimen de media pensión, situándose en un 8,68% del total

CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
A un tour operador	68,43%	51,04%	63,35%	71,62%	69,74%	85,96%	66,38%	58,76%
A la compañía aérea	16,48%	31,62%	15,75%	13,57%	14,96%	9,80%	21,30%	33,20%
Agencias de Viajes	9,64%	0,00%	9,66%	2,53%	7,93%	2,04%	5,71%	2,19%
Portal de Internet	3,13%	5,67%	7,56%	8,40%	5,62%	2,08%	4,89%	4,54%

-La compra del billete aéreo al turoperador continúa siendo la opción preferente de los turistas nórdicos, aunque su cuota de mercado cae 7,62 puntos con respecto a 2012.

- Continúa la recuperación de la compra directa a la compañía aérea (33,20%), tras haber registrado una clara tendencia negativa en 2011. Esto viene relacionado con la compra de sólo vuelo vista anteriormente.

- Las agencias de viaje también pierden cuota de mercado y se sitúan en la opción menos preferida, con un 2,19% del total.

- También disminuye ligeramente la compra del billete a través de Internet, situándose la misma en un 4,54% del total de las opciones.

CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
A un tour operador	47,74%	51,04%	61,71%	61,40%	59,95%	81,95%	62,13%	60,41%
Al alojamiento	10,70%	21,75%	8,60%	11,90%	7,42%	5,22%	11,33%	12,73%
Agencias de Viajes	7,72%	0,00%	9,17%	8,04%	8,39%	1,27%	6,35%	8,38%
Portal de Internet	2,46%	5,67%	4,19%	4,45%	7,87%	3,12%	5,33%	2,62%
No lo sabe	10,44%	0,00%	2,86%	5,25%	0,80%	0,11%	1,43%	1,59%
No le hacía falta	20,94%	21,54%	13,46%	8,96%	15,58%	8,34%	13,42%	14,27%

-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. Sin embargo, esta opción pierde importancia ligeramente, continuando el descenso iniciado en 2011. Este trimestre se situó en el 60,41%.

- Se sitúan en segundo lugar los turistas a los que no les hizo falta contratar alojamiento (14,27%), afirmando la tendencia que hemos venido remarcando de la compra de sólo vuelo.

- La compra directa al alojamiento aumenta en 1,41 puntos, alcanzando un 12,73% del total. Asimismo, aumenta también la compra en las agencias de viaje (8,38%), recuperando la fuerte caída registrada en 2011.

- La reserva en portales de Internet pierde cierta importancia, situándose en este periodo en el 2,62%.

ANTELACIÓN DE LA RESERVA

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
El mismo día de la reserva	1,70%	0,00%	1,22%	0,76%	0,28%	0,00%	1,25%	1,31%
De 2 a 7 días	20,77%	20,36%	22,45%	13,19%	7,38%	12,89%	16,94%	14,71%
De 8 a 15 días	11,76%	4,58%	8,67%	10,33%	10,42%	17,46%	9,81%	12,58%
De 16 a 30 días	14,14%	0,00%	12,37%	18,93%	18,42%	7,93%	14,32%	12,13%
De 31 a 90 días	19,23%	20,96%	17,68%	23,50%	27,51%	34,32%	22,10%	25,80%
Más de 90 días	29,23%	49,50%	35,19%	31,97%	35,34%	26,45%	30,43%	33,47%
No lo sabe	3,15%	4,59%	2,42%	1,32%	0,65%	0,96%	5,16%	0,00%

-El mercado nórdico de gran Canaria se caracteriza por una gran antelación en la reserva de sus vacaciones. De hecho, un 33,47% de los turistas reservaron sus vacaciones con más de 90 días de antelación, creciendo con respecto al año anterior. Las reservas de 31 a 90 días también aumentan, siendo la segunda opción utilizada con un 25,80% del total.

- Disminuyen las reservas más tardías(2-7 días), situándose en un 14,71% del total. También caen las reservas de 16 a 30 días (12,13%).

- Aumentan las reservas de 8 a 15 días (12,58%), volviendo a niveles del año 2010/2011.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Hotel 4*-5*	12,48%	31,92%	13,90%	14,90%	22,25%	22,12%	17,03%	20,96%
Hotel 1-2-3*	14,31%	7,37%	15,55%	9,91%	6,91%	14,42%	15,56%	7,59%
Extrahotelero	46,52%	34,24%	54,48%	62,84%	54,86%	54,56%	50,43%	45,34%
Vivienda propia/amigos o familiares	17,24%	21,54%	11,64%	6,34%	10,09%	5,94%	11,11%	15,82%
Otros alojamientos	9,45%	4,93%	4,44%	6,01%	5,88%	2,96%	5,87%	10,29%

- 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.

- Los hoteles de 4 y 5 estrellas son escogidos por el 20,96% de los turistas nórdicos de la isla, creciendo con respecto al año anterior.

- La cuota de mercado de los hoteles de menor categoría se reduce de manera significativa, suponiendo el 7,59% del total de turistas nórdicos en 2013, frente al 15,56% que suponían en 2012.

- Crece con fuerza el porcentaje de nórdicos que se hospedan en una vivienda propia, de familiares o amigos, llegando este trimestre al 15,82%. Crece de manera importante el número de turistas nórdicos alojados en otros tipos de alojamiento (10,29%).

GASTO TURÍSTICO

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Total (Origen + Gran Canaria)	962,62	1.206,31	1.032,05	1.029,43	1.083,17	1.063,70	1.338,21	1.206,10
En origen	491,28	398,77	590,84	559,26	617,02	658,46	835,23	756,07
En Gran Canaria	471,35	807,54	441,21	470,17	466,16	405,24	502,98	450,03
Extras alojamiento	7,79	205,42	12,14	93,12	31,65	30,37	41,84	31,48
Transporte público	40,84	18,08	28,86	29,47	18,37	14,63	21,17	22,43
Alquiler de vehículos	29,94	58,42	12,90	11,88	17,71	6,13	9,49	7,14
Compras alimenticias	73,52	30,40	108,41	81,43	112,06	65,92	142,92	141,07
Restaurantes	200,76	251,97	167,07	111,23	131,67	119,61	166,54	134,00
Souvenirs	52,61	25,45	42,26	60,95	77,54	47,20	69,85	92,89
Ocio	33,54	32,77	45,12	48,44	53,14	20,88	25,97	14,32
Otros conceptos	32,33	185,03	24,50	33,64	24,01	100,50	25,20	6,71

-El gasto medio total de los turistas nórdicos de Gran Canaria se situó en 1.206,10 euros en 2013, un 9,87% inferior a 2012.

- La disminución es debida principalmente a la caída del gasto en origen, que cae en 79,15 euros, unida a una reducción de 52,96 euros del gasto en destino.

- Dentro del gasto en Gran Canaria, disminuyó el gasto en todas las partidas excepto en souvenirs y transporte público. Las mayores disminuciones, en términos absolutos, se dieron en las partidas de restaurantes, otros conceptos y ocio.

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

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Total	109,55	108,31	105,84	105,10	112,71	117,66	127,99	123,20
Hotel 5 estrellas	142,35		161,09	111,26	199,52	172,27	140,35	173,60
Hotel 4 estrellas	119,09	179,95	128,91	172,47	136,38	137,98	164,65	163,61
Hotel 1,2,3 estrellas	132,33	74,56	110,96	97,63	136,81	112,61	124,54	115,67
Extrahotelero	109,03	90,66	108,60	97,95	111,20	116,20	127,52	106,42
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	98,25	55,06	66,17	61,62	71,18	65,78	64,63	110,86
Otros	82,23	50,18	73,13	94,50	76,94	103,29	165,37	136,61

- Importante crecimiento del gasto de los turistas alojados en hoteles de 5 estrellas en 2013, que se sitúa en 173,60€ y crece un 23,69% con respecto a 2012.

- El gasto diario medio de los turistas hospedados en hoteles de 4 estrellas se redujo un 0,63%, hasta los 163,61 euros de media.

- También disminuyó, a un ritmo de alrededor del 7,12%, el gasto diario de los turistas alojados en los hoteles de menor categoría.

-El gasto de los turistas alojados en establecimientos extrahoteleros disminuyó en un 16,54%, llegando a los 106,42 euros.

-Finalmente, aumenta el gasto de los turistas alojados en sus propias viviendas o de amigos o familiares, siendo el aumento del 71,52%, llegando a los 110,86 euros.

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

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Total	109,55	108,31	105,84	105,10	112,71	117,66	127,99	123,20
De 16 a 24 años	98,51	140,27	108,29	91,22	106,01	123,96	117,48	129,00
Hombres	87,19	52,78	116,38	97,77	82,16	112,65	131,34	140,74
Mujeres	111,62	180,54	96,44	89,09	125,39	136,54	105,62	124,60
De 25 a 44 años	113,21	147,75	114,32	98,39	114,52	124,55	141,94	117,77
Hombres	133,94	152,99	119,44	97,37	120,08	125,67	155,38	132,90
Mujeres	85,93	78,97	107,87	99,70	110,15	123,53	130,04	111,01
De 45 a 64 años	103,10	86,17	102,13	106,41	113,27	124,24	129,32	137,74
Hombres	101,48	111,65	111,63	105,93	109,02	119,22	130,40	142,88
Mujeres	105,23	62,35	91,58	107,13	121,67	131,39	127,95	133,04
Mayor de 64 años	236,54	74,56	87,24	217,62	84,76	96,19	99,82	78,36
Hombres	236,54	74,56	79,01	98,93	94,02	111,23	98,41	78,36
Mujeres			104,58	600,00	62,83	79,81	103,38	

-Los turistas nórdicos que más gastan por término medio son los de edad comprendida entre 45 y 64 años, que aumentaron su gasto por término medio en un 6,51%, situándose en 137,74€ euros de media en 2013. Dentro de este colectivo, el gasto de los hombres fue mayor que el de las mujeres.

-Importante caída del gasto de los turistas sénior, que se sitúa en los 78,36 euros y que disminuye un 21,50%.

-Los turistas de 25 a 44 años reducen su gasto en un 17,03%, mientras que el grupo de 16 a 24 años aumenta su gasto en un 9,81%

ESTANCIA MEDIA

ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	3ºT 2006	3ºT 2007	3ºT 2008	3ºT 2009	3ºT 2010	3ºT 2011	3ºT 2012	3ºT 2013
Países Nórdicos	9,32	12,12	10,75	10,54	10,41	9,76	11,45	10,73
Dinamarca	8,57	11,01	10,38	9,05	9,73	8,62	9,69	7,96
Finlandia	8,01	16,18	7,34	11,75	7,98	7,28	11,49	5,61
Noruega	10,21	13,68	10,79	11,41	12,72	9,66	13,97	11,14
Suecia	8,81	6,45	11,53	9,44	12,24	11,41	8,62	13,30
Total de países	10,03	10,13	9,99	9,72	9,94	9,56	10,31	9,79

- La estancia media del mercado nórdico disminuyó en 0,72 días, hasta situarse en una media de 10,73 días.

- La estancia de este mercado es superior a la del total de mercados en 0,94 días.

-Aumenta la estancia de suecos y se reduce fuertemente la de finlandeses y en menor medida la de noruegos y daneses. Pese a ello, la estancia de suecos y noruegos es superior a la del total de mercados, mientras que la de fineses y daneses es inferior.