

# PERFIL DEL TURISTA ALEMÁN EN GRAN CANARIA

SEGUNDO TRIMESTRE 2006-2013



La Encuesta de Gasto Turístico es una herramienta de investigación estadística realizada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Aunque la operación estadística se denomine “Encuesta de Gasto Turístico”, representa un estudio completo sobre el perfil de los turistas que vienen a Canarias, constituyendo la principal fuente de información existente en las Islas en la actualidad.

Contando con dicha información, y en nuestro ánimo de mejorar el conocimiento de nuestros clientes y la toma de decisiones, hemos creado el presente documento de análisis, en el que, de forma breve, planteamos cuál es el perfil de nuestros clientes y su evolución desde 2006 a 2013. Los ficheros estadísticos correspondientes se encuentran para su consulta en el área profesional de la Web del Patronato de Turismo.

Gracias a la colaboración del ISTAC, el Patronato de Turismo de Gran Canaria puede disponer de los datos específicos referidos a los clientes encuestados en nuestra Isla. Así mismo, hemos incorporado datos de FRONTUR-CANARIAS sobre el sexo y la edad de los turistas llegados a Gran Canaria, como complemento a los contenidos ofrecidos por la Encuesta de Gasto.

<http://www.grancanaria.com/Profesional>

	ÍNDICE		ÍNDICE
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>		<b>ESTANCIA MEDIA</b>	
•EDAD Y SEXO	5	•ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA	20
•OCUPACIÓN	6		
<b>ANTES DEL VIAJE</b>			
•CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	8		
•CANAL DE COMPRA DEL VUELO	9		
•CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO	10		
• ANTELACIÓN DE LA RESERVA	11		
<b>DURANTE LA ESTANCIA</b>			
•TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	13		
<b>GASTO TURÍSTICO</b>			
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA	15		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	16		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA , POR ALOJAMIENTO	17		
•GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DIA, POR EDAD Y SEXO	18		

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

### SEXO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>Hombres</b>	54,55%	50,79%	51,07%	51,76%	47,73%	47,74%	48,62%	45,98%
<b>Mujeres</b>	45,45%	49,21%	48,93%	48,24%	52,27%	52,26%	51,38%	54,02%

- El porcentaje de hombres ha vuelto a disminuir, tras el incremento del año anterior. El grupo de mujeres vuelve a ser mayoritario, tras la caída de 2012.

### EDAD

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>De 15 a 24 años</b>	9,38%	20,99%	13,12%	16,62%	8,79%	16,94%	12,83%	15,02%
<b>De 25 a 44 años</b>	25,36%	30,33%	30,25%	33,08%	29,60%	36,95%	46,54%	37,08%
<b>De 45 a 64 años</b>	41,01%	35,33%	35,10%	37,84%	39,22%	33,18%	31,07%	33,91%
<b>De 65 y más años</b>	24,24%	13,35%	21,52%	12,47%	22,39%	12,93%	9,56%	14,00%

-Cabe destacar el incremento de los turistas del segmento sénior, en detrimento de los turistas del grupo de 25 a 44 años.

- Los turistas de 25-44 años siguen siendo el grupo más importante, aunque le sigue de cerca el grupo de 45-64 años.

## OCUPACIÓN

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>Empresarios</b>	10,99%	5,67%	13,00%	12,60%	16,41%	12,21%	11,43%	15,12%
<b>Funcionarios o cargos altos/medios</b>	37,40%	45,57%	47,37%	50,66%	40,80%	50,20%	54,44%	43,92%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	5,86%	12,14%	7,87%	8,27%	8,21%	11,13%	15,01%	14,21%
<b>Jubilados</b>	33,54%	21,51%	25,82%	17,02%	29,80%	18,04%	12,99%	18,28%
<b>Estudiantes, amas de casa o parados</b>	12,21%	15,11%	5,94%	11,45%	4,79%	8,43%	6,13%	8,47%

- El colectivo formado por funcionarios o cargos altos y medios continúa siendo el más destacado en el destino, aunque su presencia cae con respecto a los años anteriores.
- Crece el porcentaje de jubilados, situándose como el segundo grupo más importante. Asimismo, crece el grupo de estudiantes, amas de casa o parados.
- El grupo de funcionarios o empleados auxiliares disminuye ligeramente.

## ANTES DEL VIAJE

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>Sólo vuelo</b>	10,10%	7,58%	11,33%	3,72%	4,54%	6,25%	5,85%	6,29%
<b>Vuelo y alojamiento</b>	23,72%	13,02%	14,44%	9,76%	9,84%	6,63%	10,00%	11,77%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	2,43%	0,98%	1,19%	2,35%	1,82%	2,63%	3,32%	4,83%
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	45,39%	48,66%	47,27%	49,75%	53,24%	49,43%	49,92%	39,96%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	1,82%	1,31%	0,82%	2,93%	1,34%	3,83%	3,84%	3,56%
<b>Vuelo y alojamiento y todo incluido</b>	16,39%	28,45%	21,67%	29,22%	28,91%	30,51%	27,07%	33,18%

-La compra de vuelo, alojamiento y media pensión es la modalidad más destacada, con un 29,96%, aunque la cuota de este tipo de paquetes disminuye fuertemente con respecto a períodos anteriores.

-Avanza la compra de vuelo, alojamiento y todo incluido, alcanzando su nivel máximo del periodo.

-Crece también la compra de vuelo y alojamiento y de sólo vuelo.

-La reserva en origen de vuelo, alojamiento y media pensión y vuelo, alojamiento y pensión completa en origen disminuyen, a favor de todas las demás.



## CANAL DE COMPRA DEL VUELO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>A un tour operador</b>	44,75%	41,51%	47,90%	57,85%	62,41%	54,02%	51,06%	41,09%
<b>A la compañía aérea</b>	10,96%	7,68%	9,07%	6,73%	4,88%	6,55%	7,07%	6,63%
<b>Agencias de viajes</b>	38,72%	41,98%	28,99%	26,44%	21,79%	26,43%	23,96%	34,36%
<b>Portal de Internet</b>	4,53%	7,51%	12,97%	8,08%	10,07%	11,72%	17,01%	17,25%

-La compra del vuelo al touroperador cae en 2013, hasta el 41,09%. La compra directa a la compañía aérea también disminuye, aunque de menor forma.

-La mayoría del descenso de la compra al touroperador y a la compañía aérea la capta la compra a las agencias de viajes, que se incrementa con respecto a 2012.

- La reserva a través del portal de internet se estanca con respecto al mismo periodo del año anterior.

## CANAL DE COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
A un tour operador	41,13%	40,25%	44,24%	47,06%	57,31%	42,51%	47,02%	37,96%
Al alojamiento	6,69%	5,70%	8,44%	3,79%	3,28%	3,84%	3,11%	2,61%
Agencias de viajes	36,44%	38,07%	30,04%	37,12%	26,99%	35,40%	28,36%	37,76%
Portal de Internet	4,15%	5,54%	10,00%	8,44%	8,58%	12,66%	15,76%	15,80%
No lo sabe	4,09%	3,37%	1,60%	1,38%	0,60%	2,07%	2,08%	1,63%
No le hacía falta	7,49%	7,08%	5,68%	2,21%	3,24%	3,53%	3,67%	4,23%

-En este caso también disminuye, de forma importante, la compra directa al touroperador. Asimismo disminuyen las compras al alojamiento.

- Estas disminuciones son absorbidas en gran parte por las agencias de viaje.

-Las compras en portales de Internet se estancan, al igual que en el caso del vuelo. El número de turistas al que no les hacía falta alojamiento aumenta ligeramente respecto al año anterior.

## ANTELACIÓN DE LA RESERVA

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
El mismo día de la reserva	0,30%	0,00%	0,41%	1,24%	0,57%	0,70%	0,52%	0,25%
De 2 a 7 días	6,49%	6,05%	9,10%	9,90%	11,35%	9,16%	12,97%	11,76%
De 8 a 15 días	14,45%	15,32%	13,78%	13,53%	12,95%	9,62%	13,72%	10,53%
De 16 a 30 días	19,06%	13,83%	17,80%	16,49%	18,14%	20,05%	16,10%	16,73%
De 31 a 90 días	26,18%	25,97%	30,27%	26,97%	30,41%	27,90%	33,41%	30,76%
Más de 90 días	33,24%	37,75%	28,31%	31,06%	26,29%	29,80%	21,27%	28,42%
No lo sabe	0,27%	1,08%	0,33%	0,81%	0,30%	2,78%	2,01%	1,55%

- Los turistas alemanes reservan sus vacaciones en Gran Canaria con una antelación de 31 a 90 días en el 30,76% de los casos, perdiendo cierta relevancia con respecto al año anterior.
- Las reservas entre 31 y 90 días antes son también importantes, con un 28,42% ganando importancia respecto al año anterior.
- Las reservas con 8-15 días y las de último minuto caen con respecto a 2012.

## DURANTE LA ESTANCIA

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Hotel 4*-5*	32,65%	37,71%	32,51%	48,55%	60,14%	55,43%	55,41%	50,81%
Hotel 1-2-3*	14,14%	24,76%	21,04%	28,91%	25,70%	32,36%	24,75%	29,50%
Extrahotelero	43,94%	28,97%	38,07%	17,67%	10,49%	7,83%	14,28%	15,37%
Vivienda propia/amigos o familiares	6,64%	4,09%	4,41%	1,73%	2,71%	1,85%	3,37%	3,36%
Otros alojamientos	2,63%	4,48%	3,97%	3,13%	0,95%	2,53%	2,18%	0,96%

-Las estancias en hoteles de mayor categoría disminuyen con respecto al año anterior, mientras que la caída la absorben los hoteles de menor categoría

- El alojamiento en establecimientos extrahoteleros aumenta ligeramente con respecto al año anterior y vuelve a niveles del año 2009.

- El número de alemanes que se hospeda en casa propia o de amigos o familiares se estanca, mientras que los que se alojan en otro tipo de alojamiento disminuyen.

## GASTO TURÍSTICO

## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA. (Euros)

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	<b>1.109,52</b>	<b>921,97</b>	<b>1.046,54</b>	<b>1.073,21</b>	<b>1.218,60</b>	<b>1.111,77</b>	<b>1.162,45</b>	<b>1.262,52</b>
En origen	751,06	645,61	683,50	795,40	892,49	801,29	858,61	929,68
<b>En Gran Canaria</b>	<b>358,46</b>	<b>276,36</b>	<b>363,04</b>	<b>277,81</b>	<b>362,11</b>	<b>310,48</b>	<b>303,83</b>	<b>332,84</b>
Extras alojamiento	29,32	14,63	47,07	33,73	52,65	39,57	18,78	27,52
Transporte público	24,41	21,35	13,68	11,15	15,82	12,64	10,63	10,74
Alquiler de vehículos	18,77	6,46	16,83	10,63	12,81	11,96	13,73	11,51
Compras alimenticias	69,12	32,94	55,25	34,92	56,54	51,45	52,06	66,27
Restaurantes	102,96	86,43	86,66	65,66	67,73	62,37	71,18	72,25
Souvenirs	31,64	33,67	41,81	36,04	60,75	61,68	55,39	82,84
Ocio	43,32	50,29	69,69	43,91	35,46	41,42	45,91	41,94
Otros conceptos	38,92	30,60	32,05	41,79	24,35	29,39	36,16	19,78

-El gasto total de los turistas alemanes creció un 8,6% con respecto a 2012, situándose en 1.262,52 euros, nivel máximo de gasto dentro del periodo estudiado.

- Este incremento fue relativamente más alto en Gran Canaria (+9,55%) frente al gasto en origen que creció un 8,61%.

- En Gran Canaria, el gasto en souvenirs registró un fuerte crecimiento, pasando de 55,39€ a 82,84€. Asimismo, crecieron también las partidas de transporte público, compras alimenticias y restaurantes.

- Es también importante el crecimiento de la partida de extras de alojamiento, que pasó de 18,78€ a 27,52€.

-Disminuyen la partida de otros conceptos (-45,31%), alquiler de vehículos (-16,14%) y ocio (-8,65%).

## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	<b>96,08</b>	<b>89,83</b>	<b>101,18</b>	<b>114,80</b>	<b>126,23</b>	<b>118,59</b>	<b>123,87</b>	<b>128,56</b>
En origen	68,79	63,38	69,66	85,40	93,49	88,07	93,02	96,38
<b>En Gran Canaria</b>	<b>27,28</b>	<b>26,46</b>	<b>31,52</b>	<b>29,41</b>	<b>32,73</b>	<b>30,52</b>	<b>30,85</b>	<b>32,17</b>
Extras alojamiento	1,30	1,33	4,25	3,75	5,68	3,35	1,71	2,75
Transporte público	2,03	2,09	1,37	1,23	1,66	1,37	1,18	1,22
Alquiler de vehículos	1,61	0,67	1,53	1,13	1,37	1,34	1,38	1,34
Compras alimenticias	4,47	2,86	4,14	3,32	4,77	4,30	4,69	5,41
Restaurantes	8,57	8,29	8,35	6,52	6,54	5,94	7,43	7,04
Souvenirs	2,85	3,25	4,35	3,81	6,62	6,78	5,72	7,99
Ocio	4,02	5,27	4,81	5,25	3,96	4,66	5,20	4,73
Otros conceptos	2,43	2,70	2,72	4,39	2,12	2,78	3,53	1,70

-El gasto total en destino por turista y día se situó en 2013 en 128,56, por lo que creció en un 3,78% con respecto a 2012.

- En este caso, el crecimiento se debe al incremento en 3,36 euros del gasto en origen.



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

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>Total</b>	<b>96,08</b>	<b>89,83</b>	<b>101,18</b>	<b>114,80</b>	<b>126,15</b>	<b>118,59</b>	<b>123,87</b>	<b>128,56</b>
Hotel 5 estrellas	185,31	132,15	160,11	147,17	194,41	149,97	151,34	175,70
Hotel 4 estrellas	110,84	96,89	115,62	126,61	135,28	128,77	132,64	139,23
Hotel 1,2,3 estrellas	99,24	85,92	102,42	104,13	108,22	98,33	118,42	116,44
Extrahotelero	82,82	84,17	94,06	96,48	99,57	97,65	102,88	107,77
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	60,97	76,15	47,84	66,75	65,17	70,82	55,81	79,33
Otros	68,50	72,36	77,45	123,43	92,81	165,57	128,16	73,11

-El gasto de los turistas alojados en hoteles de 5 estrellas se incrementó en un 16,09% con respecto a 2012, situándose en 175,70€. Asimismo, crece el gasto en los hoteles de 4 estrellas, siendo este crecimiento de un 4,97%, mientras que cae un 1,67% en los hoteles de 1,2 y 3 estrellas.

-El gasto de los turistas alojados en establecimientos extrahoteleros crece un 4,75%.

-Importante crecimiento del gasto de los turistas alojados en viviendas propias o en casa de familiares o amigos, que aumenta un 42,14%, pasando de 55,81€ a 79,33€.

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

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
<b>Total</b>	<b>96,08</b>	<b>89,83</b>	<b>101,18</b>	<b>114,80</b>	<b>126,15</b>	<b>118,59</b>	<b>123,87</b>	<b>128,56</b>
<b>De 16 a 24 años</b>	<b>90,37</b>	<b>86,88</b>	<b>93,59</b>	<b>105,94</b>	<b>118,40</b>	<b>103,17</b>	<b>122,29</b>	<b>121,60</b>
Hombres	95,47	98,50	86,22	99,04	108,43	105,51	115,84	136,07
Mujeres	87,65	80,11	97,31	111,10	123,43	102,15	126,42	115,30
<b>De 25 a 44 años</b>	<b>96,70</b>	<b>83,95</b>	<b>108,97</b>	<b>120,20</b>	<b>124,84</b>	<b>120,16</b>	<b>127,76</b>	<b>129,83</b>
Hombres	93,71	88,72	111,87	123,87	124,57	118,64	129,75	125,65
Mujeres	100,41	79,41	105,75	114,96	125,05	121,57	125,81	133,61
<b>De 45 a 64 años</b>	<b>98,30</b>	<b>100,63</b>	<b>104,39</b>	<b>118,09</b>	<b>136,53</b>	<b>131,99</b>	<b>123,12</b>	<b>135,54</b>
Hombres	95,88	100,79	103,72	126,97	137,45	133,10	125,69	147,27
Mujeres	101,43	100,44	105,10	111,78	135,59	130,80	120,55	121,64
<b>Mayor de 64 años</b>	<b>93,87</b>	<b>79,28</b>	<b>89,60</b>	<b>102,29</b>	<b>112,75</b>	<b>99,92</b>	<b>109,47</b>	<b>115,74</b>
Hombres	93,16	82,68	96,21	98,52	118,61	98,49	109,79	104,23
Mujeres	94,88	72,54	80,27	114,22	105,88	101,88	109,12	123,08

-El segmento de población que más gasta es el de 45 a 64 años, que crece un 10,08% con respecto a 2012 y se sitúa en 135,54€. Dentro de este grupo, el grupo de hombres es el que más gasta. Le sigue el grupo de 25 a 44 años, que se sitúa en 129,83€, creciendo un 1,62% con respecto a 2012.

- Destacar que todos los segmentos de población, a excepción del de 16 a 24 años, registran incrementos en el gasto diario.

## ESTANCIA MEDIA

## ESTANCIA MEDIA EN GRAN CANARIA

	2ºT 2006	2ºT 2007	2ºT 2008	2ºT 2009	2ºT 2010	2ºT 2011	2ºT 2012	2ºT 2013
Alemania	13,78	11,07	12,88	10,38	10,59	10,43	10,39	11,11
<b>Total de países</b>	<b>10,79</b>	<b>10,32</b>	<b>9,85</b>	<b>8,59</b>	<b>9,05</b>	<b>9,77</b>	<b>9,61</b>	<b>9,36</b>

-La estancia media de los alemanes se sitúa en 2013 en 11,11días, con un aumento de 0,72 días con respecto a 2012.

- En comparación con el resto de mercados, se mantiene la situación de períodos anteriores, ya que la estancia media de los turistas alemanes es superior a la media del resto de países en todos los períodos. En 2013 es superior en 1,75 días.