

# PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA

ANUAL. 2014-2016.

ANÁLISIS COMPARATIVO



<b>ÍNDICE</b>	<b>Página</b>
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>	
EDAD Y SEXO	3
OCUPACIÓN	4
<b>ANTES DEL VIAJE</b>	
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	6
COMPRA DEL VUELO	7
COMPRA DEL ALOJAMIENTO	8
MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO	9
<b>DURANTE LA ESTANCIA</b>	
TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	11
<b>DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	
VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS	13
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	14
<b>GASTO TURÍSTICO</b>	
GASTO TURÍSTICO TOTAL	16
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	17
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y NACIONALIDAD	18
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y TIPO DE ALOJAMIENTO	19
GASTO MEDIO TOTAL SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	20
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN EDAD Y GÉNERO	21

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Sexo	2014	2015	2016
<b>Hombres</b>	50,36%	50,89%	50,85%
<b>Mujeres</b>	49,64%	49,11%	49,15%

- Los hombres aumentan su cuota en aproximadamente 0,5 puntos porcentuales, con un 50,85% de la cuota de los turistas en Gran Canaria.

- Se consolida en la serie que vienen más hombres que mujeres.

Edad	2014	2015	2016
<b>De 16 a 24 años</b>	10,74%	9,95%	8,72%
<b>De 25 a 44 años</b>	38,41%	34,54%	32,82%
<b>Mayor de 44 años</b>	50,85%	55,51%	58,45%

- El grupo comprendido entre los 16 y 24 años de edad es el de menor presencia en Gran Canaria, y baja el porcentaje de visita para 2016.

- El perfil de 25 a 44 años es el segundo más representativo en años anteriores, mostrando una caída de aproximadamente 6 puntos porcentuales desde 2014, a favor del grupo de turistas mayor de 44 años que representa al 58,45% de los turistas que llegan a Gran Canaria.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Ocupación

	2014	2015	2016
<b>Empresarios</b>	21,27%	20,41%	20,43%
<b>Funcionarios o cargos altos/medios</b>	39,75%	37,56%	35,34%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	15,46%	16,55%	15,81%
<b>Estudiantes, amas de casas o parados</b>	8,77%	8,77%	7,66%
<b>Jubilados</b>	14,76%	16,71%	20,76%

- El grupo de funcionarios o cargos medios/altos presenta la categoría de ocupación más abundante de los turistas en Gran Canaria, manteniéndose sobre el 35%, aunque cerrando 2016 con una caída de 2,22 puntos porcentuales frente al 2015.

- Le siguen los grupos de empresarios y funcionarios o empleados auxiliares.

- Los jubilados aumentan 4,4 puntos porcentuales respecto a 2015 y el grupo de estudiantes, parados o amas de casa reduce su peso en 2016.

**ANTES DEL VIAJE**

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2014	2015	2016
Sólo vuelo	11,40%	10,90%	8,82%
Vuelo y alojamiento	25,83%	24,82%	25,24%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	8,10%	8,44%	7,77%
Vuelo, alojamiento y media pensión	16,99%	18,41%	19,97%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	4,28%	4,51%	4,57%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	25,29%	27,50%	28,91%
<b>Alojamiento y otros conceptos</b>	0,36%	0,27%	0,40%
<b>No procede</b>	7,74%	5,16%	4,33%

- La opción “Vuelo+alojamiento+todo incluido” continúa siendo la más elegida, manteniéndose casi constante y cerrando 2016 con un 28,91%.
- “Vuelo+alojamiento” es lo segundo más seleccionado, aumentando en 0,42 puntos porcentuales en 2016 respecto a 2015.
- La categoría “Vuelo+alojamiento+media pensión” es la tercera opción y muestra una tendencia positiva desde 2014.

**COMPRA DEL VUELO**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>A un tour operador</b>	47,61%	46,09%	45,55%
<b>A la compañía aérea</b>	20,70%	21,99%	21,60%
<b>Agencias de Viajes</b>	18,73%	18,71%	19,43%
<b>Portal de Internet</b>	9,29%	10,54%	11,10%
<b>No lo sabe</b>	3,67%	2,68%	2,32%

- Para los turistas, la compra del vuelo a través de tour operador continúa siendo la primera opción, a pesar de que en 2016 año se produce un descenso de 0,54 puntos porcentuales respecto a 2015.
- Las agencias de viaje cobran importancia subiendo en 0,72 puntos porcentuales de 2015 a 2016.
- La compra directa a la compañía aérea disminuye, en 2016, 0,39 puntos porcentuales frente a 2015.
- La compra a través de portales de Internet mantiene un crecimiento constante desde 2014.

**COMPRA DEL ALOJAMIENTO**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>A un tour operador</b>	45,46%	44,13%	43,12%
<b>Al alojamiento</b>	11,44%	11,96%	12,18%
<b>Agencias de Viajes</b>	19,06%	18,55%	20,36%
<b>Portal de Internet</b>	10,65%	14,10%	14,37%
<b>No lo sabe</b>	4,32%	3,09%	2,98%
<b>No le hacía falta</b>	9,07%	8,19%	6,99%

-La compra a través de TT.OO. es la principal modalidad de elección. Experimenta un descenso en su importancia relativa pero se mantiene sobre el 43%.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, con valores superiores al año precedente, y una subida de 1,81 puntos porcentuales en 2016 frente al 2015.

-La compra de alojamiento en portales de Internet aumenta 3,72 puntos porcentuales respecto a 2014, obteniendo el máximo de la serie para 2016.

-Por su parte, la compra directa del alojamiento se incrementa en 0,74 puntos porcentuales respecto a 2014, mostrando tendencia positiva.

TOP 5	2014	2015	2016
1	Clima o sol	Clima o sol	Clima o sol
2	Playas	Tranquilidad, descanso, relax	Playas
3	Tranquilidad, descanso, relax	Playas	Tranquilidad, descanso, relax
4	Paisajes	Paisajes	Paisajes
5	Precio	Conocer nuevos lugares	Conocer nuevos lugares

## MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO

En los últimos años los motivos de elección de los turistas que visitan Gran Canaria se han mantenido constantes:

- En primer lugar se encuentra siempre el Clima o Sol.
- El segundo y tercer motivo que más influye a la hora de elegir nuestro destino es playas y tranquilidad, respectivamente.
- Conocer nuevos lugares, los paisajes, el precio y la tranquilidad terminan de completar los primeros puestos para el periodo 2014 - 2016.

**DURANTE LA ESTANCIA**

**TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Hotelero</b>	54,90%	56,01%	58,04%
<b>Extrahotelero</b>	30,91%	31,19%	32,05%
<b>Viviendas propias y otros alojamientos</b>	14,19%	12,81%	9,91%

- Los datos del alojamiento hotelero aumentan, sigue siendo la principal opción de hospedaje; le sigue el alojamiento en establecimientos extrahoteleros, que consigue aumentar en todos los años.
- La modalidad de vivienda propia/amigos o familiares y otros alojamientos presenta disminuciones paulatinamente hasta 2016.

**DESPUÉS DE LA ESTANCIA**

## VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2014	2015	2016
1	Clima	Hospitalidad	Clima
2	Servicios de taxi	Servicios de taxi	Hospitalidad
3	Hospitalidad	Trato en el alojamiento	Servicios de taxi
4	Trato en el alojamiento	Clima	Trato en el alojamiento
5	Zonas de baño	Seguridad	Seguridad
<b>Valoración media del destino</b>	<b>7,9</b>	<b>7,88</b>	<b>7,99</b>

- La media del destino registra en 2016 una valoración en aspectos y servicios de 7,99 puntos, aumentando en relación con 2015 en 0,11 puntos.
- Podemos observar que los aspectos más valorados se repiten a lo largo de los años estudiados.

## SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

AÑOS	2014	2015	2016
Muy buena/Buena	93,32%	91,82%	92,87%
Normal	6,23%	7,42%	6,52%
Mala/Muy mala	0,45%	0,77%	0,61%

- La satisfacción del cliente que visita Gran Canaria es, en su amplia mayoría, muy buena o buena para toda la serie; se observa una tendencia ligeramente negativa.
- Por otro lado, aumenta quienes valoran la satisfacción como normal, en un 0,73% para 2015 frente a 2014 aunque en 2016 esta cifra desciende en 0,89 puntos porcentuales.
- La valoración mala/muy mala aumentó para 2015 contra 2014 pero en 2016 se observa un descenso de 0,16 puntos porcentuales frente a 2015.

**GASTO TURÍSTICO**

**GASTO TURÍSTICO (€)**

	2014	2015	2016	VAR. TOTAL	VAR %
<b>Gasto turístico total</b>	3.673.858.801	4.057.706.036	4.757.690.029	699.983.993	17,25%
<b>Gasto turístico en origen</b>	2.495.234.082	2.833.313.826	3.386.797.496	553.483.670	19,53%
<b>Gasto turístico en destino</b>	1.178.624.720	1.224.392.210	1.370.892.532	146.500.322	11,97%

- El gasto turístico en Gran Canaria para el año 2016 se ha incrementado superando las cifras de los dos años anteriores.
- El gasto total, tanto en origen como en destino, aumentó en relación con 2015, prestando especial atención al aumento del gasto en origen, que registra la mayor variación porcentual.

	2014	2015	2016	VAR.TOTAL	VAR%
<b>Gasto medio total por turista</b>	1.128,65	1.215,91	1.203,24	-12,67	-1,04%
<b>Gasto medio en origen por turista</b>	759,75	843,29	850,13	6,84	0,81%
<b>Gasto medio en destino por turista</b>	368,9	372,62	353,11	-19,51	-5,24%

- Frente a los resultados del año 2015, el gasto por turista ha disminuido en 2016; no obstante, respecto a 2014 ha aumentado, excepto el gasto por turista en destino.

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

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	130,81	141,79	142,38
<b>En origen</b>	90,03	99,83	101,25
<b>En Gran Canaria</b>	40,77	41,95	41,13
<b>Extras alojamiento</b>	4,88	6	5,89
<b>Transporte público</b>	2	2,2	2,19
<b>Alquiler de vehículos</b>	1,18	1,16	1,28
<b>Compras alimenticias</b>	9,94	9,51	7,68
<b>Restaurantes</b>	10,24	9,86	10,92
<b>Souvenirs</b>	7,1	7,45	7,44
<b>Ocio</b>	3,82	3,98	3,93
<b>Otros conceptos</b>	1,61	1,79	1,81

- El gasto diario registrado al finalizar el año 2016 se sitúa en 142,38 euros, contabilizando un aumento de 0,59 euros sobre 2015.
- El aumento en gasto se debe principalmente al mayor gasto en origen.
- El resto de conceptos presentan disminuciones, salvando el alquiler de vehículos y el gasto en restaurantes, siendo los únicos dos aspectos que presentan pequeños crecimientos del gasto diario.

Nota. El gasto en Gran Canaria es el sumatorio de los gastos en alojamiento, transporte, alimentación, compras alimenticias, restaurantes, souvenirs, ocio y otros conceptos.

**GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN NACIONALIDADES. (Euros)**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total</b>	1.128,65	1.215,91	1.203,24
<b>Alemania</b>	1.308,86	1.376,11	1.423,04
<b>España</b>	736,65	757,76	808,9
<b>Holanda</b>	1.077,48	1.135,74	1.098,10
<b>Países Nórdicos</b>	1.173,71	1.290,37	1.247,54
<b>Reino Unido</b>	996,03	1.160,97	1.086,60
<b>Otros países</b>	1.255,11	1.311,74	1.309,56

- Los turistas alemanes incrementan su gasto total hasta alcanzar los 1.423,04 euros en 2016, manteniendo la tendencia alcista situándose en el máximo del período analizado.
- Los turistas españoles también experimentan aumentos durante los dos años, cerrando 2016 con su máximo en 808,9 euros.
- El resto de países sufre descensos en gasto entre 2016 y 2015, aunque superando los niveles de 2014.

**GASTO MEDIO POR PERSONA, POR TIPO DE ALOJAMIENTO. (Euros)**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total</b>	1.128,65	1.215,91	1.203,24
<b>Hotel 5 estrellas</b>	1.500,69	1.577,80	1.582,71
<b>Hotel 4 estrellas</b>	1.197,55	1.308,72	1.303,51
<b>Hotel 1,2,3 estrellas</b>	1.008,76	1.089,18	1.071,19
<b>Extrahotelero</b>	1.135,28	1.217,62	1.168,49
<b>Vivienda propia o casa de amigos/familiares</b>	743,32	729,57	732
<b>Otros</b>	1.172,27	1.234,74	1.216,62

- En los establecimientos hoteleros se realiza el mayor gasto, destacando los hoteles de 5 estrellas, seguidos de los de 4 estrellas.
- Los establecimientos hoteleros y extrahoteleros presentan disminuciones respecto al año 2015, menos los de 5 estrellas, que se mantienen con un aumento de 4,91 euros.
- La vivienda propia muestra un aumento de 2,43 euros respecto a 2015.
- Los otros alojamientos tienen una caída de 18,12 euros sobre el ejercicio anterior.

**GASTO MEDIO TOTAL, SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN. (Euros)**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total</b>	1.128,65	1.215,91	1.203,24
<b>Sólo vuelo</b>	926,25	981,29	940,01
<b>Vuelo y alojamiento</b>	1.179,61	1.283,51	1.204,21
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	1.257,85	1.333,51	1.302,47
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	1.379,51	1.435,81	1.459,92
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	1.323,36	1.292,19	1.287,59
<b>Vuelo, alojamiento y todo incluido</b>	1.162,18	1.224,74	1.208,31

- El mayor gasto total corresponde a los turistas que han elegido la modalidad de “Vuelo+alojamiento+media pensión”; el gasto de esta modalidad incrementa en 24,11 euros respecto a 2015.

- El resto de categorías sufren caídas en valores de gasto, destacando la modalidad “vuelo+alojamiento”, que reduce su gasto en 79,30 euros.

- En general todos los conceptos superan los valores del 2014 excepto el grupo “vuelo+alojamiento+pensión completa” que muestra una tendencia negativa.

**GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN EDAD Y GÉNERO. (Euros)**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Total</b>	1.128,65	1.215,91	1.203,24
<b>De 16 a 24 años</b>	931,87	1.012,04	935,28
Hombres	991,46	1.060,30	923,11
Mujeres	864,19	969,95	945,64
<b>De 25 a 44 años</b>	985,45	1.035,53	1.007,65
Hombres	1.020,66	1.052,27	1.031,06
Mujeres	947,74	1.017,03	981,02
<b>De 45 a 64 años</b>	1.202,54	1.269,28	1.258,62
Hombres	1.243,24	1.285,59	1.290,67
Mujeres	1.162,33	1.252,30	1.224,78
<b>Mayor de 64 años</b>	1.512,77	1.614,91	1.531,01
Hombres	1.512,62	1.704,76	1.615,69
Mujeres	1.512,88	1.525,83	1.452,32

- En 2016, el gasto medio por turista disminuye frente a 2015 en todos los grupos de edad; el grupo de mayor gasto son los visitantes mayores de 64 años, seguidos del colectivo de 45 a 64 años.

- En la totalidad de los grupos, el gasto medio total de los hombres supera al registrado por las mujeres.



**GranCanaria**  
*Patronato de Turismo*