

# PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA

PRIMER TRIMESTRE. 2015-2017.

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
ESTANCIA MEDIA	12
<b>DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	
VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS	14
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	15
<b>GASTO TURÍSTICO</b>	
GASTO TURÍSTICO TOTAL	17
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	18
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y NACIONALIDAD	19
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y TIPO DE ALOJAMIENTO	20
GASTO MEDIO TOTAL SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	21
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN EDAD Y GÉNERO	22

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Sexo

	2015	2016	2017
<b>Hombres</b>	48,86%	50,86%	51,33%
<b>Mujeres</b>	51,14%	49,14%	48,67%

- El porcentaje de hombres aumenta aproximadamente 0,47 puntos porcentuales hasta el 51,33%.
- Hay un crecimiento continuo del porcentaje de hombres.

### Edad

	2015	2016	2017
<b>De 16 a 24 años</b>	6,70%	6,00%	6,42%
<b>De 25 a 44 años</b>	29,29%	26,30%	30,94%
<b>Mayor de 44 años</b>	64,01%	67,69%	62,63%

- El grupo comprendido entre los 16 y 24 años de edad es el de menor presencia en Gran Canaria, aunque sube el porcentaje de visita para 2017.
- El perfil de 25 a 44 años es el segundo más representativo, aumenta aproximadamente en 5 puntos en 2017.
- Los mayores de 44 años reducen en 5,06 puntos porcentuales el resultado de 2016, pero continua siendo el mayor grupo de visitantes en la isla.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Ocupación

	2015	2016	2017
<b>Empresarios</b>	20,62%	19,63%	22,41%
<b>Funcionarios o cargos altos/medios</b>	34,70%	31,75%	34,73%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	13,87%	13,90%	12,50%
<b>Estudiantes, amas de casas o parados</b>	7,36%	7,06%	7,45%
<b>Jubilados</b>	23,45%	27,66%	22,91%

- El grupo de funcionarios o cargos medios/altos presenta la categoría de ocupación más abundante de los turistas en Gran Canaria, manteniéndose sobre el 34%.
- Le siguen los grupos de empresarios y funcionarios o empleados auxiliares, con un 22,41% y un 12,50%, respectivamente.
- Los jubilados descienden 4,75 puntos porcentuales respecto a 2016 y el grupo de estudiantes, parados o amas de casa permanece en el 7%.

**ANTES DEL VIAJE**

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2015	2016	2017
Sólo vuelo	10,73%	9,70%	10,17%
Vuelo y alojamiento	28,53%	26,74%	28,41%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	9,83%	9,84%	10,25%
Vuelo, alojamiento y media pensión	15,75%	20,40%	17,27%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	5,08%	4,45%	5,09%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	23,95%	24,72%	24,32%
<b>Alojamiento y otros conceptos</b>	0,22%	0,22%	0,43%
<b>No procede</b>	5,91%	3,93%	4,06%

- La opción “Vuelo+alojamiento” continúa siendo la más elegida, con un incremento de 1,07 puntos y cerrando 2017 con un 28,41%.
- “Vuelo+alojamiento+todo incluido” es lo segundo más seleccionado, se mantiene constante en un 24%.
- La categoría “Vuelo+alojamiento+media pensión” es la tercera opción, sufriendo ligeros incrementos y decrementos de un año a otro.
- “Vuelo+alojamiento+desayuno” permanece constante en torno a un 10% de elección, mientras que “Vuelo+alojamiento+pensión completa” se mantiene alrededor del 5%.

**COMPRA DEL VUELO**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>A un tour operador</b>	48,72%	48,88%	49,06%
<b>A la compañía aérea</b>	21,70%	22,46%	24,15%
<b>Agencias de Viajes</b>	17,14%	15,93%	14,57%
<b>Portal de Internet</b>	9,33%	10,55%	10,13%
<b>No lo sabe</b>	3,11%	2,17%	2,08%

- Para los turistas, la compra del vuelo a través de tour operador continúa siendo la primera opción, manteniendo una cuota aproximada del 49%.
- Las agencias de viaje reducen importancia cayendo en 1,93 puntos porcentuales de 2016, a 2017.
- La compra directa a la compañía aérea aumenta en 2017 un 1,69% frente a 2016 a pesar de que entonces creció en 0,70 puntos respecto a 2015.
- La compra a través de portales de Internet se mantiene constante sobre el 10%.

**COMPRA DEL ALOJAMIENTO**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>A un tour operador</b>	47,34%	46,72%	46,04%
<b>Al alojamiento</b>	12,43%	13,42%	12,51%
<b>Agencias de Viajes</b>	16,40%	16,65%	15,24%
<b>Portal de Internet</b>	13,11%	13,56%	15,22%
<b>No lo sabe</b>	3,47%	2,63%	3,48%
<b>No le hacía falta</b>	7,25%	7,03%	7,51%

-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 46%.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, con valores inferiores al año precedente, y una caída de 1,41 puntos porcentuales en 2017 frente al 2016.

-La compra de alojamiento en portales de Internet aumenta 1,66 puntos porcentuales respecto a 2016.

-Por su parte, la compra directa del alojamiento presenta una ligera caída de 1,01 puntos porcentuales respecto a 2016, manteniendo una cuota del 12,51%.

## MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO

TOP 5	2015	2016	2017
1	Clima o sol	Clima o sol	Clima o sol
2	Tranquilidad, descanso, relax	Tranquilidad, descanso, relax	Tranquilidad, descanso, relax
3	Playas	Playas	Playas
4	Paisajes	Paisajes	Paisajes
5	Precio	Seguridad	Seguridad

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 tranquilidad y playas, respectivamente.
- El cuarto motivo son los paisajes.
- La seguridad empieza a cobrar importancia en el quinto lugar de razones por las que visitar la isla en el periodo analizado, en los correspondientes a 2016 y 2017.

**DURANTE LA ESTANCIA**

**TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Hotelero</b>	50,58%	55,58%	52,08%
<b>Extrahotelero</b>	36,47%	33,10%	34,36%
<b>Viviendas propias y otros alojamientos</b>	12,95%	11,32%	13,57%

- Las cuotas del alojamiento hotelero disminuyen pero sigue siendo la principal opción de hospedaje; le sigue el alojamiento extrahotelero, que aumenta su cuota en 1,26 puntos porcentuales.
- La modalidad de vivienda propia y otros alojamientos aumenta en 2,25 puntos porcentuales.

**ESTANCIA MEDIA**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>TOTAL PAÍSES</b>	10,95	10,8	10,06
<b>Alemania</b>	11,02	12,03	10,3
<b>España</b>	6,96	6,72	6,8
<b>Holanda</b>	11,74	10,03	9
<b>Países Nórdicos</b>	12,14	11,77	11,29
<b>Reino Unido</b>	8,95	8,42	8,06
<b>Otros países</b>	11,15	11,48	11,09

- La estancia media en Gran Canaria en el primer trimestre de 2017 refleja una caída respecto a los años anteriores.
- Los nórdicos tienen la mayor estancia media, pese a mostrar una ligera reducción respecto a 2016.

**DESPUÉS DE LA ESTANCIA**

## VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2015	2016	2017
1	Servicios de taxi	Clima	Clima
2	Hospitalidad	Servicios de taxi	Hospitalidad
3	Trato en el alojamiento	Hospitalidad	Servicios de taxi
4	Seguridad	Trato en el alojamiento	Trato en el alojamiento
5	Trato del personal en restaurantes	Seguridad	Seguridad
<b>Valoración media del destino</b>	<b>7,68</b>	<b>8,01</b>	<b>7,93</b>

- La media del destino registra en 2017 una valoración en aspectos y servicios de 7,93 puntos, inferior a la obtenida en 2016.
- Podemos observar que los aspectos más valorados coinciden con el año 2016.

## SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

AÑOS	2015	2016	2017
Muy buena/Buena	89,55%	93,38%	93,72%
Normal	9,61%	6,33%	5,55%
Mala/Muy mala	0,85%	0,29%	0,73%

- La satisfacción del cliente que visita Gran Canaria es, en su amplia mayoría, muy buena o buena para toda la serie, a pesar de que en 2015 esta categoría sufre un descenso; la valoración positiva en 2017 si mantiene en el 93% del total de valoraciones.
- Por otro lado, se reduce quienes valoran la satisfacción como normal, obteniendo en 2017 un 5,55%.
- La valoración mala/muy mala aumentó en 2017 un 0,44%, si bien se mantiene inferior al 1%.

**GASTO TURÍSTICO**

**GASTO TURÍSTICO (€)**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>VAR. TOTAL</b>	<b>VAR %</b>
<b>Gasto turístico total</b>	1.169.211.882	1.391.684.776	1.532.936.023	141.251.247	10,15%
<b>Gasto turístico en origen</b>	814.120.746	995.995.427	1.091.434.574	95.439.147	9,58%
<b>Gasto turístico en destino</b>	355.091.136	395.689.349	441.501.449	45.812.100	11,58%

- El gasto turístico en Gran Canaria para el primer trimestre de 2017 se ha incrementado superando las cifras de los dos años anteriores.
- El gasto total, tanto en origen como en destino, aumentó en relación con 2016; prestando especial atención al aumento del gasto en destino, que registra la variación porcentual mayor.

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>VAR.TOTAL</b>	<b>VAR%</b>
<b>Gasto medio total por turista</b>	1.268,96	1.326,32	1.348,67	22,35	1,69%
<b>Gasto medio en origen por turista</b>	877,64	942,2	953,64	11,44	1,21%
<b>Gasto medio en destino por turista</b>	391,32	384,12	395,03	10,91	2,84%

- Frente a los resultados del año 2016, el gasto por turista ha aumentado en 2017, tanto en origen como en destino.
- El gasto en destino se incrementa en mayor proporción.

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	139,63	145,86	156,8
<b>En origen</b>	100,01	105,74	112,44
<b>En Gran Canaria</b>	39,62	40,12	44,36
<b>Extras alojamiento</b>	4,98	5,57	6,4
<b>Transporte público</b>	1,96	2,02	2,12
<b>Alquiler de vehículos</b>	1,03	1,23	1,47
<b>Compras alimenticias</b>	10,28	8,82	8,22
<b>Restaurantes</b>	9,57	11,28	13,59
<b>Souvenirs</b>	7,12	6,5	7,01
<b>Ocio</b>	3,15	3,05	3,82
<b>Otros conceptos</b>	1,53	1,65	1,72

- El gasto diario registrado el primer trimestre de 2017 se sitúa en 156,8 euros, contabilizando un aumento de 10,94 euros respecto a 2016.
- El gasto aumenta en origen (6,7 euros) y en destino (4,24 euros).
- Todos los conceptos tienen incrementos, salvo las compras alimenticias que se reducen ligeramente.

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>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.268,96	1.326,32	1.348,67
<b>Alemania</b>	1.411,74	1.606,56	1.571,89
<b>España</b>	638,85	739,59	823,93
<b>Holanda</b>	1.284,50	1.272,71	1.211,70
<b>Países Nórdicos</b>	1.304,40	1.272,91	1.418,23
<b>Reino Unido</b>	1.152,97	1.191,08	1.117,36
<b>Otros países</b>	1.367,36	1.524,98	1.450,86

- Todos, excepto Holanda y Reino Unido, presentan un gasto total por turista superior al primer trimestre de 2015.
- Respecto a 2016 todos, excepto España y Países Nórdicos, disminuyen su gasto total por turista.
- Destacar sobre el primer trimestre de 2016, la reducción del gasto total por turista procedente de Reino Unido (-73,72 euros) así como el aumento que presentan los Países Nórdicos (145,32 euros).

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.268,96	1.326,32	1.348,67
<b>Hotel 5 estrellas</b>	1.594,71	1.684,00	1.721,71
<b>Hotel 4 estrellas</b>	1.381,92	1.384,71	1.472,43
<b>Hotel 1,2,3 estrellas</b>	1.170,78	1.245,60	1.202,43
<b>Extrahotelero</b>	1.276,59	1.349,82	1.330,33
<b>Vivienda propia o casa de amigos/familiares</b>	747,03	683,77	806,39
<b>Otros</b>	1.218,84	1.245,08	1.389,58

- 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 aumentos respecto al año 2016.
- Las viviendas propias y otros alojamientos sufren incrementos respecto al 2016, siendo esta última categoría la más destacada por un aumento de 144,5 euros sobre 2016.

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.268,96	1.326,32	1.348,67
<b>Sólo vuelo</b>	1.167,92	1.020,35	1.043,43
<b>Vuelo y alojamiento</b>	1.367,07	1.366,19	1.416,82
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	1.371,73	1.316,78	1.383,81
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	1.486,31	1.515,21	1.611,82
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	1.297,56	1.438,34	1.466,18
<b>Vuelo, alojamiento y todo incluido</b>	1.252,40	1.390,02	1.358,82

- El mayor gasto total corresponde a los turistas que han elegido la modalidad de “Vuelo+alojamiento+media pensión”; respecto a 2016 ha aumentado el valor en 96,61 euros.
- Todas las categorías, excepto “Vuelo+alojamiento y todo incluido”, aumentan en valores de gasto.

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.268,96	1.326,32	1.348,67
<b>De 16 a 24 años</b>	872,64	843,16	888,83
<b>Hombres</b>	939,22	796,31	920,36
<b>Mujeres</b>	809,18	881,74	862,5
<b>De 25 a 44 años</b>	1.016,90	1.016,18	1.043,28
<b>Hombres</b>	999,03	1.037,43	1.099,30
<b>Mujeres</b>	1.033,92	992,04	979,59
<b>De 45 a 64 años</b>	1.275,46	1.330,45	1.404,08
<b>Hombres</b>	1.259,72	1.353,03	1.486,02
<b>Mujeres</b>	1.291,27	1.306,13	1.323,26
<b>Mayor de 64 años</b>	1.716,79	1.708,90	1.793,61
<b>Hombres</b>	1.720,62	1.802,72	1.811,19
<b>Mujeres</b>	1.713,45	1.620,33	1.773,52

- 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*