

# PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA

## INFORME ANUAL. 2018.



<b>ÍNDICE</b>	<b>Página</b>
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>	
EDAD Y GÉNERO	3
SITUACIÓN LABORAL	4
TIPO DE ACOMPAÑANTE	5
ACOMPAÑADOS DE MENORES DE 13 AÑOS	6
<b>ANTES DEL VIAJE</b>	
CANALES DE INFORMACIÓN POR PAÍS DE RESIDENCIA	8
IMPORTANCIA EN LOS ASPECTOS DE ELECCIÓN DEL DESTINO	9
<b>DURANTE LA ESTANCIA</b>	
ESTANCIA MEDIA POR PAÍS DE RESIDENCIA	12
ACTIVIDADES REALIZADAS EN GRAN CANARIA POR PAÍS DE RESIDENCIA	13
NÚMERO DE HORAS DIARIAS FUERA DEL ALOJAMIENTO POR PAÍS DE RESIDENCIA	14
USO HECHO AL SMARTPHONE O TABLET POR PAÍS DE RESIDENCIA	15
<b>DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	
CALIFICACIÓN DE LA EXPERIENCIA	17
<b>GASTO TURÍSTICO</b>	
GASTO TURÍSTICO TOTAL POR CONCEPTOS	19
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y SEGÚN PAQUETE TURÍSTICO	20
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y NOCHE Y PAÍS DE RESIDENCIA	21
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA SEGÚN EDAD Y GÉNERO	22

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Sexo

	1 <sup>er</sup> Trim.	2 <sup>o</sup> Trim.	3 <sup>er</sup> Trim.	4 <sup>o</sup> Trim.	Anualidad
Hombres	50,56%	50,88%	48,59%	50,28%	50,10%
Mujeres	49,44%	49,12%	51,41%	49,72%	49,90%

- Se observa que el porcentaje de hombres es mayor al de mujeres en el primer, segundo y cuarto trimestre, en un 1%, mientras que, para el tercer trimestre, el porcentaje de mujeres es mayor al de hombres.

- En 2018 la diferencia entre el conjunto de hombres y mujeres es mínima (0,1%).

### Edad

	1 <sup>er</sup> Trim.	2 <sup>o</sup> Trim.	3 <sup>er</sup> Trim.	4 <sup>o</sup> Trim.	Anualidad
De 16 a 44 años	35,93%	47,63%	58,34%	38,82%	44,27%
Mayor de 44 años	64,07%	52,37%	41,66%	61,18%	55,73%

- Durante los meses de invierno (1er, 2<sup>o</sup> y 4<sup>o</sup> trimestre) predominan los mayores de 44 años, 64,07%, 52,37% y 61,18% respectivamente. En cambio, durante el 3er trimestre, el grupo más destacado es el comprendido entre los 16 y 44 años, con una cuota del 58,34%.

- Para el año 2018, la distribución de los turistas por edades queda de la siguiente manera: los comprendidos entre los 16 y 44 años representan el 44,27% de los turistas, mientras que los mayores de 44 años representan el 55,73% de los turistas.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Situación laboral

	1 <sup>er</sup> Trim.	2 <sup>o</sup> Trim.	3 <sup>er</sup> Trim.	4 <sup>o</sup> Trim.	Anualidad
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	45,98%	56,25%	61,92%	52,05%	53,43%
Empresarios con o sin asalariados	22,22%	19,33%	18,83%	22,54%	20,94%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	5,21%	6,84%	10,73%	4,64%	6,65%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	25,62%	16,18%	7,79%	19,73%	17,95%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	0,97%	1,41%	0,72%	1,04%	1,02%

- El grupo de asalariados, con ayudas de negocios familiares o con prácticas remuneradas presentan la categoría de situación laboral más abundante de los turistas en Gran Canaria, el 53,43%.

- Le siguen empresarios con o sin asalariados y jubilados, prejubilados o que han cesado su actividad laboral, con un 20,94% y un 17,95%, respectivamente.

- Los estudiantes, desempleados o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes y otros tipos de inactividad son los menos predominantes, representando únicamente el 6,65% y el 1,02%, respectivamente.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Tipo de acompañante

	1 <sup>er</sup> Trim.	2 <sup>o</sup> Trim.	3 <sup>er</sup> Trim.	4 <sup>o</sup> Trim.	Anualidad
Solo	10,70%	11,25%	9,32%	12,23%	10,92%
Pareja	54,56%	50,50%	46,93%	49,39%	50,49%
Hijos	12,97%	17,31%	23,31%	17,92%	17,67%
Otros familiares	9,16%	10,54%	10,93%	11,68%	10,56%
Amigos o conocidos	11,24%	9,12%	8,40%	7,48%	9,08%
Otros acompañantes	1,38%	1,27%	1,11%	1,30%	1,27%

- Si nos fijamos en la distribución según el tipo de acompañante con el que han acudido a Gran Canaria, por trimestres, podemos observar que se mantienen prácticamente constantes durante todos los períodos.
- Los turistas predominantes son los que vienen acompañados de sus parejas, que representan prácticamente el 50%; y cuya cuota aumenta en el primer trimestre, hasta el 54%.
- Le siguen aquellos que vienen acompañados de sus hijos, el 17%. Muestran una clara estacionalidad, siendo mayor en los meses de verano llegando hasta el 23%.
- Por debajo se encuentran tanto los que vienen solos como los que vienen acompañados de otros familiares, 10,92% cada categoría; y los que vienen acompañados de amigos o conocidos, 9,08%.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Acompañados de menores de 13 años

	1 <sup>er</sup> Trim.	2 <sup>o</sup> Trim.	3 <sup>er</sup> Trim.	4 <sup>o</sup> Trim.	Anualidad
Menores de 0 a 2 años	14,20%	12,65%	8,62%	9,63%	10,92%
Menores de 3 a 12 años	74,58%	77,87%	86,17%	83,08%	81,12%
Menores de 0-2 y 3-12	11,22%	9,49%	5,21%	7,29%	7,96%

- La categoría de menores que predomina durante todo el año, son los comprendidos entre los 3 y los 12 años, llegando a representar el 81%.

- El grupo de acompañantes menores de 13 años, comprendido entre los 0 y los 2 años, representan prácticamente el 11%.

- Por último, se encuentran aquellos que son menores, por debajo de los 0 a los 12 años, que únicamente constituyen el 7,96%.

**ANTES DEL VIAJE**

### Canales de información según país de residencia

	Alemania	Reino Unido	España	Otros países	Total
Visitas anteriores	27,63%	30,05%	26,60%	31,14%	29,57%
Amigos o familiares	12,99%	13,22%	24,19%	15,11%	15,22%
Internet o redes sociales	28,25%	32,98%	30,98%	31,04%	30,75%
Touroprador o agencias de viaje	19,33%	14,18%	9,10%	13,42%	14,53%
Otros canales	11,80%	9,58%	9,14%	9,28%	9,93%

- Los principales canales de información utilizados por los turistas para elegir Gran Canaria como destino son Internet o redes sociales y visitas realizadas anteriormente, con cuotas del 30,75% y el 29,57% respectivamente.

- En menor medida, se encuentran las recomendaciones de amigos o familiares y de touroperadores o agencias de viaje, alcanzando cuotas del 15,22% y del 14,53% respectivamente.

## Importancia de los aspectos de elección

TOP 5 Factores	Mucho	Bastante	Algo	Nada
1	Clima	Precio	Oferta cultural	Red de senderos
2	Seguridad	Entorno ambiental	Patrimonio histórico	Ocio nocturno
3	Mar	Tranquilidad	Exotismo	Patrimonio histórico
4	Tranquilidad	Gastronomía	Oferta comercial	Oferta comercial
5	Playas	Viaje sencillo	Autenticidad	Exotismo

Durante el último año, los factores que más han importado a los turistas a la hora de elegir Gran Canaria como destino son:

- Entre los factores que importan Mucho destacan el clima, la seguridad, el mar, la tranquilidad y las playas.
- En el segundo caso, factores que importan Bastante, se encuentran el precio, el entorno ambiental, la tranquilidad, la gastronomía y la sencillez del viaje.
- En cambio, entre los aspectos que importan Algo o Nada, están la oferta cultural, el patrimonio histórico, el exotismo, la autenticidad, la red de senderos o el ocio nocturno.

**DURANTE LA ESTANCIA**

## Estancia media según país de residencia

	1er Trim.	2º Trim.	3er Trim.	4º Trim.	Anualidad
Alemania	11,99	10,23	10,37	9,95	10,66
Reino Unido	8,72	8,51	9,12	8,08	8,60
España	7,03	6,69	8,57	7,05	7,45
Otros países	11,29	10,35	10,62	10,25	10,63
Total	9,97	8,93	9,55	8,78	9,32

- La estancia media total se situó en 9,32 días para 2018.
- En el caso de los alemanes, la estancia media aumentó con respecto a la media total 1,34 días. Destacar, el caso del primer trimestre, donde la estancia media alcanzó los 11,99 días.
- Los británicos para 2018 tuvieron una estancia media de 8,6 días, es decir, 0,72 días por debajo de la media.
- A su vez, los turistas nacionales alcanzaron una estancia media 1,87 días menos que la media total.

## Actividades del turista en Gran Canaria según país de residencia

	Alemania	Reino Unido	España	Otros países	Total
Playa	81,43%	67,43%	69,75%	69,72%	71,94%
Piscina, instalaciones del hotel	43,69%	73,22%	39,98%	62,50%	57,27%
Pasear, callejear	50,52%	74,93%	75,04%	72,91%	68,51%
Recorrer la isla por su cuenta	48,64%	35,51%	50,88%	43,54%	44,19%
Excursiones organizadas	18,73%	15,91%	6,34%	13,10%	14,00%
Excursiones marítimas/ observación de cetáceos	13,07%	14,86%	4,93%	9,10%	10,50%
Observación astronómica	4,00%	1,60%	2,68%	2,67%	2,78%
Museos, exposiciones, centros culturales	8,95%	6,15%	13,94%	7,97%	8,64%
Bodegas, mercadillos, fiestas populares	10,10%	8,43%	13,59%	11,41%	10,85%
Degustar gastronomía canaria o productos locales	30,95%	20,24%	36,18%	19,28%	24,29%
Parques de ocio o de atracciones	10,62%	14,27%	9,10%	11,39%	11,44%
Ocio nocturno, conciertos, espectáculos	16,69%	24,79%	19,82%	17,20%	18,81%
Tratamiento de belleza y de salud	5,76%	6,37%	3,76%	6,71%	6,05%
Actividades deportivas	15,90%	10,75%	12,20%	12,33%	12,83%
Actividades de naturaleza	11,76%	4,22%	9,07%	8,24%	8,41%
Actividades en el mar	14,21%	10,19%	7,11%	6,75%	9,11%

## Actividades del turista en según país de residencia

- Las principales actividades realizadas por los turistas durante su estancia en Gran Canaria son ir a la playa (72%), pasear, callejear (68,5%), utilizar la piscina e instalaciones del hotel (57%) y recorrer la isla por su cuenta (44%).
- En lo que respecta al turista alemán, las principales actividades realizadas son: playa (81%), pasear, callejear (50,5%) y recorrer la isla por su cuenta (49%). El peso de la playa es especialmente alto frente a otros orígenes.
- En el caso de los británicos son: Pasear, callejear (75%), estar en la piscina e instalaciones del hotel (73%) y la playa (67%).
- En cuanto a los turistas españoles, las actividades que llevaron a cabo principalmente fueron pasear, callejear (75%), playa (70%) y recorrer la isla por su cuenta (51%), un dato este último

## Número de horas diarias fuera del alojamiento según país de residencia

	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
De 0 a 3 horas	18,74%	9,07%	24,97%	17,94%	18,24%
De 4 a 8 horas	53,58%	32,67%	47,39%	45,73%	46,10%
De 9 a 12 horas	22,10%	36,65%	20,33%	26,34%	25,64%
Más de 12 horas	5,58%	21,60%	7,32%	9,98%	10,02%

- Durante 2018 y teniendo en cuenta al total de los turistas, estos principalmente pasaron fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas al día, un 46%. No obstante, destacar que el 10% reconoció pasar fuera del establecimiento más de 12 horas al día.

- En cuanto al turista alemán, principalmente estuvieron fuera entre 4 y 8 horas (54%) o entre 9 y 12 horas (22%).

- En el caso de los británicos, pasaron fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas (47%) o entre 0 y 3 horas (25%).

- En cuanto a los turistas nacionales, destacar que pasaron fuera del alojamiento entre 9 y 12 horas diarias (37%) o de 4 a 8 horas, un 33% de estos.

## Uso hecho al smartphone o tablet según país de residencia

	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	Total
Consultar planos, mapas, localizaciones o rutas	54,87%	62,74%	44,60%	53,39%	53,34%
Consultar información sobre el destino y la oferta	42,77%	30,85%	36,85%	40,62%	39,14%
Compartir información, imágenes o vídeos del viaje	50,21%	43,84%	48,94%	51,57%	49,77%
Otras	26,96%	24,79%	29,18%	32,25%	29,52%

- El principal uso que se le ha dado al *smartphone* o *tablet* por parte de los turistas ha sido: consultar planos, mapas, localizaciones o rutas (53%) y compartir información, imágenes o vídeos del viaje (50%).

Atendiendo a las distintas nacionalidades, todos siguen la tendencia general, variando la intensidad:

- Los británicos: un 49% para compartir información, imágenes o vídeos del viaje y un 45% para consultar planos, mapas, localizaciones o rutas.
- Los alemanes: un 55% para consultar planos, mapas, localizaciones o rutas y un 50% para compartir información, imágenes o vídeos del viaje.
- Los nacionales: un 63% para consultar planos, mapas, localizaciones o rutas y un 44% para compartir información, imágenes o vídeos del viaje.

**DESPUÉS DE LA ESTANCIA**

## Calificación de la experiencia

	1er Trim.	2º Trim.	3er Trim.	4º Trim.	Anualidad
Mejor de lo que esperaba	33,77%	38,45%	40,81%	36,78%	37,19%
A la altura de lo que esperaba	63,86%	59,32%	55,24%	60,78%	60,10%
Peor de lo que esperaba	2,37%	2,23%	3,94%	2,44%	2,72%

- La calificación de la experiencia en la isla para los turistas es a la altura de los que esperaban, con una cuota del 60%. Siendo mayor dicha calificación durante el primer trimestre del año.
- Únicamente, un 3% de los turistas califica su experiencia como peor de lo que esperaba. Aunque cabe mencionar, que dicha calificación aumenta hasta el 4% durante el tercer trimestre.
- Por último, el 37% afirma que su experiencia en Gran Canaria fue mejor de lo que esperaba, que aumenta hasta el 41% en los meses de verano.

**GASTO TURÍSTICO**

### Gasto turístico total según conceptos (euros)

	1 <sup>er</sup> Trim.	2 <sup>o</sup> Trim.	3 <sup>er</sup> Trim.	4 <sup>o</sup> Trim.	Total
<b>TOTAL</b>	1.389.295.008,30	922.589.083,11	1.093.764.220,00	1.301.495.864,80	4.707.144.176,10
<b>ALOJAMIENTO</b>	<b>650.890.664,01</b>	<b>399.173.386,04</b>	<b>431.694.147,44</b>	<b>575.551.446,23</b>	<b>2.057.309.643,70</b>
Gasto principal del alojamiento	633.641.022,65	391.032.497,49	422.292.837,58	561.563.255,99	2.008.529.613,70
Extras de alojamiento	17.249.641,36	8.140.888,57	9.401.309,87	13.988.190,23	48.780.030,03
<b>TRANSPORTE NACIONAL / INTERNACIONAL</b>	<b>335.483.635,23</b>	<b>260.794.882,01</b>	<b>337.664.487,65</b>	<b>366.730.834,05</b>	<b>1.300.673.838,90</b>
<b>TRANSPORTE LOCAL</b>	<b>79.706.232,40</b>	<b>40.443.347,94</b>	<b>57.414.499,48</b>	<b>63.174.072,47</b>	<b>240.738.152,29</b>
<b>ALIMENTACIÓN</b>	<b>227.455.726,27</b>	<b>129.960.289,09</b>	<b>150.751.026,60</b>	<b>195.839.123,12</b>	<b>704.006.165,08</b>
Restaurantes, cafeterías	137.663.349,77	80.706.956,97	90.188.813,94	124.762.750,73	433.321.871,41
Supermercados	89.792.376,51	49.253.332,11	60.562.212,66	71.076.372,39	270.684.293,67
<b>RECREACIÓN, CULTURA Y ACTIVIDADES DEPORTIVAS</b>	<b>33.480.090,79</b>	<b>31.496.719,21</b>	<b>41.434.069,13</b>	<b>36.425.948,75</b>	<b>142.836.827,88</b>
<b>COMPRAS</b>	<b>51.914.184,75</b>	<b>56.101.978,80</b>	<b>67.500.118,63</b>	<b>53.498.979,16</b>	<b>229.015.261,34</b>
<b>OTROS</b>	<b>10.364.474,79</b>	<b>4.618.480,01</b>	<b>7.305.871,00</b>	<b>10.275.461,00</b>	<b>32.564.286,80</b>

- En 2018 el gasto turístico en Gran Canaria, teniendo en cuenta los diferentes conceptos, alcanzó la cifra de 4.707.144.176 euros. Siendo el primer y el cuarto trimestre cuando éste fue mayor.

- Los conceptos de alojamiento y transporte nacional/internacional fueron donde más se gastó, llegando hasta el 44% y 28% del gasto turístico total.

### Gasto medio por persona (euros)

	Gasto por turista	Gasto por turista y noche
TOTAL	1.230,59	143,21
<b>ALOJAMIENTO</b>	<b>537,84</b>	<b>62,31</b>
Gasto principal del alojamiento	525,09	60,82
Extras de alojamiento	12,75	1,49
<b>TRANSPORTE NACIONAL / INTERNACIONAL</b>	<b>340,04</b>	<b>40,24</b>
<b>TRANSPORTE LOCAL</b>	<b>62,94</b>	<b>7,81</b>
<b>ALIMENTACIÓN</b>	<b>184,05</b>	<b>20,43</b>
Supermercados	70,77	6,9
Restaurantes, cafeterías	113,28	13,54
<b>RECREACIÓN, CULTURA Y ACT.DEPORTIVAS</b>	<b>37,34</b>	<b>4,54</b>
<b>COMPRAS</b>	<b>59,87</b>	<b>7,04</b>
<b>OTROS</b>	<b>8,51</b>	<b>0,84</b>

- El gasto medio por persona registrado en 2018 se sitúa en 1.230,59 euros, siendo el gasto por turista y día de 143,21 euros.
- El alojamiento y el transporte al destino son los elementos clave, con 537,84 y 340,04 euros de gasto medio por turista. En conjunto, suponen más del 71% del gasto per cápita, llegando al 86% si sumamos el peso de la alimentación (supermercados, restaurantes, cafeterías)

### Gasto medio por turista y noche según país de residencia (euros)

	<b>Alemania</b>	<b>España</b>	<b>Holanda</b>	<b>Países Nórdicos</b>	<b>Reino Unido</b>	<b>Otros países</b>	<b>TOTAL</b>
Gasto por persona	1.358,54	787,13	1.198,24	1.444,82	1.134,39	1.241,75	1.230,59
Gasto por persona y noche	140,82	126,47	139,84	157,90	141,63	143,34	143,21

- Países Nórdicos y Alemania presentan un gasto por turista superior a la media total, un 17,4% y un 10,4%, respectivamente.

A continuación, estarían Holanda, Reino Unido y el mercado nacional.

### Gasto medio total por turista por edad y sexo. (euros)

	<b>Gasto</b>
<b>De 16 a 44 años</b>	1.097,16
Hombres	1.083,68
Mujeres	1.110,97
<b>Mayor de 44 años</b>	1.336,56
Hombres	1.347,07
Mujeres	1.326,19
<b>Total</b>	1.231,59
Hombres	1.229,28
Mujeres	1.231,90

- El grupo de mayor gasto es el colectivo de mayores de 44 años, con una diferencia superior al 20% sobre el colectivo de 16 a 44 años.
- El gasto medio total de las mujeres es ligeramente superior al de los hombres, especialmente en el caso de las personas de 16 a 44 años.



**GranCanaria**  
*Patronato de Turismo*