

Perfil del turista en Gran Canaria

Informe anual 2019



ÍNDICE	Página
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	3
Según país de residencia	
Edad y género	
Situación laboral	
Nivel de ingresos	
Tipo de acompañante	
Acompañados menores de 13 años	
ANTES DEL VIAJE	9
Antelación en la reserva del viaje	
Canales de información por país de residencia	
Propósito y motivación del viaje	
Importancia en los aspectos de elección del destino	
DURANTE LA ESTANCIA	14
Estancia media por país de residencia	
Actividades realizadas en Gran Canaria por país de residencia	
Número de horas diarias fuera del alojamiento por país de residencia	
Uso hecho al Smartphone o Tablet por país de residencia	
DESPUÉS DE LA ESTANCIA	19
Calificación de la experiencia	
GASTO TURÍSTICO	21
Gasto turístico total por mercados	
Gasto medio total por persona y noche y país de residencia	
Gasto medio total desglosado por persona	
Gasto medio por persona según edad	

Sección 1

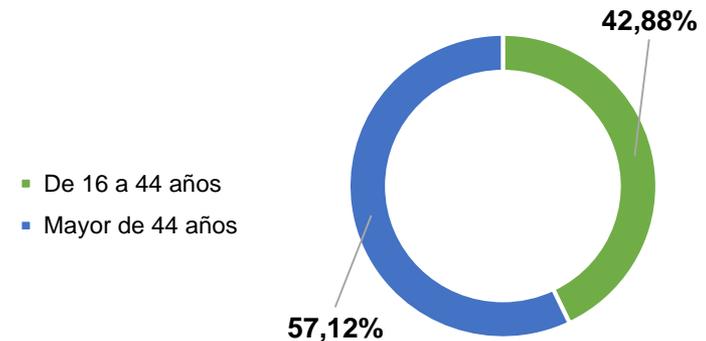
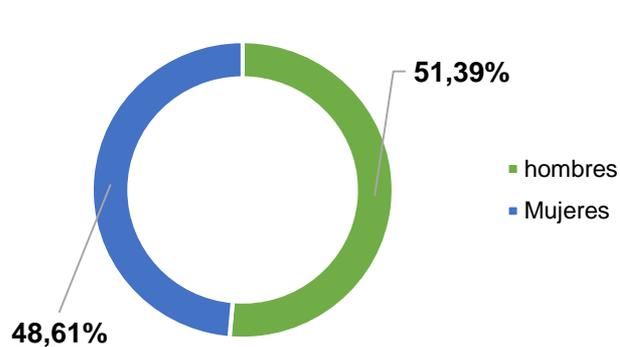
Perfil sociodemográfico

Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

Según sexo y grupo de edad

Sexo	2018	2019	Var. (%)
Hombres	50,10%	51,39%	-0,82%
Mujeres	49,90%	48,61%	-5,83%

Grupo de edad	2018	2019	Var. (%)
De 16 a 44 años	44,27%	42,88%	-6,34%
Mayor de 44 años	55,73%	57,12%	-0,92%



La distribución entre el sexo de los visitantes es muy equitativa, siendo la cuota de los hombres, 51,39%, un poco superior al de las mujeres.

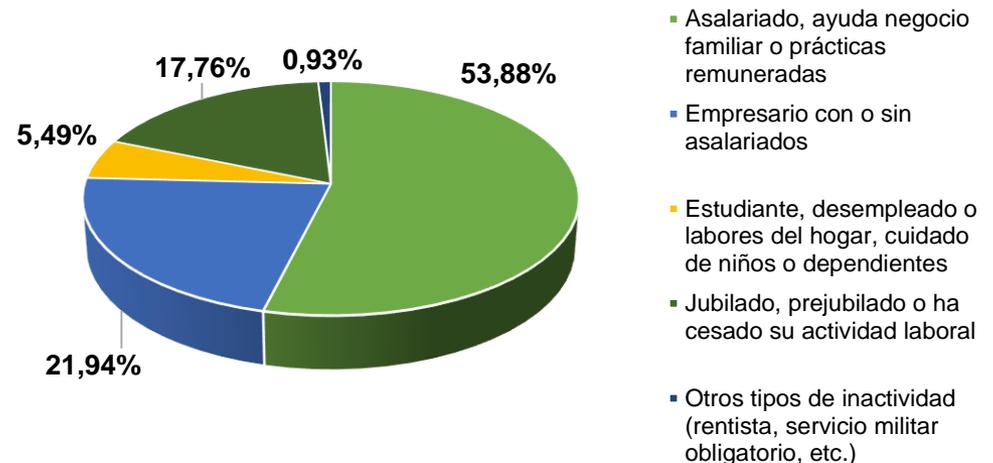
En cuanto a las edades de los turistas, los comprendidos entre 16 y 44 años representan el 42,88%, disminuyendo un 6,34% respecto al año anterior, mientras que los mayores de 44 años alcanzan el 57,12% de los turistas, con una ligera caída del 0,92%.

Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

Según situación laboral

Situación laboral	2018	2019	Var. 18-19 (%)
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	53,43%	53,88%	-2,51%
Empresario con o sin asalariados	20,94%	21,94%	1,28%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	6,65%	5,49%	-20,16%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	17,95%	17,76%	-4,35%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	1,02%	0,93%	-12,18%

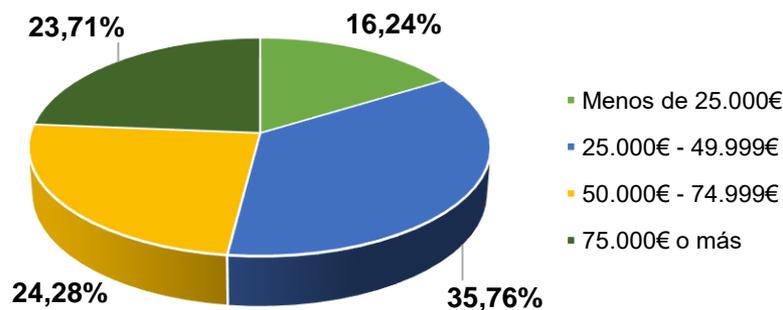
- La categoría de turistas asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas sigue siendo la predominante, representando un 53,88%.
- En general, todos los grupos experimentan una caída frente al año 2018, excepto el grupo de “empresarios” los cuales aumentan ligeramente un 1,28%. Destacar que, el grupo de “Estudiantes, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes” ha sufrido una fuerte disminución del 20,16%.



Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

Situación nivel de ingresos

Nivel de ingresos	2018	2019	Var. 18-19 (%)
Menos de 25.000€	16,70%	16,24%	-5,94%
25.000€ - 49.999€	35,48%	35,76%	-2,55%
50.000€ - 74.999€	25,80%	24,28%	-9,00%
75.000€ o más	22,02%	23,71%	4,09%



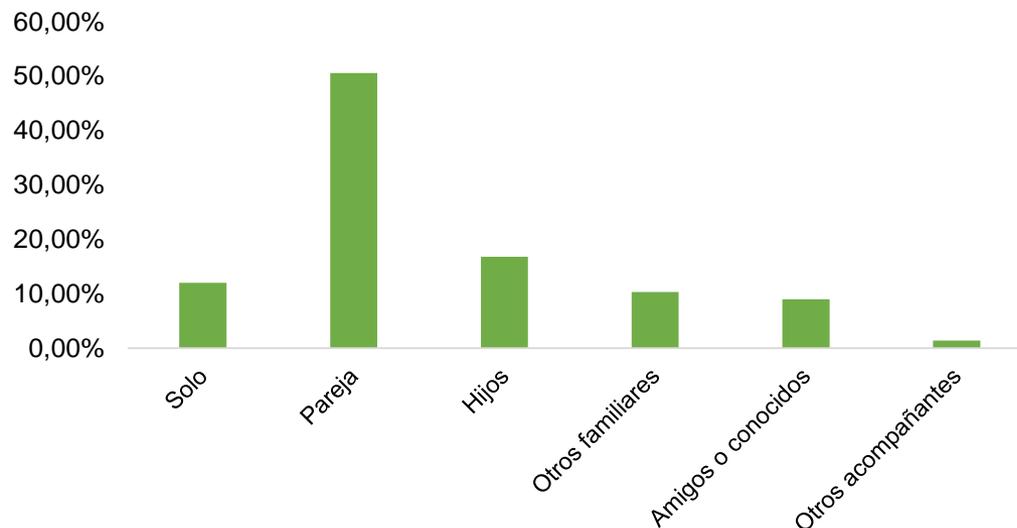
Podemos observar como el nivel de ingresos de los turistas que llegan a Canarias está bastante dividido. Los turistas con una renta entre 25.000€ - 49.999€ son los que más visitan las islas, con un 35,76%, seguidos de los que ingresan entre 50.000€ - 74.999€. Entre ambos grupos acumulan más del 60% del total.

Por otro lado, mientras todos los grupos han sufrido una caída con respecto al año anterior, aquellos que ingresan 75.000€ o más han aumentado un 4,09% en Gran Canaria.

Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

Según tipo de acompañante

Tipo de acompañante	2018	2019	Var. 18-19 (%)
Solo	10,92%	12,00%	4,75%
Pareja	50,49%	50,57%	-4,53%
Hijos	17,67%	16,79%	-9,45%
Otros familiares	10,56%	10,28%	-7,21%
Amigos o conocidos	9,08%	8,99%	-5,68%
Otros acompañantes	1,27%	1,38%	3,37%



Si nos fijamos en la distribución según el tipo de acompañante, observamos que las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla, con un 50,57%, seguidos de los que vienen acompañados con hijos, 16,79%. Además, destacar que, frente a la caída del resto de grupos, aquellos turistas que vienen en solitario han aumentado en un 4,75%.

Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria

Acompañados de menores de 13 años

Tipo de acompañante	2018	2019	Var. 18-19 (%)
CON NIÑOS	19,27%	17,71%	-9,52%
Menores de 0-2 años	1,81%	1,56%	-14,96%
Menores de 3-12 años	15,83%	14,77%	-8,19%
Menores de 0-2 y 3-12 años	1,63%	1,38%	-16,46%
SIN NIÑOS	80,73%	82,29%	0,30%



Observamos como en el 2019 el 17,71% de los turistas que visitaron Gran Canaria viajaron con niños, lo que supone una caída de más del 9 y medio con respecto al año anterior.

Si nos fijamos en los turistas que viajan con niños (17,71%), la categoría de menores que predomina es la comprendida entre los 3 y 12 años, llegando a representar el 14,77%. Mientras que los grupos de menores entre 0 y 12 años y los menores de 0-2 y 3-12 años, representan el 1,56% y 1,38%, respectivamente.

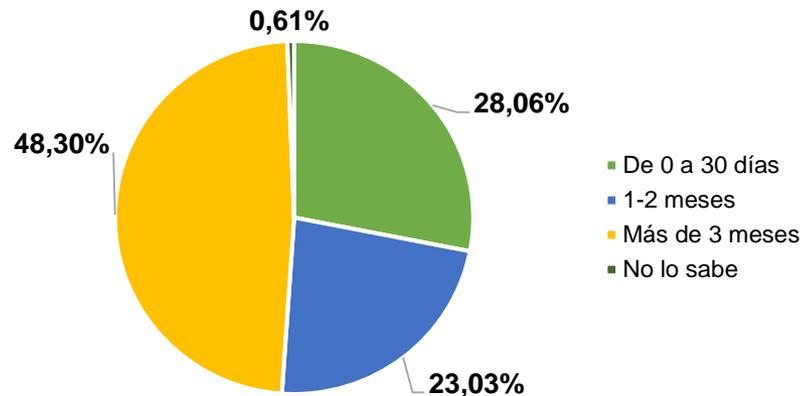
Sección 2

Antes del viaje

Antes del viaje

Antelación en la reserva del viaje

Antelación en la organización del viaje	2018	2019	Var. 18-19 (%)
De 0 a 30 días	27,08%	28,06%	0,20%
1-2 meses	23,74%	23,03%	-6,20%
Más de 3 meses	48,60%	48,30%	-3,93%
No lo sabe	0,58%	0,61%	1,44%



En el 2019, casi la mitad de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de más de 3 meses (48,30%), seguidos de los que organizan su visita de 0 a 30 días antes, con un 28,06%.

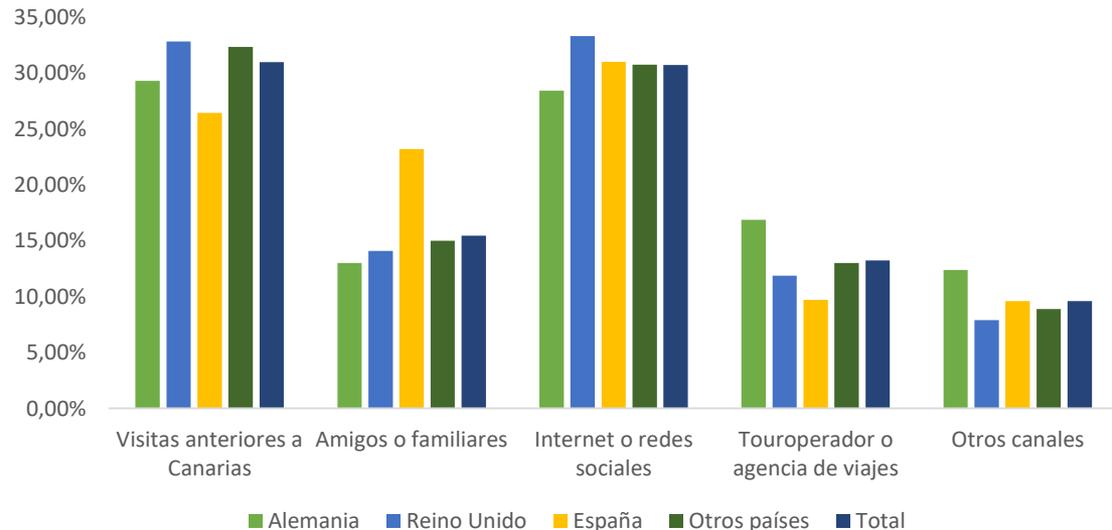
Antes del viaje

Canales de información según país de residencia

Canales de información	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Visitas anteriores a Canarias	27,63%	29,30%	30,05%	32,83%	26,60%	26,45%	31,14%	32,34%	29,57%	30,98%
Amigos o familiares	12,99%	13,02%	13,22%	14,10%	24,19%	23,21%	15,11%	15,00%	15,22%	15,45%
Internet o redes sociales	28,25%	28,43%	32,98%	33,30%	30,98%	31,00%	31,04%	30,75%	30,75%	30,74%
Touroprador o agencia de viajes	19,33%	16,86%	14,18%	11,87%	9,10%	9,73%	13,42%	13,01%	14,53%	13,24%
Otros canales	11,80%	12,39%	9,58%	7,90%	9,14%	9,61%	9,28%	8,90%	9,93%	9,59%

Los principales canales de información utilizados por los turistas para elegir Gran Canaria como destino son las visitas anteriores a la isla e internet o redes sociales, con cuotas del 30,98% y 30,74%, respectivamente.

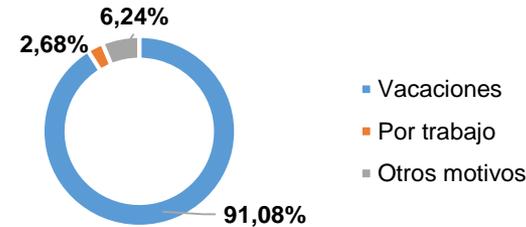
En el caso concreto de España, los amigos o familiares también suponen un importante canal de información, alcanzando el 23,21% frente a cuotas de entre el 13% y el 15% que alcanzan el resto de países en esta categoría.



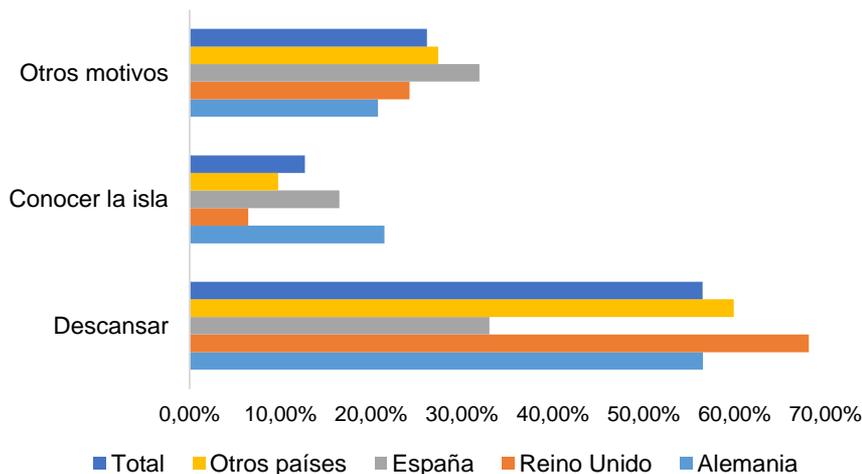
Antes del viaje

Propósito del viaje y motivación principal para las vacaciones

Propósito del viaje	Total	
	2018	2019
Vacaciones	91,37%	91,08%
Por trabajo	2,02%	2,68%
Otros motivos	6,61%	6,24%



Motivación de sus vacaciones	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Descansar	53,30%	56,51%	64,86%	68,18%	34,23%	33,00%	55,01%	59,93%	53,71%	56,47%
Conocer la isla	24,32%	21,44%	7,48%	6,47%	17,74%	16,51%	12,12%	9,77%	14,76%	12,69%
Otros motivos	20,91%	20,73%	26,08%	24,21%	34,28%	31,93%	30,73%	27,37%	28,13%	26,12%



Observamos que el motivo principal de los turistas para venir a Gran Canaria son las vacaciones, alcanzando el 91,08%.

Dentro del motivo vacacional, el 56,47% lo hacen sobre todo para descansar.

Se pueden distinguir ciertas diferencias entre los grupos. Las cuotas de descanso de los alemanes y los británicos son del 56,51% y 68,18%, respectivamente. Por otro lado, solo el 6,47% de los británicos lo hacen para explorar la isla mientras que el 21,44% de los alemanes lo hacen por este mismo motivo.

En cambio, la motivación de los visitantes españoles está mas repartida entre el descanso, 33%, el conocimiento de la isla, 16,51% y otros motivos, 31,93%.

Antes del viaje

Importancia de los aspectos de elección

Posición	Top 10 factores que importan “Mucho”	% de turistas
1º	Clima	81,08%
2º	Seguridad	48,25%
3º	Mar	48,03%
4º	Tranquilidad	44,94%
5º	Playas	43,98%
6º	Oferta alojativa	40,76%
7º	Pertenece a Europa	36,57%
8º	Precio	33,83%
9º	Viaje sencillo	33,65%
10º	Paisajes	29,41%

Posición	Top 10 factores que importan “Nada”	% de turistas
1º	Red de senderos	47,28%
2º	Ocio nocturno	46,93%
3º	Patrimonio histórico	32,64%
4º	Oferta comercial	29,65%
5º	Exotismo	28,55%
6º	Oferta cultural	27,8%
7º	Autenticidad	15,17%
8º	Posibilidades de diversión	14,27%
9º	Gastronomía	13,51%
10º	Viaje sencillo	11,71%

Los cuadros anteriores nos muestran el porcentaje de turistas según la importancia que le dan, “mucho” o “nada”, a los distintos factores que les llevan a elegir Gran Canaria como destino.

Entre los factores que importan “mucho”, encontramos, encabezando la lista, el clima, seguido de la seguridad, el mar y la tranquilidad.

En cambio, entre los aspectos que les importan “nada”, se hayan la red de senderos, el ocio nocturno y el patrimonio histórico.

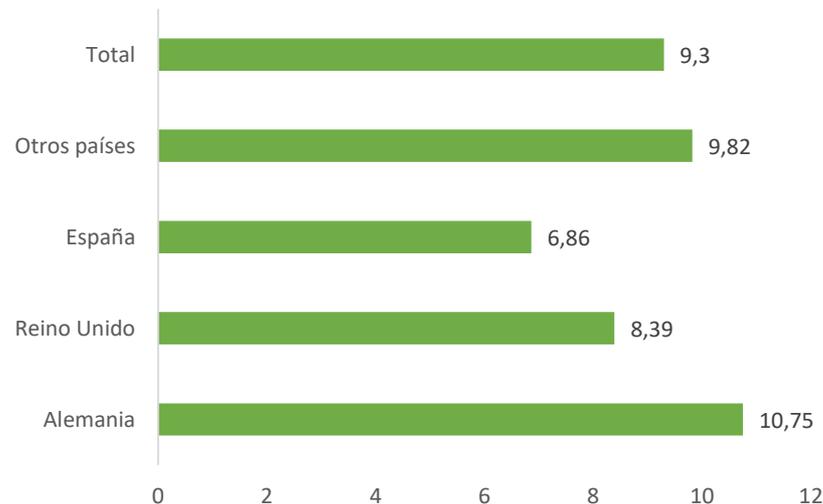
Sección 3

Durante la estancia

Durante la estancia

Estancia media según países de residencia

Estancia media	2018	2019	Var. 18-19 (%)
Alemania	11,16	10,75	-3,67%
Reino Unido	8,51	8,39	-1,41%
España	7,49	6,86	-8,41%
Otros países	10,56	9,82	-7,01%
Total	9,92	9,3	-6,25%



La estancia media total en 2019 se situó en 9,3 días, lo que supone una caída del 6,25% con respecto al año anterior.

Observamos que los turistas alemanes siguen siendo los que pasan de media, más días en la isla (10,75 días), lo que supone 2,36 días más que los británicos (8,39 días). Por otro lado, los visitantes españoles, pasan una media de 6,86 días en Gran Canaria.

En general, vemos que la estancia media de todas las categorías ha disminuido, destacando la caída de los españoles.

Durante la estancia

Estancia media según alojamientos

Estancia media	2018	2019	Var. 18-19 (%)
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	8,71	8,46	-2,87%
Hotel de 4 estrellas	8,41	8,01	-4,76%
Hotel de 1, 2, 3 estrellas	8,54	8,55	0,12%
Apartahotel o villa turística	10,61	10,29	-3,02%
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping...)	10,16	9,05	-10,93%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	15,47	12,53	-19,00%
Vivienda propia o amigos/ familiares	13,08	11,13	-14,91%
Total	9,92	9,3	-6,25%

Si nos fijamos en la estancia media según el tipo de alojamiento elegido, podemos apreciar como todas las categorías han disminuido con respecto al 2018 a excepción de los hoteles de 1,2 y 3 estrellas, cuya estancia media aumenta un ligero 0,12%, alcanzando los 8,55 días.

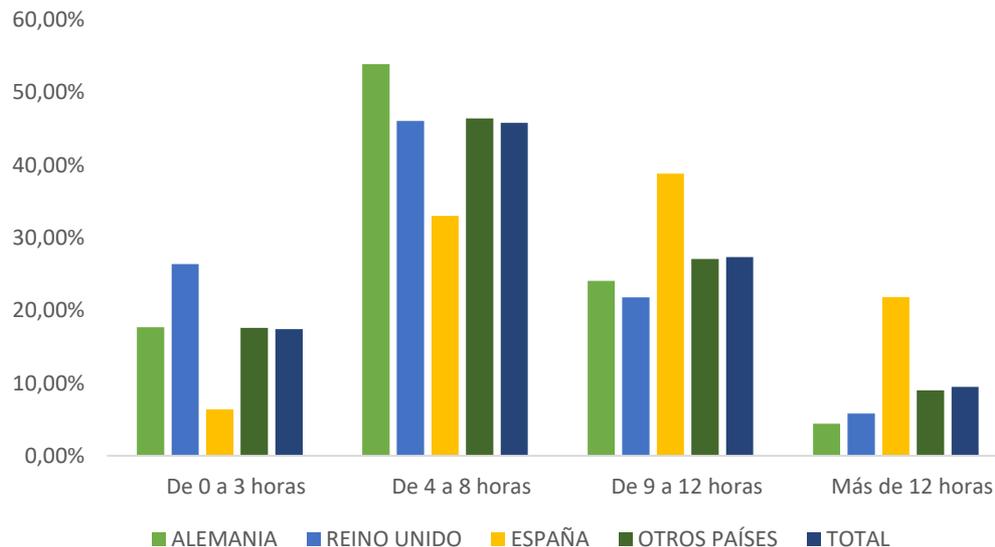
La categoría más castigada por la disminución de la estancia media de los turistas es la de viviendas/habitaciones alquiladas a particulares (-19%), además de otros establecimientos colectivos (-10,93%).

En cuanto al sector hotelero, aparte del aumento de los hoteles de 1-3 estrellas, vemos que los hoteles de 4 estrellas sufren una mayor caída que los hoteles de 5 estrellas y 5GL, 4,76% y 2,87% respectivamente.

Durante la estancia

Horas diarias fuera del alojamiento según país de residencia

Horas diarias fuera del alojamiento	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
De 0 a 3 horas	18,74%	17,70%	24,97%	26,37%	9,07%	6,38%	17,94%	17,57%	18,24%	17,42%
De 4 a 8 horas	53,58%	53,88%	47,39%	46,05%	32,67%	32,99%	45,73%	46,38%	46,10%	45,81%
De 9 a 12 horas	22,10%	24,03%	20,33%	21,76%	36,65%	38,82%	26,34%	27,07%	25,64%	27,32%
Más de 12 horas	5,58%	4,39%	7,32%	5,82%	21,60%	21,82%	9,98%	8,97%	10,02%	9,45%



Si nos fijamos en los datos totales, podemos apreciar como los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas diarias, alcanzando un 45,81%. No obstante, destacar que el 27,32% lo hicieron entre 9 y 12 horas diarias.

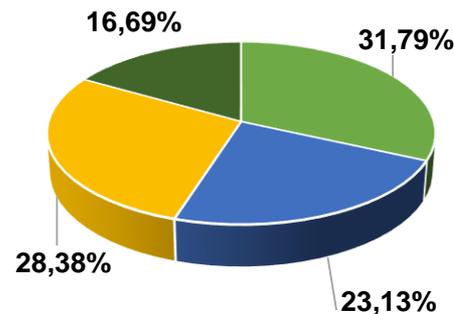
Además, los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, superando el 21% en la categoría de más de 12 horas. En contraposición, los visitantes británicos son los que menos horas diarias pasan fuera del alojamiento, con una cuota del 26,37% en el intervalo de 0 a 3 horas diarias.

Durante la estancia

Uso del Smartphone o tablet

Uso de internet	Total	
	2018	2019
Si	90,46%	92,42%
No	9,54%	7,58%

Uso de Smartphone o tablet	2018	2019	Var. 18-19 (%)
Consultar planos, mapas, localizaciones o rutas	31,05%	31,79%	1,08%
Consultar información sobre el destino y la oferta	22,78%	23,13%	0,25%
Compartir información, imágenes o vídeos del viaje	28,98%	28,38%	-3,29%
Otras	17,19%	16,69%	-4,09%



- Consultar planos, mapas, localizaciones o rutas
- Consultar información sobre el destino y la oferta
- Compartir información, imágenes o vídeos del viaje
- Otras

Observamos, por un lado, que el 92,42% de los turistas afirman haber hecho uso de internet mediante smartphones o tablets durante su estancia en la isla.

Por otro lado, vemos que los visitantes han destinado el uso de internet a distintos motivos como consultar planos, mapas o localizaciones, 31,79%, compartir información o imágenes del móvil, 28,38%, o consultar información sobre el destino y la oferta de la isla, un 23,13%.

Sección 4

Después de la estancia

Después de la estancia

Valoración media de la satisfacción del viaje y calificación de la experiencia

País de residencia	2018	2019	Var. 18-19
Alemania	8,44	8,64	0,2
Reino Unido	8,82	8,85	0,03
España	8,5	8,58	0,08
Otros países	8,45	8,58	0,13
Total	8,52	8,64	0,12

En cuanto al nivel de satisfacción del viaje a la isla, podemos observar que todos puntúan su satisfacción por encima de 8 puntos, siendo los turistas británicos los que quedan más satisfechos con una puntuación de 8,85 puntos, seguidos de los alemanes con 8,64 puntos.

Además, destacar que la satisfacción de los visitantes ha aumentado con respecto al pasado año tanto en términos generales, 0,12 puntos, como por categorías.

Calificación de la experiencia	Alemania		Reino Unido		España		Otros países		Total	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Mejor de lo que esperaba	37,97%	41,82%	42,57%	44,69%	36,13%	40,61%	34,98%	37,31%	37,19%	40,09%
A la altura de lo que esperaba	60,90%	56,85%	54,76%	53,35%	60,07%	56,18%	61,82%	60,29%	60,10%	57,69%
Peor de lo que esperaba	1,13%	1,34%	2,67%	1,96%	3,80%	3,21%	3,21%	2,40%	2,72%	2,23%

Más del 57% de los visitantes, afirman que el viaje a Gran Canaria estuvo a la altura de lo que esperaban, mientras que el 2,23% dicen haber tenido una experiencia peor de la esperada. Las cifras son similares cuando nos fijamos en los turistas según su país de residencia, encontrando el menor valor en cuanto a un “peor viaje de los esperado” entre los visitantes alemanes, 1,34%.

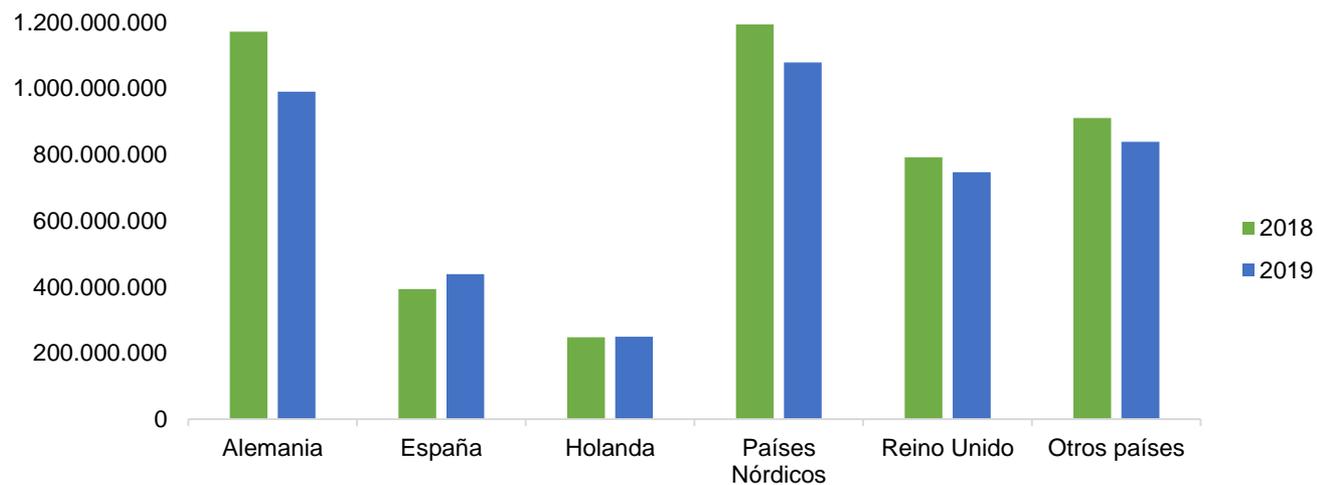
Sección 5

Gasto turístico

Gasto turístico

Gasto total por mercados (euros)

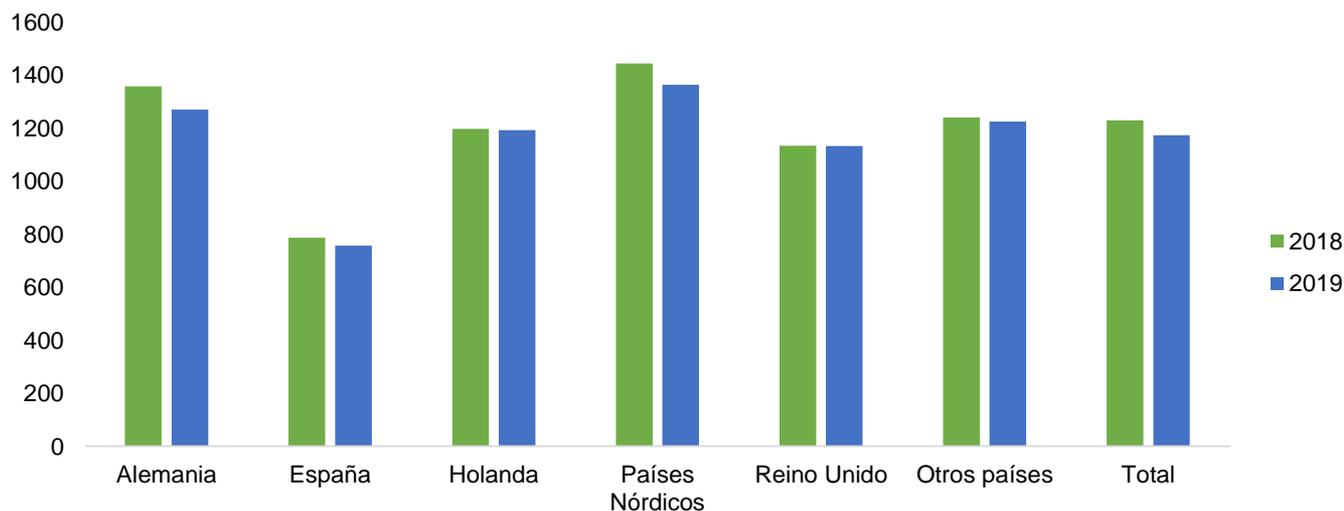
País	2018	2019	Variación total	Var. (%)
Alemania	1.171.204.289,50	989.645.046,67	-181.559.242,83	-15,50%
España	393.567.017,84	438.073.294,80	44.506.276,96	11,31%
Holanda	247.727.190,51	249.190.329,55	1.463.139,04	0,59%
Países Nórdicos	1.193.764.221,60	1.078.457.322,40	-115.306.899,20	-9,66%
Reino Unido	791.002.976,90	746.714.202,83	-44.288.774,07	-5,60%
Otros países	909.878.479,72	837.941.310,79	-71.937.168,93	-7,91%
Total	4.707.144.176,10	4.340.021.507,00	-367.122.669,10	-7,80%



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

Gasto por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
2018	1.358,54	787,13	1.198,24	1.444,82	1.134,39	1.241,75	1.230,59
2019	1.270,87	757,93	1.192,88	1.364,55	1.133,96	1.225,62	1.173,57
Variación total	-87,67	-29,20	-5,36	-80,27	-0,43	-16,13	-57,02
Var. (%)	-6,45%	-3,71%	-0,45%	-5,56%	-0,04%	-1,30%	-4,63%

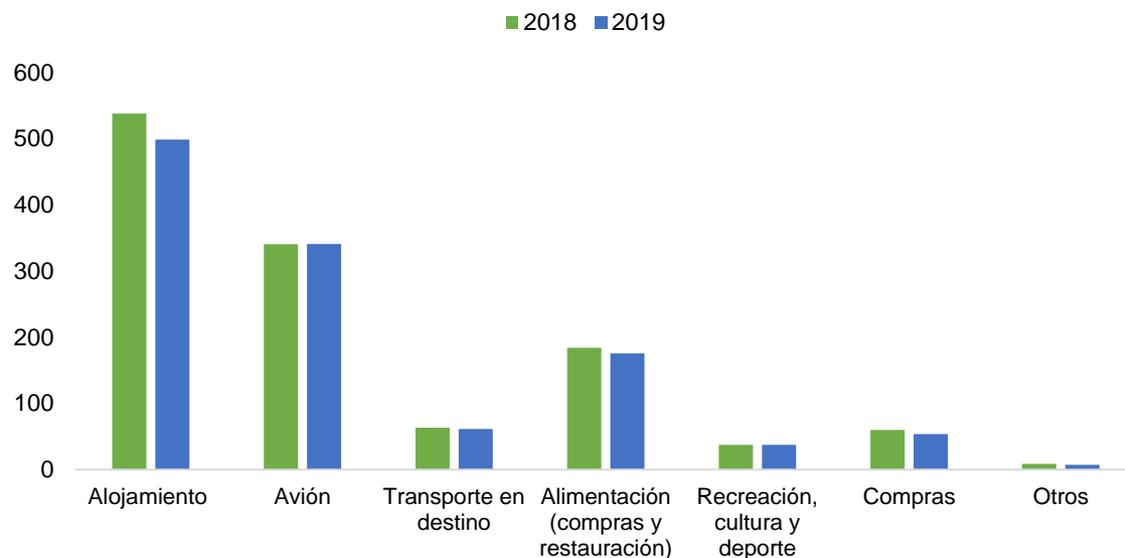
Gasto diario por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
2018	140,82	126,47	139,84	157,90	141,63	143,34	143,21
2019	133,49	127,96	136,58	154,89	143,98	145,91	141,54
Variación total	-7,33	1,49	-3,26	-3,01	2,35	2,57	-1,67
Var. (%)	-5,21%	1,18%	-2,33%	-1,91%	1,66%	1,79%	-1,17%



Gasto turístico

Gasto medio desglosado por turista en Gran Canaria

Gasto desglosado	2018	2019	Variación total	Var. (%)
Alojamiento	537,84	498,6	-39,24	-7,30%
Transporte nacional/internacional	340,04	340,74	0,7	0,21%
Transporte en destino	62,94	61,18	-1,76	-2,80%
Alimentación (compras y restauración)	184,05	175,19	-8,86	-4,81%
Recreación, cultura y deporte	37,34	37,05	-0,29	-0,78%
Compras	59,87	53,52	-6,35	-10,61%
Otros	8,51	7,29	-1,22	-14,34%
Total	1.230,59	1.173,57	-57,02	-4,63%



En general, el gasto medio por turista ha disminuido un 4,63%, siendo las compras la categoría más castigada con una caída superior al 10%. La disminución en el gasto en alojamiento se debe principalmente a la caída de la estancia media.

A pesar de la disminución del gasto, el alojamiento y el transporte siguen siendo donde los turistas destinan la mayor parte de los gastos durante el viaje, representando más del 70% del gasto medio total.

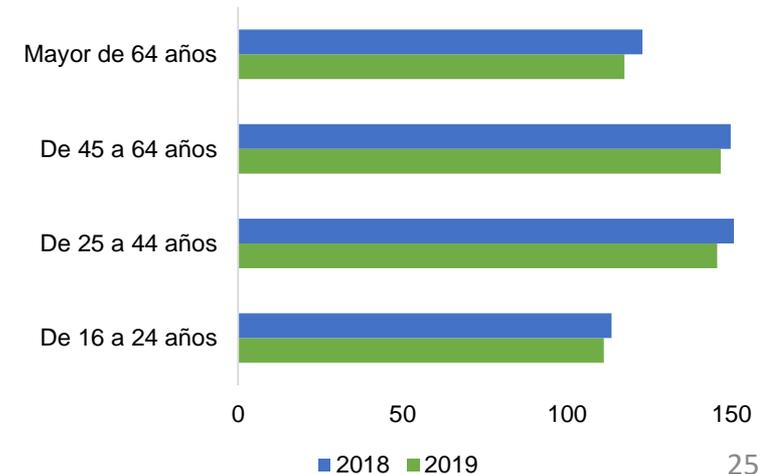
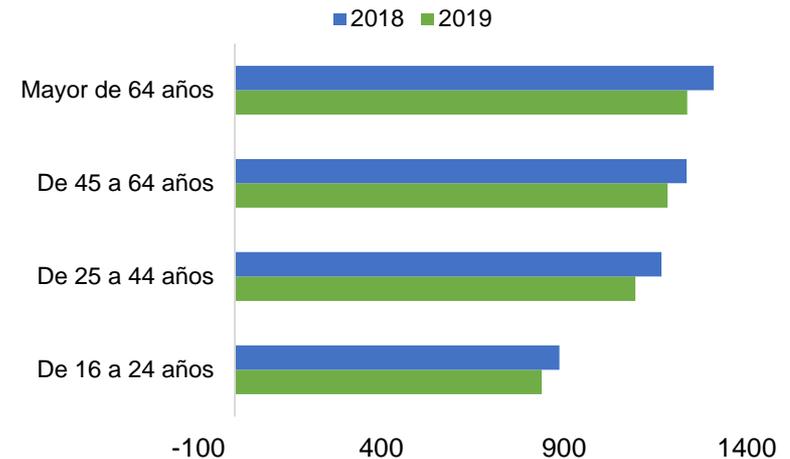
Después de la estancia

Gasto por turista según la edad

Gasto por turista	2018	2019	Var. 18-19
Total grupo de edades	1.195,70	1.135,58	-5,03%
De 16 a 24 años	888,04	839,15	-5,51%
De 25 a 44 años	1.167,47	1.095,65	-6,15%
De 45 a 64 años	1.236,28	1.183,75	-4,25%
Mayor de 64 años	1.310,29	1.237,40	-5,56%

Observamos una caída del gasto en todas las franjas de edad. Al mismo tiempo, aquellos turistas mayores de 64 años siguen siendo los que mas gasto realizan durante el viaje a Gran Canaria. Apreciamos que existe un mayor nivel de gasto a medida que aumenta la edad del turista.

Gasto por turista y día	2018	2019	Var. 18-19
Total grupo de edades	143,59	138,88	-3,28%
De 16 a 24 años	113,58	111,16	-2,13%
De 25 a 44 años	152,19	145,68	-4,28%
De 45 a 64 años	149,77	146,68	-2,06%
Mayor de 64 años	122,95	117,49	-4,44%





GranCanaria
Patronato de Turismo