

Perfil del turista en Gran Canaria

Informe 2023



Fuente: *ISTAC – Encuesta sobre el gasto turístico*

ÍNDICE

SECCIÓN 1: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	3
Edad y sexo	
Situación laboral	
Nivel de ingresos	
Tipo de acompañante y acompañados menores de 13 años	
SECCIÓN 2: ANTES DEL VIAJE	9
Antelación en la reserva del viaje	
Canales de información según país de residencia	
Propósito y motivación del viaje	
Importancia de los aspectos de elección del destino	
Predisposición a elegir opciones mas sostenibles al reservar	
Predisposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono	
SECCIÓN 3: DURANTE LA ESTANCIA	15
Estancia media según país de residencia y tipo de alojamiento	
Número de horas diarias fuera del alojamiento por país de residencia	
SECCIÓN 4: DESPUÉS DE LA ESTANCIA	20
Satisfacción y calificación de la experiencia	
SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO	22
Gasto total por mercados	
Gasto medio por turista según país de residencia	
Gasto medio desglosado	

Sección 1

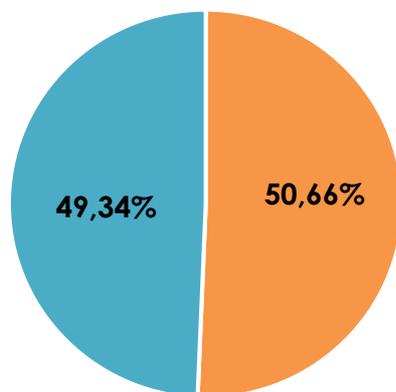
Perfil sociodemográfico

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

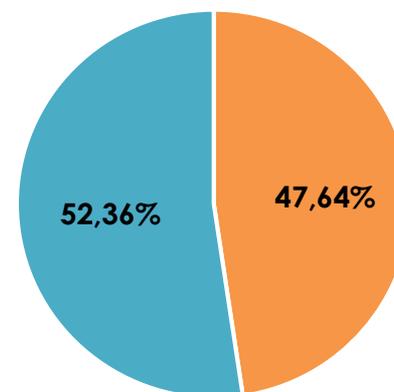
Según sexo y edad

Sexo	2019	2023	Var. (%)
Hombres	51,29%	50,66%	-0,31%
Mujeres	48,71%	49,34%	2,22%

Grupo de edad	2019	2023	Var. (%)
De 16 a 44 años	42,88%	47,64%	12,08%
Mayor de 44 años	57,07%	52,36%	-7,46%



■ Hombres ■ Mujeres



■ De 16 a 44 años ■ Mayor de 44 años

La distribución entre el sexo de los visitantes es muy equitativa, siendo la cuota de hombres ligeramente superior a la de las mujeres.

En cuanto a la distribución de las edades de los turistas, los mayores de 44 años son mayoría, si bien, para el año 2023 presenta una caída de del 7,466% respecto al año 2019.

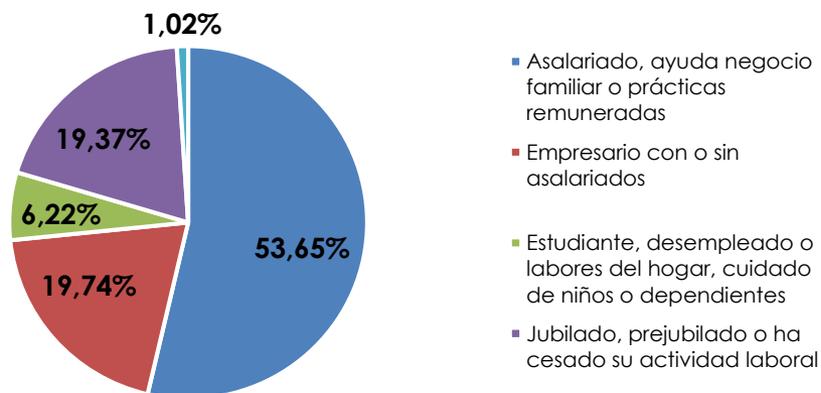
1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según situación laboral

Situación laboral	2019	2023	Var. % 19-23 del total de turistas
Asalariado, ayuda negocio familiar o prácticas remuneradas	53,90%	53,65%	0,45%
Empresario con o sin asalariados	21,87%	19,74%	-8,89%
Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes	5,53%	6,22%	13,48%
Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral	17,79%	19,37%	9,91%
Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)	0,92%	1,02%	12,65%

La categoría de turistas asalariados, trabajadores en negocio familiar o con prácticas remuneradas sigue siendo la predominante, con una cuota del **53,65%**, algo menor que en 2019.

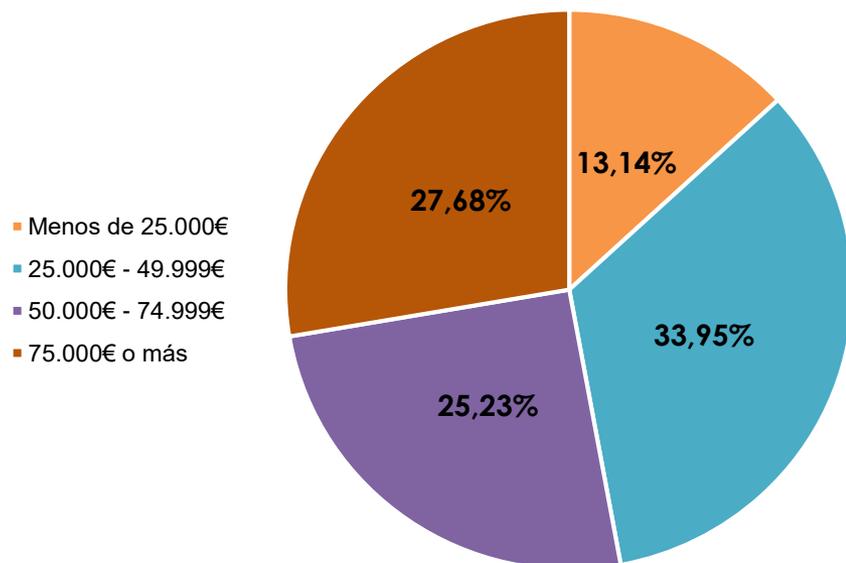
En general, todos los grupos experimentan un incremento frente al año 2019, excepto el grupo de **“empresario con o sin asalariados”** que presenta una caída del **-8,89%**.



1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según nivel de ingresos

Nivel de ingresos	2019	2023	Var. % 19-23 del total de turistas
Menos de 25.000€	16,26%	13,14%	-18,45%
25.000€ - 49.999€	35,99%	33,95%	-4,78%
50.000€ - 74.999€	24,29%	25,23%	4,83%
75.000€ o más	23,46%	27,68%	19,06%



Como en años anteriores, el nivel de ingresos de los turistas que llegan a Gran Canaria está bastante dividido entre los grupos con un nivel de ingresos igual o superior a 25.000€.

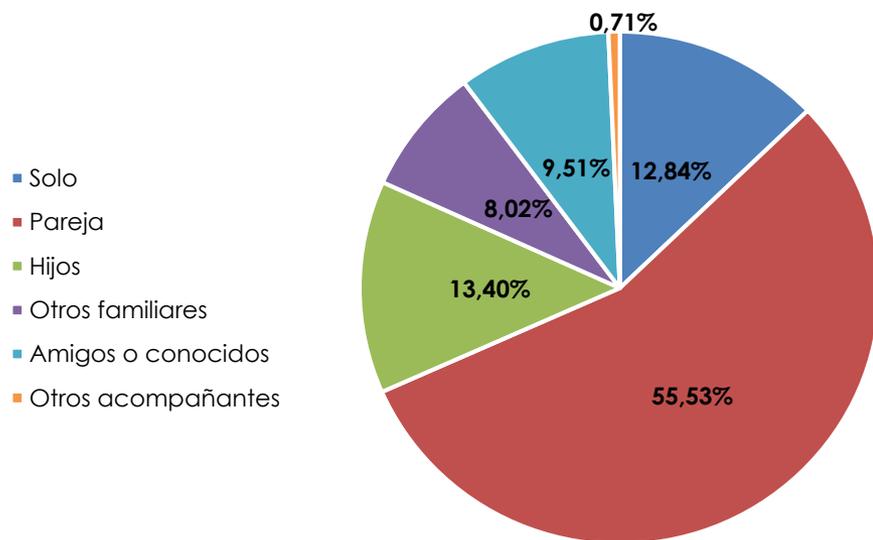
Los turistas con una renta entre **25.000€ - 49.999€** son los que más visitan la isla, con un **33,95%** de cuota, seguidos de los que ingresan entre **50.000€ y 79.999€**, que representan un **25,23%** del total. Entre ambos grupos acumulan más del 45% del total.

Por otro lado, los grupos que más ingresan han aumentado respecto a 2019, aquellos que ingresan entre **50.000€ - 74.999€** han aumentado un 4,83% y los que ingresan **75.000€ o más** han aumentado un 19,06% en Gran Canaria.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según tipo de acompañante

Tipo de acompañante	2019	2023	Var. % 19-23 del total de turistas
Solo	12,42%	12,84%	3,38%
Pareja	50,20%	55,53%	10,62%
Hijos	16,62%	13,40%	-19,37%
Otros familiares	10,26%	8,02%	-21,83%
Amigos o conocidos	9,03%	9,51%	5,32%
Otros acompañantes	1,48%	0,71%	-52,03%



Según el tipo de acompañante, las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla con un **50,53%**, seguidos de los que vienen con hijos, que representan un **12,84%** del total de turistas.

Además, destacar que, frente a la caída generalizada en los grupos, el único que presenta un aumento respecto a 2019 es el viaje **solo** con un aumento del **8,39%**.

1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

Según acompañantes menores de 13 años

Tipo de acompañante	2019	2023	Var. % 19-23 del total de turistas
CON NIÑOS	15,16%	14,55%	-3,09%
Menores de 0-2 años	1,29%	1,33%	4,79%
Menores de 3-12 años	12,75%	12,01%	-5,00%
Menores de 0-2 y 3-12 años	1,12%	1,21%	9,68%
SIN NIÑOS	84,84%	85,45%	1,64%



En el año 2023, el **85,45%** de los turistas que visitaron Gran Canaria viajaron sin niños.

Dentro de los turistas que viajaron con niños, la categoría de menores que predomina es la comprendida entre los 3 y 12 años con un **82,49%**. Los grupos de menores entre 0 y 2 años y los menores de 0-2 y 3-12 años, representan el **9,17%** y **8,34%** respectivamente.

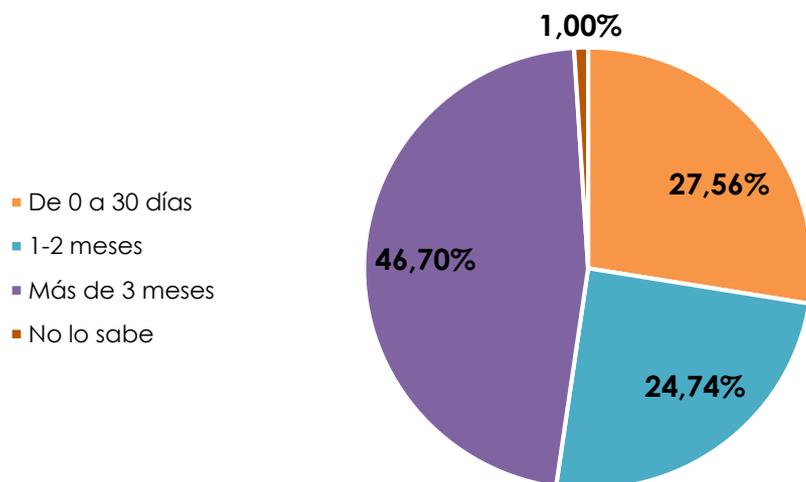
Sección 2

Antes del viaje

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Según antelación en la reserva del viaje

Antelación en la organización del viaje	2019	2023	Var. % 19-23 del total de turistas
De 0 a 30 días	28,30%	27,56%	-1,71%
1-2 meses	23,04%	24,74%	8,37%
Más de 3 meses	48,07%	46,70%	-1,95%
No lo sabe	0,59%	1,00%	70,51%

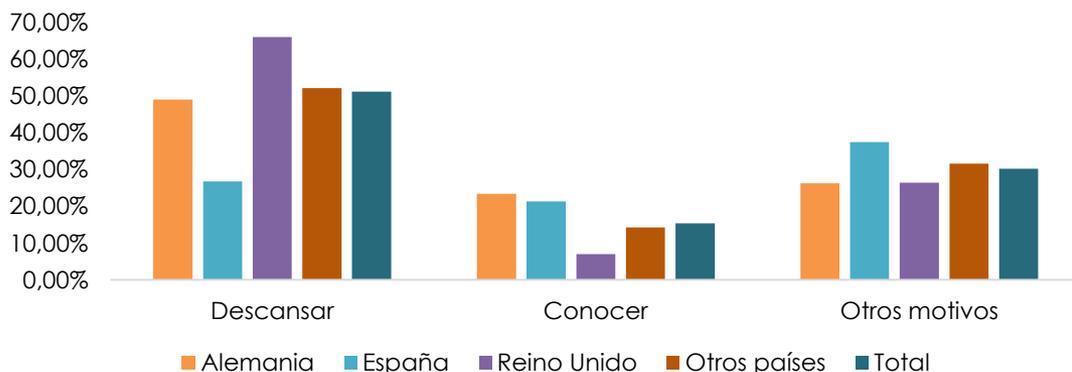


En año 2023, la mayor parte de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de **más de 3 meses (46,70%)**, seguido de los que organizan su visita de **0 a 30 días** antes con un **24,74%**.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Propósito del viaje y motivación principal de las vacaciones

Propósito del viaje	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022	2019	2021	2022
Vacaciones	92,96%	91,38%	90,58%	55,15%	62,92%	60,38%	93,57%	91,35%	93,75%	91,45%	90,37%	89,33%	86,43%	86,76%	86,83%
Otros motivos	7,04%	8,62%	9,42%	44,85%	37,08%	39,62%	6,43%	8,65%	6,25%	8,55%	9,63%	10,67%	13,57%	13,24%	13,17%
Motivación de sus vacaciones	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023
Descansar	56,48%	54,93%	48,96%	29,58%	30,87%	26,72%	67,95%	66,68%	65,93%	59,99%	53,89%	52,07%	55,88%	53,33%	51,15%
Conocer la isla	21,57%	22,36%	23,35%	15,80%	20,18%	21,27%	6,64%	5,42%	6,96%	9,83%	13,00%	14,23%	12,67%	14,28%	15,36%
Otros motivos	20,63%	20,75%	26,24%	35,56%	35,23%	37,41%	24,27%	27,15%	26,40%	27,06%	31,30%	31,53%	26,55%	29,03%	30,18%



El motivo principal de los turistas para venir a Gran Canaria fueron las vacaciones, alcanzando el **86,69%**.

Dentro del motivo vacacional, el **51,15%** de los turistas lo hicieron sobre todo para descansar.

No obstante, la mayoría de los turistas nacionales que viajaron a Gran Canaria durante el año 2023 afirmaron hacerlo por otros motivos (**37,41%**)

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Importancia de los aspectos de elección

Posición	Top 10 factores que importan "Mucho" 2023	% de turistas
1º	Clima	75,61
2º	Seguridad	52,19
3º	Mar	48,31
4º	Tranquilidad	46,91
5º	Playas	43,3
6º	Oferta alojativa	41,99
7º	Viaje sencillo	37,27
8º	Pertenece a Europa	36,34
9º	Precio	34,94
10º	Paisajes	31,08

Posición	Top 10 factores que importan "Nada" 2022	% de turistas
1º	Red de senderos	46,09
2º	Ocio nocturno	43,86
3º	Patrimonio histórico	31,62
4º	Oferta comercial	29,03
5º	Exotismo	26,19
6º	Oferta cultural	25,40
7º	Pertenece a Europa	17,01
8º	Autenticidad	13,24
9º	Gastronomía	12,76
10º	Posibilidades de diversión	11,91

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 del año 2023, **el clima**, seguido de la **seguridad** y el **mar**. En cambio, entre los aspectos que importan "nada", se hallan **la red de senderos**, el **ocio nocturno** y el **patrimonio histórico**, respectivamente.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Predisposición a elegir opciones más sostenibles al reservar

Predisposición a elegir opciones más sostenibles	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)
Sí, aunque me suponga algún inconveniente	19,67%	18,53%	7,05%	23,23%	22,05%	-8,07%	23,36%	21,79%	7,11%	19,32%	20,23%	19,10%	20,77%	20,46%	9,78%
Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente	38,39%	35,98%	6,52%	41,66%	42,48%	-1,25%	41,96%	44,59%	22,00%	40,90%	40,25%	11,90%	40,75%	40,62%	11,09%
No	41,94%	45,49%	23,25%	35,11%	35,46%	-2,18%	34,68%	33,61%	11,28%	39,78%	39,51%	12,96%	38,47%	38,92%	12,77%



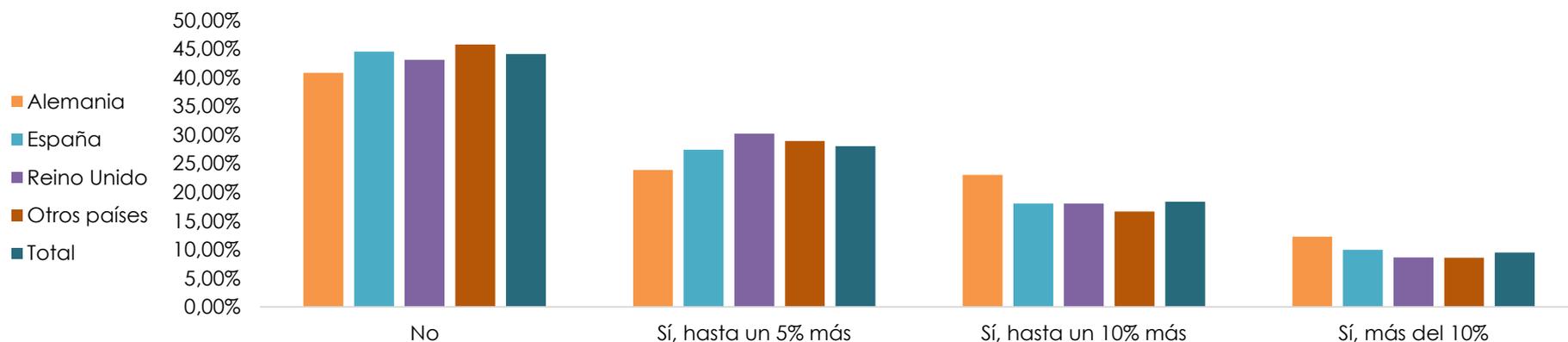
En 2023 la mayor parte de los turistas siguen teniendo en cuenta opciones más sostenibles, siempre y cuando no les supongan ningún inconveniente, con una cuota del **40,62%**, siendo los británicos los que presentan mayor predisposición dentro de este grupo frente al resto de mercados (**44,59%**). Por el contrario, la mayoría de los turistas alemanes, no tienen predisposición alguna a elegir opciones más sostenibles (**45,94%**).

Dentro del grupo de mayor predisposición a la hora de elegir opciones más sostenibles, el mercado nacional es el que mejor cuota presenta en comparación al resto de países, con un **22,05%** de turistas.

2. Antes del viaje a Gran Canaria.

Predisposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono

Disposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)	2022	2023	Var. 22-23 (%)
No	29,21%	40,82%	58,80%	36,27%	44,55%	18,95%	39,45%	43,12%	25,50%	40,06%	45,82%	30,06%	37,33%	44,13%	31,77%
Sí, hasta un 5% más	28,64%	23,88%	-5,26%	31,01%	27,45%	-14,30%	31,62%	30,22%	9,74%	29,57%	28,95%	11,33%	30,02%	28,05%	4,14%
Sí, hasta un 10% más	27,87%	23,04%	-6,05%	21,07%	18,04%	-17,09%	18,95%	18,04%	9,25%	20,12%	16,64%	-5,92%	21,49%	18,35%	-4,84%
Sí, más del 10%	14,28%	12,27%	-2,37%	11,65%	9,97%	-17,17%	9,98%	8,62%	-0,86%	10,25%	8,59%	-4,79%	11,16%	9,48%	-5,37%



En 2023 la mayor parte de los turistas no tienen predisposición a la hora de hacer un gasto extra para reducir su huella de carbono, con una cuota del **44,13%**. Dentro del grupo que presenta una mejor predisposición a gastar un extra para reducir su huella de carbono (más del 10%), es el mercado Alemán, el que mayor cuota alcanza en comparación al resto, con un **12,27%**.

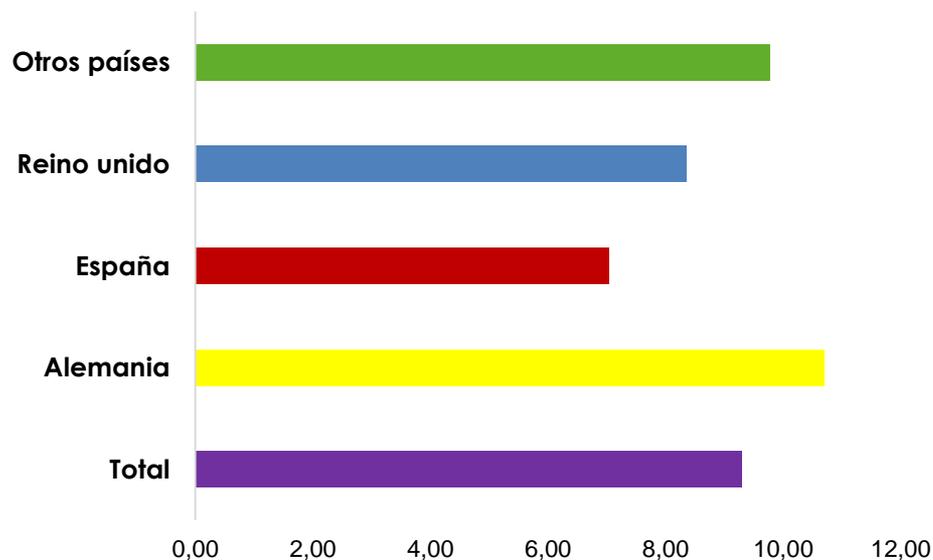
Sección 3

Durante la estancia

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según país de residencia

Estancia media	2019	2022	2023	Var. % 19-23 del total de turistas	Var. % 22-23 del total de turistas
Alemania	10,70	10,91	11,25	5,14%	3,12%
España	7,04	7,13	6,97	-0,99%	-2,24%
Reino Unido	8,35	8,57	8,78	5,15%	2,45%
Otros países	9,77	10,59	11,03	12,90%	4,15%
Total	9,29	9,74	10,09	8,61%	3,59%



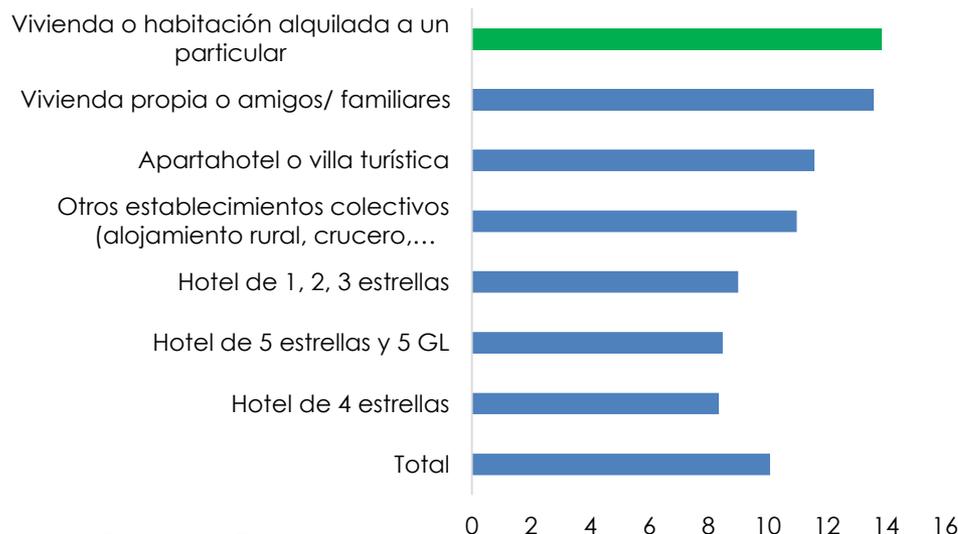
La estancia media total durante el 2023 se situó en **10,09** días, lo que supone un aumento del **8,61%** respecto al 2019 y del **3,59%** frente al 2022.

Los turistas alemanes siguen siendo los que pasan, de media, más días en la isla (en torno a 11 días), 4 días por encima que los residentes en España.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Estancia media según tipo de alojamiento

Estancia media	2019	2022	2023	Var. % 19-23 del total de turistas	Var. % 22-23 del total de turistas
Hotel de 5 estrellas y 5 GL	8,50	8,38	8,48	-0,24%	1,19%
Hotel de 4 estrellas	8,02	8,10	8,35	4,11%	3,09%
Hotel de 1, 2, 3 estrellas	8,56	8,44	9,01	5,26%	6,75%
Apartahotel o villa turística	8,93	10,26	11,59	29,79%	12,96%
Otros establecimientos colectivos (alojamiento rural, crucero, camping...)	10,26	10,29	10,99	7,12%	6,80%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	12,31	15,05	13,88	12,75%	-7,77%
Vivienda propia o amigos/ familiares	10,85	13,89	13,61	25,44%	-2,02%
Total	9,29	9,74	10,09	8,61%	3,59%



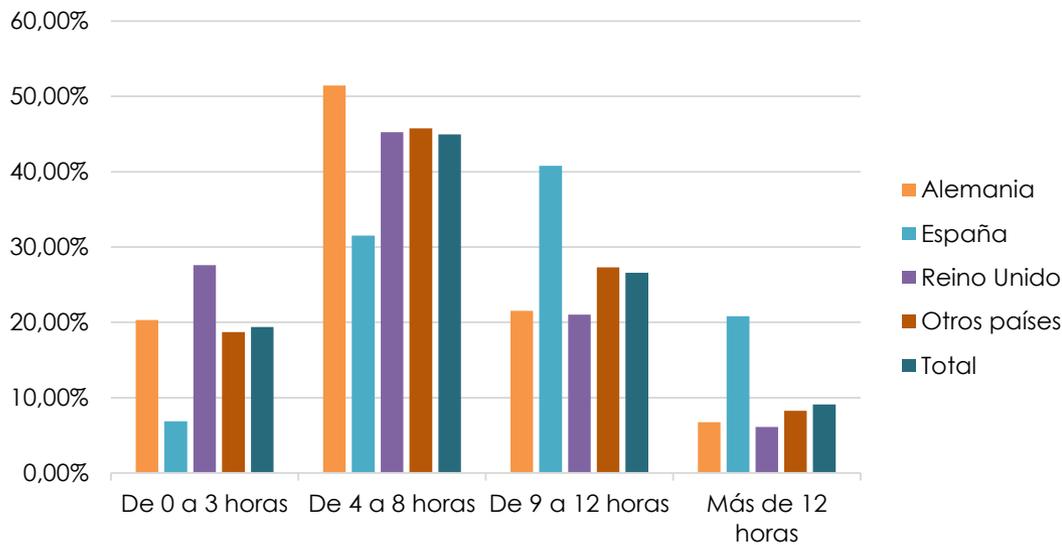
En 2023 la estancia media total ha aumentado con respecto a 2019 en todos los tipos de alojamiento, salvo en los **hoteles de 5 estrellas y 5GL**, que disminuyen un **-0,24%**.

La categoría en la que los turistas permanecen más tiempo es la de Vivienda o habitación alquilada a un particular (13,88 días), seguido de los que se hospedan en una vivienda propia o de amigos/familiares (13,61 días).

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Horas diarias fuera del alojamiento según país de residencia

Horas diarias fuera del alojamiento	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023
De 0 a 3 horas	17,69%	17,46%	20,30%	5,59%	7,93%	6,89%	26,18%	26,08%	27,61%	17,59%	19,80%	18,70%	17,25%	18,90%	19,37%
De 4 a 8 horas	53,95%	52,90%	51,44%	31,13%	31,70%	31,52%	46,15%	45,30%	45,25%	46,09%	44,73%	45,73%	45,40%	44,50%	44,94%
De 9 a 12 horas	23,97%	23,99%	21,52%	41,07%	39,49%	40,76%	21,78%	22,21%	21,05%	27,30%	25,91%	27,29%	27,78%	26,77%	26,58%
Más de 12 horas	4,39%	5,64%	6,75%	22,21%	20,89%	20,83%	5,90%	6,40%	6,10%	9,02%	9,56%	8,28%	9,57%	9,83%	9,11%



Un **44,94%** de los turistas prefirieron pasar fuera del alojamiento entre 4 y 8 horas diarias, mientras que un **26,58%** afirmó pasar entre 9 y 12 horas.

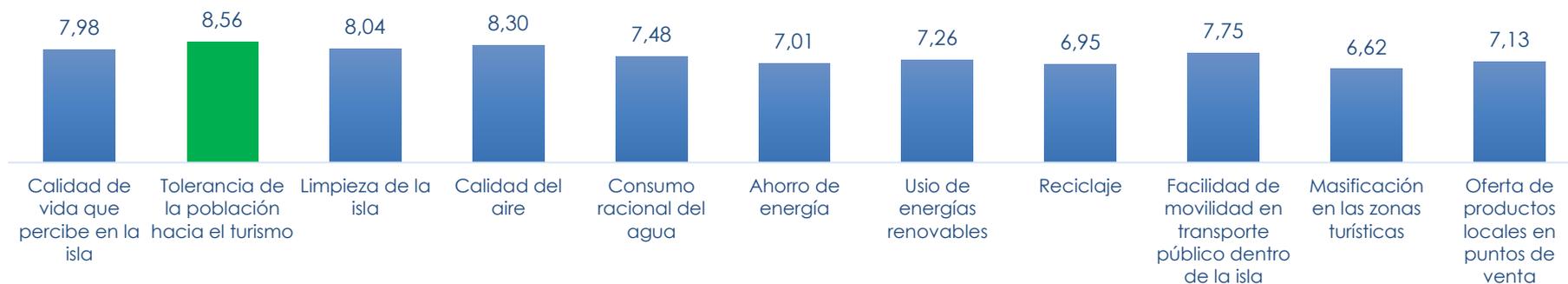
Los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, con una cuota del **20,83%** en la categoría de más de 12 horas.

En contraposición, los visitantes británicos son los que presentan una cuota mayor en comparación al resto dentro de la categoría de menor duración, con un **27,61%** de turistas que afirmaron pasar no más de 3 horas diarias fuera del alojamiento.

3. Durante la estancia en Gran Canaria.

Valoración media de la percepción de las medidas de sostenibilidad

Valoración media de la percepción de las medidas de sostenibilidad	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2022	2023	Var 22-23 (%)	2022	2023	Var 22-23 (%)	2022	2023	Var 22-23 (%)	2022	2023	Var 22-23 (%)	2022	2023	Var 22-23 (%)
Calidad de vida que percibe	7,99	7,88	-1,38%	8,19	8,18	-0,12%	8,16	8,12	-0,49%	8,00	7,90	-1,25%	8,05	7,98	-0,87%
Tolerancia de la población hacia el turismo	8,57	8,55	-0,23%	8,75	8,74	-0,11%	8,62	8,61	-0,12%	8,51	8,48	-0,35%	8,58	8,56	-0,23%
Limpieza de la isla	7,78	7,73	-0,64%	7,77	7,83	0,77%	8,50	8,65	1,76%	8,05	7,96	-1,12%	8,05	8,04	-0,12%
Calidad del aire	8,41	8,38	-0,36%	8,23	8,34	1,34%	8,44	8,47	0,36%	8,23	8,18	-0,61%	8,31	8,30	-0,12%
Consumo racional del agua	7,07	6,88	-2,69%	7,36	7,56	2,72%	7,68	7,94	3,39%	7,39	7,49	1,35%	7,38	7,48	1,36%
Ahorro de energía	6,60	6,45	-2,27%	6,92	7,13	3,03%	7,21	7,41	2,77%	6,90	7,03	1,88%	6,91	7,01	1,45%
Uso de energías renovables	7,11	6,82	-4,08%	7,11	7,32	2,95%	7,46	7,58	1,61%	7,17	7,27	1,39%	7,21	7,26	0,69%
Reciclaje	6,66	6,38	-4,20%	6,87	6,97	1,46%	7,50	7,62	1,60%	7,05	6,87	-2,55%	7,04	6,95	-1,28%
Facilidad de movilidad en transporte público dentro de la isla	7,55	7,71	2,12%	7,26	7,35	1,24%	7,79	8,14	4,49%	7,61	7,71	1,31%	7,58	7,75	2,24%
Masificación en las zonas turísticas	6,12	5,71	-6,70%	7,14	7,13	-0,14%	6,64	6,85	3,16%	6,72	6,76	0,60%	6,65	6,62	-0,45%
Oferta de productos locales en puntos de venta	6,91	6,88	-0,43%	7,39	7,52	1,76%	7,13	7,23	1,40%	7,03	7,09	0,85%	7,08	7,13	0,71%



Sección 4

Después de la estancia

4. Después de la estancia en Gran Canaria.

Satisfacción media con el viaje y calificación de la experiencia

País de residencia	2019	2022	2023	Diferencia 19-23	Diferencia 22-23
Alemania	8,64	8,72	8,64	0,00	-0,08
España	8,60	8,74	8,73	0,13	-0,01
Reino Unido	8,84	9,03	8,95	0,11	-0,08
Otros países	8,57	8,73	8,68	0,11	-0,05
Total	8,64	8,79	8,74	0,10	-0,05

En cuanto al nivel de satisfacción del viaje a la isla, todos puntúan su satisfacción por encima de **8,6 puntos**, siendo los británicos los que mejor calificaron su experiencia respecto al resto.

La satisfacción media de los visitantes ha aumentado con respecto al 2019 en **0,10 puntos**, mientras que empeora 0,05 puntos respecto a 2022.

Calificación de la experiencia	Alemania			España			Reino Unido			Otros países			Total		
	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023	2019	2022	2023
Mejor de lo que esperaba	42,12%	44,97%	41,48%	41,49%	42,79%	44,04%	44,78%	49,29%	45,46%	37,30%	38,11%	37,75%	40,30%	42,35%	40,87%
A la altura de lo que esperaba	56,56%	52,98%	56,48%	55,34%	54,02%	52,31%	53,22%	47,66%	51,71%	60,26%	58,50%	59,47%	57,45%	54,61%	56,37%
Peor de lo que esperaba	1,32%	2,05%	2,04%	3,17%	3,19%	3,65%	2,00%	3,05%	2,83%	2,44%	3,39%	2,78%	2,24%	3,04%	2,76%

Más del **56%** de los visitantes afirman que el viaje a Gran Canaria estuvo a la altura de lo que esperaban, mientras que apenas un **2,76%** dicen haber tenido una experiencia peor de la esperada.

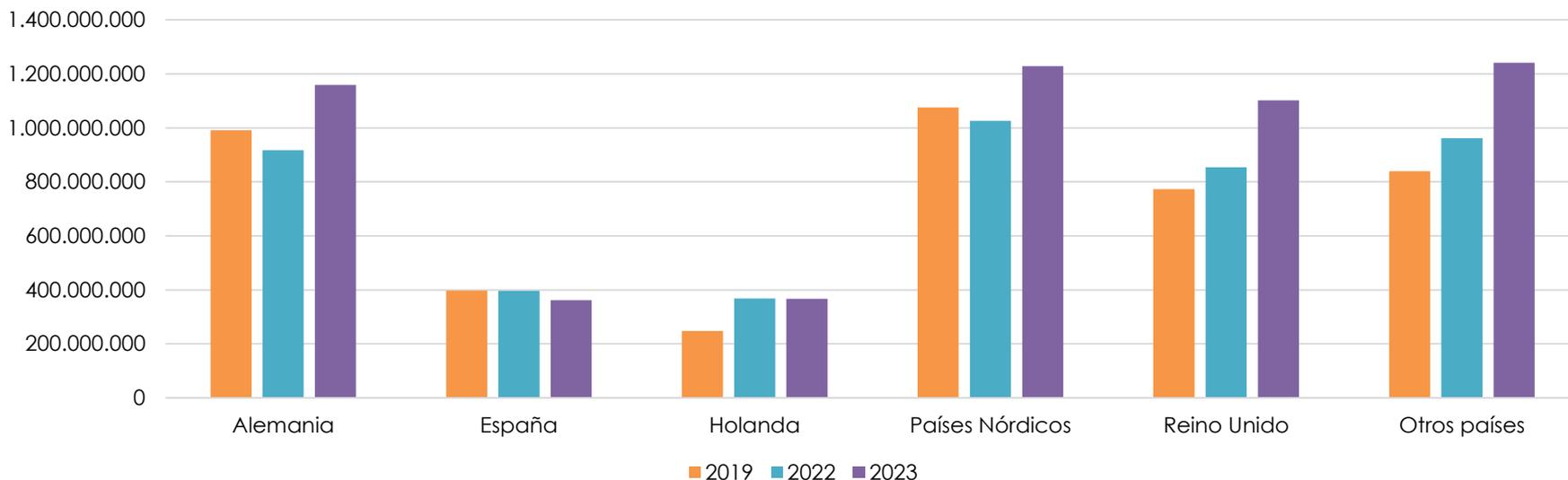
Sección 5

Gasto turístico

5. Gasto turístico.

Gasto total por mercados (€)

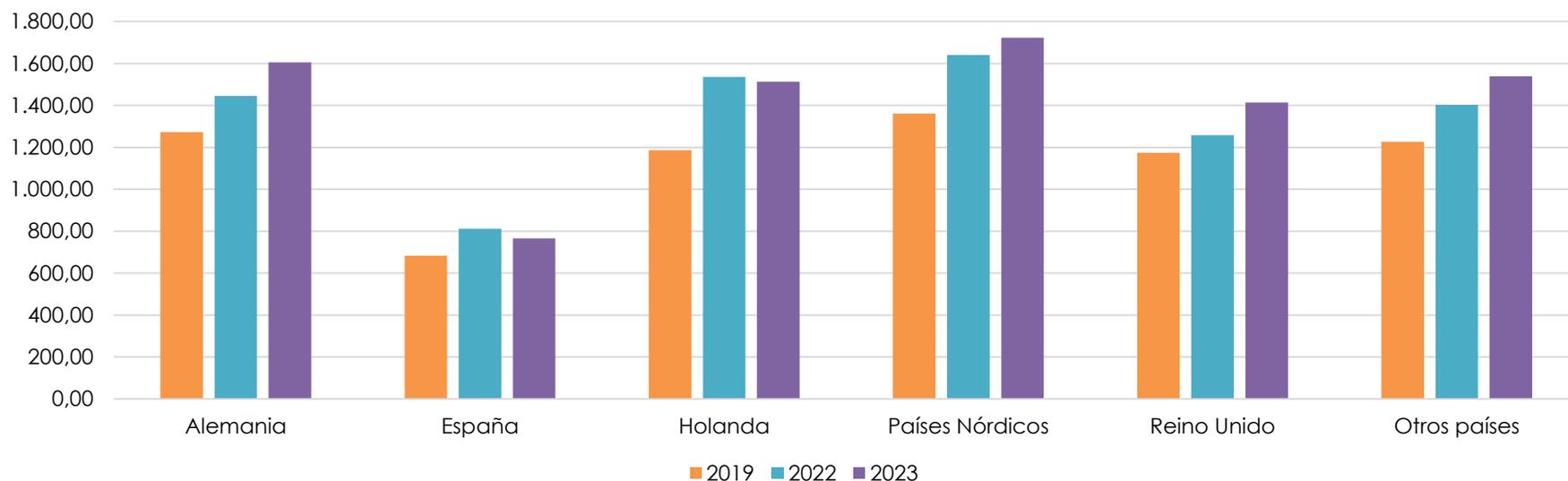
País	2019	2022	2023	Variación (%) 19-23	Variación (%) 22-23
Alemania	990.774.220	917.796.750	1.158.658.711	16,94%	26,24%
España	397.799.642	396.084.460	362.158.994	-8,96%	-8,57%
Holanda	247.827.317	367.683.373	367.429.349	48,26%	-0,07%
Países Nórdicos	1.075.061.326	1.025.532.720	1.227.944.059	14,22%	19,74%
Reino Unido	773.045.660	853.724.581	1.101.653.685	42,51%	29,04%
Otros países	839.181.485	961.882.452	1.241.224.504	47,91%	29,04%
Total	4.323.689.650	4.522.704.337	5.459.069.303	26,26%	20,70%



5. Gasto turístico.

Gasto medio por turista según país de residencia (€)

Gasto por turista	Alemania	España	Holanda	Países Nórdicos	Reino Unido	Otros países	Total
2019	1.272,32	682,76	1.186,36	1.360,28	1.173,95	1.227,08	1.167,63
2022	1.444,99	811,17	1.535,22	1.640,53	1.257,34	1.402,65	1.348,93
2023	1.605,22	765,92	1.512,39	1.722,10	1.413,24	1.538,09	1.460,75
Variación 19-23	332,90	83,16	326,03	361,82	239,29	311,01	293,12
Variación 22-23	160,23	-45,25	-22,83	81,57	155,90	135,44	111,82
Var. % 19-23	26,16%	12,18%	27,48%	26,60%	20,38%	25,35%	25,10%
Var. % 22-23	11,09%	-5,58%	-1,49%	4,97%	12,40%	9,66%	8,29%



5. Gasto turístico.

Gasto medio desglosado (€)

Gasto desglosado	2019	2022	2023	Variación 19-23	Variación 22-23	Var. (%) 19-23	Var. (%) 22-23
Alojamiento	495,88	580,30	630,14	134,26	49,84	27,08%	8,59%
Transporte nacional/internacional	342,91	383,52	430,97	88,06	47,45	25,68%	12,37%
Transporte en destino	60,60	82,50	86,10	25,50	3,60	42,08%	4,36%
Alimentación (compras y restauración)	175,51	206,05	214,65	39,14	8,60	22,30%	4,17%
Recreación, cultura y deporte	36,68	41,89	41,56	4,88	-0,33	13,30%	-0,79%
Compras	48,69	47,13	48,17	-0,52	1,04	-1,07%	2,21%
Otros	7,33	7,53	9,16	1,83	1,63	24,97%	21,65%
Total	1.167,63	1.348,93	1.460,75	293,12	111,82	25,10%	8,29%

