

# Perfil del turista en Gran Canaria

Informe 2023



Fuente: *ISTAC – Encuesta sobre el gasto turístico*

# ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>SECCIÓN 1: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>                            | <b>3</b>  |
| Edad y sexo  |           |
| Situación laboral  |           |
| Nivel de ingresos  |           |
| Tipo de acompañante y acompañados menores de 13 años                 |           |
| <b>SECCIÓN 2: ANTES DEL VIAJE</b>                                    | <b>9</b>  |
| 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   |           |
| <b>SECCIÓN 3: DURANTE LA ESTANCIA</b>                                | <b>15</b> |
| Estancia media según país de residencia y tipo de alojamiento        |           |
| Número de horas diarias fuera del alojamiento por país de residencia |           |
| <b>SECCIÓN 4: DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>                             | <b>20</b> |
| Satisfacción y calificación de la experiencia                        |           |
| <b>SECCIÓN 5: GASTO TURÍSTICO</b>                                    | <b>22</b> |
| Gasto total por mercados   |           |
| Gasto medio por turista según país de residencia                     |           |
| Gasto medio desglosado   |           |

# Sección 1

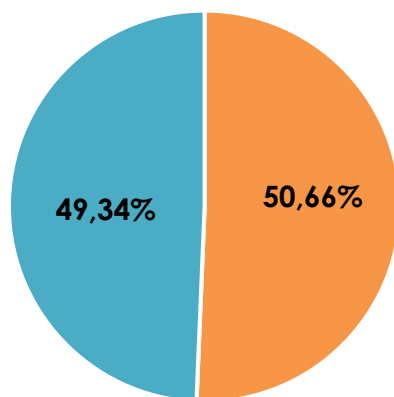
## Perfil sociodemográfico

# 1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

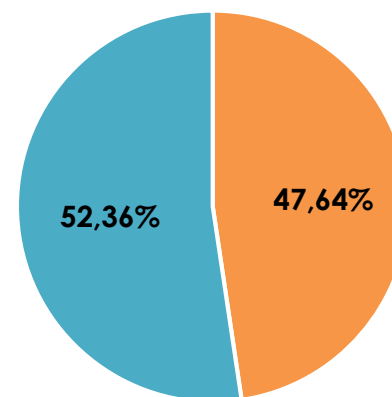
## Según sexo y edad

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

| Grupo de edad           | 2019   | 2023   | Var. (%) |
|-------------------------|--------|--------|----------|
| <b>De 16 a 44 años</b>  | 42,88% | 47,64% | 12,08%   |
| <b>Mayor de 44 años</b> | 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.

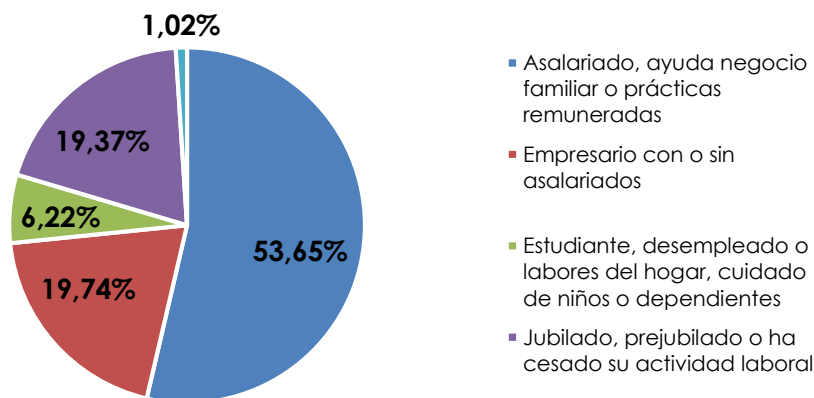
# 1. Perfil sociodemográfico de los turistas en Gran Canaria.

## 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% | <b>0,45%</b>                       |
| Empresario con o sin asalariados   | 21,87% | 19,74% | <b>-8,89%</b>                      |
| Estudiante, desempleado o labores del hogar, cuidado de niños o dependientes | 5,53%  | 6,22%  | <b>13,48%</b>                      |
| Jubilado, prejubilado o ha cesado su actividad laboral                       | 17,79% | 19,37% | <b>9,91%</b>                       |
| Otros tipos de inactividad (rentista, servicio militar obligatorio, etc.)    | 0,92%  | 1,02%  | <b>12,65%</b>                      |

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.

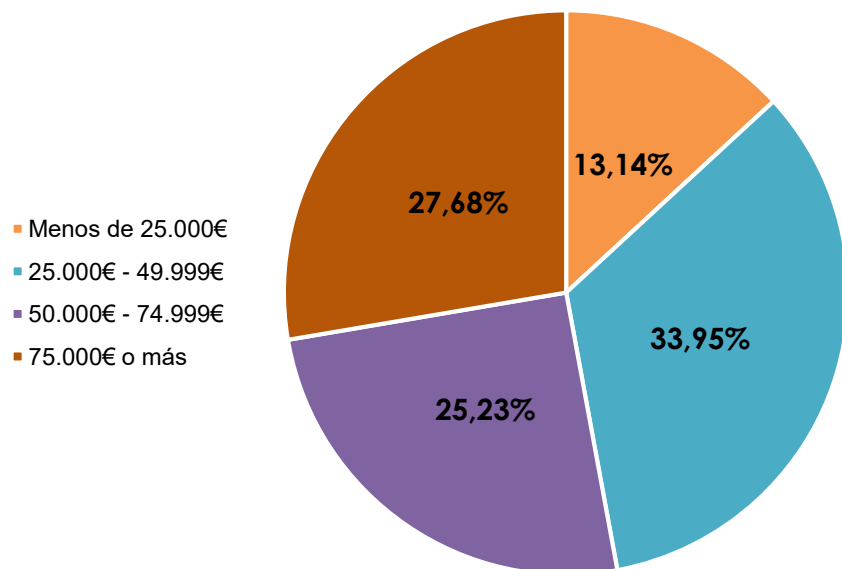
En general, todos los grupos experimentan un incremento frente al año 2019, excepto el grupo de **“empresario con o sin asalariados”** que presenta una caída del **-8,89%**.



# 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 |
|--------------------------|--------|--------|------------------------------------|
| <b>Menos de 25.000€</b>  | 16,26% | 13,14% | <b>-18,45%</b>                     |
| <b>25.000€ - 49.999€</b> | 35,99% | 33,95% | <b>-4,78%</b>                      |
| <b>50.000€ - 74.999€</b> | 24,29% | 25,23% | <b>4,83%</b>                       |
| <b>75.000€ o más</b>     | 23,46% | 27,68% | <b>19,06%</b>                      |



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€.

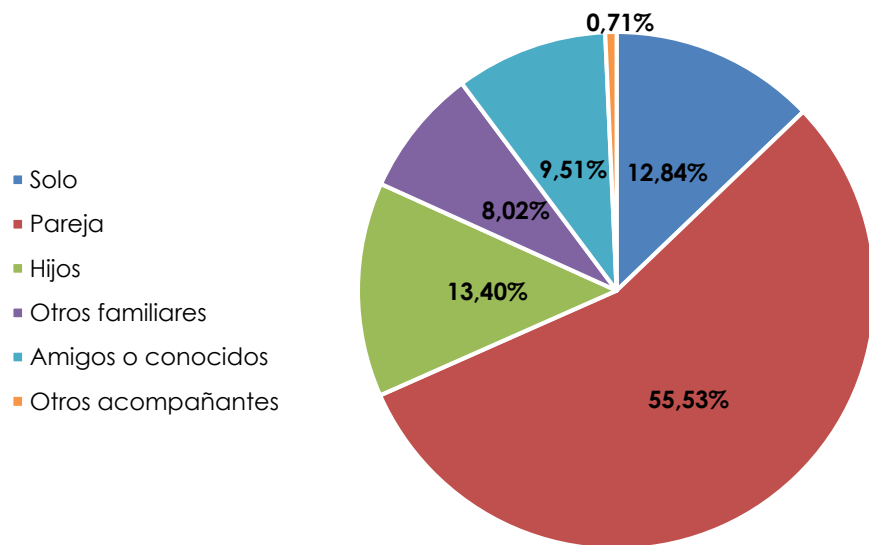
Los turistas con una renta entre **25.000€ - 49.999€** son los que más visitan la isla, con un **33,95%** de cuota, seguidos de los que ingresan entre **50.000€ y 79.999€**, que representan un **25,23%** del total. Entre ambos grupos acumulan más del 45% del total.

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%                            |



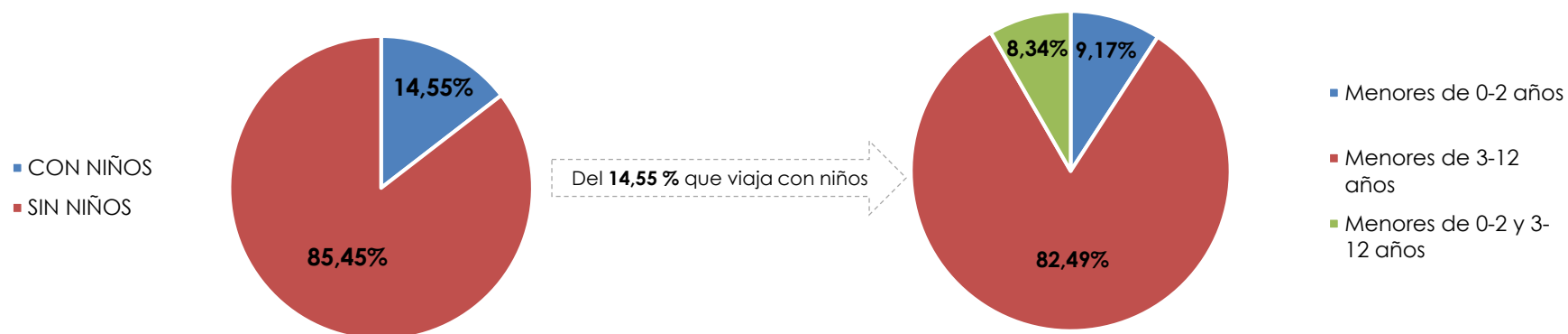
Según el tipo de acompañante, las parejas siguen siendo el grupo líder en la isla con un **50,53%**, seguidos de los que vienen con hijos, que representan un **12,84%** del total de turistas.

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 |
|----------------------------|---------------|---------------|------------------------------------|
| <b>CON NIÑOS</b>           | <b>15,16%</b> | <b>14,55%</b> | <b>-3,09%</b>                      |
| 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%                              |
| <b>SIN NIÑOS</b>           | <b>84,84%</b> | <b>85,45%</b> | <b>1,64%</b>                       |



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.



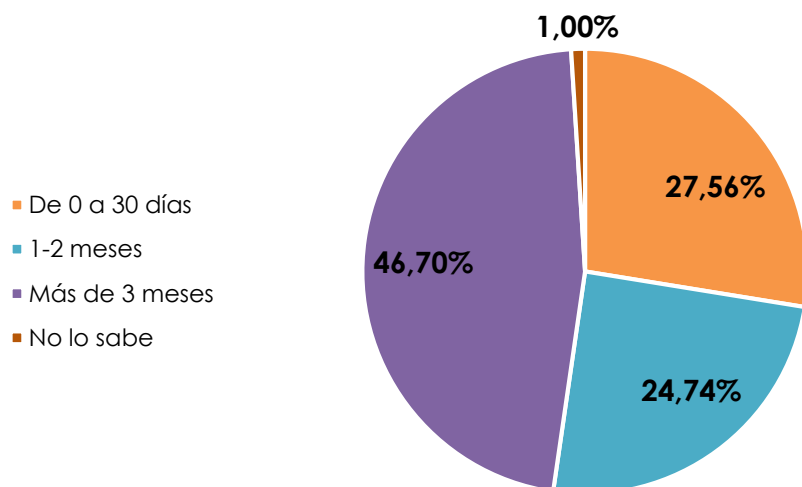
# Sección 2

## **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%                             |

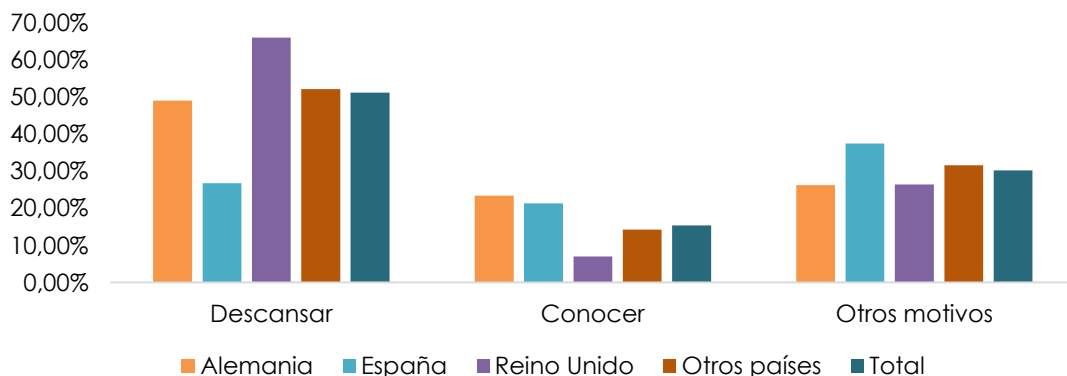


En año 2023, la mayor parte de los turistas que llegaron a Gran Canaria afirmaron haber organizado su viaje con una antelación de **más de 3 meses (46,70%)**, seguido de los que organizan su visita de **0 a 30 días** antes con un **24,74%**.

## 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          |
| <b>Vacaciones</b>            | 92,96%   | 91,38% | <b>90,58%</b> | 55,15% | 62,92% | <b>60,38%</b> | 93,57%      | 91,35% | <b>93,75%</b> | 91,45%       | 90,37% | <b>89,33%</b> | 86,43% | 86,76% | <b>86,83%</b> |
| <b>Otros motivos</b>         | 7,04%    | 8,62%  | <b>9,42%</b>  | 44,85% | 37,08% | <b>39,62%</b> | 6,43%       | 8,65%  | <b>6,25%</b>  | 8,55%        | 9,63%  | <b>10,67%</b> | 13,57% | 13,24% | <b>13,17%</b> |
| 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          |
| <b>Descansar</b>             | 56,48%   | 54,93% | <b>48,96%</b> | 29,58% | 30,87% | <b>26,72%</b> | 67,95%      | 66,68% | <b>65,93%</b> | 59,99%       | 53,89% | <b>52,07%</b> | 55,88% | 53,33% | <b>51,15%</b> |
| <b>Conocer la isla</b>       | 21,57%   | 22,36% | <b>23,35%</b> | 15,80% | 20,18% | <b>21,27%</b> | 6,64%       | 5,42%  | <b>6,96%</b>  | 9,83%        | 13,00% | <b>14,23%</b> | 12,67% | 14,28% | <b>15,36%</b> |
| <b>Otros motivos</b>         | 20,63%   | 20,75% | <b>26,24%</b> | 35,56% | 35,23% | <b>37,41%</b> | 24,27%      | 27,15% | <b>26,40%</b> | 27,06%       | 31,30% | <b>31,53%</b> | 26,55% | 29,03% | <b>30,18%</b> |



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                                     | <b>75,61</b>  |
| 2º       | Seguridad                                 | <b>52,19</b>  |
| 3º       | Mar                                       | <b>48,31</b>  |
| 4º       | Tranquilidad                              | <b>46,91</b>  |
| 5º       | Playas                                    | <b>43,3</b>   |
| 6º       | Oferta alojativa                          | <b>41,99</b>  |
| 7º       | Viaje sencillo                            | <b>37,27</b>  |
| 8º       | Pertenece a Europa                        | <b>36,34</b>  |
| 9º       | Precio                                    | <b>34,94</b>  |
| 10º      | Paisajes                                  | <b>31,08</b>  |

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

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 (%) |
| <b>Sí, aunque me suponga algún inconveniente</b>          | 19,67%   | 18,53% | <b>7,05%</b>   | 23,23% | 22,05% | <b>-8,07%</b>  | 23,36%      | 21,79% | <b>7,11%</b>   | 19,32%       | 20,23% | <b>19,10%</b>  | 20,77% | 20,46% | <b>9,78%</b>   |
| <b>Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente</b> | 38,39%   | 35,98% | <b>6,52%</b>   | 41,66% | 42,48% | <b>-1,25%</b>  | 41,96%      | 44,59% | <b>22,00%</b>  | 40,90%       | 40,25% | <b>11,90%</b>  | 40,75% | 40,62% | <b>11,09%</b>  |
| <b>No</b>   | 41,94%   | 45,49% | <b>23,25%</b>  | 35,11% | 35,46% | <b>-2,18%</b>  | 34,68%      | 33,61% | <b>11,28%</b>  | 39,78%       | 39,51% | <b>12,96%</b>  | 38,47% | 38,92% | <b>12,77%</b>  |



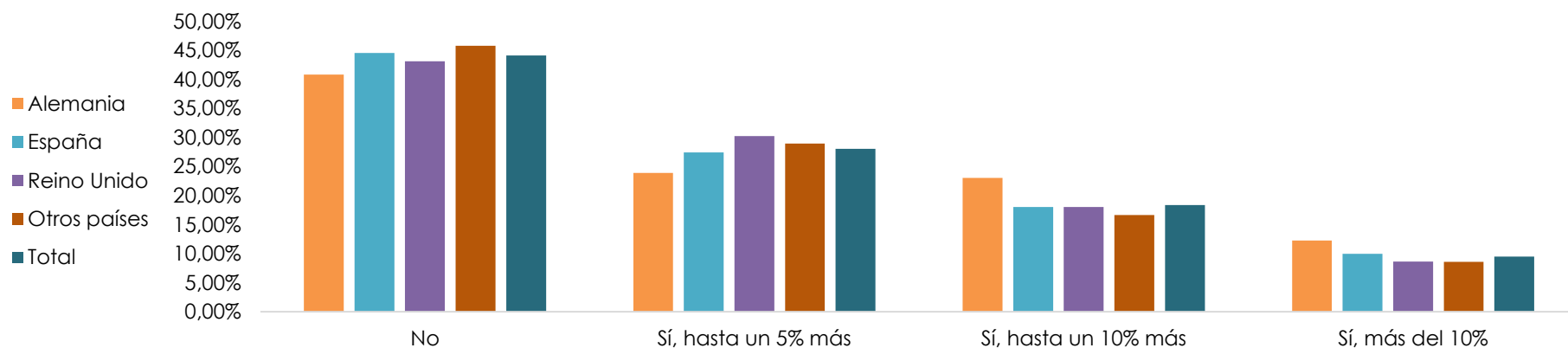
En 2023 la mayor parte de los turistas siguen teniendo en cuenta opciones más sostenibles, siempre y cuando no les supongan ningún inconveniente, con una cuota del **40,62%**, siendo los británicos los que presentan mayor predisposición dentro de este grupo frente al resto de mercados (**44,59%**). Por 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% | <b>58,80%</b>  | 36,27% | 44,55% | <b>18,95%</b>  | 39,45%      | 43,12% | <b>25,50%</b>  | 40,06%       | 45,82% | <b>30,06%</b>  | 37,33% | 44,13% | <b>31,77%</b>  |
| Sí, hasta un 5% más   | 28,64%   | 23,88% | <b>-5,26%</b>  | 31,01% | 27,45% | <b>-14,30%</b> | 31,62%      | 30,22% | <b>9,74%</b>   | 29,57%       | 28,95% | <b>11,33%</b>  | 30,02% | 28,05% | <b>4,14%</b>   |
| Sí, hasta un 10% más  | 27,87%   | 23,04% | <b>-6,05%</b>  | 21,07% | 18,04% | <b>-17,09%</b> | 18,95%      | 18,04% | <b>9,25%</b>   | 20,12%       | 16,64% | <b>-5,92%</b>  | 21,49% | 18,35% | <b>-4,84%</b>  |
| Sí, más del 10%   | 14,28%   | 12,27% | <b>-2,37%</b>  | 11,65% | 9,97%  | <b>-17,17%</b> | 9,98%       | 8,62%  | <b>-0,86%</b>  | 10,25%       | 8,59%  | <b>-4,79%</b>  | 11,16% | 9,48%  | <b>-5,37%</b>  |



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%**.

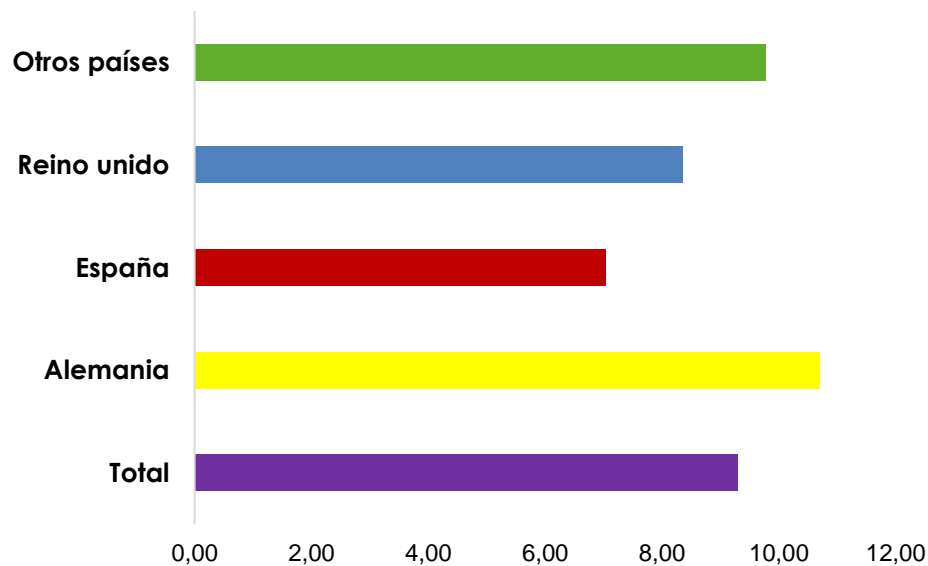
# Sección 3

## **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%                              |
| <b>Total</b>   | <b>9,29</b> | <b>9,74</b> | <b>10,09</b> | <b>8,61%</b>                       | <b>3,59%</b>                       |



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.

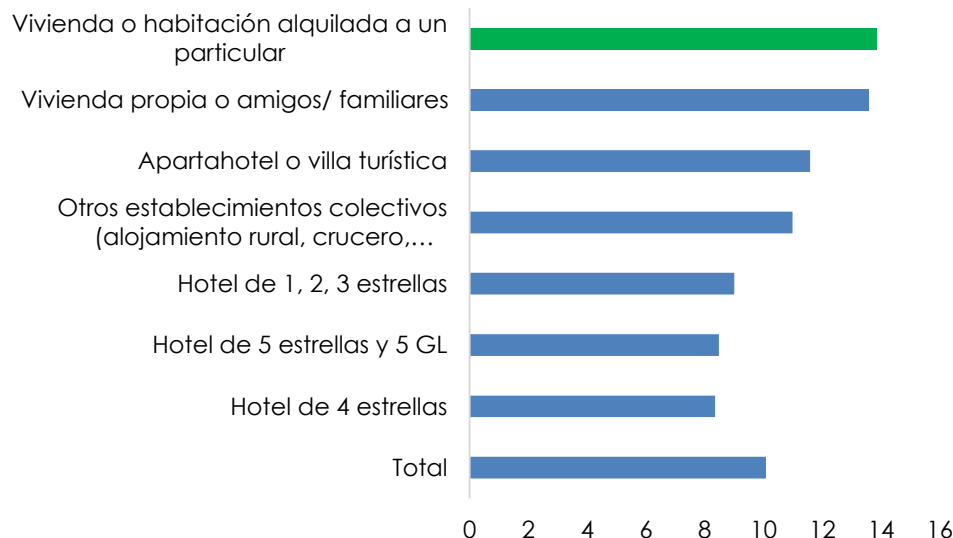
Los turistas alemanes siguen siendo los que pasan, de media, más días en la isla (en torno a 11 días), 4 días por encima que los residentes en España.



### 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%                             |
| <b>Total</b>   | <b>9,29</b> | <b>9,74</b> | <b>10,09</b> | <b>8,61%</b>                       | <b>3,59%</b>                       |



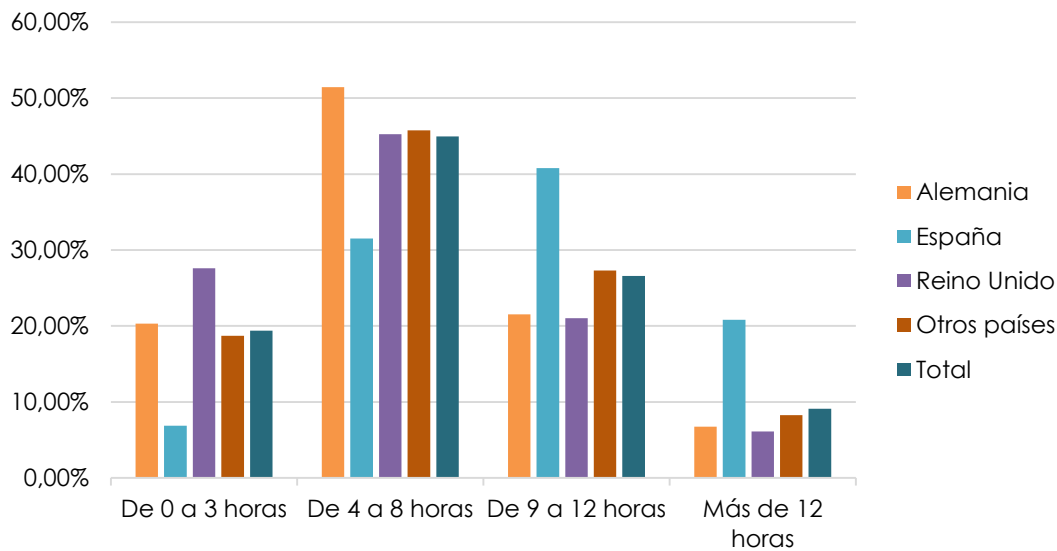
En 2023 la estancia media total ha aumentado con respecto a 2019 en todos los tipos de alojamiento, salvo en los **hoteles de 5 estrellas y 5GL**, que disminuyen un **-0,24%**.

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% | <b>20,30%</b> | 5,59%  | 7,93%  | <b>6,89%</b>  | 26,18%      | 26,08% | <b>27,61%</b> | 17,59%       | 19,80% | <b>18,70%</b> | 17,25% | 18,90% | <b>19,37%</b> |
| De 4 a 8 horas                      | 53,95%   | 52,90% | <b>51,44%</b> | 31,13% | 31,70% | <b>31,52%</b> | 46,15%      | 45,30% | <b>45,25%</b> | 46,09%       | 44,73% | <b>45,73%</b> | 45,40% | 44,50% | <b>44,94%</b> |
| De 9 a 12 horas                     | 23,97%   | 23,99% | <b>21,52%</b> | 41,07% | 39,49% | <b>40,76%</b> | 21,78%      | 22,21% | <b>21,05%</b> | 27,30%       | 25,91% | <b>27,29%</b> | 27,78% | 26,77% | <b>26,58%</b> |
| Más de 12 horas                     | 4,39%    | 5,64%  | <b>6,75%</b>  | 22,21% | 20,89% | <b>20,83%</b> | 5,90%       | 6,40%  | <b>6,10%</b>  | 9,02%        | 9,56%  | <b>8,28%</b>  | 9,57%  | 9,83%  | <b>9,11%</b>  |



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.

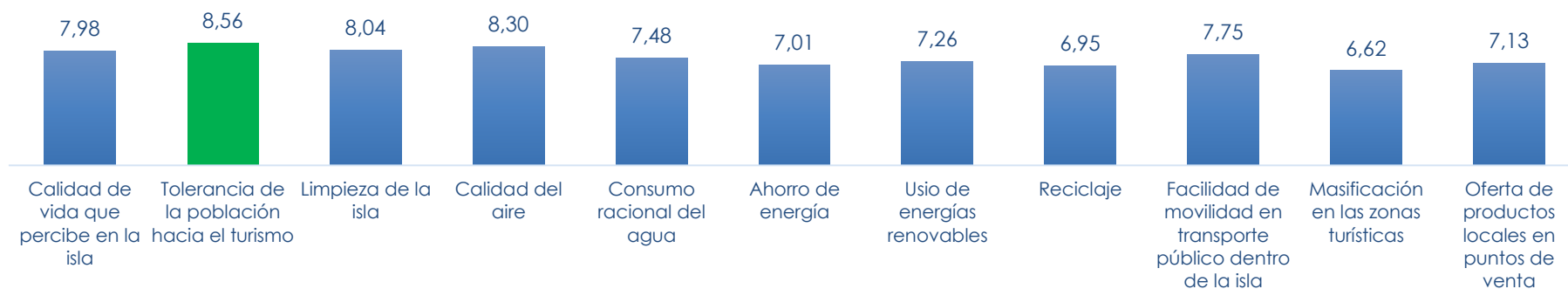
Los turistas nacionales son los que mayor tiempo pasan fuera del alojamiento, con una cuota del **20,83%** en la categoría de más de 12 horas.

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            |
| <b>Total</b>       | <b>8,64</b> | <b>8,79</b> | <b>8,74</b> | <b>0,10</b>      | <b>-0,05</b>     |

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% | <b>41,48%</b> | 41,49% | 42,79% | <b>44,04%</b> | 44,78%      | 49,29% | <b>45,46%</b> | 37,30%       | 38,11% | <b>37,75%</b> | 40,30% | 42,35% | <b>40,87%</b> |
| A la altura de lo que esperaba | 56,56%   | 52,98% | <b>56,48%</b> | 55,34% | 54,02% | <b>52,31%</b> | 53,22%      | 47,66% | <b>51,71%</b> | 60,26%       | 58,50% | <b>59,47%</b> | 57,45% | 54,61% | <b>56,37%</b> |
| Peor de lo que esperaba        | 1,32%    | 2,05%  | <b>2,04%</b>  | 3,17%  | 3,19%  | <b>3,65%</b>  | 2,00%       | 3,05%  | <b>2,83%</b>  | 2,44%        | 3,39%  | <b>2,78%</b>  | 2,24%  | 3,04%  | <b>2,76%</b>  |

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.

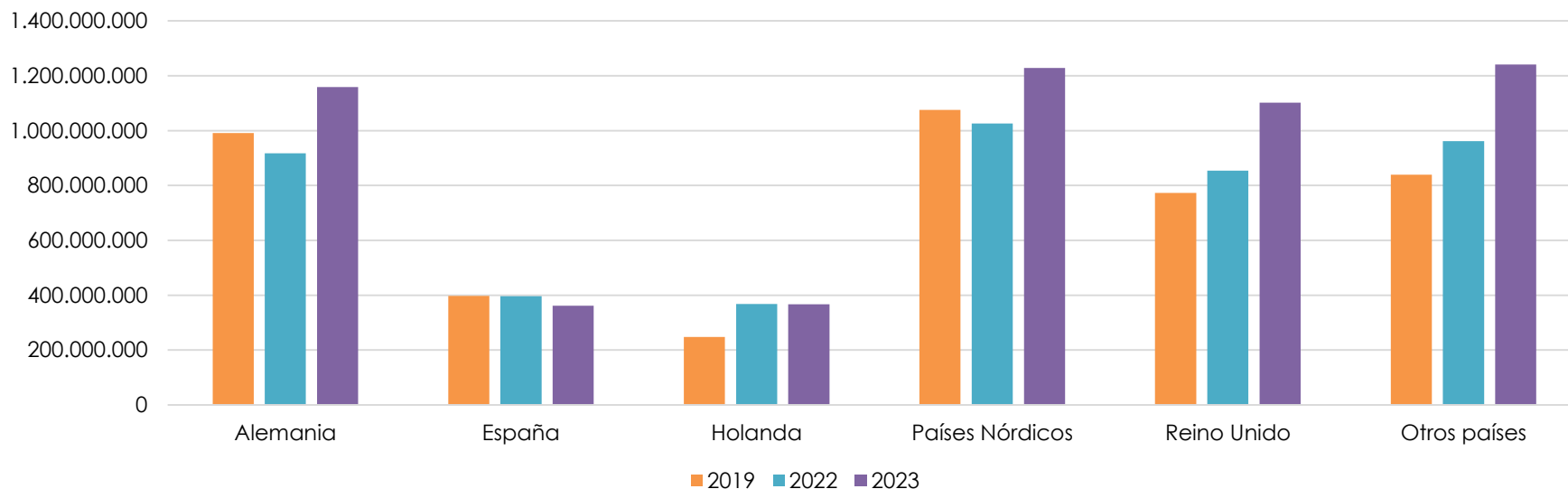
# Sección 5

## **Gasto turístico**

## 5. Gasto turístico.

### Gasto total por mercados (€)

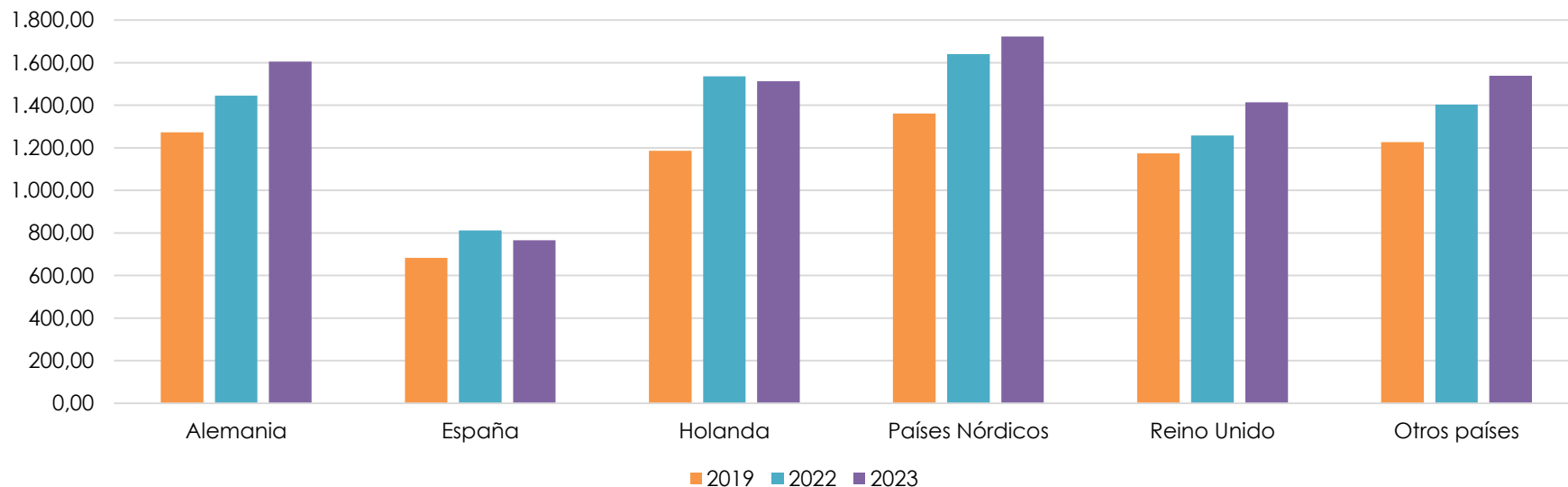
| País            | 2019                 | 2022                 | 2023                 | Variación (%)<br>19-23 | Variación (%)<br>22-23 |
|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------|------------------------|
| Alemania        | 990.774.220          | 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%                 |
| <b>Total</b>    | <b>4.323.689.650</b> | <b>4.522.704.337</b> | <b>5.459.069.303</b> | <b>26,26%</b>          | <b>20,70%</b>          |



## 5. Gasto turístico.

### Gasto medio por turista según país de residencia (€)

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





## 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%         |
| <b>Total</b>                          | <b>1.167,63</b> | <b>1.348,93</b> | <b>1.460,75</b> | <b>293,12</b>   | <b>111,82</b>   | <b>25,10%</b>  | <b>8,29%</b>   |

