

PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA

SEGUNDO TRIMESTRE. 2015-2017.

ANÁLISIS COMPARATIVO



ÍNDICE	Página
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO	
EDAD Y SEXO	3
OCUPACIÓN	4
ANTES DEL VIAJE	
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	6
COMPRA DEL VUELO	7
COMPRA DEL ALOJAMIENTO	8
MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO	9
DURANTE LA ESTANCIA	
TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	11
ESTANCIA MEDIA	12
DESPUÉS DE LA ESTANCIA	
VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS	14
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	15
GASTO TURÍSTICO	
GASTO TURÍSTICO TOTAL	17
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	18
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y NACIONALIDAD	19
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y TIPO DE ALOJAMIENTO	20
GASTO MEDIO TOTAL SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	21
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN EDAD Y GÉNERO	22

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Sexo

	2015	2016	2017
Hombres	50,57%	51,86%	49,34%
Mujeres	49,43%	48,14%	50,66%

- El porcentaje de hombres disminuye 2,52 puntos porcentuales hasta el 49,34%.
- En 2016 las mujeres, a diferencia de años anteriores, superan ligeramente al grupo de hombres alcanzando un 50,66% del total de turistas.

Edad

	2015	2016	2017
De 16 a 24 años	10,11%	6,35%	9,19%
De 25 a 44 años	36,56%	34,41%	33,82%
Mayor de 44 años	53,33%	59,24%	57,00%

- El grupo comprendido entre los 16 y 24 años de edad es el de menor presencia en Gran Canaria, aunque sube el porcentaje de visita para 2017.
- El perfil de 25 a 44 años es el segundo más representativo, aumenta levemente 0,59 puntos en 2017.
- Los mayores de 44 años reducen su cuota aproximadamente 2 puntos con respecto al resultado de 2016, pero continúa siendo el mayor grupo de visitantes en la isla.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

Ocupación

	2015	2016	2017
Empresarios	20,59%	21,14%	21,05%
Funcionarios o cargos altos/medios	37,47%	34,52%	33,70%
Funcionarios o empleados auxiliares	16,51%	15,40%	15,46%
Estudiantes, amas de casas o parados	8,82%	5,65%	7,23%
Jubilados	16,61%	23,29%	22,57%

- El grupo de funcionarios o cargos altos/medios presenta la categoría de ocupación más abundante de los turistas en Gran Canaria, manteniéndose sobre el 34%.
- Le siguen los grupos de jubilados y empresarios, con un 22,57% y un 21,05%, respectivamente.
- Los funcionarios o empleados auxiliares se mantienen en el 15% y el grupo de estudiantes, parados o amas de casa aumenta hasta alcanzar el 7% aproximadamente.

ANTES DEL VIAJE

CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2015	2016	2017
Sólo vuelo	12,10%	7,36%	8,93%
Vuelo y alojamiento	22,10%	20,83%	27,01%
Vuelo, alojamiento y desayuno	7,90%	6,29%	6,68%
Vuelo, alojamiento y media pensión	20,00%	20,87%	19,24%
Vuelo, alojamiento y pensión completa	4,53%	5,72%	3,75%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	27,74%	31,95%	28,70%
Alojamiento y otros conceptos	0,20%	0,64%	0,83%
No procede	5,43%	6,33%	4,86%

- La opción “Vuelo+alojamiento” pasa a la segunda posición, aumentado de 6,18 puntos y cerrando 2017 con un 27,01%.
- “Vuelo+alojamiento+todo incluido” continua siendo el más seleccionado, a pesar de disminuir 3,25 puntos porcentuales.
- La categoría “Vuelo+alojamiento+media pensión” es la tercera opción, sufriendo ligeros incrementos y decrementos de un año a otro.
- “Vuelo+alojamiento+desayuno” permanece en torno al 20%, mientras que “Vuelo+alojamiento+pensión completa” disminuye aproximadamente un 2%.

COMPRA DEL VUELO

	2015	2016	2017
A un tour operador	42,59%	44,00%	44,29%
A la compañía aérea	23,85%	19,73%	23,07%
Agencias de Viajes	19,00%	21,51%	18,93%
Portal de Internet	12,37%	12,27%	11,39%
No lo sabe	2,18%	2,49%	2,32%

- Para los turistas, la compra del vuelo a través de tour operador continúa siendo la primera opción, a pesar de disminuir su cuota y situarse aproximadamente en el 44%.
- Las agencias de viaje disminuyen su importancia bajando en 3 puntos porcentuales de 2016, a 2017.
- La compra directa a la compañía aérea aumenta en 2017 4 puntos porcentuales frente a 2016.
- La compra a través de portales d-e Internet reduce su cuota situándose en torno al 11%.

COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2015	2016	2017
A un tour operador	39,45%	41,66%	42,22%
Al alojamiento	13,72%	11,95%	13,09%
Agencias de Viajes	19,07%	22,49%	19,59%
Portal de Internet	16,16%	14,28%	15,24%
No lo sabe	3,26%	4,17%	3,12%
No le hacía falta	8,35%	5,44%	6,75%

-La compra a través de TT.OO, presenta una tendencia al alza, siendo la principal modalidad de elección. Experimenta un aumento en su importancia relativa situándose aproximadamente en el 42%.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, a pesar de presentar valores inferiores al año precedente, con una bajada de 2,90 puntos porcentuales en 2017 frente al 2016.

-La compra de alojamiento en portales de Internet aumenta 0,96 puntos porcentuales respecto a 2016.

-Por su parte, la compra directa del alojamiento presenta un aumento de 1,14 puntos porcentuales respecto a 2016, consiguiendo una cuota del 13%.

MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO

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

En los últimos años los motivos de elección de los turistas que visitan Gran Canaria se han mantenido constantes:

- En primer lugar se encuentra siempre el Clima o Sol.
- El segundo y tercer motivo que más influye a la hora de elegir nuestro destino es playas y tranquilidad, respectivamente.
- El cuarto motivo son los paisajes.
- En 2017 conocer nuevos lugares empieza a cobrar importancia en el quinto lugar de razones por las que visitar la isla en el periodo analizado.

DURANTE LA ESTANCIA

TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2015	2016	2017
Hotelero	60,45%	65,43%	57,86%
Extrahotelero	27,98%	26,62%	32,74%
Viviendas propias y otros alojamientos	11,57%	7,96%	9,40%

- Las cuotas del alojamiento hotelero disminuyen 7,57 puntos y sigue siendo la principal opción de hospedaje; le sigue el alojamiento extrahotelero, que aumenta su cuota en 6,12 puntos porcentuales.
- La modalidad de vivienda propia y otros alojamientos aumenta en 1,44 puntos porcentuales.

ESTANCIA MEDIA

	2015	2016	2017
TOTAL PAÍSES	9,41	9,12	9,12
Alemania	10,86	11,22	10,71
España	6,63	6,23	6,48
Holanda	9,04	8,14	8,73
Países Nórdicos	12,27	10,05	10,51
Reino Unido	8,06	8,4	7,95
Otros países	9,63	9,56	9,78

- La estancia media en Gran Canaria en el segundo trimestre de 2017 permanece constante respecto al año anterior.
- Los alemanes tienen la mayor estancia media, pese a mostrar una ligera reducción respecto a 2016.
- Españoles, holandeses y otros países aumentan su estancia media.

DESPUÉS DE LA ESTANCIA

VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2015	2016	2017
1	Clima	Clima	Clima
2	Servicios de taxi	Servicios de taxi	Servicios de taxi
3	Hospitalidad	Hospitalidad	Hospitalidad
4	Trato en alojamiento	Zonas de baño	Trato en el alojamiento
5	Zonas de baño	Trato en el alojamiento	Seguridad
Valoración media del destino	7,99	8,13	8,10

- La media del destino registra en 2017 una valoración en aspectos y servicios de 8,10 puntos, inferior a la obtenida en 2016 en 0,03 puntos.
- Podemos observar que los aspectos más valorados coinciden con los del año 2016. Servicios de taxi y hospitalidad tienen la misma nota media: 8,65.
- Trato en el alojamiento pasa a ocupar la 4ª posición y seguridad se convierte en el 5º aspecto más valorado.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

AÑOS	2015	2016	2017
Muy buena/Buena	93,57%	94,09%	93,45%
Normal	5,59%	5,19%	5,58%
Mala/Muy mala	0,84%	0,72%	0,98%

- La satisfacción del cliente que visita Gran Canaria es, en su amplia mayoría, muy buena o buena para toda la serie. La valoración positiva en 2017 disminuye 0,64 puntos porcentuales.
- Por otro lado, aumenta quienes valoran la satisfacción como normal, obteniendo en 2017 un 5,58%.
- La valoración mala/muy mala aumentó en 2017 hasta un 0,98%, si bien se mantiene inferior al 1%.

GASTO TURÍSTICO

GASTO TURÍSTICO (€)

	2015	2016	2017	VAR. TOTAL	VAR %
Gasto turístico total	716.978.071	844.495.103	944.715.898	100.220.795	11,87%
Gasto turístico en origen	495.025.727	592.877.355	664.756.994	71.879.639	12,12%
Gasto turístico en destino	221.952.345	251.617.748	279.958.904	28.341.156	11,26%

- El gasto turístico en Gran Canaria, tanto el de origen como el de destino, para el segundo trimestre de 2017 ha aumentado con respecto a las cifras de los dos años anteriores.
- El gasto total, tanto en origen como en destino, aumentó en relación con 2016; siendo gasto turístico en origen, el gasto que registra el aumento porcentual mayor.

	2015	2016	2017	VAR.TOTAL	VAR%
Gasto medio total por turista	1.108,63	1.071,55	1.063,09	-8,46	-0,79%
Gasto medio en origen por turista	759,99	750,45	744,13	-6,32	-0,84%
Gasto medio en destino por turista	348,65	321,10	318,96	-2,14	-0,67%

- Frente a los resultados del año 2016, el gasto medio total por turista ha disminuido en 2017, tanto en origen como en destino.
- El gasto en origen es el que disminuye en mayor proporción.

GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	2015	2016	2017
Total (Origen + Gran Canaria)	137,35	135,75	134,11
En origen	94,67	93,89	93,59
En Gran Canaria	42,68	41,86	40,52
Extras alojamiento	6,88	5,88	5,79
Transporte público	2,42	2,08	1,97
Alquiler de vehículos	1,19	1,24	1,35
Compras alimenticias	9,44	7,49	6,83
Restaurantes	9,46	10,4	13,15
Souvenirs	7,42	8,75	6,22
Ocio	4	3,99	3,84
Otros conceptos	1,86	2,02	1,37

- El gasto diario registrado el segundo trimestre de 2017 se sitúa en 134,11 euros, contabilizando una disminución de 1,64 euros respecto a 2016.
- El gasto disminuye en origen (0,30 euros) y en destino (1,34 euros).
- Se pueden apreciar ligeras variaciones. Las que varían positivamente son: Alquiler de vehículos y restaurantes. Las otras categorías disminuyen levemente.

Nota. El gasto en Gran Canaria es el sumatorio de los gastos en alojamiento, transporte, alimentación, compras alimenticias, restaurantes, souvenirs, ocio y otros conceptos.

GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN NACIONALIDADES. (Euros)

	2015	2016	2017
Total	1.108,63	1.071,55	1.063,09
Alemania	1.289,02	1.303,78	1.272,77
España	735,01	632,30	705,36
Holanda	1.056,55	871,15	987,28
Países Nórdicos	1.254,72	1.083,78	1.144,02
Reino Unido	1.012,26	1.050,95	897,47
Otros países	1.221,89	1.219,31	1.299,77

- Todos, excepto otros países, presentan un gasto total por turista inferior al segundo trimestre de 2015.
- Respecto a 2016 todos, excepto Alemania y Reino Unido, aumentan su gasto total por turista.
- Destacar sobre el segundo trimestre de 2016, la reducción del gasto total por turista procedente de Reino Unido (-153,48 euros) así como la disminución que presentan los alemanes (-31,01 euros).

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

	2015	2016	2017
Total	1.108,63	1.071,55	1.063,09
Hotel 5 estrellas	1.411,28	1.369,03	1.423,94
Hotel 4 estrellas	1.201,19	1.148,07	1.138,31
Hotel 1,2,3 estrellas	951,99	916,68	938,45
Extrahotelero	1.125,07	1.020,45	1.012,37
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	716,09	705,25	659,57
Otros	1.023,84	1.325,25	1.213,84

- En los establecimientos hoteleros se realiza el mayor gasto, destacando los hoteles de 5 estrellas, seguidos de los de 4 estrellas.
- Los establecimientos extrahoteleros presentan una disminución respecto al año 2016.
- Las viviendas propias y otros alojamientos sufren decrementos respecto al 2016, siendo esta última categoría la que más disminuye (111,41 euros).

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

	2015	2016	2017
Total	1.108,63	1.071,55	1.063,09
Sólo vuelo	947,94	883,07	830,23
Vuelo y alojamiento	1.097,28	1.053,28	1.054,37
Vuelo, alojamiento y desayuno	1.211,59	1.164,11	1.243,72
Vuelo, alojamiento y media pensión	1.294,67	1.373,97	1.302,17
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1.253,83	1.157,58	1.131,03
Vuelo, alojamiento y todo incluido	1.148,28	1.073,87	1.067,85

- El mayor gasto total corresponde a los turistas que han elegido la modalidad de “Vuelo+alojamiento+media pensión”; respecto a 2016 ha disminuido su valor en 71,80 euros.

- Todas las categorías, excepto Vuelo y alojamiento y Vuelo,alojamiento y desayuno, disminuyen en valores de gasto.

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

	2015	2016	2017
Total	1.108,63	1.071,55	1.063,09
De 16 a 24 años	882,70	861,24	858,09
Hombres	911,19	886,44	893,04
Mujeres	862,08	839,26	829,01
De 25 a 44 años	948,59	887,53	893,25
Hombres	994,11	912,08	954,35
Mujeres	899,63	859,04	827,42
De 45 a 64 años	1.176,31	1.111,66	1.092,47
Hombres	1.199,56	1.108,93	1.088,64
Mujeres	1.152,09	1.114,68	1.096,04
Mayor de 64 años	1.508,17	1.380,98	1.387,51
Hombres	1.608,56	1.439,74	1.468,86
Mujeres	1.398,08	1.324,73	1.309,67

- El grupo de mayor gasto son los visitantes mayores de 64 años, seguidos del colectivo de 45 a 64 años.
- En todos de los grupos, excepto 45 a 64 años el gasto medio total de los hombres supera al registrado por las mujeres.



GranCanaria
Patronato de Turismo