

**PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA**

**TERCER TRIMESTRE. 2014-2016.**

**ANÁLISIS COMPARATIVO**



<b>ÍNDICE</b>	<b>Página</b>
<b>PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO</b>	
EDAD Y SEXO	3
OCUPACIÓN	4
<b>ANTES DEL VIAJE</b>	
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	6
COMPRA DEL VUELO	7
COMPRA DEL ALOJAMIENTO	8
MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO	9
<b>DURANTE LA ESTANCIA</b>	
TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO	11
<b>DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	
VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS	13
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	14
<b>GASTO TURÍSTICO</b>	
GASTO TURÍSTICO TOTAL	16
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA	17
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA Y NACIONALIDAD	18
GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y TIPO DE ALOJAMIENTO	19
GASTO MEDIO TOTAL SEGÚN CONCEPTOS EN ORIGEN	20
GASTO MEDIO TOTAL POR TURISTA SEGÚN EDAD Y GÉNERO	21

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Sexo

	2014	2015	2016
<b>Hombres</b>	52,73%	51,89%	49,32%
<b>Mujeres</b>	47,27%	48,11%	50,68%

- Los hombres disminuyen la visita en aproximadamente 2,57 puntos porcentuales, al contrario que las mujeres, que incrementan en la misma cantidad el número de las mismas.
- Entre grupos, son más las mujeres que llegan que los hombres.

### Edad

	2014	2015	2016
<b>De 16 a 24 años</b>	20,21%	18,75%	15,47%
<b>De 25 a 44 años</b>	48,41%	43,69%	39,19%
<b>Mayor de 44 años</b>	31,38%	37,55%	45,34%

- El grupo comprendido entre los 16 y 24 años de edad es el de menor presencia en Gran Canaria, y baja el porcentaje de visita para 2016.
- El perfil de 25 a 44 años es el primero más representativo en años anteriores, poniéndose en segundo lugar para 2016.
- Los mayores de 44 años incrementan en 7,79 puntos porcentuales el resultado de 2015, siendo el mayor grupo de visitantes en la isla.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Ocupación

	2014	2015	2016
<b>Empresarios</b>	22,08%	20,88%	19,67%
<b>Funcionarios o cargos altos/medios</b>	39,93%	40,67%	38,88%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	20,35%	19,75%	19,18%
<b>Jubilados</b>	13,56%	13,91%	11,46%
<b>Estudiantes, amas de casas o parados</b>	4,09%	4,79%	10,82%

- El grupo de funcionarios o cargos medios/altos presenta la categoría de ocupación más abundante de los turistas en Gran Canaria, manteniéndose sobre el 40% aunque cerrando 2016 con un 1,79% menos frente al 2015.
- Le siguen los grupos de empresarios y funcionarios o empleados auxiliares, ambos sobre el 19% aproximadamente, con ligeras diferencias entre ellos.
- Los jubilados descienden 2,45 puntos porcentuales respecto a 2015 y el grupo de estudiantes, parados o amas de casa presenta un importante aumento de peso en 2016 frente a 2015.

**ANTES DEL VIAJE**

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2014	2015	2016
Sólo vuelo	10,62%	11,49%	9,63%
Vuelo y alojamiento	21,97%	20,56%	22,19%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	4,82%	5,96%	5,95%
Vuelo, alojamiento y media pensión	19,14%	22,21%	19,75%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	3,35%	3,39%	4,11%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	31,13%	31,94%	33,86%
<b>Alojamiento y otros conceptos</b>	0,26%	0,26%	0,38%
<b>No procede</b>	8,72%	4,17%	4,12%

- La opción “Vuelo+alojamiento+todo incluido” continúa siendo la más elegida manteniéndose constante y cerrando 2016 con un 33,86%.
- “Vuelo+alojamiento” es lo segundo más seleccionado, aumentando en 1,6 puntos porcentuales en 2016 respecto a 2015 y 0,22 puntos en 2014.
- La categoría “Vuelo+alojamiento+media pensión” es la tercera opción sufriendo ligeros incrementos y decrementos de un año a otro.
- “Vuelo+alojamiento+desayuno” se mantiene en la media y “Vuelo+alojamiento+pensión completa” presenta una subida del 0,76% frente a 2014 y del 0,72% respecto a 2015.

## COMPRA DEL VUELO

	2014	2015	2016
<b>A un tour operador</b>	41,86%	39,51%	38,64%
<b>A la compañía aérea</b>	20,99%	23,29%	21,31%
<b>Agencias de Viajes</b>	23,38%	22,43%	25,36%
<b>Portal de Internet</b>	10,14%	12,42%	12,43%
<b>No lo sabe</b>	3,62%	2,35%	2,26%

- Para los turistas, la compra del vuelo a través de tour operador continúa siendo la primera opción, a pesar de que en 2016 año se produce un descenso de 0,87 puntos porcentuales respecto a 2015.
- Las agencias de viaje cobran importancia subiendo en 2,93 puntos porcentuales de 2015 a 2016.
- La compra directa a la compañía aérea disminuye en 2016 cerca de un 2% frente a 2015 a pesar de que en 2015 creció en 2,30 puntos respecto a 2014.
- La compra a través de portales de Internet se mantiene constante sobre el 12%.

## COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2014	2015	2016
<b>A un tour operador</b>	40,13%	37,74%	37,24%
<b>Al alojamiento</b>	11,14%	11,42%	10,46%
<b>Agencias de Viajes</b>	23,83%	23,27%	25,94%
<b>Portal de Internet</b>	11,87%	15,18%	15,69%
<b>No lo sabe</b>	3,81%	2,49%	1,99%
<b>No le hacía falta</b>	9,21%	9,91%	8,67%

-La compra a través de TT.OO. es la principal modalidad de elección. Experimenta un descenso en su importancia relativa pero se mantiene sobre el 37%.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, con valores superiores al año precedente, y una subida de 2,67 puntos porcentuales en 2016 frente al 2015.

-La compra de alojamiento en portales de Internet aumenta 3,82 puntos porcentuales respecto a 2014, obteniendo el máximo de la serie para 2016.

-Por su parte, la compra directa del alojamiento se mantiene en la media de los últimos 2 años, descendiendo para 2016 un 0,96% respecto a 2015.



## MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO

TOP 5	2014	2015	2016
1	Clima o sol	Clima o sol	Clima o sol
2	Tranquilidad, relax, descanso	Tranquilidad, relax, descanso	Tranquilidad, relax, descanso
3	Playas	Playas	Playas
4	Paisajes	Paisajes	Paisajes
5	Conocer nuevos lugares	Precio	Seguridad

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 tranquilidad y playas, respectivamente.
- Conocer nuevos lugares, el precio y la seguridad empiezan a cobrar importancia en el quinto lugar de razones por las que visitar la isla en el periodo analizado, siendo esta última la correspondiente a 2016.

**DURANTE LA ESTANCIA**

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2014	2015	2016
<b>Hotelero</b>	61,99%	62,79%	60,15%
<b>Extrahotelero</b>	27,00%	26,78%	30,32%
<b>Viviendas propias y otros alojamientos</b>	11,00%	10,43%	9,53%

- Los datos del alojamiento hotelero disminuyen pero sigue siendo la principal opción de hospedaje; le sigue el alojamiento en establecimientos extrahoteleros, que consigue aumentar en todos los años.
- La modalidad de vivienda propia/amigos o familiares y otros alojamientos presenta disminuciones paulatinamente hasta 2016.

**DESPUÉS DE LA ESTANCIA**

## VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2014	2015	2016
1	Clima	Clima	Clima
2	Trato en el alojamiento	Hospitalidad	Hospitalidad
3	Servicios de taxi	Servicios de taxi	Servicios de taxi
4	Hospitalidad	Trato en el alojamiento	Trato en el alojamiento
5	Zonas de baño	Zonas de baño	Seguridad
<b>Valoración media del destino</b>	<b>7,94</b>	<b>7,96</b>	<b>8,07</b>

- La media del destino registra en 2016 una valoración en aspectos y servicios de 8,07 puntos, aumentando en relación con 2014 y 2015 en aproximadamente 0,12 puntos.
- Podemos observar que los aspectos más valorados se repiten a lo largo de los años estudiados.

## SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

AÑOS	2014	2015	2016
<b>Muy buena/Buena</b>	92,87%	91,91%	93,09%
<b>Normal</b>	6,37%	7,10%	6,35%
<b>Mala/Muy mala</b>	0,77%	0,98%	0,56%

- La satisfacción del cliente que visita Gran Canaria es, en su amplia mayoría, muy buena o buena para toda la serie, a pesar de que en 2015 esta categoría sufre un descenso de 0,96 puntos porcentuales; en 2016 sube 1,18 puntos respecto al 2014 y se sitúa con la mejor cifra en todo el periodo con un 93,09% de buena satisfacción.

- Por otro lado, aumenta quienes valoran la satisfacción como normal, en un 0,73% para 2015 frente a 2014 aunque en 2016 esta cifra desciende en 0,75 puntos porcentuales.

- La valoración mala/muy mala aumentó para 2015 contra 2014 pero en 2016 se observa un descenso de 0,21 puntos porcentuales frente a 2014 y de 0,42 puntos respecto a 2015.

**GASTO TURÍSTICO**

## GASTO TURÍSTICO (€)

	2014	2015	2016	VAR. TOTAL	VAR %
<b>Gasto turístico total</b>	802.938.348	901.593.210	1.112.777.104	211.183.894	23%
<b>Gasto turístico en origen</b>	546.136.277	624.842.872	784.728.493	159.885.621	26%
<b>Gasto turístico en destino</b>	256.802.070	276.750.338	328.048.611	51.298.273	19%

- El gasto turístico en Gran Canaria para el año 2016 se ha incrementado superando las cifras de los dos años posteriores.
- El gasto total, tanto en origen como en destino, aumentaron en relación con 2015; prestando especial atención al aumento del gasto en origen, que registra la variación porcentual mayor.

	2014	2015	2016	VAR.TOTAL	VAR%
<b>Gasto medio total por turista</b>	1.088,75	1.190,83	1.163,48	-27,35	- 2%
<b>Gasto medio en origen por turista</b>	731,57	816,36	811,87	-4,49	- 1%
<b>Gasto medio en destino por turista</b>	357,18	374,47	351,61	-22,86	- 6%

- Frente a los resultados del año 2015, el gasto por turista ha disminuido en 2016; no obstante, respecto a 2014 ha aumentado, excepto el gasto por turista en destino.
- Las variaciones de descenso en gasto son pequeñas.



## GASTO MEDIO TOTAL POR PERSONA Y DÍA. (Euros)

	2014	2015	2016
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	122,8	138,8	133,5
<b>En origen</b>	83,32	96,41	93,71
<b>En Gran Canaria</b>	39,49	42,43	39,82
<b>Extras alojamiento</b>	5,06	6,36	6,04
<b>Transporte público</b>	1,88	2,26	2,11
<b>Alquiler de vehículos</b>	1,13	1,19	1,19
<b>Compras alimenticias</b>	9,68	9,06	6,4
<b>Restaurantes</b>	7,78	8,61	10,12
<b>Souvenirs</b>	7,71	7,78	7,87
<b>Ocio</b>	4,71	5,47	4,5
<b>Otros conceptos</b>	1,54	1,71	1,6

- El gasto diario registrado al finalizar el año 2016 se sitúa en 133,50 euros, contabilizando una disminución de 5,30 euros respecto a 2014.
- El gasto en el país de origen desciende levemente así como el gasto durante la estancia en la isla en mayor medida.
- El resto de conceptos presentan disminuciones, salvando el alquiler de vehículos que se mantiene constante y el gasto en restaurantes y souvenirs, siendo los únicos dos aspectos que presentan crecimientos del gasto diario.

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)

	2014	2015	2016
<b>Total</b>	1.088,75	1.190,83	1.163,48
<b>Alemania</b>	1.197,26	1.266,42	1.336,39
<b>España</b>	791,76	856,87	956,73
<b>Holanda</b>	1.063,27	1.179,77	1.107,2
<b>Países Nórdicos</b>	1.279,22	1.303,85	1.213,98
<b>Reino Unido</b>	1.078,45	1.302,09	1.123,94
<b>Otros países</b>	1.200,82	1.304,02	1.239,66

- Los turistas alemanes incrementan su gasto total hasta cifrar los 1.336,39 euros en 2016, manteniendo la tendencia alcista situándose en el máximo del período analizado.
- Los turistas españoles también experimentan aumentos durante los dos años, cerrando 2016 con su máximo en 956,73 euros.
- El resto de países sufre descensos en gasto aunque superando los niveles de 2014, salvo los nórdicos, que en 2016 registran el mínimo del período analizado.

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

	2014	2015	2016
<b>Total</b>	1.088,75	1.190,83	1.163,48
<b>Hotel 5 estrellas</b>	1.311,00	1.558,49	1.524,04
<b>Hotel 4 estrellas</b>	1.231,48	1.307,79	1.285,13
<b>Hotel 1,2,3 estrellas</b>	997,11	1.043,26	1.042,97
<b>Extrahotelero</b>	1.045,02	1.203,75	1.077,37
<b>Vivienda propia o casa de amigos/familiares</b>	707,06	703,87	842,74
<b>Otros</b>	1.036,43	954,35	1.162,76

- En los establecimientos hoteleros se realiza el mayor gasto, destacando los hoteles de 5 estrellas, seguidos de los de 4 estrellas.
- Los establecimientos hoteleros y extrahoteleros presentan disminuciones respecto al año 2015.
- Las viviendas propias y otros alojamientos sufren incrementos respecto al 2015, siendo esta última categoría la más destacada por un aumento de 208,41 euros sobre 2015.

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

	2014	2015	2016
<b>Total</b>	1.088,75	1.190,83	1.163,48
<b>Sólo vuelo</b>	843,49	861,11	990,06
<b>Vuelo y alojamiento</b>	1.127,76	1.228,62	1.127,10
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	1.293,96	1.365,03	1.307,36
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	1.332,86	1.404,24	1.392,22
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	1.258,40	1.272,79	1.306,83
<b>Vuelo, alojamiento y todo incluido</b>	1.165,09	1.213,31	1.168,17

- El mayor gasto total corresponde a los turistas que han elegido la modalidad de “Vuelo+alojamiento+media pensión”, a pesar de que respecto a 2015 ha disminuido el valor en 12,02 euros.
- La mayoría de las categorías sufren caídas en valores de gasto, salvando las modalidades de “Sólo vuelo” y “Vuelo+alojamiento+pensión completa”, que consiguen ambas cerrar 2016 en su máxima cifra del período.
- En general todos los conceptos superan los valores del 2014 pero no los de 2015, aunque ligeramente sobre este último.

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

	2014	2015	2016
<b>Total</b>	1.088,75	1.190,83	1.163,48
<b>De 16 a 24 años</b>			
<b>Hombres</b>	991,25	1.075,20	1.025,25
<b>Mujeres</b>	896,8	1.060,20	961
<b>De 25 a 44 años</b>			
<b>Hombres</b>	1.089,71	1.158,77	1.139,99
<b>Mujeres</b>	991,77	1.096,03	1.065,79
<b>De 45 a 64 años</b>			
<b>Hombres</b>	1.259,56	1.336,27	1.303,31
<b>Mujeres</b>	1.241,39	1.257,12	1.192,38
<b>Mayor de 64 años</b>			
<b>Hombres</b>	1.299,35	1.902,06	1.382,75
<b>Mujeres</b>	1.156,58	1.137,97	1.326,43

- En 2016, el gasto medio por turista disminuye frente a 2015 en todos los grupos de edad; el grupo de mayor gasto son los visitantes mayores de 64 años, seguidos del colectivo de 45 a 64 años.

- En la totalidad de los grupos, el gasto medio total de los hombres supera al registrado por las mujeres.



**GranCanaria**  
*Patronato de Turismo*