

**PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA**

**CUARTO TRIMESTRE. 2015-2017.**

**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
ESTANCIA MEDIA	12
<b>DESPUÉS DE LA ESTANCIA</b>	
VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS	14
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	15
<b>GASTO TURÍSTICO</b>	
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
<b>Hombres</b>	52,24%	51,35%	49,98%
Mujeres	47,76%	48,65%	50,02%

- El porcentaje de hombres disminuye 1,37 puntos porcentuales hasta el 49,98%.
- En 2017 la diferencia entre la proporción de hombres y mujeres es casi inexistente.

### Edad

	2015	2016	2017
<b>De 16 a 24 años</b>	6,57%	7,57%	6,75%
De 25 a 44 años	31,57%	32,70%	32,44%
<b>Mayor de 44 años</b>	61,86%	59,73%	60,80%

- El grupo comprendido entre los 16 y 24 años de edad es el de menor presencia en Gran Canaria, disminuye casi 1 punto porcentual.
- El perfil de 25 a 44 años es el segundo más representativo, disminuye levemente (0,26 puntos) en 2017.
- Los mayores de 44 años aumentan su cuota 1,07 puntos con respecto al resultado de 2016. Continúa siendo el grupo mayoritario de visitantes en la isla.

## PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS TURISTAS

### Ocupación

	2015	2016	2017
<b>Empresarios</b>	19,79%	21,20%	20,45%
Funcionarios o cargos altos/medios	37,70%	36,15%	35,36%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	16,43%	15,08%	15,48%
Estudiantes, amas de casas o parados	6,18%	6,56%	6,14%
<b>Jubilados</b>	19,90%	21,01%	22,56%

- El grupo de funcionarios o cargos altos/medios presenta la categoría de ocupación más abundante de los turistas en Gran Canaria, manteniéndose sobre el 35%.
- Le siguen jubilados y empresarios, con un 22,56% y un 20,45%, respectivamente.
- Los estudiantes, amas de casas y funcionarios o empleados auxiliares casi no varían, manteniéndose cerca del 6% y el 15% respectivamente.

**ANTES DEL VIAJE**

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2015	2016	2017
<b>Sólo vuelo</b>	9,86%	8,38%	9,49%
Vuelo y alojamiento	26,17%	29,38%	29,30%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	9,28%	8,32%	8,36%
Vuelo, alojamiento y media pensión	17,12%	19,09%	16,80%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	4,76%	4,23%	3,89%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	27,43%	26,71%	27,29%
<b>Alojamiento y otros conceptos</b>	0,36%	0,42%	0,55%
No procede	5,00%	3,47%	4,33%

- La opción “Vuelo+alojamiento” permanece en la primera posición, disminuye 0,08 puntos porcentuales.
- “Vuelo+alojamiento+todo incluido” continua siendo la segunda opción, aumenta 0,58 puntos porcentuales.
- La categoría “Vuelo+alojamiento+media pensión” es la tercera opción, sufriendo una caída de 2,29 puntos porcentuales.
- “Vuelo+alojamiento+desayuno” aumenta 0,04 puntos porcentuales, mientras que “Vuelo+alojamiento+pensión completa” disminuye aproximadamente un 0,34 puntos.

## COMPRA DEL VUELO

	2015	2016	2017
<b>A un tour operador</b>	50,58%	49,05%	46,82%
A la compañía aérea	20,14%	22,34%	23,47%
<b>Agencias de Viajes</b>	17,32%	16,47%	16,79%
Portal de Internet	9,12%	9,73%	10,99%
<b>No lo sabe</b>	2,84%	2,40%	1,94%

- Para los turistas, la compra del vuelo a través de tour operador continúa siendo la primera opción,
- Las agencias de viaje son la tercera opción situándose en torno al 17%.
- La compra directa a la compañía aérea aumenta en 2017 1,13 puntos porcentuales frente a 2016. Sigue siendo la segunda opción más elegida.
- La compra a través de portales de internet aumenta 1,26 puntos, situándose su cuota en torno al 11%.

## COMPRA DEL ALOJAMIENTO

	2015	2016	2017
<b>A un tour operador</b>	48,83%	45,58%	45,10%
Al alojamiento	10,78%	12,60%	11,95%
<b>Agencias de Viajes</b>	16,75%	17,79%	16,96%
Portal de Internet	12,89%	14,10%	16,08%
<b>No lo sabe</b>	3,06%	3,25%	2,83%
No le hacía falta	7,69%	6,69%	7,08%

-La compra a través de TT.OO, presenta una tendencia a la baja, siendo la principal modalidad de elección. Experimenta un decremento en su importancia relativa, situándose aproximadamente en el 45%.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, a pesar de presentar valores inferiores al año precedente, con una bajada de 0,83 puntos porcentuales en 2017 frente al 2016.

-La compra de alojamiento en portales de Internet aumenta 1,98 puntos porcentuales respecto a 2016.

-Por su parte, la compra directa del alojamiento presenta un decremento de 0,65 puntos porcentuales respecto a 2016, consiguiendo una cuota en torno al 12%.

## MOTIVO DE ELECCIÓN DE GRAN CANARIA COMO DESTINO

TOP 5	2015	2016	2017
1	Clima	Clima	Clima
2	Tranquilidad, descanso, relax	Playas	Playas
3	Playas	Tranquilidad, descanso, relax	Tranquilidad, descanso, relax
4	Paisajes	Paisajes	Paisajes
5	Conocer nuevos lugares	Conocer nuevos lugares	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.
- El segundo y tercer motivo que más influye a la hora de elegir nuestro destino es playas y tranquilidad, respectivamente. En 2017 se mantiene con respecto al año anterior.
- El cuarto motivo en los 3 años analizados ha sido Paisajes.
- Seguridad se convierte en el quinto motivo por delante de conocer nuevos lugares.

**DURANTE LA ESTANCIA**

## TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO

	2015	2016	2017
<b>Hotelero</b>	53,36%	53,43%	51,52%
Extrahotelero	31,48%	36,29%	38,34%
<b>Viviendas propias y otros alojamientos</b>	15,16%	10,27%	10,14%

- Las cuotas del alojamiento hotelero disminuyen 1,91 puntos y continúa siendo la principal opción de hospedaje. Le sigue el alojamiento extrahotelero, aumenta su cuota en 2,05 puntos porcentuales.
- La modalidad de vivienda propia y otros alojamientos disminuye en 0,13 puntos porcentuales.

**ESTANCIA MEDIA**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>TOTAL PAÍSES</b>	9,67	8,93	9,13
Alemania	10,45	9,11	10,11
<b>España</b>	7,24	7,34	6,16
Holanda	8,59	8,55	9,48
<b>Países Nórdicos</b>	9,91	9,7	9,56
Reino Unido	8,39	7,94	8,44
<b>Otros países</b>	10,84	9,13	9,16

- La estancia media en Gran Canaria en el cuarto trimestre de 2017 aumenta respecto al año anterior.
- Los alemanes tienen la mayor estancia media, aumentando en 1 día con respecto a 2016.
- Españoles, Ingleses y nórdicos disminuyen su estancia media, mientras que la categoría otros países la aumenta.

**DESPUÉS DE LA ESTANCIA**

## VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2015	2016	2017
1	Clima	Hospitalidad	Clima
2	Hospitalidad	Servicios de taxi	Servicios de taxi
3	Servicios de taxi	Trato en alojamiento	Hospitalidad
4	Seguridad	Seguridad	Trato en alojamiento
5	Trato en alojamiento	Zonas de baño	Seguridad
<b>Valoración media del destino</b>	<b>7,92</b>	<b>7,83</b>	<b>8,04</b>

- La media del destino registra en 2017 una valoración en aspectos y servicios de 8,04 puntos, superior a la obtenida en 2016 en 0,21 puntos.

- Podemos observar que los aspectos más valorados no coinciden con los del año 2016. Clima se convierte en el aspecto mejor valorado, hospitalidad pasa a ser el 3º y tanto trato en alojamiento como seguridad caen una posición con respecto al año anterior.

## SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

AÑOS	2015	2016	2017
<b>Muy buena/Buena</b>	94,03%	92,83%	94,05%
Normal	5,34%	6,32%	5,20%
<b>Mala/Muy mala</b>	0,63%	0,85%	0,75%

- 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 aumenta 1,22 puntos porcentuales.
- Por otro lado, disminuyen quienes valoran la satisfacción como normal, obteniendo en 2017 un 5,20%.
- La valoración mala/muy mala disminuyó en 2017 hasta un 0,75%.

**GASTO TURÍSTICO**

**GASTO TURÍSTICO (€)**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>VAR. TOTAL</b>	<b>VAR %</b>
<b>Gasto turístico total</b>	1.269.922.872	1.408.733.046	1.476.935.053	68.202.007	4,84%
Gasto turístico en origen	899.324.481	1.013.196.222	1.062.562.986	49.366.764	4,87%
<b>Gasto turístico en destino</b>	370.598.392	395.536.825	414.372.067	18.835.242	4,76%

- El gasto turístico en Gran Canaria, tanto el de origen como el de destino, para el cuarto 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.

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>VAR.TOTAL</b>	<b>VAR%</b>
<b>Gasto medio total por turista</b>	1.253,33	1.213,11	1.228,88	15,77	1,30%
Gasto medio en origen por turista	883,92	865,12	878,53	13,41	1,55%
<b>Gasto medio en destino por turista</b>	369,41	347,99	350,34	2,35	0,68%

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

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total (Origen + Gran Canaria)</b>	148,68	150,87	150,52
En origen	105,39	108,26	107,53
<b>En Gran Canaria</b>	43,29	42,61	42,99
Extras alojamiento	6,11	6,07	5,68
<b>Transporte público</b>	2,22	2,49	2,22
Alquiler de vehículos	1,25	1,42	1,28
<b>Compras alimenticias</b>	9,19	7,76	7,37
Restaurantes	11,26	11,59	14,65
<b>Souvenirs</b>	7,54	7,06	7,06
Ocio	3,68	4,25	3,45
<b>Otros conceptos</b>	2,05	1,98	1,28

- El gasto diario registrado el cuarto trimestre de 2017 se sitúa en 150,52 euros, contabilizando un decremento de 0,35 euros respecto a 2016.
- El gasto disminuye en origen (0,73 euros) y en destino aumenta (0,38 euros).
- Se pueden apreciar ligeras variaciones; La que varía positivamente es restaurantes, souvenirs permanece igual y 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)**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.253,33	1.213,11	1.228,88
Alemania	1.462,31	1.401,43	1.412,70
<b>España</b>	712,68	833,28	736,33
Holanda	1.013,96	1.119,66	1.138,61
<b>Países Nórdicos</b>	1.281,99	1.263,47	1.329,58
Reino Unido	1.154,16	998,31	1.016,37
<b>Otros países</b>	1.343,12	1.283,19	1.277,40

- Todos, excepto España, Holanda y Países Nórdicos, presentan un gasto total por turista inferior al cuarto trimestre de 2015.
- Respecto a 2016 todos, excepto España y Otros países, aumentan su gasto total por turista.
- Destacar sobre el cuarto trimestre de 2017, la reducción del gasto total por turista procedente de España (-96,95 euros).

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.253,33	1.213,11	1.228,88
Hotel 5 estrellas	1.710,05	1.744,36	1.664,02
<b>Hotel 4 estrellas</b>	1.325,90	1.372,74	1.350,94
Hotel 1,2,3 estrellas	1.139,89	1.061,96	1.110,46
<b>Extrahotelero</b>	1.216,23	1.151,60	1.192,64
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	749,85	673,62	679,91
<b>Otros</b>	1.365,68	1.152,93	1.260,14

- 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 un aumento respecto al año 2016 (41,04 euros).
- En gasto en viviendas propias o casa de amigos/familiares aumenta respecto al 2016 (6,09 euros)

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.253,33	1.213,11	1.228,88
Sólo vuelo	920,68	842,78	866,88
<b>Vuelo y alojamiento</b>	1.330,70	1.188,71	1.279,16
Vuelo, alojamiento y desayuno	1.348,06	1.357,76	1.481,07
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	1.527,20	1.526,96	1.482,81
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1.319,97	1.248,87	1.446,60
<b>Vuelo, alojamiento y todo incluido</b>	1.261,24	1.205,56	1.205,32

- 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 44,15 euros.

- Destacar el aumento de las categorías “Vuelo y alojamiento”, “Vuelo, alojamiento y desayuno” y “Vuelo, alojamiento y pensión completa”, aumentando 90,45, 123,31 y 197,73 euros, respectivamente.

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.253,33	1.213,11	1.228,88
<b>De 16 a 24 años</b>	1.156,40	957,11	965,46
Hombres	1.284,47	870,59	1.041,28
Mujeres	1.049,84	1.030,98	903,02
<b>De 25 a 44 años</b>	1.022,30	997,96	1.018,89
Hombres	1.028,59	1.013,63	1.021,83
Mujeres	1.014,85	979,69	1.015,74
<b>De 45 a 64 años</b>	1.302,56	1.303,23	1.250,47
Hombres	1.329,94	1.356,21	1.287,08
Mujeres	1.272,93	1.248,63	1.215,62
<b>Mayor de 64 años</b>	1.569,15	1.481,12	1.601,86
Hombres	1.703,38	1.579,83	1.626,25
Mujeres	1.423,81	1.380,46	1.576,25

- El grupo de mayor gasto es el colectivo de mayores de 64 años seguido de visitantes de edades entre 45 y 64 años.
- En todos de los grupos, el gasto medio total de los hombres supera al registrado por las mujeres.



**GranCanaria**  
*Patronato de Turismo*