

**PERFIL DEL TURISTA EN GRAN CANARIA**

**INFORME ANUAL. 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>	50,89%	50,85%	49,67%
Mujeres	49,11%	49,15%	50,33%

- El porcentaje de hombres disminuye 1,18 puntos porcentuales hasta el 49,67%.
- En 2017 la diferencia entre la proporción de hombres y mujeres es casi inexistente (0,66%).

### Edad

	2015	2016	2017
<b>De 16 a 24 años</b>	9,95%	8,72%	9,69%
De 25 a 44 años	34,54%	32,82%	34,24%
<b>Mayor de 44 años</b>	55,51%	58,45%	56,07%

- El grupo comprendido entre los 16 y 24 años de edad es el de menor presencia en Gran Canaria, aumenta 0,97 puntos.
- El perfil de 25 a 44 años es el segundo más representativo, aumenta 1,42 puntos en 2017.
- Los mayores de 44 años disminuyen su cuota 2,38 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>	20,41%	20,43%	21,24%
Funcionarios o cargos altos/medios	37,56%	35,34%	35,21%
<b>Funcionarios o empleados auxiliares</b>	16,55%	15,81%	15,68%
Estudiantes, amas de casas o parados	8,77%	7,66%	8,30%
<b>Jubilados</b>	16,71%	20,76%	19,57%

- El grupo de funcionarios o cargos altos/medios presenta la categoría de ocupación más abundante de los turistas en Gran Canaria, manteniéndose sobre el 35%.
- Le siguen empresarios y jubilados, con un 21,24% y un 19,57%, respectivamente.
- Los estudiantes, amas de casas y funcionarios o empleados auxiliares casi no varían, aumentando 0,64% y disminuyendo 0,13%, respectivamente.

**ANTES DEL VIAJE**

## CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

	2015	2016	2017
<b>Sólo vuelo</b>	10,90%	8,82%	9,67%
Vuelo y alojamiento	24,82%	25,24%	27,57%
<b>Vuelo, alojamiento y desayuno</b>	8,44%	7,77%	8,18%
Vuelo, alojamiento y media pensión	18,41%	19,97%	17,83%
<b>Vuelo, alojamiento y pensión completa</b>	4,51%	4,57%	4,08%
Vuelo, alojamiento y todo incluido	27,50%	28,91%	27,87%
<b>Alojamiento y otros conceptos</b>	0,27%	0,40%	0,66%
No procede	5,16%	4,33%	4,14%

- La opción “Vuelo+alojamiento y todo incluido” permanece en la primera posición, disminuye 1,04 puntos porcentuales.
- “Vuelo+alojamiento” continua siendo la segunda opción, aumenta 2,33 puntos porcentuales. Casi alcanza a la categoría de todo incluido.
- La categoría “Vuelo+alojamiento+media pensión” es la tercera opción, sufriendo una caída de 2,14 puntos porcentuales.
- “Vuelo+alojamiento+desayuno” aumenta 0,41 puntos porcentuales, mientras que “Vuelo+alojamiento+pensión completa” disminuye 0,49 puntos.

## COMPRA DEL VUELO

	2015	2016	2017
<b>A un tour operador</b>	46,09%	45,55%	45,56%
A la compañía aérea	21,99%	21,60%	23,44%
<b>Agencias de Viajes</b>	18,71%	19,43%	17,84%
Portal de Internet	10,54%	11,10%	11,05%
<b>No lo sabe</b>	2,68%	2,32%	2,11%

- 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 18%.
- La compra directa a la compañía aérea aumenta en 2017, 1,84 puntos porcentuales frente a 2016. Sigue siendo la segunda opción más elegida.
- La compra a través de portales de internet disminuye 0,05 puntos, su cuota continua situándose en torno al 11%.

**COMPRA DEL ALOJAMIENTO**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>A un tour operador</b>	44,13%	43,12%	43,24%
Al alojamiento	11,96%	12,18%	12,53%
<b>Agencias de Viajes</b>	18,55%	20,36%	18,34%
Portal de Internet	14,10%	14,37%	15,60%
<b>No lo sabe</b>	3,09%	2,98%	2,88%
No le hacía falta	8,19%	6,99%	7,41%

-La compra a través de TT.OO. siendo la principal modalidad de elección. Experimenta un leve aumento en su importancia relativa, y continúa en torno al 43%.

-Las agencias de viaje continúan como la segunda opción más importante, a pesar de presentar valores inferiores al año precedente, con una bajada de 2,02 puntos porcentuales en 2017 frente al 2016.

-La compra de alojamiento en portales de Internet aumenta 1,23 puntos porcentuales respecto a 2016.

-Por su parte, la compra directa del alojamiento presenta un aumento de 0,35 puntos porcentuales respecto a 2016, consiguiendo una cuota cercano al 13%.

## 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	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.
- 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.
- El quinto motivo, el cual no varía en los tres años, es Conocer nuevos lugares.

**DURANTE LA ESTANCIA**

**TIPO DE ALOJAMIENTO ESCOGIDO**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Hotelero</b>	56,01%	58,04%	54,56%
Extrahotelero	31,19%	32,05%	34,97%
<b>Viviendas propias y otros alojamientos</b>	12,81%	9,91%	10,47%

- Las cuotas del alojamiento hotelero disminuyen 3,48 puntos y continúa siendo la principal opción de hospedaje. Le sigue el alojamiento extrahotelero, aumenta su cuota en 2,92 puntos porcentuales.
- La modalidad de vivienda propia y otros alojamientos disminuye en 0,56 puntos porcentuales.

**ESTANCIA MEDIA**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>TOTAL PAÍSES</b>	10	9,64	9,41
Alemania	10,68	10,62	10,21
<b>España</b>	7,62	7,66	7,36
Holanda	9,97	9,22	9,05
<b>Países Nórdicos</b>	11,18	10,65	10,48
Reino Unido	8,64	8,5	8,34
<b>Otros países</b>	10,42	9,89	9,78

- La estancia media en Gran Canaria en 2017 disminuye respecto al año anterior.
- Los Nórdicos tienen la mayor estancia media, disminuyendo 0,17 días con respecto a 2016.
- Todas los países disminuyen su estancia media con respecto al año anterior.

**DESPUÉS DE LA ESTANCIA**

## VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS Y SERVICIOS

Aspectos más valorados	2015	2016	2017
1	Hospitalidad	Clima	Clima
2	Servicios de taxi	Hospitalidad	Hospitalidad
3	Trato en alojamiento	Servicios de taxi	Servicios de taxi
4	Clima	Trato en alojamiento	Trato en alojamiento
5	Seguridad	Seguridad	Seguridad
<b>Valoración media del destino</b>	<b>7,88</b>	<b>7,99</b>	<b>8,03</b>

- La media del destino registra en 2017 una valoración en aspectos y servicios de 8,03 puntos, superior a la obtenida en 2016 en 0,04 puntos.
- Podemos observar que los aspectos mejor valorados coinciden con los del año 2016.

**SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

<b>AÑOS</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Muy buena/Buena</b>	91,82%	92,87%	93,33%
Normal	7,42%	6,52%	6,00%
<b>Mala/Muy mala</b>	0,77%	0,61%	0,67%

- 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 0,46 puntos porcentuales.
- Por otro lado, disminuyen quienes valoran la satisfacción como normal, obteniendo en 2017 un 6,00%.
- La valoración mala/muy mala aumenta levemente en 2017, hasta un 0,67%.

**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>	4.057.706.036	4.757.690.029	5.129.391.851	371.701.822	7,81%
Gasto turístico en origen	2.833.313.826	3.386.797.496	3.640.508.453	253.710.957	7,49%
<b>Gasto turístico en destino</b>	1.224.392.210	1.370.892.532	1.488.883.398	117.990.866	8,61%

- En 2017 el gasto turístico en Gran Canaria, tanto el de origen como el de destino, 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 el gasto turístico en destino, 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>	1.215,91	1.203,24	1.205,85	2,61	0,22%
Gasto medio en origen por turista	843,29	850,13	850,40	0,27	0,03%
<b>Gasto medio en destino por turista</b>	372,62	353,11	355,46	2,35	0,67%

- 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 destino 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>	141,79	142,38	145,42
En origen	99,83	101,25	103,06
<b>En Gran Canaria</b>	41,95	41,13	42,35
Extras alojamiento	6	5,89	5,97
<b>Transporte público</b>	2,2	2,19	2,08
Alquiler de vehículos	1,16	1,28	1,39
<b>Compras alimenticias</b>	9,51	7,68	7,22
Restaurantes	9,86	10,92	13,4
<b>Souvenirs</b>	7,45	7,44	6,88
Ocio	3,98	3,93	3,99
<b>Otros conceptos</b>	1,79	1,81	1,42

- El gasto diario registrado en 2017 se sitúa en 145,42 euros, contabilizando un aumento de 3,04 euros respecto a 2016.
- El gasto aumenta en origen (1,81 euros) y en destino (1,22 euros).
- Se pueden apreciar ligeras variaciones; La que varía positivamente son Extras alojamiento, Alquiler de vehículos, Restaurantes y ocio. 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>	1.215,91	1.203,24	1.205,85
Alemania	1.376,11	1.423,04	1.378,10
<b>España</b>	757,76	808,90	825,93
Holanda	1.135,74	1.098,10	1.128,85
<b>Países Nórdicos</b>	1.290,37	1.247,54	1.338,84
Reino Unido	1.160,97	1.086,60	1.016,56
<b>Otros países</b>	1.311,74	1.309,56	1.314,77

- Alemania, España, y otros países y Nórdicos, presentan un gasto total por turista superior al año 2015.
- Respecto a 2016 todos, excepto Alemania y Reino Unido, aumentan su gasto total por turista.

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.215,91	1.203,24	1.205,85
Hotel 5 estrellas	1.577,80	1.582,71	1.617,56
<b>Hotel 4 estrellas</b>	1.308,72	1.303,51	1.309,24
Hotel 1,2,3 estrellas	1.088,99	1.071,19	1.074,27
<b>Extrahotelero</b>	1.217,78	1.168,49	1.163,06
Vivienda propia o casa de amigos/familiares	729,57	732	740,1
<b>Otros</b>	1.234,74	1.216,62	1.280,63

- 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 decremento respecto al año 2016 (5,43 euros).
- En gasto en viviendas propias o casa de amigos/familiares aumenta respecto al 2016 (8,01 euros)

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.215,91	1.203,24	1.205,85
Sólo vuelo	981,29	940,01	911,84
<b>Vuelo y alojamiento</b>	1.283,51	1.204,21	1.234,36
Vuelo, alojamiento y desayuno	1.333,51	1.302,47	1.363,42
<b>Vuelo, alojamiento y media pensión</b>	1.435,81	1.459,92	1.449,08
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1.292,19	1.287,59	1.347,88
<b>Vuelo, alojamiento y todo incluido</b>	1.224,74	1.208,31	1.199,63

- 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 10,84 euros.

- Destacar el aumento de las categorías “Vuelo y alojamiento”, “Vuelo, alojamiento y desayuno” y “Vuelo, alojamiento y pensión completa”, aumentando 30,15, 60,95 y 60,29 euros, respectivamente.

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

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Total</b>	1.215,91	1.203,24	1.205,85
<b>De 16 a 24 años</b>	1.012,04	935,28	953,61
Hombres	1.060,30	923,11	1.019,27
Mujeres	969,95	945,64	902,88
<b>De 25 a 44 años</b>	1.035,53	1.007,65	1.015,72
Hombres	1.052,27	1.031,06	1.054,70
Mujeres	1.017,03	981,02	974,45
<b>De 45 a 64 años</b>	1.269,28	1.258,62	1.260,07
Hombres	1.285,59	1.290,67	1.307,25
Mujeres	1.252,30	1.224,78	1.214,80
<b>Mayor de 64 años</b>	1.614,91	1.531,01	1.579,14
Hombres	1.704,76	1.615,69	1.618,84
Mujeres	1.525,83	1.452,32	1.537,75

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



**GranCanaria**  
*Patronato de Turismo*