

# Evolución del perfil del turista

## Alemania: III Trimestre

### ¿Cuántos son y cuánto gastan?



	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
Número de <u>turistas</u>	586.929	597.682	555.028	628.266	610.817
Gasto medio diario asociado al viaje (€)	118,47	121,16	123,59	121,88	124,54
- antes de viajar	92,88	95,60	98,94	95,71	97,59
- una vez en Canarias	25,58	25,56	24,65	26,17	26,95
Estancia media	10,84	11,15	10,74	10,65	10,86
Facturación / turista (€)	1.205	1.256	1.244	1.222	1.254
Facturación total (mill. €)	707	750	691	768	766
Cuota sobre facturación anual	24,1%	24,3%	22,3%	23,3%	--
Cuota sobre turistas anuales	23,7%	23,5%	22,2%	23,1%	--
<b>Gasto en destino por turista y viaje (€)</b>	<b>2011Q3</b>	<b>2012Q3</b>	<b>2013Q3</b>	<b>2014Q3</b>	<b>2015Q3</b>
Alojamiento	26,25	24,20	28,47	26,04	28,25
Transporte público	8,25	7,85	8,31	5,80	7,01
Alquiler de vehículos	21,43	18,39	15,19	14,64	19,24
Compras en supermercados	40,18	44,20	38,90	43,92	48,87
Restaurantes	46,64	49,91	44,88	49,51	52,86
Souvenirs	48,47	54,01	60,80	65,35	61,58
Ocio	48,04	49,67	45,96	47,60	47,33
Otros	22,11	25,12	14,54	14,65	14,21

	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
<b>Reserva del vuelo</b>	<b>58,0%</b>	<b>38,9%</b>	<b>39,6%</b>	<b>39,0%</b>	<b>40,2%</b>
<b>Al turoperador</b>	<b>58,0%</b>	<b>38,9%</b>	<b>39,6%</b>	<b>39,0%</b>	<b>40,2%</b>
- A través de su web	49,3%	46,2%	51,2%	57,1%	51,5%
<b>A la compañía aérea</b>	<b>5,2%</b>	<b>7,9%</b>	<b>8,1%</b>	<b>8,2%</b>	<b>9,5%</b>
- A través de su web	90,9%	91,1%	85,3%	90,3%	91,5%
<b>A una agencia de viajes</b>	<b>25,4%</b>	<b>38,8%</b>	<b>39,8%</b>	<b>39,2%</b>	<b>36,4%</b>
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	<b>11,5%</b>	<b>14,4%</b>	<b>12,5%</b>	<b>13,6%</b>	<b>13,8%</b>

### ¿Dónde se alojan?



	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
Hotel 5*	5,4%	4,1%	5,2%	4,7%	4,5%
Hotel/ Apartahotel 4*	53,3%	53,1%	57,0%	52,0%	52,9%
Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	23,1%	22,8%	23,1%	24,3%	17,5%
Extrahoteleros	15,9%	15,5%	11,8%	15,6%	19,0%
Vivienda propia o de amigos/familiares	1,8%	4,1%	2,4%	2,8%	4,7%
Otros tipos de alojamiento	0,5%	0,4%	0,5%	0,5%	1,4%

### ¿Cómo son?



	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
<b>Sexo</b>	<b>49,4%</b>	<b>48,7%</b>	<b>49,2%</b>	<b>50,6%</b>	<b>50,9%</b>
Porcentaje de hombres	49,4%	48,7%	49,2%	50,6%	50,9%
Porcentaje de mujeres	50,6%	51,3%	50,8%	49,4%	49,1%
<b>Edad</b>	<b>41,9</b>	<b>41,9</b>	<b>42,1</b>	<b>42,2</b>	<b>41,8</b>
Edad media (turista > 16 años)	41,9	41,9	42,1	42,2	41,8
Desviación típica	14,5	14,3	15,2	14,7	14,4
<b>Intervalos de edad</b>	<b>9,9%</b>	<b>10,2%</b>	<b>11,1%</b>	<b>9,7%</b>	<b>11,1%</b>
De 16 a 24 años	9,9%	10,2%	11,1%	9,7%	11,1%
De 25 a 30 años	19,8%	17,8%	20,1%	18,5%	18,1%
De 31 a 45 años	29,7%	31,6%	27,3%	29,8%	29,4%
De 46 a 60 años	28,4%	28,8%	28,0%	30,6%	29,3%
Mayores de 60 años	12,1%	11,6%	13,4%	11,5%	12,1%
<b>Ocupación</b>	<b>11,6%</b>	<b>13,8%</b>	<b>12,0%</b>	<b>12,5%</b>	<b>10,4%</b>
Empresarios y autónomos	11,6%	13,8%	12,0%	12,5%	10,4%
Asalariado cargos altos y medios	53,7%	53,7%	56,4%	55,0%	53,3%
Trabajadores auxiliares y obreros	15,4%	15,2%	12,7%	15,6%	17,2%
Estudiantes	7,5%	7,3%	7,8%	6,7%	7,9%
Jubilados	9,7%	7,7%	9,5%	8,1%	9,2%
Parados / amas de casa	2,1%	2,3%	1,6%	2,2%	2,1%
<b>Nivel de ingresos anuales en el hogar (€)</b>	<b>16,8%</b>	<b>17,4%</b>	<b>17,6%</b>	<b>16,4%</b>	<b>15,7%</b>
De 12.000 a 24.000	16,8%	17,4%	17,6%	16,4%	15,7%
De 24.001 a 36.000	20,7%	19,5%	19,6%	21,8%	19,0%
De 36.001 a 48.000	17,1%	17,6%	15,9%	16,7%	17,8%
De 48.001 a 60.000	16,6%	16,0%	16,4%	16,3%	16,6%
De 60.001 a 72.000	10,6%	8,6%	10,1%	9,2%	9,6%
De 72.001 a 84.000	5,8%	5,7%	6,6%	4,9%	5,5%
Más de 84.000	12,5%	15,2%	13,8%	14,7%	15,8%

### ¿Con cuánta antelación reservan su viaje?



	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
El mismo día de partida	0,5%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%
De 2 a 7 días	8,6%	7,8%	5,8%	8,3%	4,9%
De 8 a 15 días	11,2%	11,1%	11,5%	9,3%	9,7%
De 16 a 30 días	15,1%	14,9%	14,4%	14,1%	16,3%
De 31 a 90 días	27,4%	24,3%	26,4%	24,0%	24,8%
Más de 90 días	37,3%	41,7%	41,8%	44,0%	44,0%

### ¿Qué reservan en origen?



	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
<b>Conceptos pagados en origen</b>	<b>3,9%</b>	<b>5,1%</b>	<b>3,2%</b>	<b>4,3%</b>	<b>7,0%</b>
Sólo vuelo	3,9%	5,1%	3,2%	4,3%	7,0%
Vuelo y alojamiento	9,4%	9,0%	7,4%	8,5%	9,0%
Vuelo, alojamiento y desayuno	3,5%	3,9%	3,1%	3,6%	3,5%
Vuelo + media pensión	39,2%	34,6%	34,0%	30,8%	31,5%
Vuelo + pensión completa	3,4%	2,3%	2,7%	3,0%	2,4%
Vuelo + todo incluido	40,6%	45,2%	49,7%	49,8%	46,6%
<b>Utilización líneas de bajo coste</b>	<b>16,3%</b>	<b>15,3%</b>	<b>14,5%</b>	<b>25,5%</b>	<b>24,5%</b>
<b>Otros gastos en origen:</b>	<b>13,9%</b>	<b>11,0%</b>	<b>12,1%</b>	<b>12,5%</b>	<b>12,7%</b>
- Alquiler de vehículos	13,9%	11,0%	12,1%	12,5%	12,7%
- Actividades deportivas	8,7%	10,1%	10,6%	8,7%	9,4%
- Excursiones	6,2%	7,2%	7,8%	8,3%	10,1%
- Viaje combinado a otras islas	0,8%	0,8%	1,2%	1,2%	1,1%

### ¿Cómo reservan?



	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
<b>Reserva del alojamiento</b>	<b>49,5%</b>	<b>36,9%</b>	<b>37,3%</b>	<b>37,9%</b>	<b>36,5%</b>
<b>Al turoperador</b>	<b>49,5%</b>	<b>36,9%</b>	<b>37,3%</b>	<b>37,9%</b>	<b>36,5%</b>
- A través de su web	50,5%	52,0%	62,3%	60,7%	60,1%
<b>Al establecimiento directamente</b>	<b>3,1%</b>	<b>3,4%</b>	<b>4,1%</b>	<b>3,6%</b>	<b>4,3%</b>
- A través de su web	70,3%	81,7%	70,9%	80,9%	66,0%
<b>A una agencia de viajes</b>	<b>33,3%</b>	<b>41,4%</b>	<b>44,2%</b>	<b>41,2%</b>	<b>40,1%</b>
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	<b>11,3%</b>	<b>13,6%</b>	<b>11,8%</b>	<b>14,1%</b>	<b>13,6%</b>
<b>No le hizo falta</b>	<b>2,8%</b>	<b>4,7%</b>	<b>2,6%</b>	<b>3,2%</b>	<b>5,5%</b>

### ¿Con quién vienen?



	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
<b>Acompañantes</b>	<b>4,7%</b>	<b>7,9%</b>	<b>6,7%</b>	<b>8,1%</b>	<b>7,2%</b>
Sin acompañantes	4,7%	7,9%	6,7%	8,1%	7,2%
Sólo con la pareja	52,4%	47,9%	49,0%	46,3%	49,7%
Sólo con hijos (menores de 13 años)	2,0%	1,9%	2,6%	2,0%	1,7%
Pareja + hijos (menores de 13 años)	12,4%	13,3%	11,2%	14,9%	15,3%
Otros familiares	3,6%	4,3%	5,5%	4,5%	5,1%
Grupo de amigos	6,8%	4,1%	4,8%	4,6%	3,6%
Compañeros de trabajo	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%

\* Pregunta multirrespuesta

# Evolución del perfil del turista

## Alemania: III Trimestre

### ¿A qué isla viajan?

Turistas a:	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
- Lanzarote	72.582	70.756	65.988	74.286	67.233
- Fuerteventura	182.788	179.489	172.150	213.170	199.545
- Gran Canaria	156.597	164.178	156.425	167.099	169.841
- Tenerife	154.858	156.778	142.277	154.480	149.497
- La Palma	14.654	18.122	11.896	9.482	13.925

Distribución de turistas a:	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
- Lanzarote	12,5%	12,0%	12,0%	12,0%	11,2%
- Fuerteventura	31,4%	30,5%	31,4%	34,5%	33,3%
- Gran Canaria	26,9%	27,9%	28,5%	27,0%	28,3%
- Tenerife	26,6%	26,6%	25,9%	25,0%	24,9%
- La Palma	2,5%	3,1%	2,2%	1,5%	2,3%

### ¿Cómo nos valoran?



Impresión sobre el viaje	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
Buena o muy buena	91,1%	91,0%	91,9%	92,8%	92,2%
Valoración media	8,59	8,54	8,67	8,68	8,66

### ¿Por qué eligen Canarias?



Aspectos que influyen en la elección	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
Clima/Sol	93,5%	94,1%	93,8%	92,2%	92,6%
Playas	54,5%	53,2%	57,5%	60,0%	55,0%
Tranquilidad/descanso/relax	52,3%	50,7%	46,9%	47,2%	45,6%
Paisajes	23,3%	26,7%	25,1%	27,8%	27,3%
Conocer nuevos lugares	16,9%	15,5%	15,0%	13,7%	16,0%
Precio	6,5%	8,2%	5,4%	6,6%	6,7%
Un lugar adecuado para niños	6,6%	5,2%	6,5%	6,7%	6,9%
Seguridad	3,6%	4,9%	6,2%	4,7%	8,6%
Actividades Náuticas	4,9%	4,4%	4,3%	4,2%	4,7%
Oferta de turismo activo	4,2%	4,6%	3,9%	3,5%	4,4%
Parques de ocio	4,2%	3,3%	3,4%	3,6%	3,7%
Facilidades de traslado	3,7%	3,0%	3,5%	2,4%	2,8%
Calidad del entorno ambiental	2,1%	2,9%	4,7%	2,1%	3,3%
Oferta cultural	1,9%	2,1%	2,0%	2,1%	2,0%
Ambiente nocturno/diversión	2,0%	2,9%	1,8%	2,0%	1,2%
Compras	1,4%	1,6%	1,2%	1,1%	1,6%

### ¿Cuántos son fieles al destino?

Porcentaje de turistas repetidores	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
Turistas repetidores	69,7%	66,9%	69,3%	70,2%	67,8%
Enamorados (+ de 10 visitas previas)	11,3%	9,7%	12,6%	10,0%	12,4%

### ¿De dónde vienen? (origen/destino del vuelo)



País origen/destino del vuelo	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
Alemania	94,8%	93,2%	93,2%	93,3%	93,3%
Austria	0,1%	0,4%	0,3%	0,4%	0,1%
Bélgica	0,1%	0,3%	0,0%	0,1%	0,1%
Dinamarca	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
España	3,1%	3,5%	3,3%	2,8%	3,5%
Finlandia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Francia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Holanda	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Irlanda	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
Italia	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
Noruega	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Polonia	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
Reino Unido	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
República Checa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Rusia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Suecia	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%
Suiza	1,4%	1,7%	2,4%	2,3%	2,1%
Otros	0,1%	0,5%	0,8%	0,7%	0,7%

\* Pregunta multirrespuesta

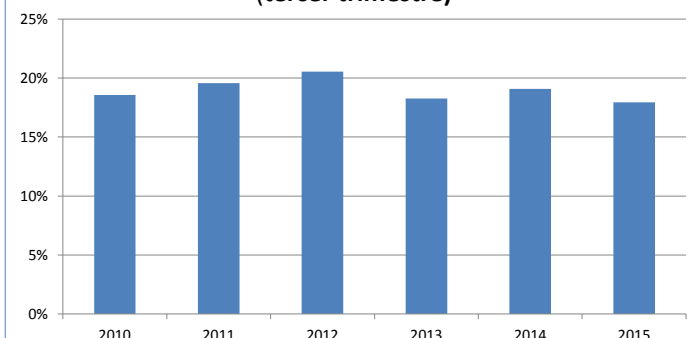
### ¿Qué les impulsó finalmente a venir?



Aspectos que impulsaron la elección	2011Q3	2012Q3	2013Q3	2014Q3	2015Q3
Conocía Canarias por visitas anteriores	59,1%	56,7%	60,0%	58,6%	57,2%
Recomendación de amigos o familiares	34,4%	33,5%	30,0%	29,1%	31,0%
A través del canal Canarias de TV	0,7%	0,7%	0,7%	1,0%	0,8%
A través de otros canales de TV o radio	2,2%	1,4%	1,9%	1,0%	1,5%
Información prensa/revistas/libros	6,0%	4,4%	3,7%	4,0%	3,8%
Asistencia a feria turística	0,3%	0,8%	0,4%	0,6%	0,4%
Catálogo de turoperador	16,4%	18,1%	13,8%	13,8%	13,0%
Recomendación agencia de viajes	24,5%	23,6%	25,9%	23,4%	22,4%
Información obtenida en internet	20,9%	23,0%	22,1%	23,3%	25,8%
Vacaciones del imerso	0,2%	0,0%	0,1%	0,3%	0,1%
Otros	3,1%	4,9%	3,5%	5,3%	3,8%

\* Pregunta multirrespuesta

**Cuota de turistas alemanes en Canarias (tercer trimestre)**



**Evolución de turistas alemanes en Canarias (tercer trimestre)**

