

Evolución del perfil del turista (2016)

La Palma: Segundo Trimestre

¿Cuántos son y cuánto gastan?

	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Número de <u>turistas (> de 16 años)</u>	27.363	25.365	29.530	36.959	46.894
Gasto medio diario asociado al viaje:	117,05	116,40	121,45	120,52	111,07
- antes de viajar	84,92	80,69	83,51	86,20	75,72
- una vez en Canarias	32,13	35,71	37,93	34,33	35,35
Estancia media	13,31	10,96	11,49	10,63	9,99
Facturación / turista (€)	1.058	1.093	1.136	1.106	964
Facturación total (> de 16 años) (mill. €)	28,9	27,7	33,6	40,9	45,2
Cuota sobre facturación anual	17,8%	16,5%	21,6%	22,5%	18,2%
Cuota sobre turistas anuales	18,9%	17,7%	21,3%	22,6%	21,2%
Gasto en destino por turista y viaje (€) (*)	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Alojamiento (**):	32,17	72,91	81,89	38,91	54,90
- Alojamiento	21,71	61,29	79,57	36,36	47,47
- Gastos extras en alojamiento	10,46	11,61	2,32	2,54	7,43
Transporte:	34,48	49,53	35,02	46,96	42,63
- Transporte público	3,46	4,09	2,91	6,05	3,37
- Taxi	4,03	6,27	4,74	3,31	2,51
- Alquiler de vehículos	26,99	39,18	27,37	37,60	36,76
Alimentación:	227,79	156,19	201,14	167,91	152,72
- Compras en supermercados	71,01	69,57	80,97	71,15	59,75
- Restaurantes o cafeterías	156,78	86,63	120,17	96,76	92,97
Compras no alimenticias (souvenirs, etc):	35,98	39,93	35,01	28,62	32,97
Ocio:	31,61	20,68	19,50	26,99	28,69
- Excursiones organizadas	9,85	10,59	6,81	13,82	19,01
- Ocio o diversión	1,06	1,13	0,26	3,26	1,47
- Viaje a otras islas	0,10	4,77	0,99	2,26	1,05
- Actividades deportivas	3,21	1,83	5,82	4,93	4,65
- Actividades culturales	1,18	1,57	3,56	2,07	2,51
- Discotecas y disco-pubs	16,21	0,80	2,06	0,65	0,01
Otros:	20,56	19,96	26,79	25,94	19,63
- Wellness	2,15	2,64	1,46	1,13	3,64
- Gastos médicos	0,46	2,60	0,44	1,00	1,68
- Otros gastos	17,94	14,72	24,89	23,82	14,31

¿Con cuánta antelación reservan su viaje?

	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
El mismo día de partida	0,1%	0,6%	1,6%	0,0%	0,3%
De 2 a 7 días	7,5%	4,2%	5,6%	6,9%	9,1%
De 8 a 15 días	5,7%	12,3%	6,9%	8,9%	7,5%
De 16 a 30 días	9,8%	16,9%	29,2%	17,0%	13,9%
De 31 a 90 días	40,9%	36,3%	32,8%	42,3%	42,5%
Más de 90 días	36,0%	29,8%	24,0%	24,9%	26,8%

¿Qué reservan en origen?

Conceptos pagados en origen	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Sólo vuelo	11,6%	11,8%	22,2%	13,2%	11,1%
Vuelo y alojamiento	35,1%	32,4%	35,0%	37,0%	34,8%
Vuelo, alojamiento y desayuno	5,7%	9,7%	12,3%	10,6%	9,5%
Vuelo + media pensión	29,9%	22,6%	19,7%	24,0%	23,5%
Vuelo + pensión completa	2,3%	8,0%	2,6%	1,5%	2,9%
Vuelo + todo incluido	15,3%	15,5%	8,2%	13,8%	18,2%
Utilización líneas de bajo coste	13,6%	28,0%	33,9%	31,9%	40,9%
Otros gastos en origen:					
- Alquiler de vehículo	41,8%	37,9%	50,2%	43,1%	34,1%
- Actividades deportivas	6,2%	2,3%	1,2%	4,2%	5,1%
- Excursiones	7,1%	8,9%	14,5%	7,0%	6,3%
- Viaje combinado a otras islas	0,1%	0,3%	1,2%	2,6%	0,9%

(*) El gasto se prorratea entre todos los turistas (incluso aquellos que no han gastado en destino).

(**) El gasto en alojamiento puede parecer bajo porque la mayoría de los turistas paga el alojamiento antes de viajar.



¿Cómo reservan?

Reserva del alojamiento	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Al turoperador	39,6%	34,4%	19,2%	33,3%	35,2%
- A través de su web	79,7%	59,9%	72,2%	83,8%	85,7%
Al establecimiento directamente	16,8%	16,9%	10,3%	15,6%	14,2%
- A través de su web	58,0%	85,9%	82,4%	81,5%	81,4%
A una agencia de viajes	28,2%	28,0%	29,6%	23,1%	18,4%
En un portal de internet (OTA)	10,5%	16,4%	31,8%	21,3%	27,9%
No le hizo falta	4,9%	4,2%	9,1%	6,7%	4,3%

Reserva del vuelo	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Al turoperador	45,8%	30,8%	21,9%	37,1%	34,0%
- A través de su web	69,9%	59,4%	68,7%	79,0%	81,1%
A la compañía aérea	18,1%	23,0%	31,0%	24,9%	28,1%
- A través de su web	96,1%	97,6%	92,7%	99,6%	96,5%
A una agencia de viajes	23,4%	32,7%	28,7%	22,6%	19,7%
En un portal de internet (OTA)	12,7%	13,5%	18,4%	15,4%	18,3%

¿Dónde se alojan?

	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Hotel 5*	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Hotel/ Apartahotel 4*	32,5%	42,0%	19,4%	26,4%	39,0%
Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	11,9%	8,2%	10,3%	11,4%	9,1%
Extrahoteleros	50,6%	44,7%	59,1%	55,8%	44,5%
Vivienda propia o de amigos/familiares	4,4%	3,7%	9,6%	4,6%	3,9%
Otros tipos de alojamiento	0,6%	1,4%	1,7%	1,8%	3,4%

¿Cómo son?

Sexo	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Porcentaje de hombres	43,5%	50,5%	41,8%	51,0%	44,7%
Porcentaje de mujeres	56,5%	49,5%	58,2%	49,0%	55,3%
Edad					
Edad media (turistas > 16 años)	47,2	47,6	46,9	48,6	50,4
Desviación típica	11,2	13,0	13,4	13,2	12,7
Intervalos de edad (turistas > 16 años)					
De 16 a 24 años	1,4%	1,0%	2,0%	2,7%	1,1%
De 25 a 30 años	8,2%	9,3%	5,3%	8,9%	7,8%
De 31 a 45 años	34,0%	38,9%	41,6%	26,7%	23,8%
De 46 a 60 años	45,1%	32,3%	34,4%	42,5%	43,9%
Mayores de 60 años	11,2%	18,4%	16,7%	19,3%	23,4%
Ocupación					
Empresarios y autónomos	15,9%	17,9%	22,3%	16,6%	16,7%
Asalariado cargos altos y medios	58,5%	47,9%	40,7%	49,6%	43,5%
Trabajadores auxiliares y obreros	10,5%	11,1%	16,6%	12,7%	13,7%
Estudiantes	2,7%	3,7%	2,3%	2,1%	0,9%
Jubilados	9,9%	15,6%	14,5%	16,1%	21,7%
Parados / amas de casa	2,4%	3,9%	3,6%	2,9%	3,5%
Nivel de ingresos anuales en el hogar (€)					
De 12.000 a 24.000	11,3%	14,6%	14,1%	18,0%	12,8%
De 24.001 a 36.000	16,3%	18,0%	21,6%	22,9%	20,4%
De 36.001 a 48.000	16,5%	16,0%	18,2%	14,4%	19,5%
De 48.001 a 60.000	23,2%	22,3%	12,4%	16,5%	10,8%
De 60.001 a 72.000	7,5%	7,5%	11,7%	8,4%	11,7%
De 72.001 a 84.000	8,5%	5,8%	6,1%	5,9%	4,8%
Más de 84.000	16,6%	15,8%	15,8%	13,9%	20,0%



¿A qué isla viajan?

Número de turistas (> 16 años) a:	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
- Lanzarote	401.337	417.411	469.065	478.832	562.021
- Fuerteventura	310.869	328.775	391.383	388.881	461.607
- Gran Canaria	538.226	530.449	586.170	605.205	750.985
- Tenerife	855.260	880.137	952.834	938.517	1.159.088
- La Palma	27.363	25.365	29.530	36.959	46.894

Distribución de turistas (> de 16 años) a:	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
- Lanzarote	18,8%	19,1%	19,3%	19,6%	18,9%
- Fuerteventura	14,6%	15,1%	16,1%	15,9%	15,5%
- Gran Canaria	25,2%	24,3%	24,1%	24,7%	25,2%
- Tenerife	40,1%	40,3%	39,2%	38,3%	38,9%
- La Palma	1,3%	1,2%	1,2%	1,5%	1,6%

¿Con quién vienen?



Acompañantes	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Sin acompañantes	11,8%	14,6%	20,4%	10,2%	7,7%
Sólo con la pareja	49,9%	57,5%	59,4%	64,7%	66,6%
Sólo con hijos (menores de 13 años)	0,9%	0,2%	0,0%	0,6%	1,0%
Pareja + hijos (menores de 13 años)	13,2%	8,4%	7,2%	4,4%	6,2%
Otros familiares	3,4%	1,9%	2,4%	2,3%	2,2%
Grupo de amigos	3,5%	2,7%	2,4%	8,1%	5,1%
Compañeros de trabajo	0,1%	1,4%	0,0%	0,5%	0,0%
Otras combinaciones ⁽¹⁾	17,1%	13,4%	8,2%	9,2%	11,3%

* Pregunta multirrespuesta (aunque se han aislado diferentes situaciones)

¿Cómo nos valoran?



Impresión sobre el viaje	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Buena o muy buena (% turistas)	97,9%	97,2%	96,4%	96,8%	98,1%
Valoración media (escala 1-10)	9,29	9,01	9,09	9,13	9,20

¿Cuántos son fieles al destino?

Turistas repetidores de la isla	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Turistas repetidores	39,4%	35,0%	33,7%	34,8%	33,7%
Enamorados (al menos 10 visitas previas)	2,7%	7,2%	7,1%	2,5%	5,6%

¿De dónde son?



Lugar de residencia	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Alemania	9.098	7.082	9.553	11.125	15.874
Península	9.162	9.664	10.235	10.380	11.428
Reino Unido	3.754	2.425	3.421	4.896	6.920
Holanda	2.315	2.613	1.918	2.834	4.616
Francia	178	163	1.126	1.380	3.385
Bélgica	980	1.052	276	1.855	1.619
Austria	784	1.488	1.950	3.393	1.538
Italia	94	79	589	150	347
Suiza	228	267	128	211	230
Suecia	0	138	0	259	162

¿Por qué eligen Canarias?



Aspectos que influyen en la elección	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Clima/Sol	68,1%	74,5%	81,5%	79,4%	77,7%
Paisajes	65,7%	65,3%	62,3%	59,5%	67,1%
Tranquilidad/descanso/relax	36,8%	41,4%	37,9%	40,2%	39,0%
Oferta de turismo activo	33,6%	26,3%	29,9%	39,0%	32,0%
Conocer nuevos lugares	14,1%	12,0%	12,3%	18,8%	19,9%
Calidad del entorno ambiental	13,8%	17,1%	12,8%	16,1%	14,8%
Playas	10,2%	9,1%	16,5%	5,7%	8,2%
Precio	8,8%	1,5%	1,2%	6,3%	7,8%
Seguridad	0,9%	1,5%	1,1%	2,6%	3,9%
Facilidades de traslado	3,1%	3,6%	0,3%	2,8%	2,7%
Oferta de turismo rural	1,3%	4,8%	3,3%	3,8%	2,0%
Actividades Náuticas	0,9%	0,1%	2,3%	0,8%	0,7%
Un lugar adecuado para niños	6,6%	4,9%	0,8%	1,7%	0,7%
Seguridad ante catástrofes naturales	0,0%	0,1%	0,2%	0,2%	0,6%
Compras	0,0%	0,3%	0,1%	0,2%	0,2%
Turismo de salud	0,3%	0,0%	0,3%	0,1%	0,2%

* Pregunta multirrespuesta

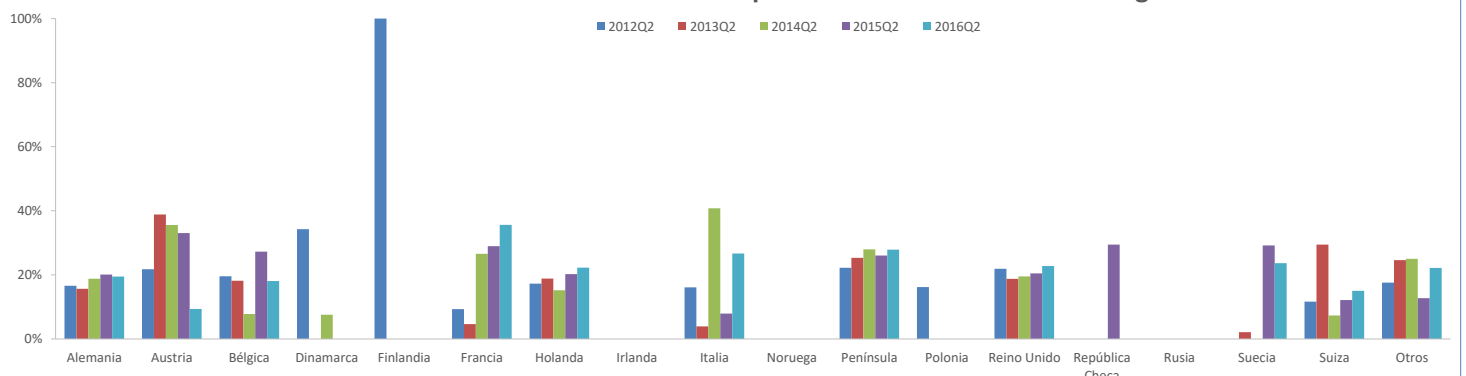
¿Qué les impulsó finalmente a venir?



Aspectos que impulsaron la elección	2012Q2	2013Q2	2014Q2	2015Q2	2016Q2
Conocía Canarias por visitas anteriores	69,6%	62,8%	53,6%	63,9%	63,1%
Recomendación de amigos o familiares	36,9%	30,4%	40,3%	38,7%	34,0%
A través del canal Canarias de TV	0,2%	0,4%	0,9%	0,5%	0,2%
A través de otros canales de TV o radio	1,7%	0,7%	0,5%	3,9%	3,1%
Información prensa/revistas/libros	7,7%	10,2%	8,9%	7,9%	7,5%
Asistencia a feria turística	0,7%	3,5%	0,7%	0,1%	1,5%
Catálogo de turoperador	8,6%	8,7%	3,1%	6,0%	4,7%
Recomendación agencia de viajes	6,1%	5,6%	9,0%	6,2%	5,4%
Información obtenida en internet	27,9%	19,9%	16,5%	32,6%	28,6%
Programa de turismo tercera edad	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	2,5%
Otros	5,2%	13,0%	8,4%	9,3%	5,4%

* Pregunta multirrespuesta

Cuota de turistas > 16 años de cada mercado que visita La Palma durante el segundo trimestre



Fuente: EGT (ISTAC). (1) Combinación de algunos de los grupos anteriormente analizados.

Nota: La Encuesta sobre el Gasto Turístico excluye a los menores de 16 años. Para el cálculo de los porcentajes se excluyen los "No procede" y "No contesta".