

canarias  
OBJETIVO de PROGRESO



Unión Europea

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional



Gobierno  
de Canarias



Turismo de  
Islas Canarias

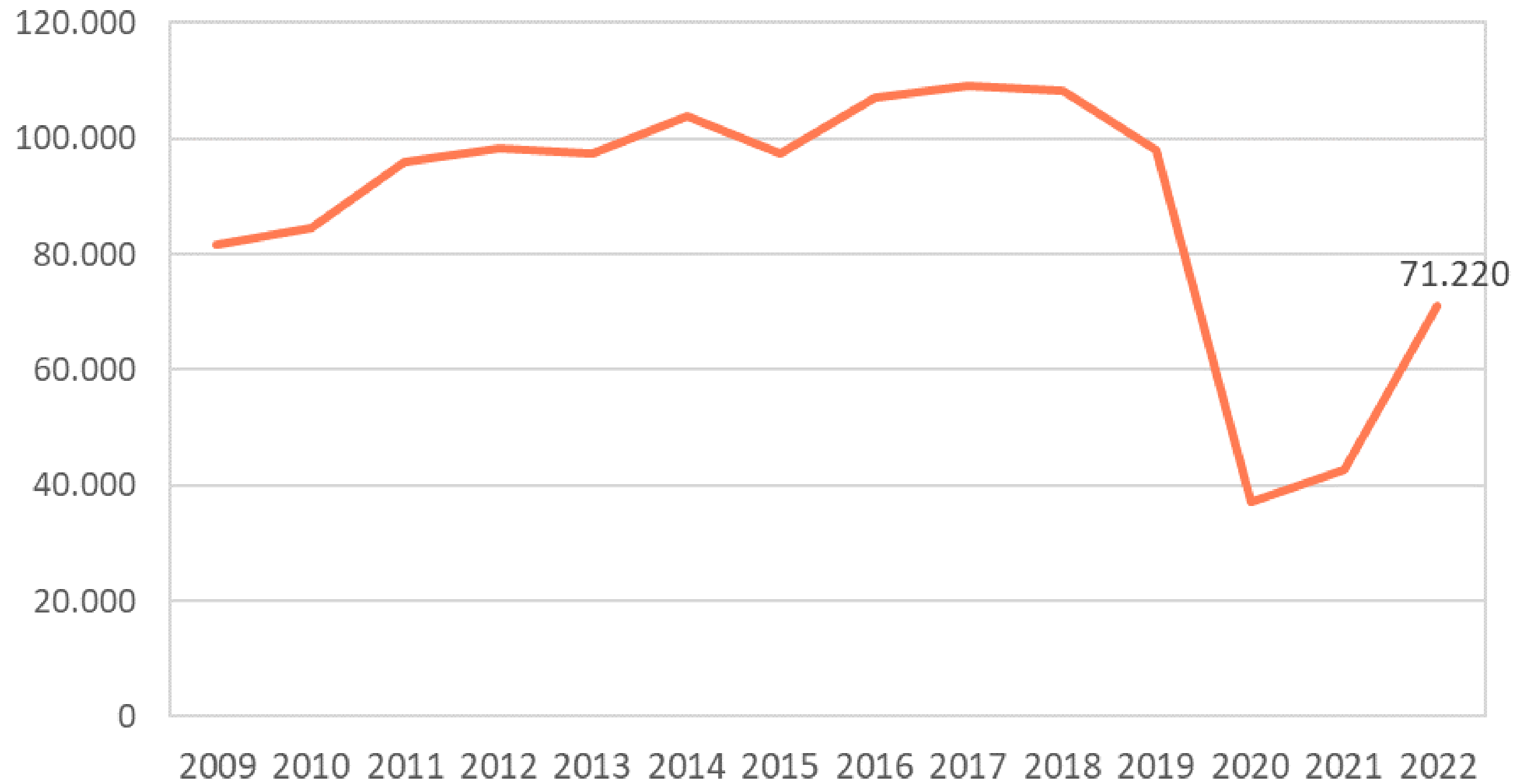
MARKETING FOR CANARY ISLANDS



# PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA LA GOMERA – 2022 –

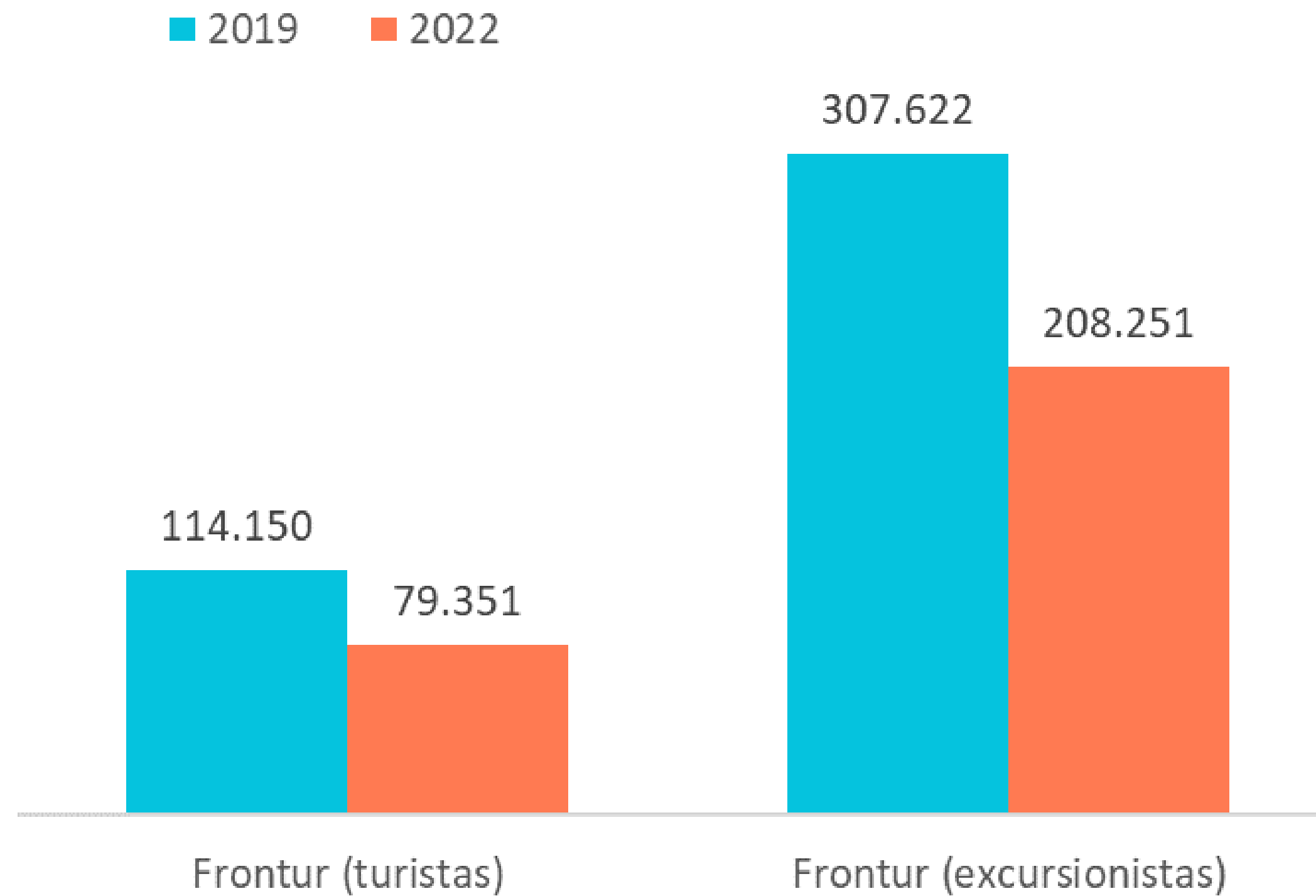
# ¿CUÁNTOS SON?

## Alojados en establecimientos reglados



*Excluidos residentes canarios.*

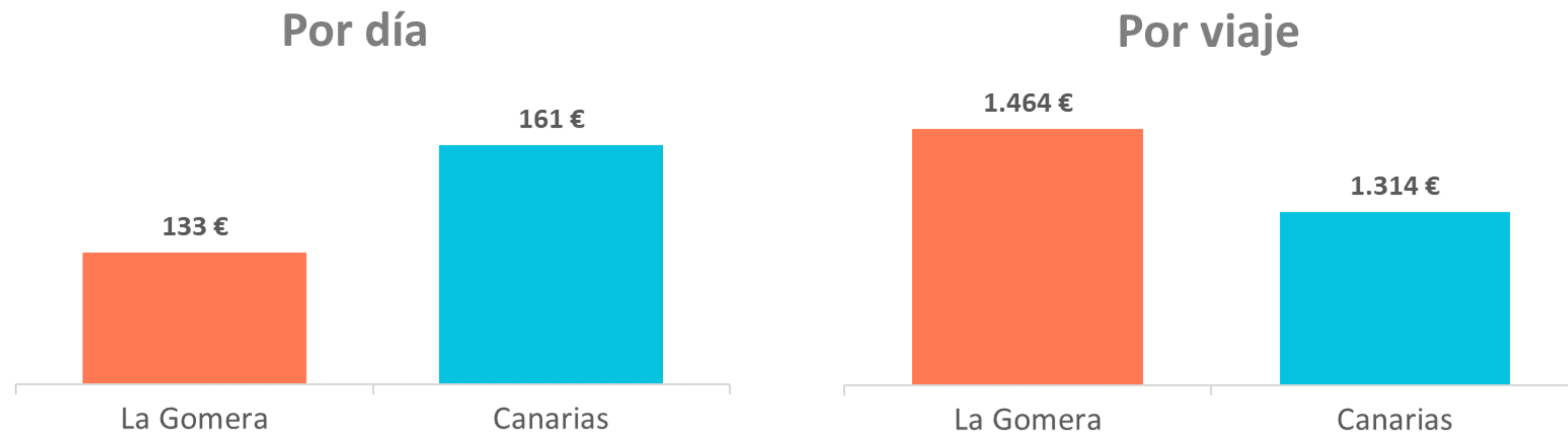
# ¿CUÁNTOS SON?



*Turistas: visitantes que pernoctan en el lugar visitado.*

*Excursionistas: visitantes que no pernoctan en el lugar visitado.*

# ¿CUÁNTO GASTAN?



Estancia media en La Gomera: 13,05 (Canarias: 9,24)

# ¿CÓMO SON?

## Principales características

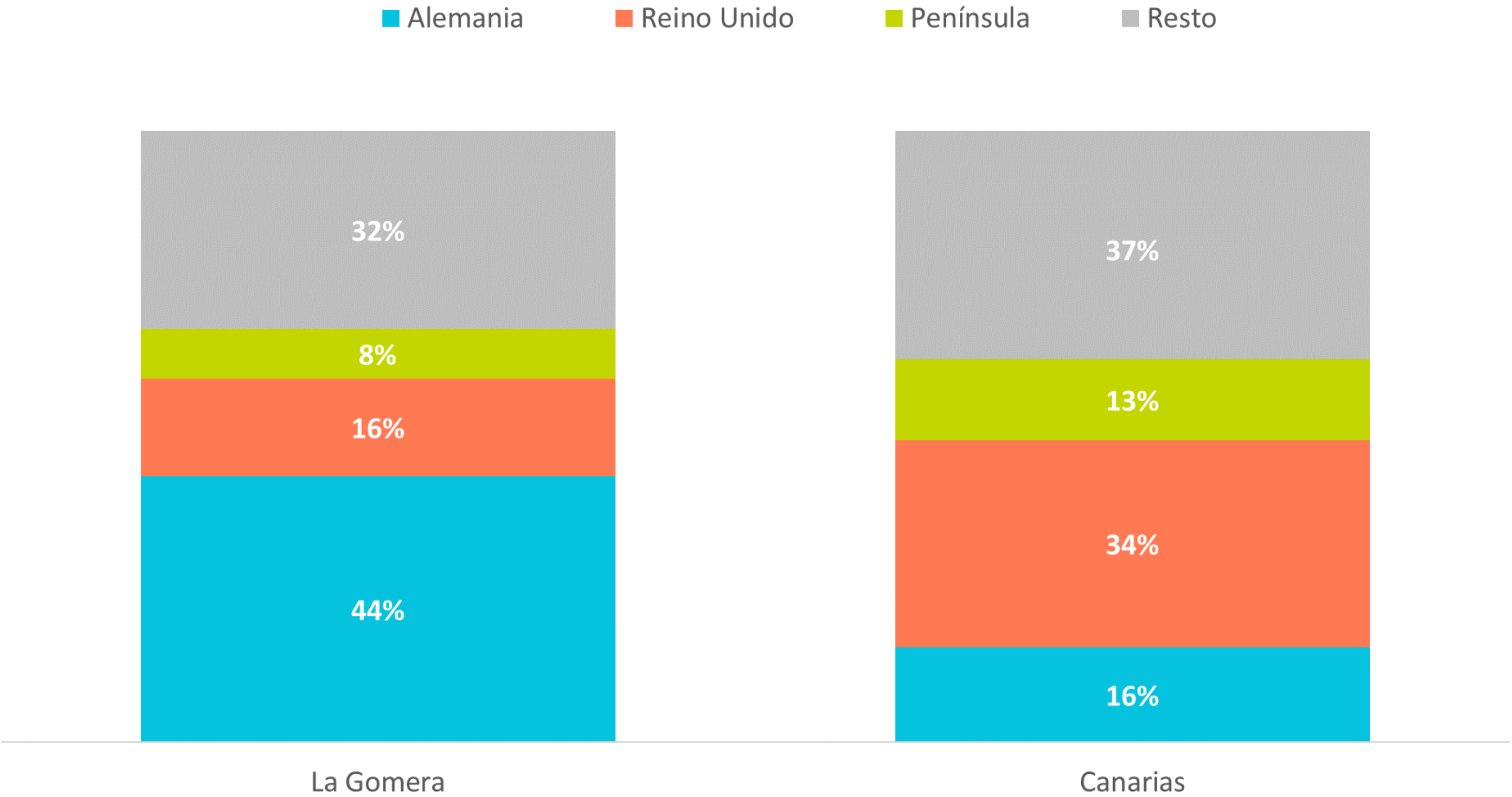
---

		<b>La Gomera</b>	<b>Canarias</b>
Sexo	% mujeres	52,55%	51,59%
Edad <sup>(1)</sup>	años	51,43	45,73
Situación laboral	% Asalariados cargos altos y medios	50,2%	57,4%
	% Empresarios y autónomos	22,6%	19,1%
Capacidad adquisitiva <sup>(2)</sup>	Renta anual del hogar (miles de €)	57,65 €	53,63 €

(1) Turistas mayores de 15 años.

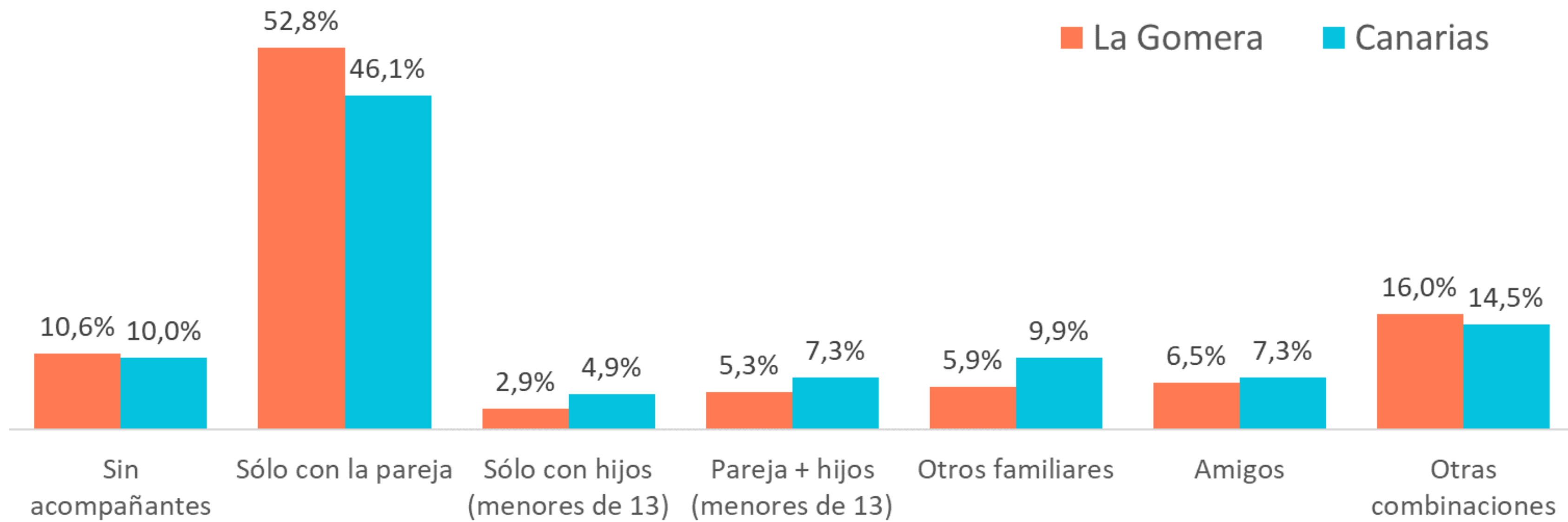
(2) Estimación Promotur.

# ¿DE DÓNDE SON?

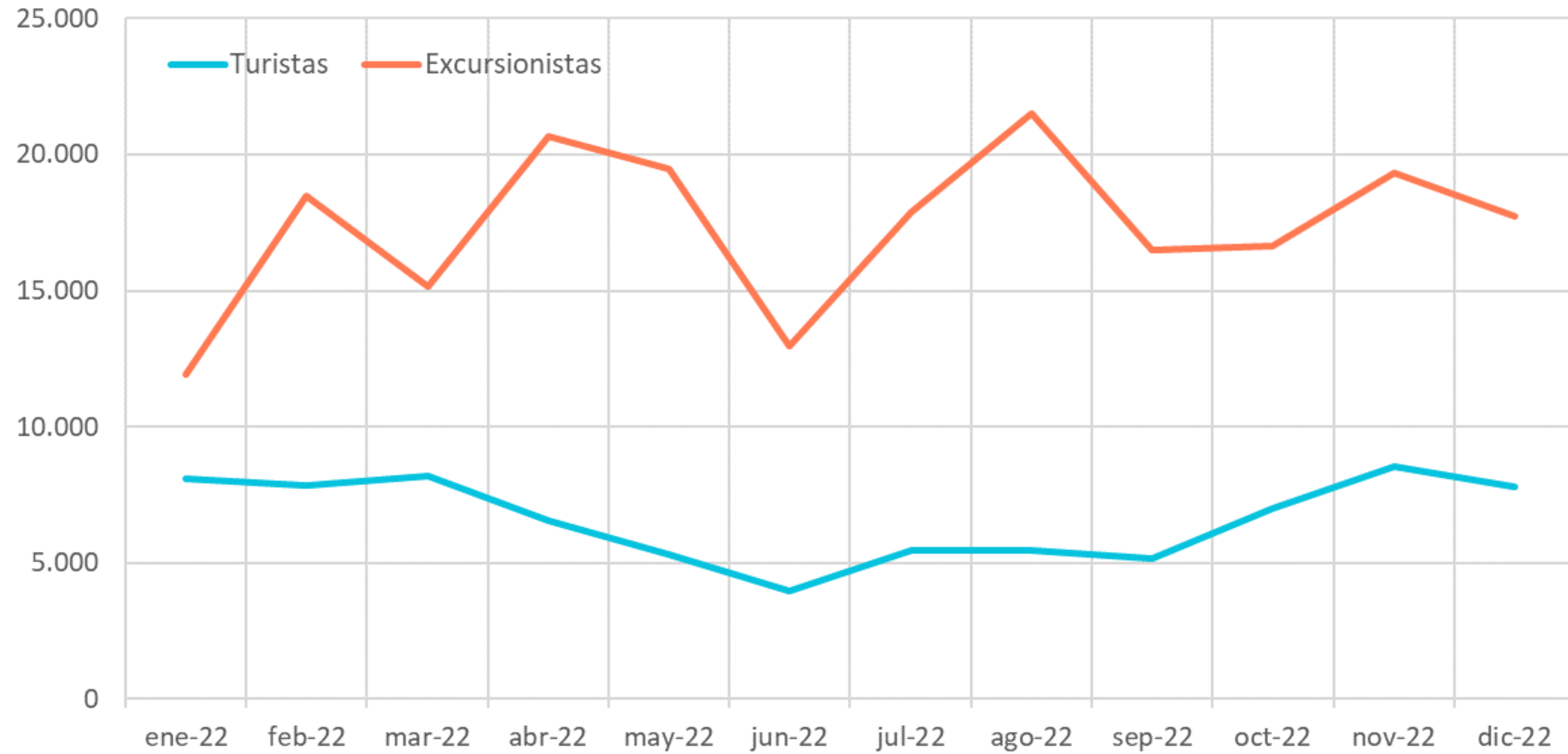


Fuente: Frontur (ISTAC).

# ¿CON QUIÉN VIENEN?



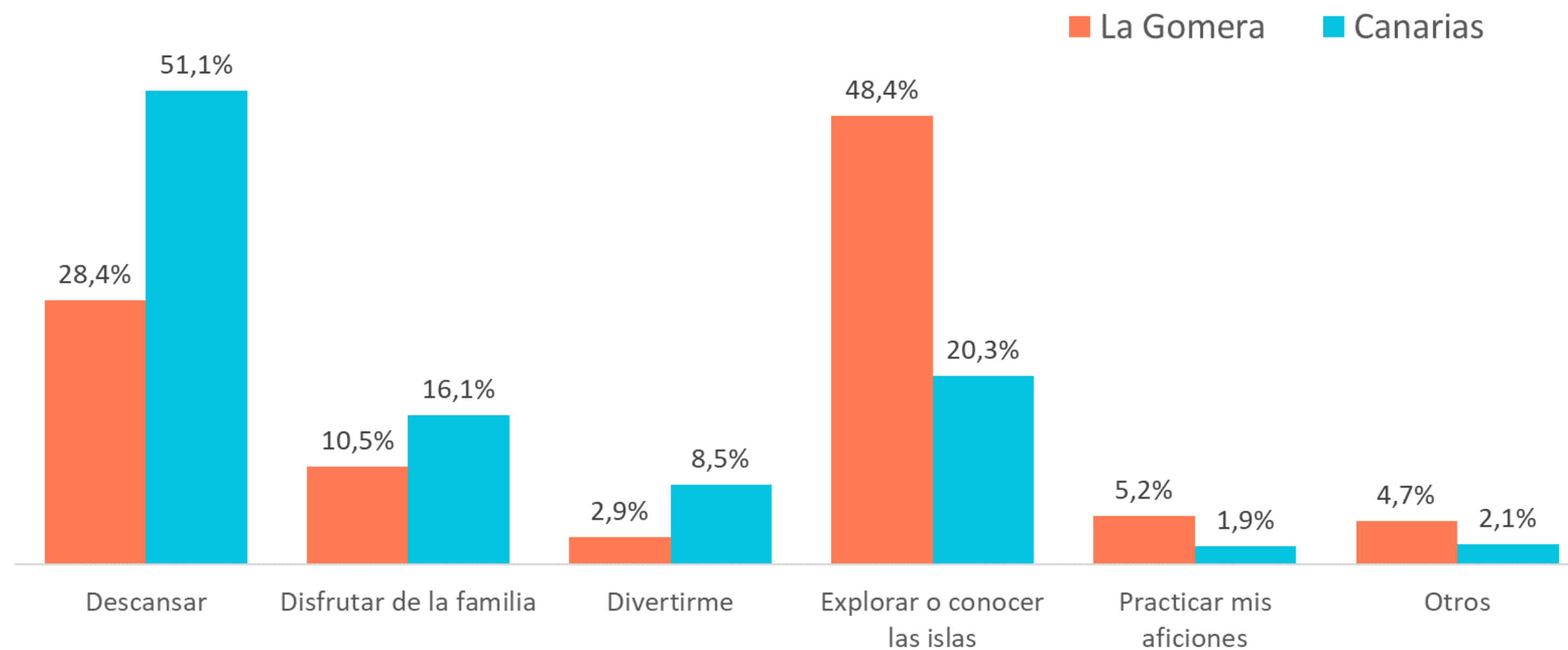
# ¿CUÁNDO VIENEN?



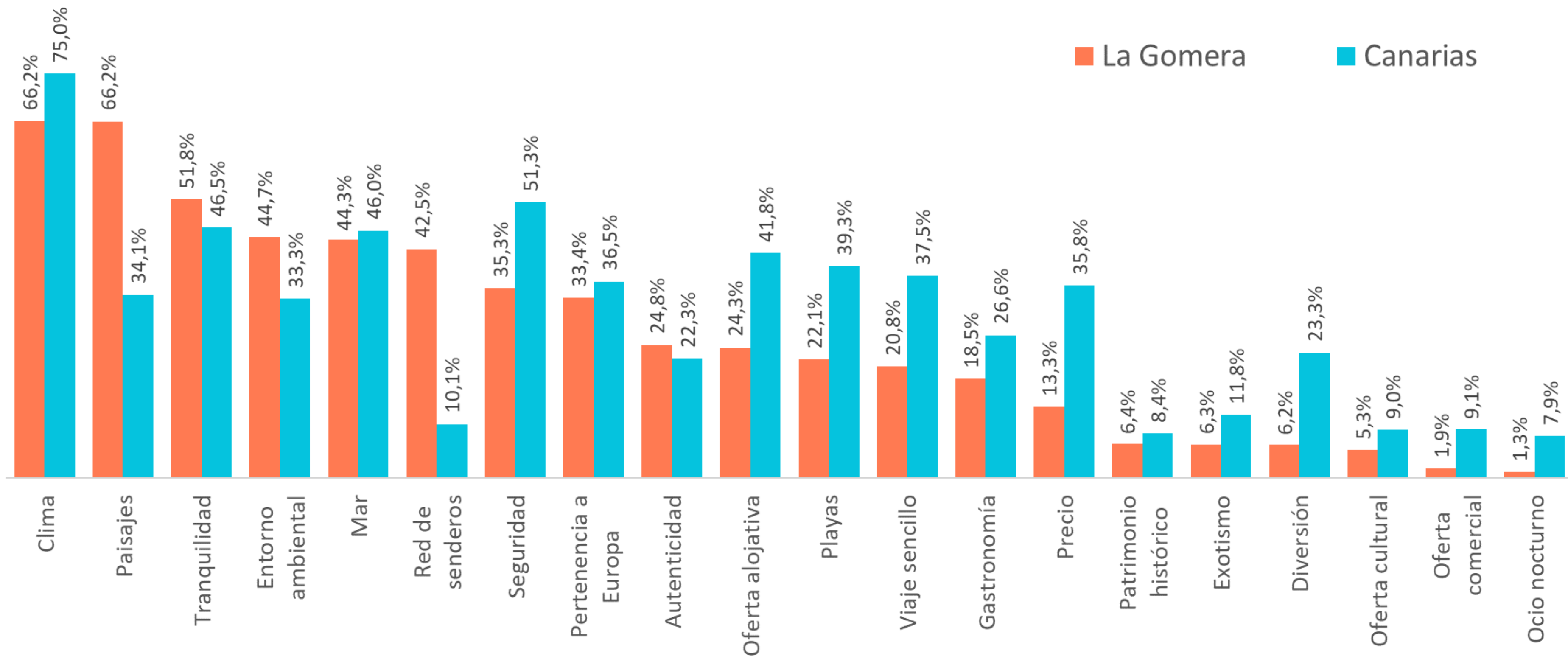
Fuente: Frontur ISTAC.



# ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL MOTIVACIÓN PARA VIAJAR A LA GOMERA?



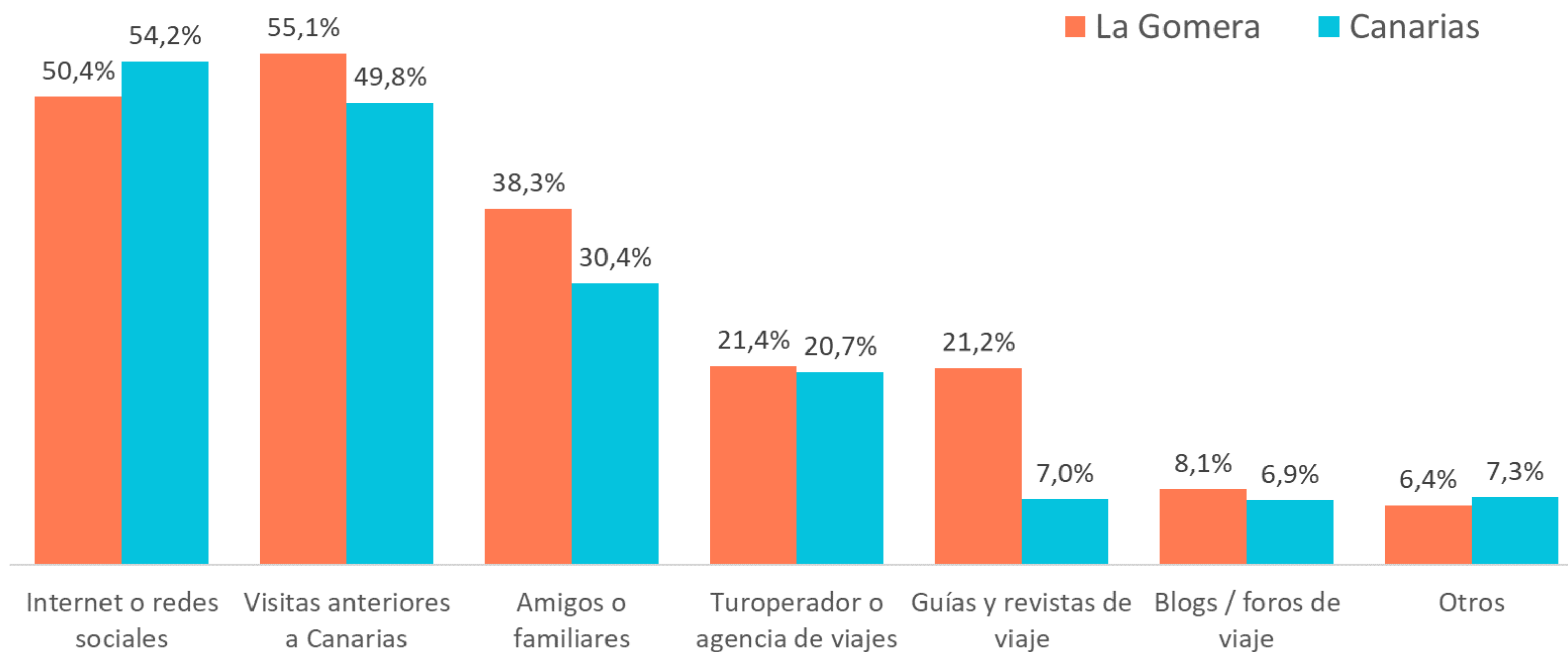
# ¿POR QUÉ ELIGEN LAS ISLAS?



Nota:

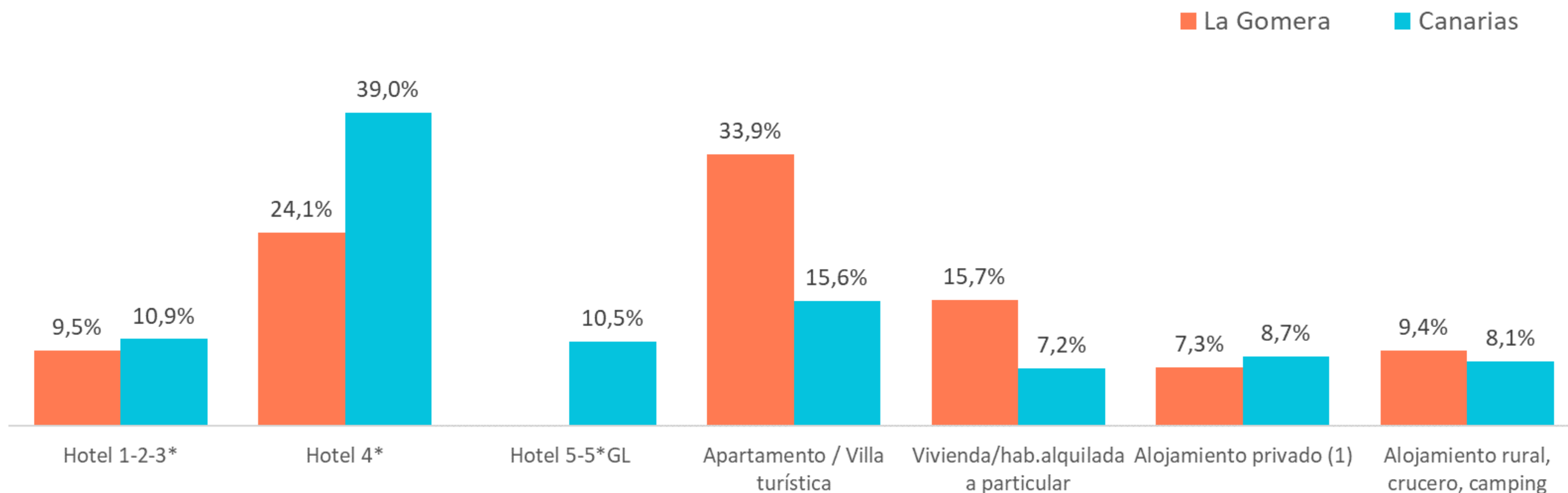
Para cada aspecto existen 4 posibles respuestas ("Nada importante", "Algo", "Bastante", "Muy importante"). El dato se refiere al % de turistas que señala que el aspecto es "Muy importante" en su elección.

# ¿EN QUÉ CANALES SE INFORMAN PARA ORGANIZAR SU VIAJE?



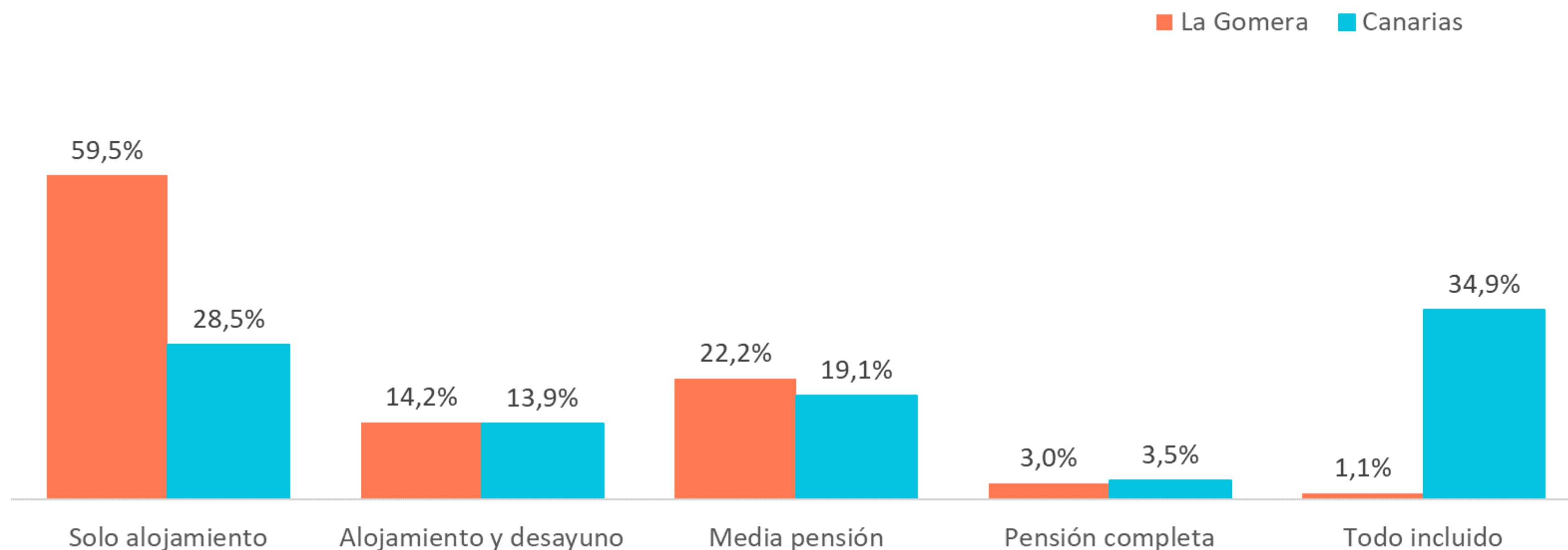
*Pregunta multirrespuesta.*

# ¿DÓNDE SE ALOJAN?

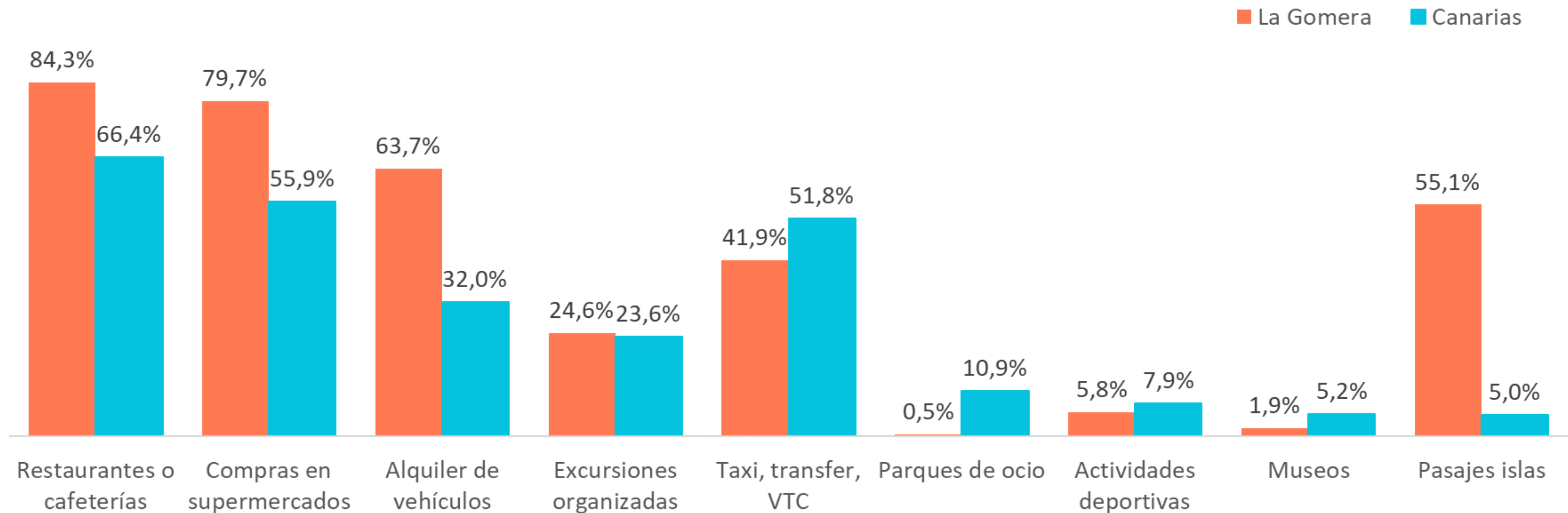


(1) Vivienda propia, de amigos o de familiares, intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados.

# ¿QUÉ RÉGIMEN DE ALOJAMIENTO CONTRATAN?



# ¿QUÉ OTROS SERVICIOS CONTRATAN?



# % DE TURISTAS QUE CONTRATAN PAQUETE

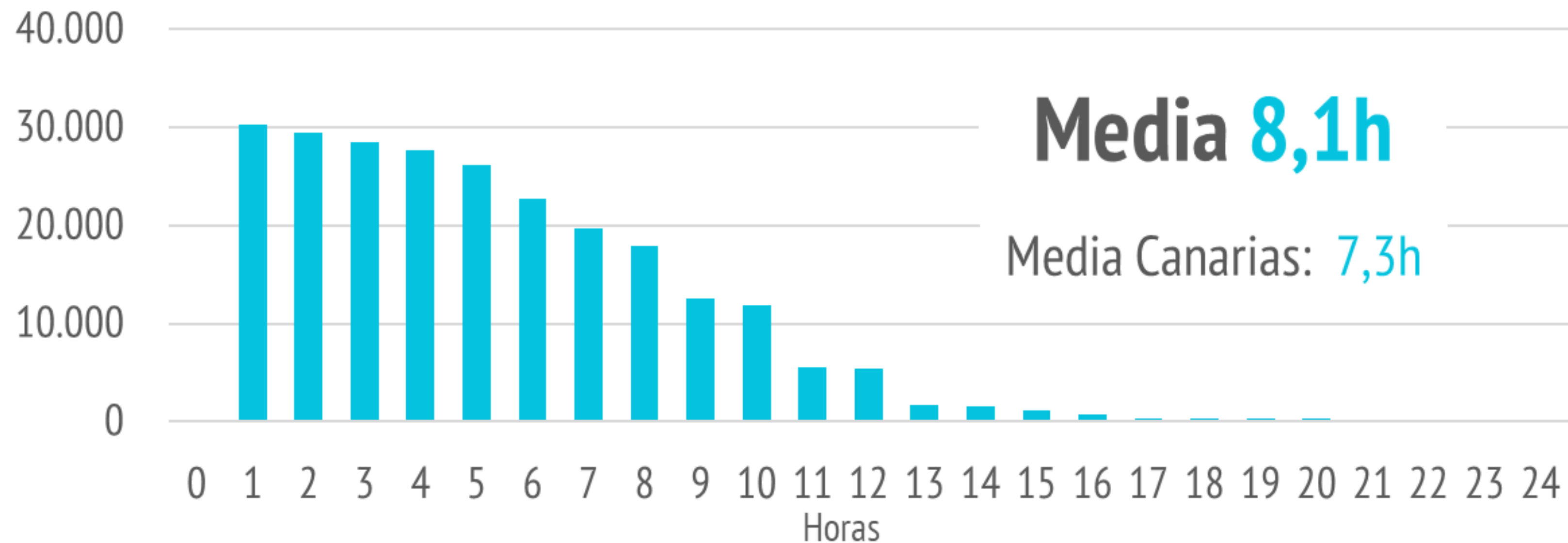


# ¿QUÉ SABEMOS DE LO QUE HACEN EN LA GOMERA?

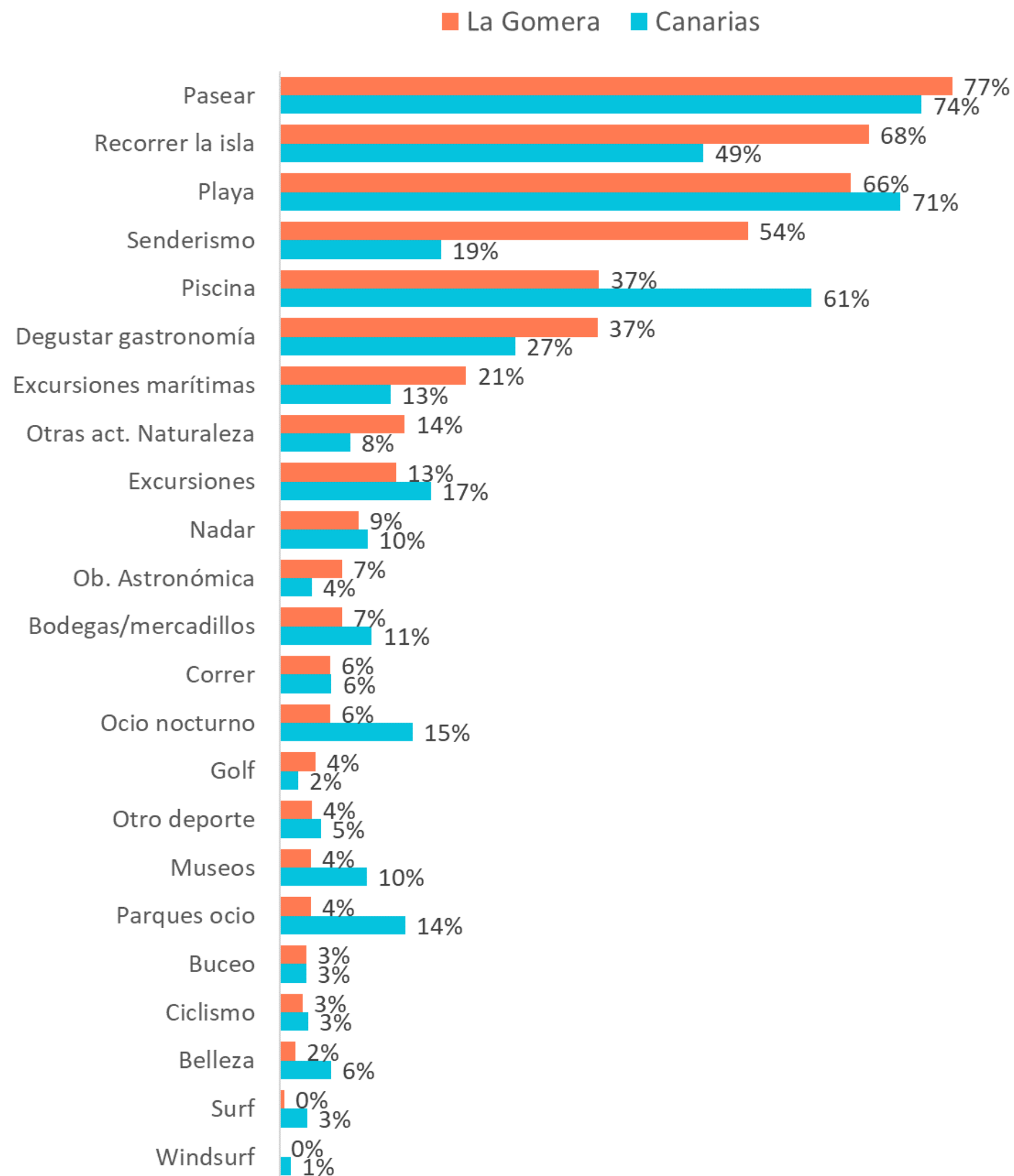




# NÚMERO DE TURISTAS SEGÚN HORAS DIARIAS QUE PASAN FUERA DEL ESTABLECIMIENTO



# ACTIVIDADES REALIZADAS

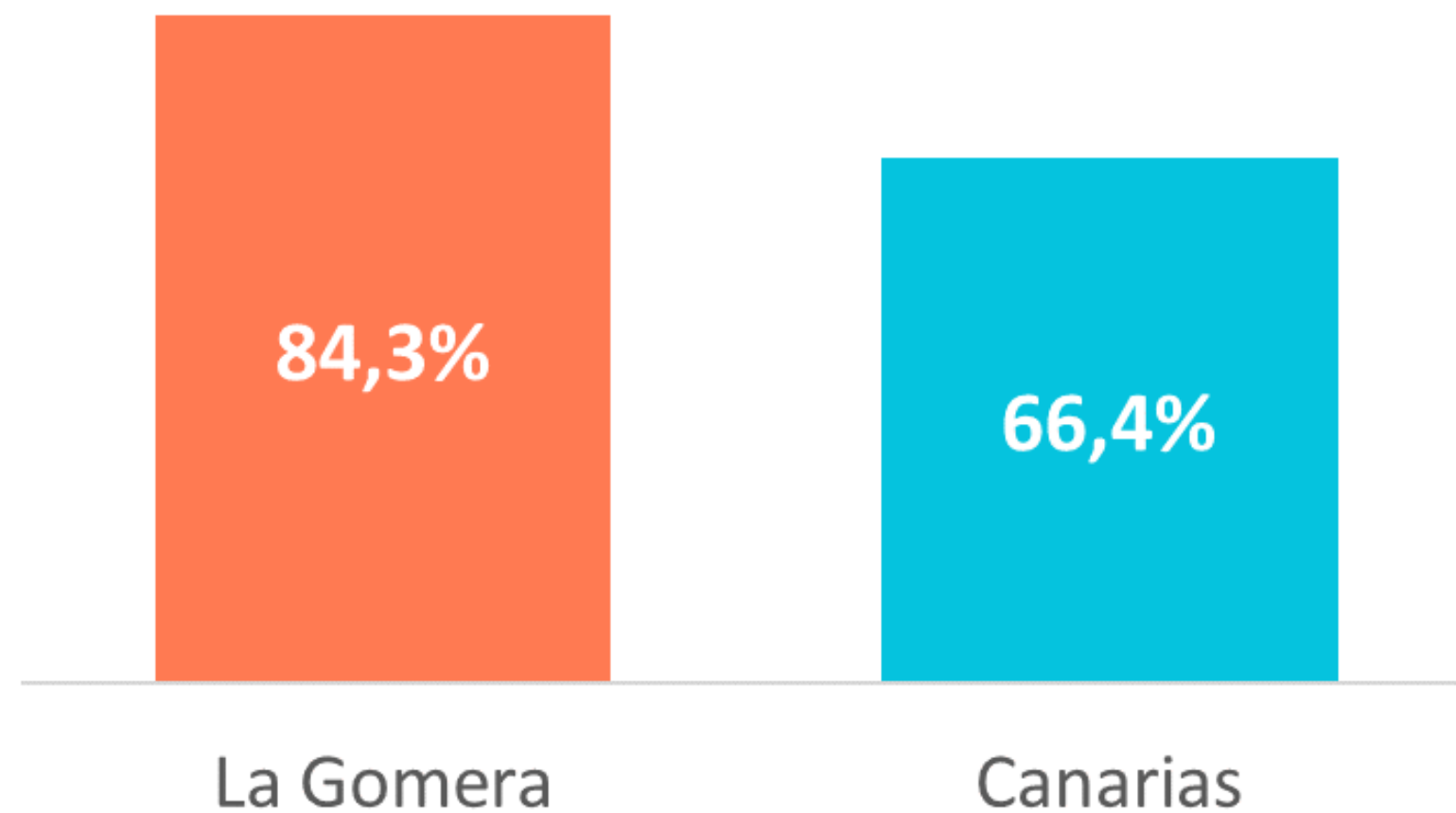


# GASTRONOMÍA

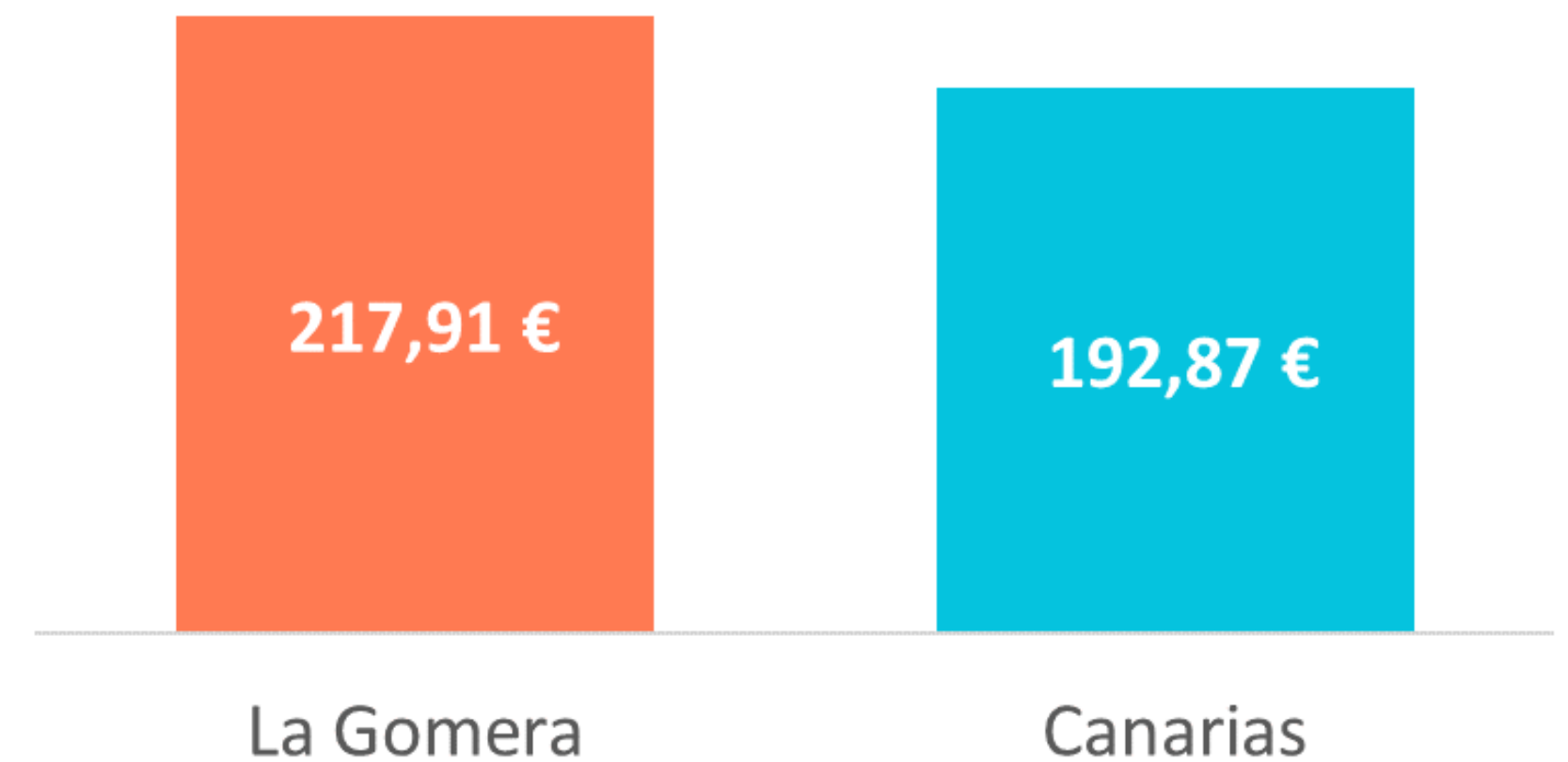


# CUÁNTOS Y CUÁNTO GASTAN EN RESTAURANTES Y CAFETERÍAS

¿CUÁNTOS SON?



¿CUÁNTO GASTAN?\*



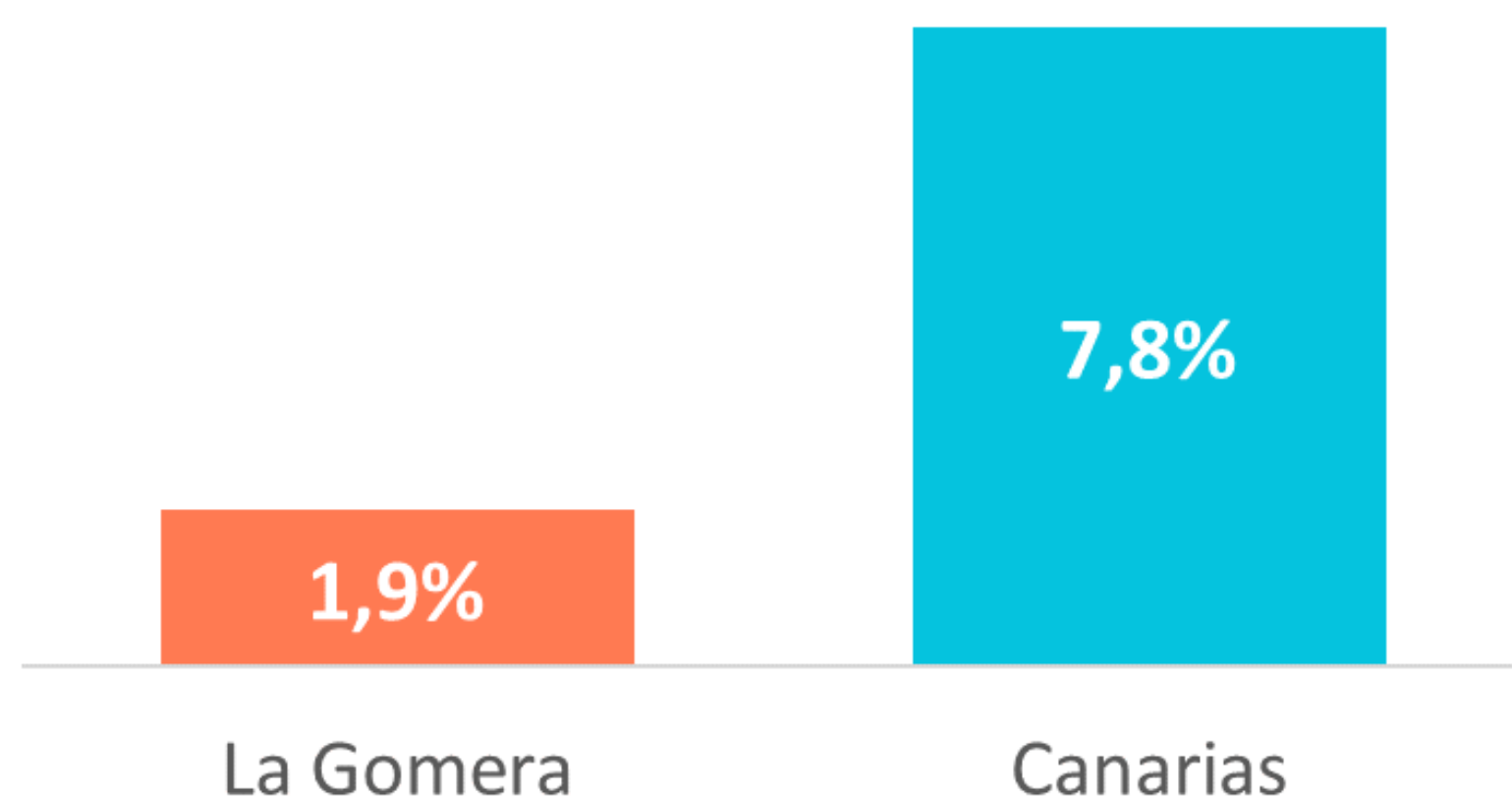
\* Gasto por turista y viaje.



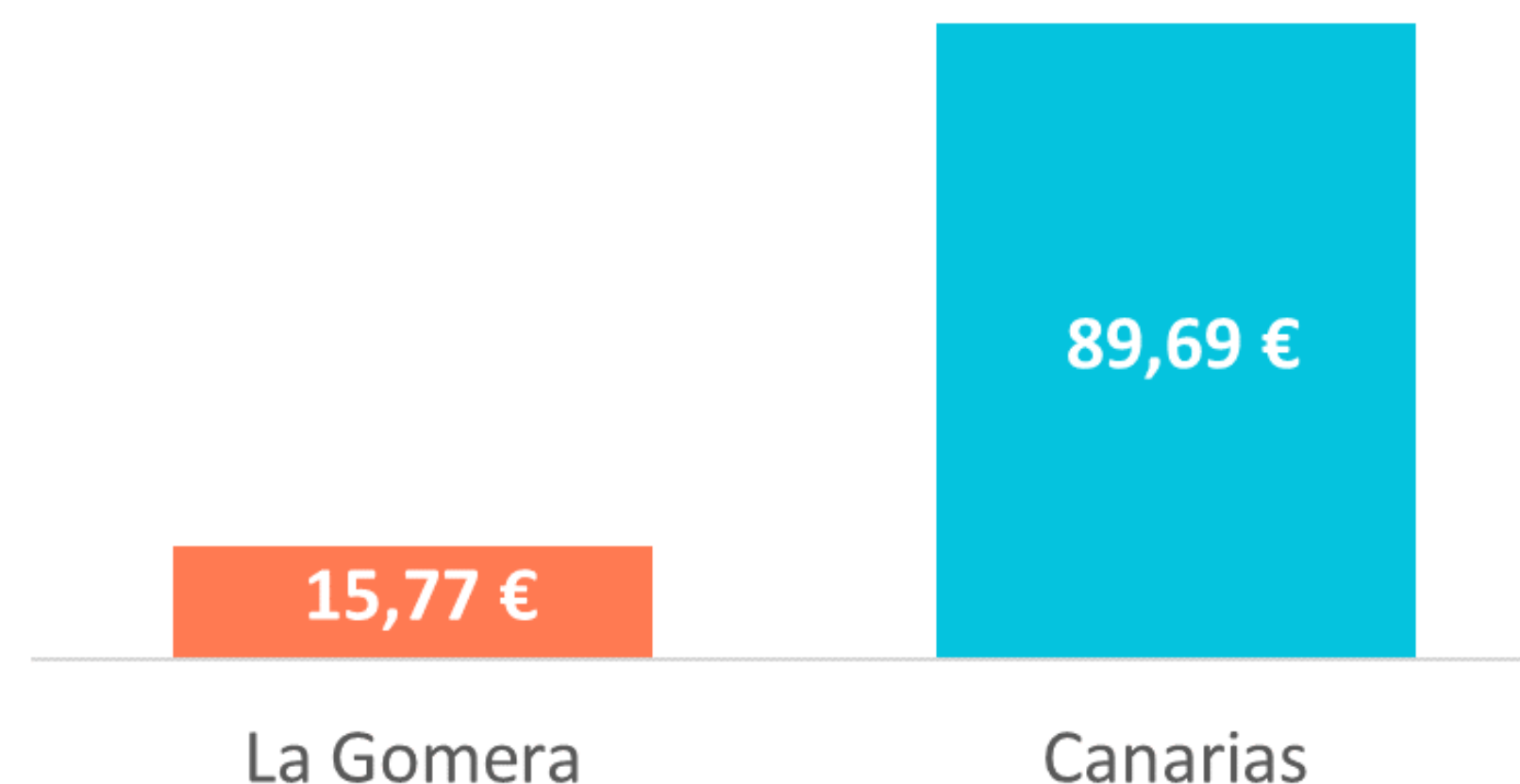
**CULTURA**

# CUÁNTOS Y CUÁNTO GASTAN EN ACTIVIDADES CULTURALES

¿CUÁNTOS SON?



¿CUÁNTO GASTAN?\*



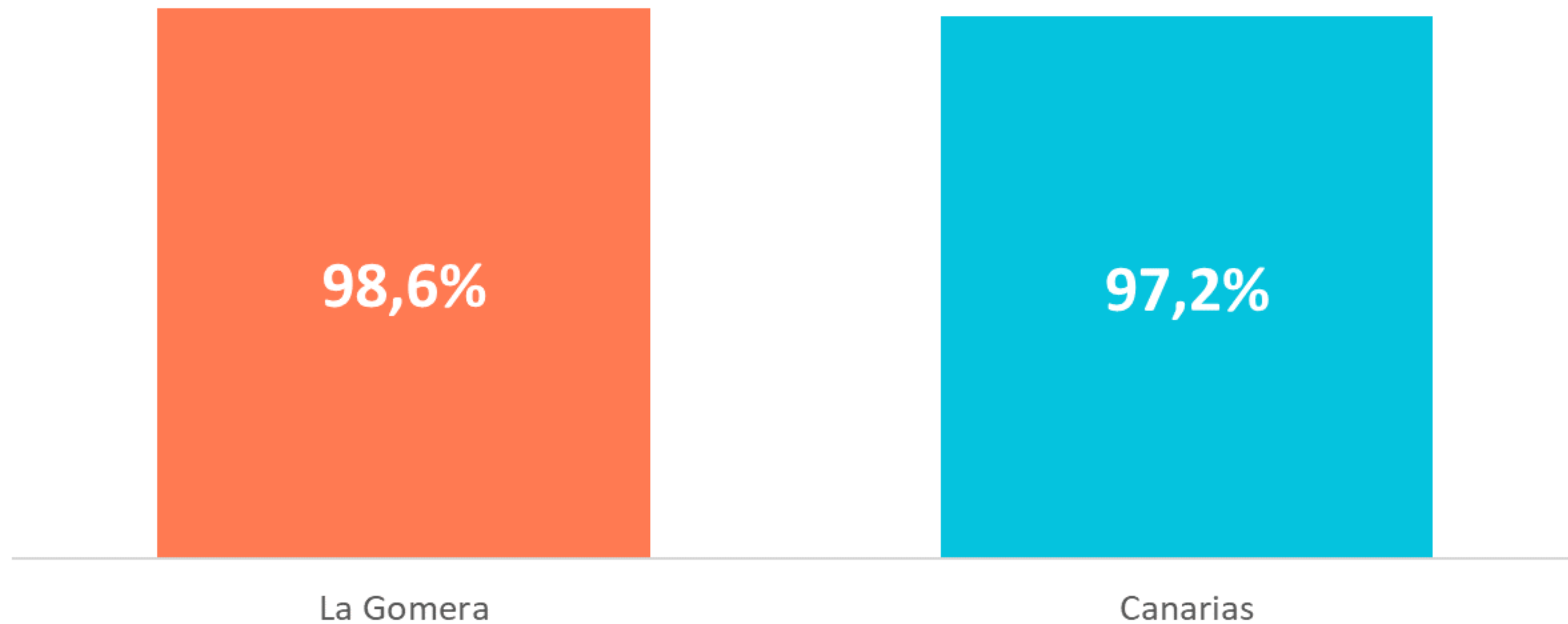
\* Gasto por turista y viaje.

Actividades culturales = actividades o espectáculos culturales + museos o similares

# ¿CÓMO VALORAN LA EXPERIENCIA DEL VIAJE A LA GOMERA?



# ¿CÓMO CALIFICAN SU EXPERIENCIA?



*El dato se refiere al % de turistas que señalan que su experiencia estuvo a la altura, mejor o mucho mejor de lo esperado.*

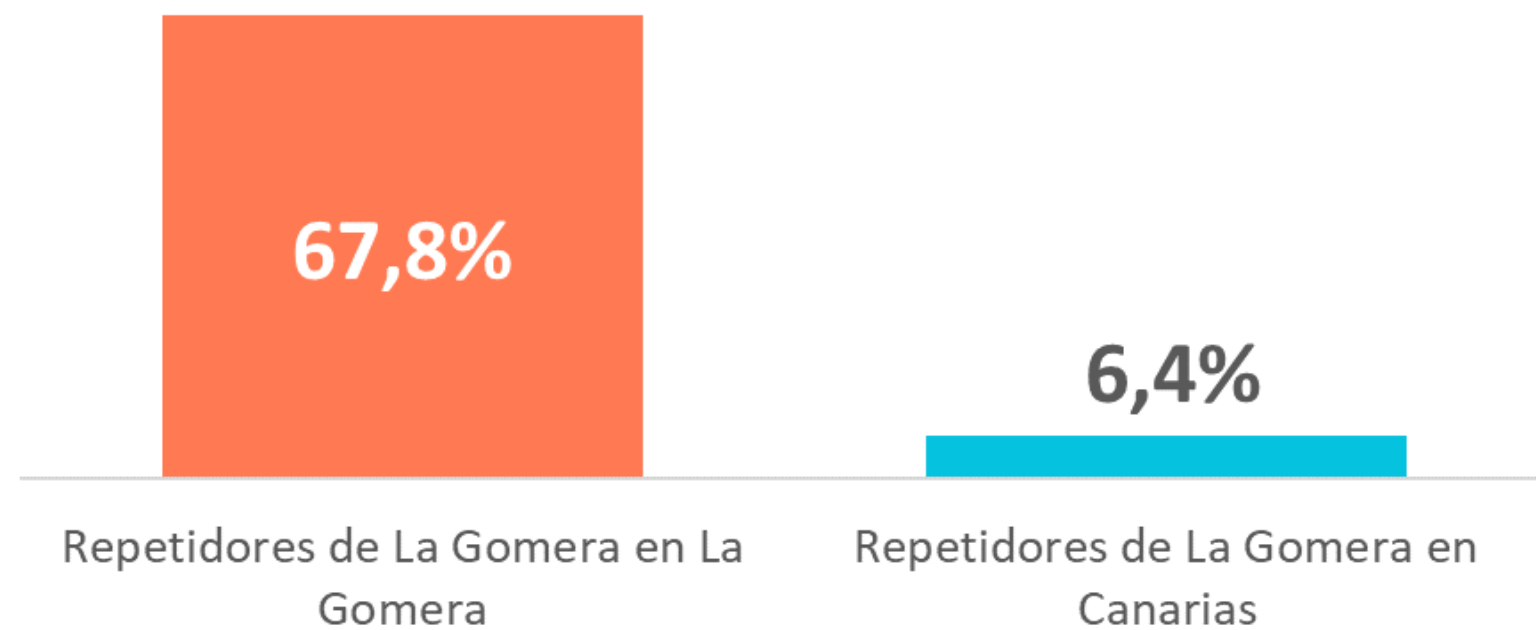


# ¿QUÉ NOTA NOS DAN COMO DESTINO?



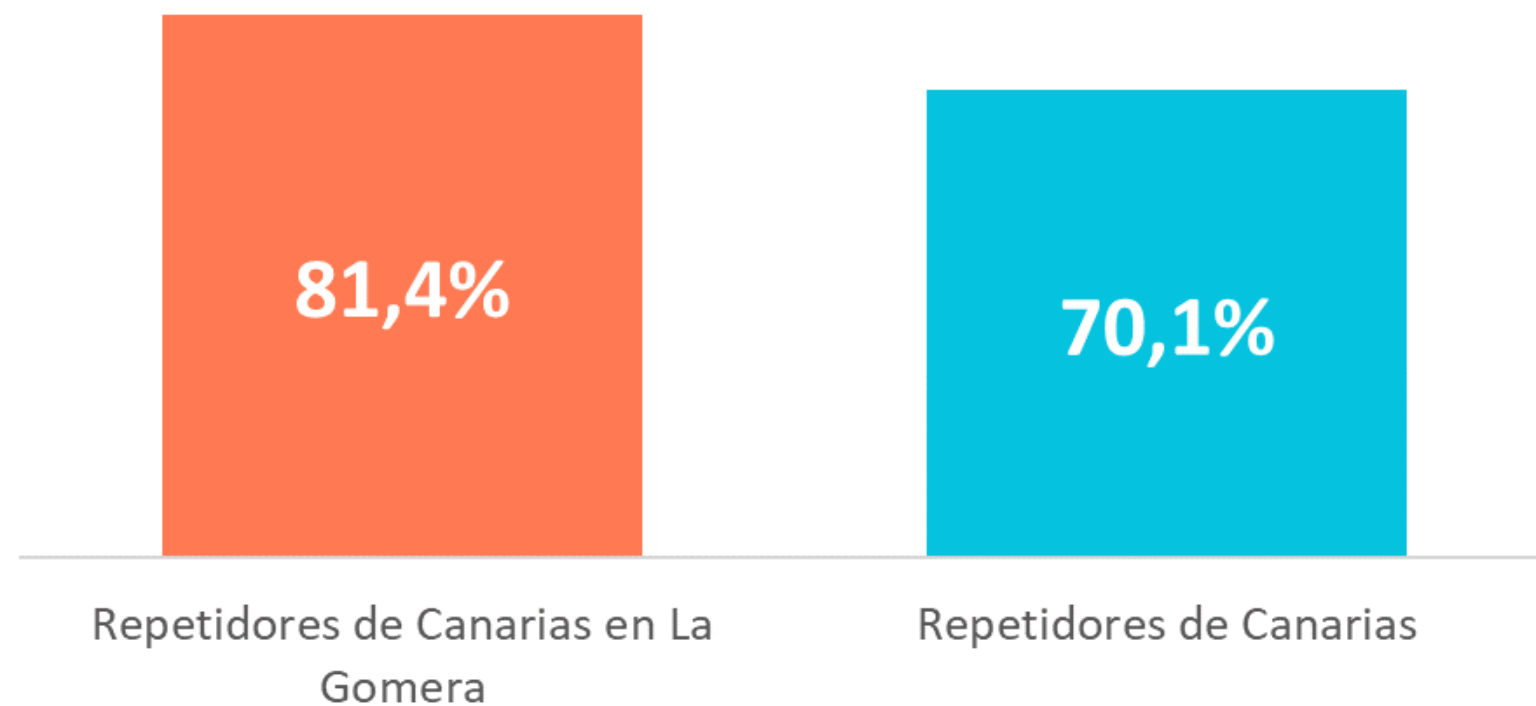
*Escala (0-10)*

# ¿CUÁNTOS REPITEN?



El **67,8%** de los turistas mayores de 15 años que eligieron La Gomera como isla de mayor estancia en 2022, había visitado previamente la isla.

El **6,4%** de los turistas mayores de 15 años que visitaron Canarias en 2022, había estado previamente en La Gomera.

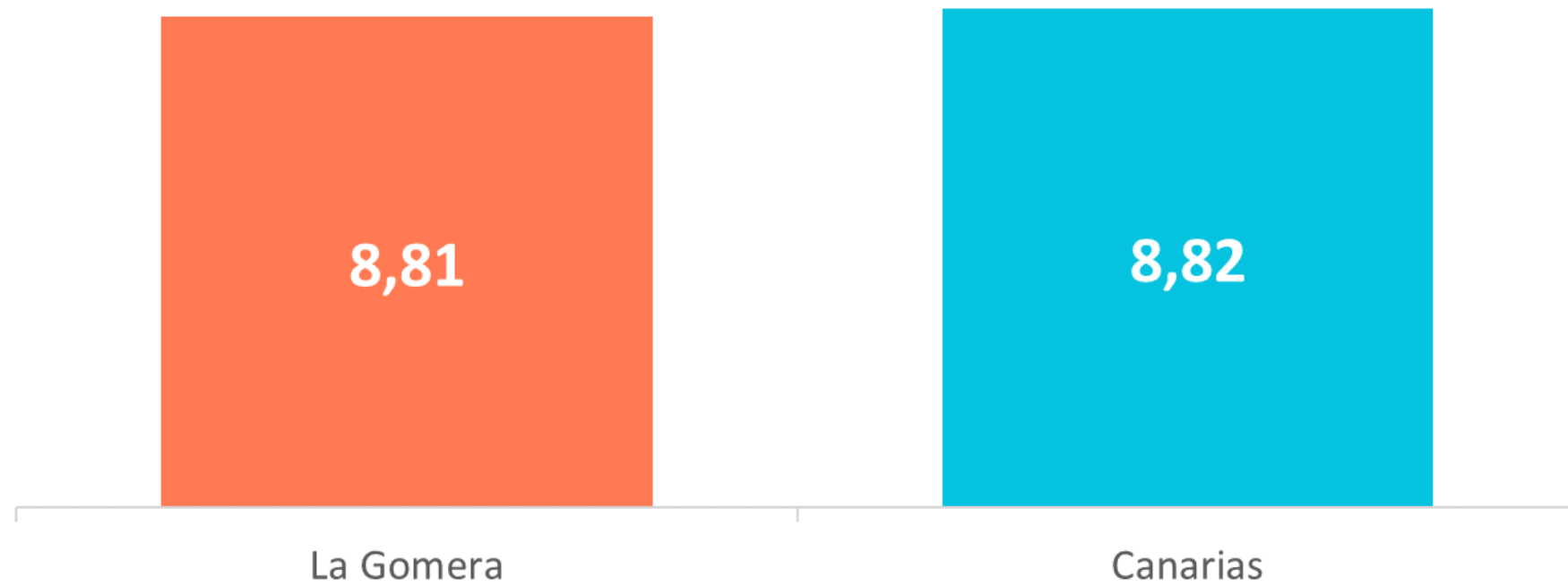


El **81,4%** de los turistas mayores de 15 años que eligieron La Gomera como isla de mayor estancia en 2022, había visitado previamente Canarias.

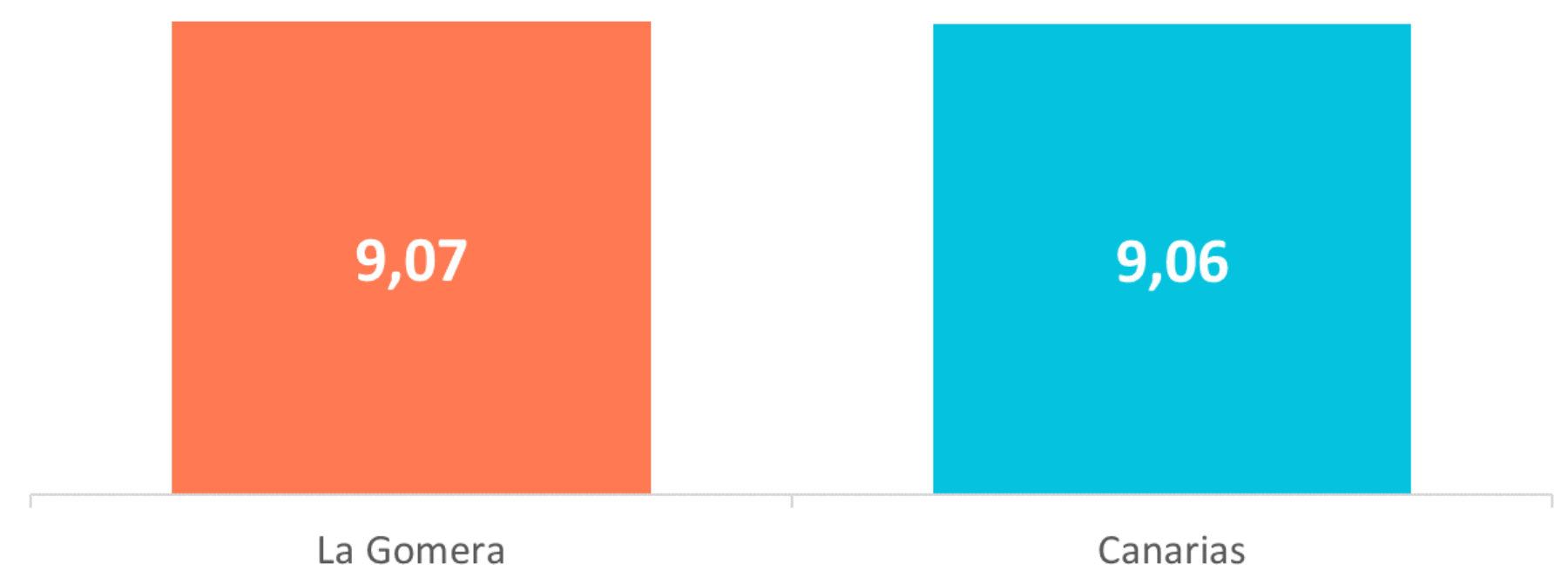
El **70,1%** de los turistas mayores de 15 años han visitado previamente Canarias.

# ¿CUÁLES SON SUS INTENCIONES FUTURAS?

## Volver a Canarias



## Recomendar Canarias

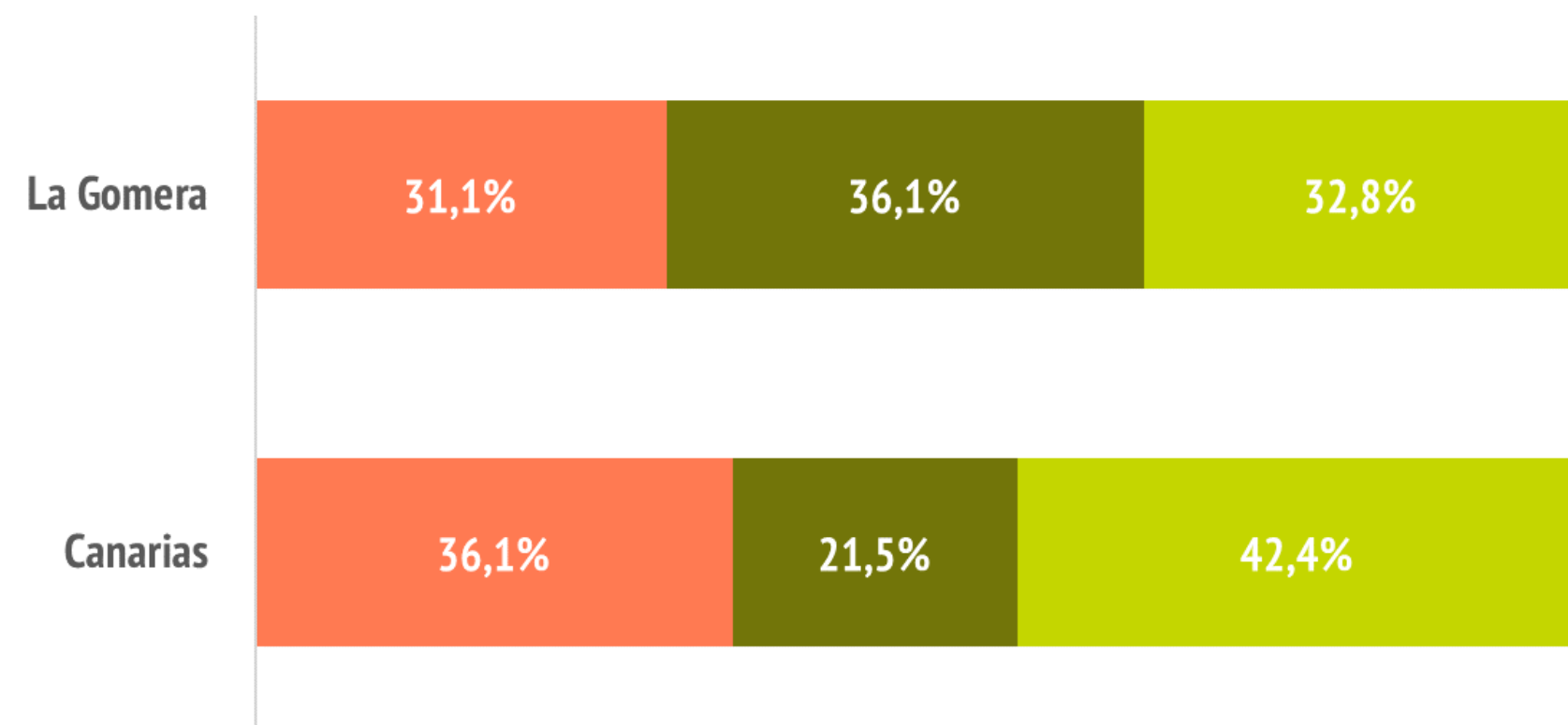


*Escala (0-10)*

# SOSTENIBILIDAD (I)

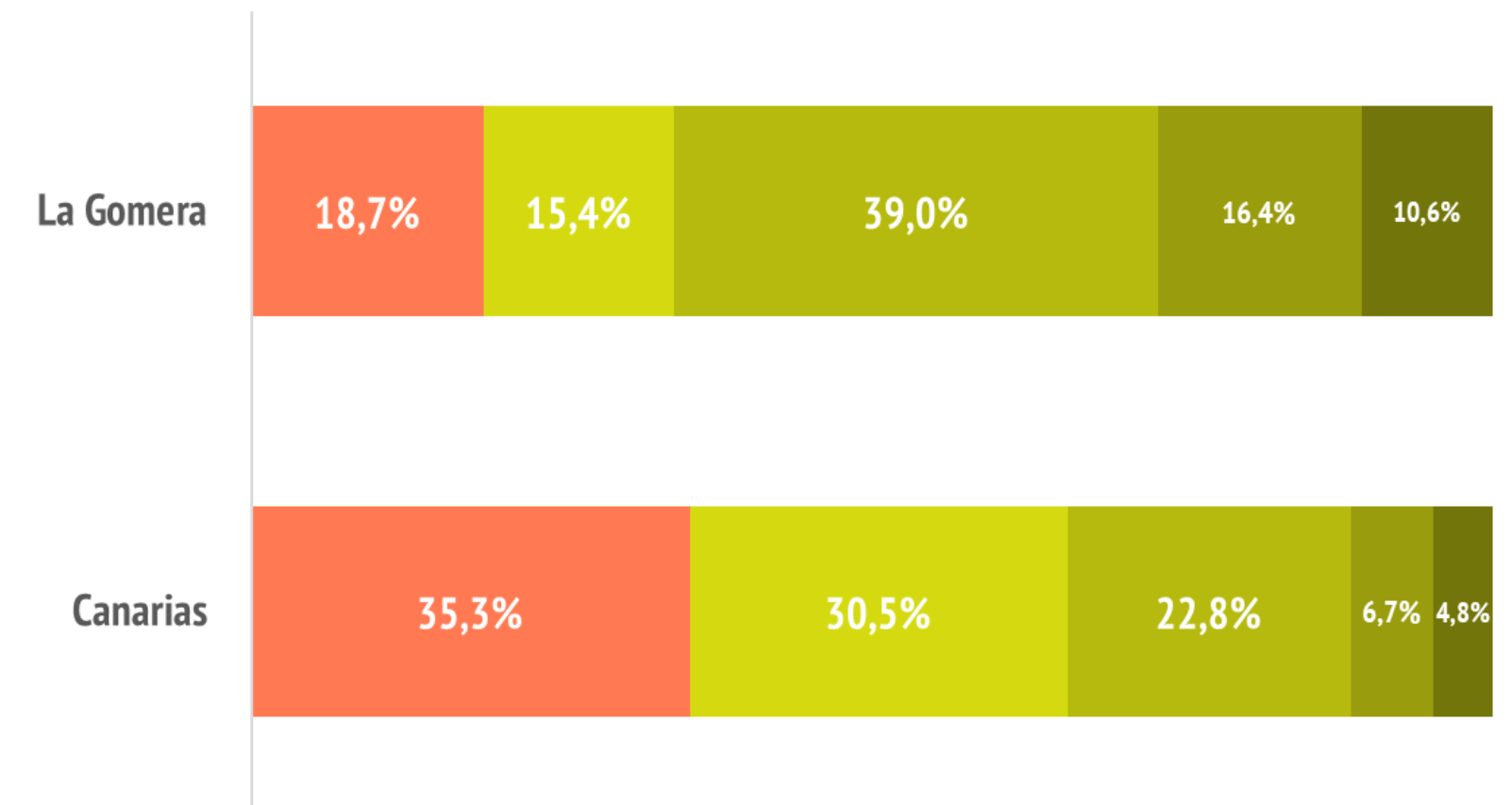
**En sus viajes, ¿Suele elegir opciones más sostenibles?**

■ No ■ Sí, aunque me suponga algún inconveniente ■ Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente



**¿Estaría dispuesto a gastar más en el viaje para reducir su huella de carbono?**

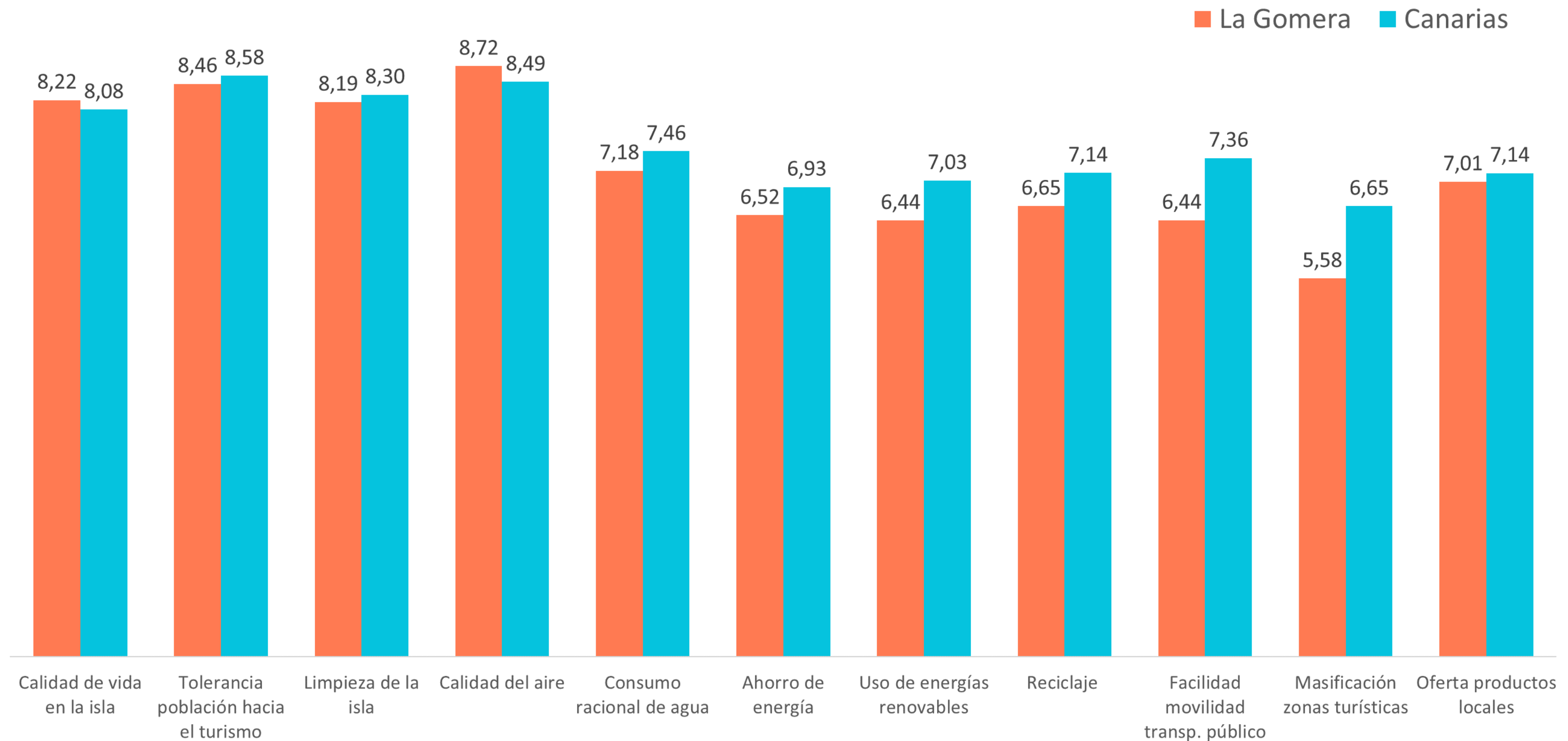
■ No ■ Sí, hasta un 5% más ■ Sí, hasta un 10% más ■ Sí, hasta un 20% más ■ Sí, más del 20%



# SOSTENIBILIDAD (II)

## Percepción durante su estancia

Valore la percepción de las siguientes medidas de sostenibilidad durante su estancia.



Escala (0-10) (0 = Nada importante y 10 = Muy importante)



# Turismo de Islas Canarias

MARKETING FOR CANARY ISLANDS

canarias  
OBJETIVO de PROGRESO



Unión Europea

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional



Gobierno  
de Canarias