

Evolución del perfil del turista (2016)

Austria: Segundo Trimestre

¿Cuántos son y cuánto gastan?



¿Cómo reservan?



| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Número de <u>turistas (> de 16 años)</u> | 20.405 | 27.668 | 19.955 | 25.295 | 38.196 |
| Gasto medio diario asociado al viaje: | 128,03 | 135,85 | 137,51 | 166,16 | 136,67 |
| - antes de viajar | 95,39 | 101,56 | 106,09 | 115,49 | 106,57 |
| - una vez en Canarias | 32,64 | 34,30 | 31,42 | 50,68 | 30,10 |
| Estancia media | 12,54 | 13,10 | 12,25 | 9,12 | 9,79 |
| Facturación / turista (€) | 1.149 | 1.386 | 1.372 | 1.350 | 1.211 |
| Facturación total (> de 16 años) (mill. €) | 23,4 | 38,3 | 27,4 | 34,1 | 46,3 |
| Cuota sobre facturación anual | 16,7% | 14,9% | 19,6% | 21,3% | 19,3% |
| Cuota sobre turistas anuales | 19,7% | 14,6% | 20,2% | 21,8% | 21,6% |
| Gasto en destino por turista y viaje (€) (*) | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
| Alojamiento (**): | 25,55 | 102,97 | 31,42 | 75,45 | 14,04 |
| - Alojamiento | 18,97 | 100,48 | 28,51 | 69,01 | 8,93 |
| - Gastos extras en alojamiento | 6,58 | 2,49 | 2,91 | 6,44 | 5,11 |
| Transporte: | 28,84 | 33,55 | 24,42 | 32,45 | 23,60 |
| - Transporte público | 4,43 | 4,00 | 1,28 | 2,58 | 2,46 |
| - Taxi | 4,24 | 4,84 | 2,33 | 5,55 | 4,57 |
| - Alquiler de vehículos | 20,18 | 24,71 | 20,81 | 24,32 | 16,57 |
| Alimentación: | 141,39 | 111,40 | 145,39 | 152,95 | 118,03 |
| - Compras en supermercados | 52,63 | 57,37 | 61,99 | 82,61 | 47,04 |
| - Restaurantes o cafeterías | 88,76 | 54,03 | 83,39 | 70,34 | 70,99 |
| Compras no alimenticias (souvenirs, etc): | 78,84 | 72,43 | 62,57 | 75,67 | 64,13 |
| Ocio: | 46,49 | 31,80 | 29,79 | 65,12 | 43,78 |
| - Excursiones organizadas | 20,67 | 12,98 | 10,89 | 33,14 | 23,37 |
| - Ocio o diversión | 4,15 | 7,77 | 1,41 | 6,09 | 10,09 |
| - Viaje a otras islas | 0,52 | 1,36 | 2,74 | 1,00 | 2,52 |
| - Actividades deportivas | 15,44 | 8,03 | 10,08 | 16,66 | 4,41 |
| - Actividades culturales | 1,40 | 0,00 | 4,05 | 5,45 | 2,72 |
| - Discotecas y disco-pubs | 4,32 | 1,65 | 0,62 | 2,78 | 0,67 |
| Otros: | 14,77 | 18,05 | 20,26 | 29,74 | 23,75 |
| - Wellness | 1,23 | 1,77 | 6,11 | 13,44 | 5,39 |
| - Gastos médicos | 5,35 | 1,38 | 0,65 | 7,67 | 0,44 |
| - Otros gastos | 8,19 | 14,89 | 13,50 | 8,64 | 17,92 |

| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Reserva del alojamiento | | | | | |
| Al turoperador | 46,6% | 41,7% | 37,9% | 46,9% | 36,7% |
| - A través de su web | 67,4% | 68,0% | 55,8% | 54,6% | 70,3% |
| Al establecimiento directamente | 2,9% | 2,4% | 10,5% | 7,7% | 5,6% |
| - A través de su web | 0,0% | 81,7% | 89,7% | 100,0% | 83,3% |
| A una agencia de viajes | 24,5% | 27,5% | 33,2% | 27,4% | 38,5% |
| En un portal de internet (OTA) | 21,4% | 22,6% | 13,1% | 16,1% | 17,2% |
| No le hizo falta | 4,5% | 5,8% | 5,4% | 1,8% | 2,0% |

| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Reserva del vuelo | | | | | |
| Al turoperador | 48,1% | 38,1% | 45,5% | 46,3% | 49,3% |
| - A través de su web | 58,8% | 51,9% | 61,6% | 50,2% | 47,0% |
| A la compañía aérea | 4,7% | 16,2% | 11,1% | 11,5% | 5,1% |
| - A través de su web | 100,0% | 63,4% | 69,7% | 72,0% | 100,0% |
| A una agencia de viajes | 26,3% | 28,2% | 30,7% | 27,7% | 30,8% |
| En un portal de internet (OTA) | 20,9% | 17,5% | 12,6% | 14,6% | 14,9% |

¿Dónde se alojan?



| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Hotel 5* | 5,9% | 6,8% | 8,3% | 6,7% | 7,7% |
| Hotel/ Apartahotel 4* | 43,6% | 46,7% | 46,5% | 48,5% | 51,5% |
| Hotel/ Apartahotel 1-2-3* | 18,8% | 21,3% | 12,3% | 12,8% | 10,8% |
| Extrahoteleros | 28,7% | 17,3% | 23,1% | 27,7% | 25,1% |
| Vivienda propia o de amigos/familiares | 3,1% | 4,1% | 5,9% | 1,2% | 2,9% |
| Otros tipos de alojamiento | 0,0% | 3,9% | 3,8% | 3,1% | 2,0% |

¿Cómo son?



| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Sexo | | | | | |
| Porcentaje de hombres | 42,9% | 44,8% | 48,8% | 51,6% | 37,0% |
| Porcentaje de mujeres | 57,1% | 55,2% | 51,2% | 48,4% | 63,0% |

| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Edad | | | | | |
| Edad media (turistas > 16 años) | 44,8 | 42,7 | 47,7 | 45,1 | 45,3 |
| Desviación típica | 15,2 | 15,6 | 14,4 | 15,2 | 17,2 |

| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Intervalos de edad (turistas > 16 años) | | | | | |
| De 16 a 24 años | 10,7% | 10,1% | 6,9% | 14,6% | 13,7% |
| De 25 a 30 años | 17,0% | 23,9% | 10,6% | 5,3% | 14,8% |
| De 31 a 45 años | 18,4% | 22,4% | 21,9% | 29,9% | 17,9% |
| De 46 a 60 años | 40,5% | 26,1% | 44,0% | 37,2% | 30,0% |
| Mayores de 60 años | 13,3% | 17,5% | 16,6% | 13,0% | 23,6% |

| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Ocupación | | | | | |
| Empresarios y autónomos | 17,2% | 14,7% | 12,5% | 19,9% | 13,5% |
| Asalariado cargos altos y medios | 52,1% | 42,6% | 53,4% | 40,7% | 47,2% |
| Trabajadores auxiliares y obreros | 14,1% | 14,5% | 8,7% | 20,8% | 8,2% |
| Estudiantes | 1,7% | 5,5% | 5,4% | 4,2% | 3,4% |
| Jubilados | 14,9% | 17,0% | 18,4% | 12,3% | 25,4% |
| Parados / amas de casa | 0,0% | 5,7% | 1,6% | 2,1% | 2,1% |

| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Nivel de ingresos anuales en el hogar (€) | | | | | |
| De 12.000 a 24.000 | 21,4% | 33,2% | 24,0% | 28,0% | 28,4% |
| De 24.001 a 36.000 | 29,9% | 19,8% | 28,8% | 25,7% | 28,9% |
| De 36.001 a 48.000 | 18,6% | 11,3% | 23,1% | 17,0% | 11,2% |
| De 48.001 a 60.000 | 13,7% | 14,0% | 7,3% | 10,5% | 16,4% |
| De 60.001 a 72.000 | 5,1% | 8,8% | 1,5% | 6,2% | 5,5% |
| De 72.001 a 84.000 | 0,0% | 0,0% | 5,5% | 2,4% | 5,5% |
| Más de 84.000 | 11,3% | 12,8% | 9,8% | 10,3% | 4,0% |

¿Con cuánta antelación reservan su viaje?



| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| El mismo día de partida | 0,7% | 1,9% | 1,2% | 0,0% | 0,0% |
| De 2 a 7 días | 7,5% | 7,9% | 4,9% | 7,2% | 4,1% |
| De 8 a 15 días | 18,4% | 11,4% | 10,3% | 8,6% | 9,0% |
| De 16 a 30 días | 18,9% | 17,6% | 12,7% | 9,9% | 27,0% |
| De 31 a 90 días | 40,8% | 38,7% | 45,5% | 38,8% | 24,3% |
| Más de 90 días | 13,7% | 22,5% | 25,5% | 35,6% | 35,6% |

¿Qué reservan en origen?



| | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Conceptos pagados en origen | | | | | |
| Sólo vuelo | 6,3% | 7,5% | 7,4% | 7,5% | 3,9% |
| Vuelo y alojamiento | 14,2% | 13,3% | 15,3% | 20,2% | 11,7% |
| Vuelo, alojamiento y desayuno | 5,0% | 6,3% | 7,0% | 15,4% | 7,3% |
| Vuelo + media pensión | 35,4% | 30,2% | 36,4% | 24,2% | 44,3% |
| Vuelo + pensión completa | 0,0% | 5,9% | 3,5% | 1,0% | 0,0% |
| Vuelo + todo incluido | 39,0% | 36,8% | 30,4% | 31,7% | 32,9% |
| Utilización líneas de bajo coste | 41,0% | 32,7% | 30,1% | 19,8% | 36,3% |
| Otros gastos en origen: | | | | | |
| - Alquiler de vehículo | 16,0% | 9,3% | 16,5% | 20,3% | 20,8% |
| - Actividades deportivas | 7,1% | 9,8% | 7,0% | 1,6% | 17,2% |
| - Excursiones | 4,9% | 5,3% | 10,2% | 6,0% | 9,1% |
| - Viaje combinado a otras islas | 2,8% | 0,0% | 2,0% | 1,2% | 0,0% |

(*) 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.

¿A qué isla viajan?

| Número de turistas (> 16 años) a: | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| - Lanzarote | 2.784 | 1.572 | 3.577 | 3.082 | 2.460 |
| - Fuerteventura | 2.308 | 5.750 | 2.119 | 2.589 | 9.033 |
| - Gran Canaria | 6.838 | 5.121 | 4.960 | 7.877 | 8.975 |
| - Tenerife | 7.514 | 13.261 | 7.007 | 7.850 | 15.245 |
| - La Palma | 784 | 1.488 | 1.950 | 3.393 | 1.538 |

| Distribución de turistas (> de 16 años) a: | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| - Lanzarote | 13,8% | 5,8% | 18,2% | 12,4% | 6,6% |
| - Fuerteventura | 11,4% | 21,1% | 10,8% | 10,4% | 24,2% |
| - Gran Canaria | 33,8% | 18,8% | 25,3% | 31,8% | 24,1% |
| - Tenerife | 37,1% | 48,8% | 35,7% | 31,7% | 40,9% |
| - La Palma | 3,9% | 5,5% | 9,9% | 13,7% | 4,1% |

¿Con quién vienen?



| Acompañantes | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Sin acompañantes | 9,8% | 15,0% | 9,1% | 10,4% | 10,6% |
| Sólo con la pareja | 54,5% | 50,2% | 54,8% | 46,6% | 64,4% |
| Sólo con hijos (menores de 13 años) | 0,7% | 0,8% | 0,0% | 1,5% | 0,9% |
| Pareja + hijos (menores de 13 años) | 2,2% | 4,1% | 1,2% | 9,7% | 4,0% |
| Otros familiares | 6,1% | 7,1% | 12,1% | 2,7% | 6,6% |
| Grupo de amigos | 9,1% | 13,9% | 4,9% | 11,9% | 9,1% |
| Compañeros de trabajo | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otras combinaciones ⁽¹⁾ | 17,5% | 8,9% | 16,8% | 17,3% | 4,4% |

* 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) | 94,7% | 93,3% | 93,3% | 97,2% | 99,1% |
| Valoración media (escala 1-10) | 9,07 | 9,05 | 9,01 | 9,43 | 9,23 |

¿Cuántos son fieles al destino?

| Turistas repetidores de Canarias | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| Turistas repetidores | 55,3% | 68,8% | 72,0% | 61,8% | 61,4% |
| Enamorados (al menos 10 visitas previas) | 10,6% | 8,7% | 16,6% | 9,1% | 15,0% |

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



| Origen/destino del vuelo | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Austria | 68,8% | 74,1% | 65,1% | 47,5% | 50,9% |
| Alemania | 21,1% | 13,2% | 21,2% | 33,7% | 36,8% |
| Península | 2,2% | 9,5% | 10,0% | 14,7% | 9,7% |
| Bélgica | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% |
| Suiza | 6,5% | 3,2% | 2,9% | 3,1% | 1,1% |
| Italia | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| Dinamarca | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Finlandia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Francia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Irlanda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

¿Por qué eligen Canarias?



| Aspectos que influyen en la elección | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Clima/Sol | 93,8% | 90,0% | 86,9% | 90,7% | 88,9% |
| Playas | 36,0% | 36,6% | 45,5% | 32,9% | 39,1% |
| Tranquilidad/descanso/relax | 33,3% | 35,2% | 29,2% | 31,0% | 38,2% |
| Paisajes | 32,4% | 37,7% | 43,7% | 46,6% | 35,9% |
| Seguridad | 11,8% | 11,5% | 6,1% | 7,8% | 22,8% |
| Conocer nuevos lugares | 22,3% | 20,3% | 13,0% | 13,6% | 17,6% |
| Oferta de turismo activo | 9,1% | 10,0% | 13,6% | 14,3% | 13,3% |
| Facilidades de traslado | 2,1% | 8,3% | 5,8% | 6,2% | 8,3% |
| Precio | 7,2% | 7,5% | 3,6% | 4,8% | 5,3% |
| Actividades Náuticas | 4,8% | 3,1% | 3,6% | 3,1% | 5,1% |
| Calidad del entorno ambiental | 5,3% | 2,2% | 3,6% | 7,4% | 4,7% |
| Un lugar adecuado para niños | 2,7% | 1,4% | 2,7% | 5,6% | 4,1% |
| Compras | 2,7% | 2,4% | 2,3% | 3,0% | 2,4% |
| Oferta cultural | 5,3% | 1,8% | 3,8% | 2,6% | 1,9% |
| Parques de ocio | 3,8% | 5,5% | 3,4% | 4,6% | 0,9% |
| Golf | 0,6% | 1,8% | 1,0% | 0,0% | 0,7% |

* Pregunta multirrespuesta

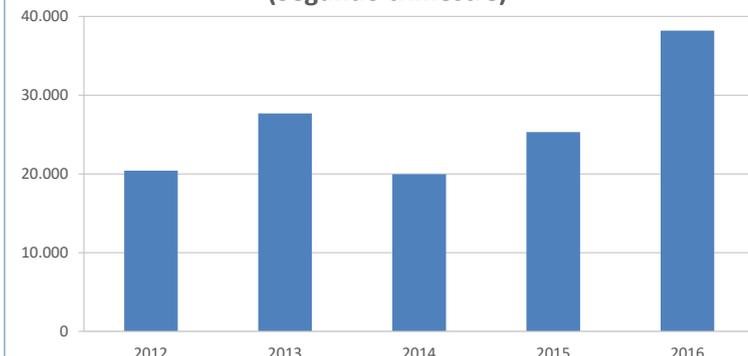
¿Qué les impulsó finalmente a venir?



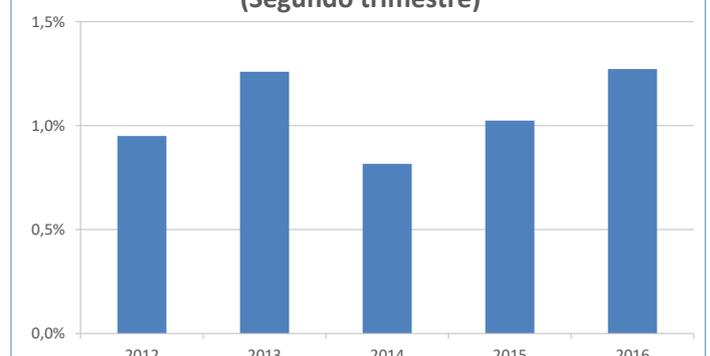
| Aspectos que impulsaron la elección | 2012Q2 | 2013Q2 | 2014Q2 | 2015Q2 | 2016Q2 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Conocía Canarias por visitas anteriores | 48,3% | 52,0% | 60,8% | 53,1% | 48,3% |
| Recomendación de amigos o familiares | 30,9% | 39,0% | 23,5% | 35,9% | 37,4% |
| A través del canal Canarias de TV | 1,8% | 1,4% | 2,0% | 0,0% | 0,8% |
| A través de otros canales de TV o radio | 1,4% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 2,7% |
| Información prensa/revistas/libros | 5,5% | 2,9% | 5,1% | 3,4% | 5,1% |
| Asistencia a feria turística | 1,4% | 1,9% | 0,0% | 0,7% | 0,0% |
| Catálogo de turoperador | 13,7% | 7,4% | 13,8% | 12,9% | 10,8% |
| Recomendación agencia de viajes | 14,6% | 7,9% | 17,0% | 11,6% | 13,5% |
| Información obtenida en internet | 30,5% | 35,8% | 19,5% | 33,8% | 31,4% |
| Programa de turismo tercera edad | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros | 5,8% | 7,3% | 11,1% | 4,2% | 4,0% |

* Pregunta multirrespuesta

Evolución de turistas (> 16 años) en Canarias (Segundo trimestre)



Cuota de turistas (> 16 años) en Canarias (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".