

PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA ISLAS CANARIAS (2019)

ISLANDIA

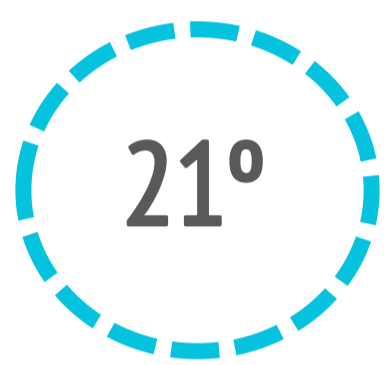


¿Cuántos son y cuánto gastan?

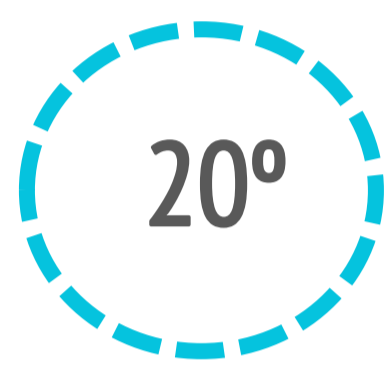


	Islandia	Total mercados
TURISTAS		
Nº de turistas (FRONTUR)	n.d.	15.110.866
Nº de turistas > 15 años (EGT)	23.601	13.271.035
- que contratan paquete	8.136	7.426.022
- que no contratan paquete	15.465	5.845.014
- % turistas que contratan paquete	34,5%	56,0%
Cuota sobre total turistas (EGT)	0,2%	100%

POSICIÓN RANKING
MERCADOS SEGÚN Nº
DE TURISTAS



POSICIÓN RANKING
MERCADOS SEGÚN
FACTURACIÓN

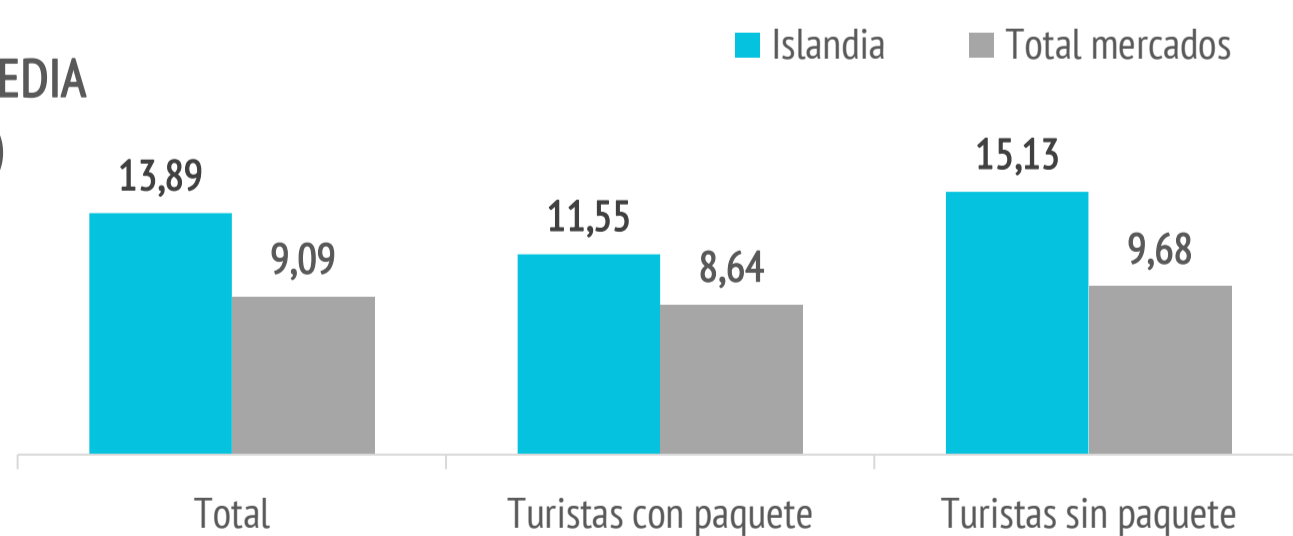


”
El 70% de los
islandeses viaja a
Tenerife.

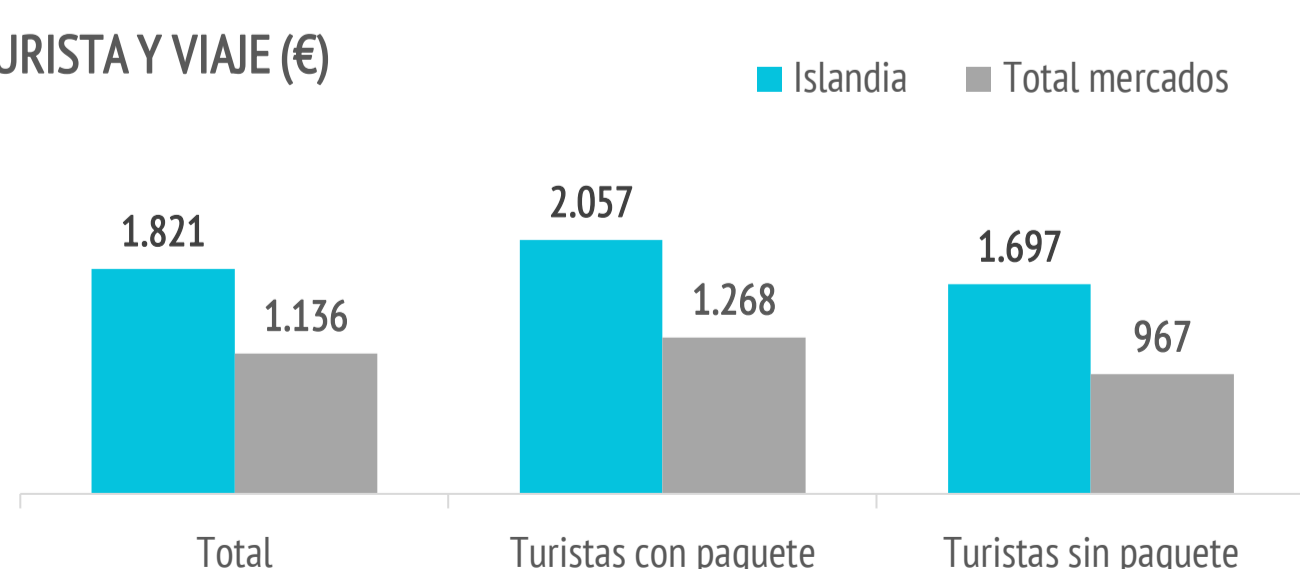
GASTO Y ESTANCIA

	Islandia	Total mercados
Gasto por viaje (€)	1.821	1.136
- de turistas con paquete	2.057	1.268
- en el paquete	1.504	1.031
- en otros conceptos	553	237
- de turistas sin paquete	1.697	967
- en el vuelo	420	263
- en el alojamiento	567	321
- en otros conceptos	710	383
Estancia media:	13,89	9,09
- de turistas con paquete	11,55	8,64
- de turistas sin paquete	15,13	9,68
Gasto medio diario (€)	156,1	138,9
- de turistas con paquete	178,1	155,4
- de turistas sin paquete	144,6	117,9
Facturación total (> 15 años) (mill. €)	43	15.070
- de turistas con paquete	17	9.416
- de turistas sin paquete	26	5.655

ESTANCIA MEDIA (noches)



GASTO POR TURISTA Y VIAJE (€)



Aspectos más relevantes en la elección de Canarias



	Islandia	Total mercados
Clima	78,5%	78,4%
Seguridad	56,1%	51,9%
Pertenencia a Europa	38,5%	36,1%
Diversión	34,0%	21,1%
Mar	28,8%	44,4%
Entorno ambiental	28,3%	33,2%
Precio	28,3%	37,4%
Oferta alojativa	27,9%	42,9%
Playas	24,4%	37,7%
Viaje sencillo	24,0%	35,2%
Paisajes	22,6%	33,1%
Tranquilidad	21,2%	47,6%
Autenticidad	19,0%	20,3%
Exotismo	18,2%	11,4%
Gastronomía	17,3%	23,2%
Oferta comercial	15,8%	9,4%
Patrimonio histórico	14,0%	8,2%
Oferta cultural	13,9%	8,0%
Red de senderos	12,9%	9,6%
Ocio nocturno	11,1%	8,0%

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

% TURISTAS QUE ELIGEN CANARIAS POR LAS POSIBILIDADES DE DIVERSIÓN

ISLANDIA
34,0%



TOTAL MERCADOS
21,1%

¿Cuál es la motivación principal para sus vacaciones?



	Islandia	Total mercados
Descansar	64,7%	55,5%
Disfrutar de la familia	12,0%	14,4%
Divertirme	14,1%	8,6%
Explorar o conocer las islas	9,2%	17,8%
Practicar mis aficiones	0,0%	1,9%
Otros	0,0%	1,8%

DESCANSAR



¿Con cuánta antelación organizan su viaje?



	Islandia	Total mercados
El mismo día de partida	1,1%	0,7%
De 1 a 30 días	33,1%	23,8%
De 1 a 2 meses	24,3%	22,8%
De 3 a 6 meses	20,9%	32,7%
Más de 6 meses	20,6%	20,0%

Fuente: EGT nueva metodología 2018 (ISTAC).

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".

PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA ISLAS CANARIAS (2019)

ISLANDIA



¿Qué fuentes de información usan para organizar su viaje?

	Islandia	Total mercados
Visitas anteriores a Canarias	48,7%	51,9%
Amigos o familiares	32,1%	27,1%
Internet o redes sociales	45,5%	54,7%
Medios de comunicación	0,0%	1,6%
Guías y revistas de viaje	6,2%	8,4%
Blogs / foros de viaje	4,1%	5,7%
Canales de TV	1,8%	0,8%
Turoperador o agencia de viajes	9,9%	22,6%
Admón. Públicas o similares	0,0%	0,4%
Otros	2,8%	2,4%

* Pregunta multirrespuesta

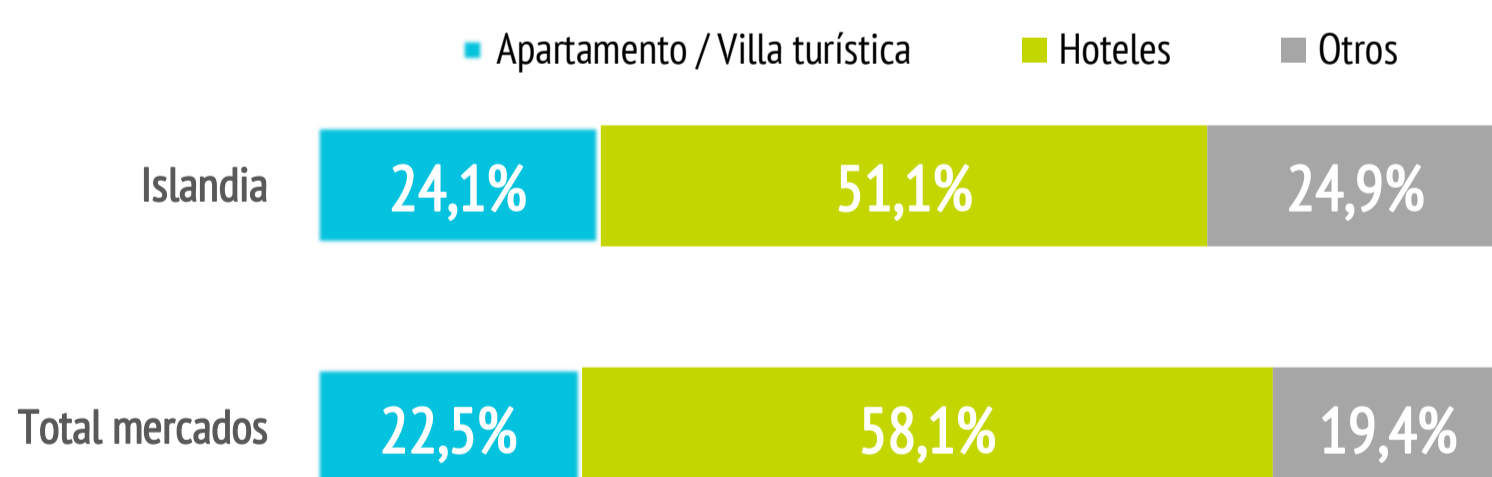
¿Dónde compran?

	Islandia	Total mercados
Vuelo		
- A la compañía aérea	48,9%	42,9%
- Al turoperador, AAVV o similar	51,1%	57,1%
Alojamiento		
- Al establecimiento	52,9%	31,5%
- Al turoperador, AAVV o similar	47,1%	68,5%

¿Dónde se alojan?

	Islandia	Total mercados
Hotel 1-2-3*	10,8%	11,5%
Hotel 4*	33,5%	37,6%
Hotel 5-5*GL	6,8%	9,0%
Apartamento / Villa turística	24,1%	22,5%
Vivienda/hab.alquilada a particular	12,9%	5,9%
Alojamiento privado ⁽¹⁾	2,2%	7,2%
Otros (alojamiento rural, crucero...)	9,8%	6,3%

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



¿Qué régimen de alojamiento contratan?

	Islandia	Total mercados
Solo alojamiento	38,8%	27,9%
Alojamiento y desayuno	21,8%	12,4%
Media pensión	20,5%	21,2%
Pensión completa	0,0%	3,6%
Todo incluido	18,9%	34,9%

El **38,8%** de los islandeses contrata solo alojamiento.

(Media de Canarias: 27,9%)

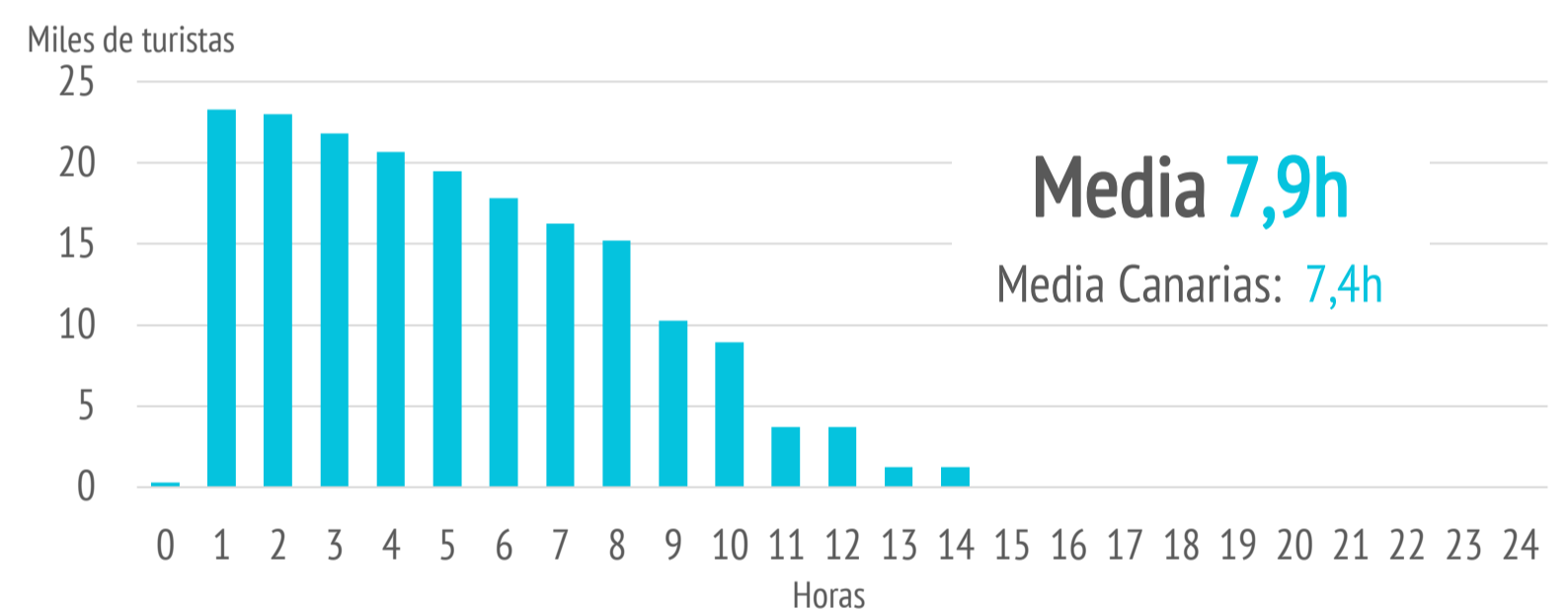
Otros gastos

	Islandia	Total mercados
Restaurantes o cafeterías	59,3%	59,1%
Compras en supermercados	53,8%	52,1%
Alquiler de vehículos	8,4%	26,3%
Excursiones organizadas	14,4%	20,6%
Taxi, transfer, VTC	41,2%	50,0%
Parques de ocio	10,1%	7,5%
Actividades deportivas	1,1%	5,7%
Museos	1,2%	4,6%
Pasajes islas	2,7%	4,4%

¿Qué actividades realizan?

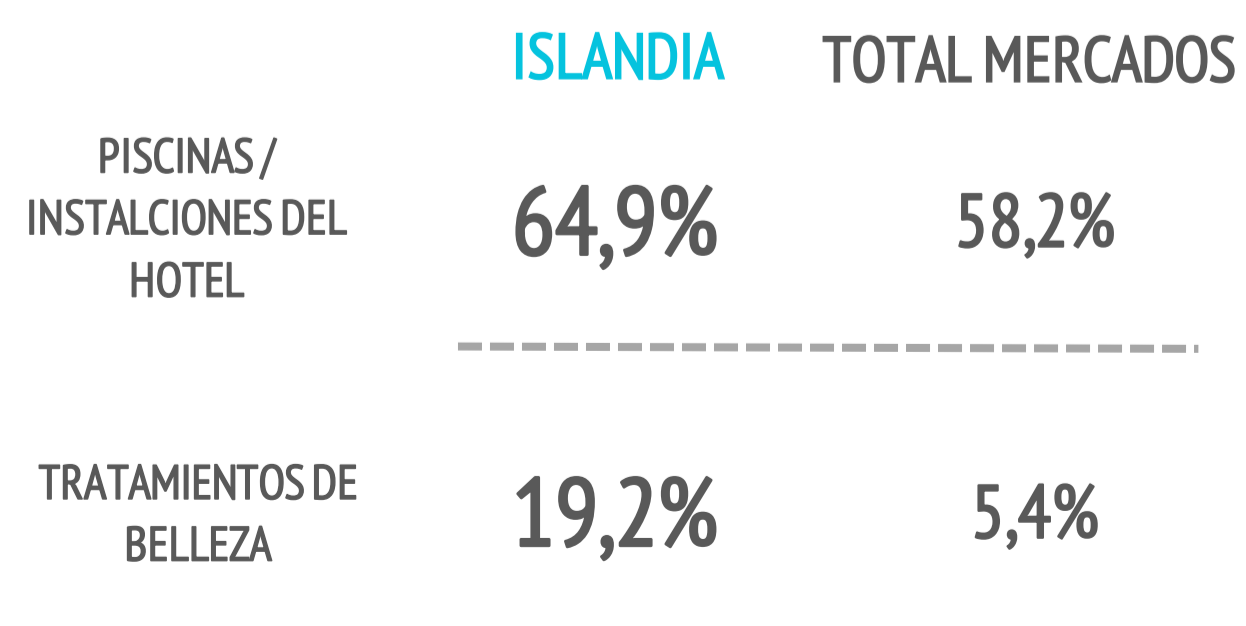
Horas diarias fuera del establecimiento	Islandia	Total mercados
0 horas (no han salido)	1,3%	2,1%
De 1 a 2 horas	6,3%	9,8%
De 3 a 6 horas	23,5%	32,6%
De 7 a 12 horas	63,7%	47,1%
Más de 12 horas	5,2%	8,4%

TURISTAS SEGÚN HORAS DIARIAS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO



Actividades realizadas	Islandia	Total mercados
Pasear, callejear	69,0%	69,8%
Piscina, instalaciones del hotel	64,9%	58,2%
Playa	60,7%	66,3%
Recorrer la isla por su cuenta	35,0%	45,2%
Tratamientos de belleza y salud	19,2%	5,4%
Parques de ocio o de atracciones	18,4%	14,1%
Actividades deportivas	12,8%	13,4%
Excursiones organizadas	11,2%	16,9%
Ocio nocturno/conciertos/espectáculos	11,0%	15,5%
Bodegas/mercadillos/fiestas populares	11,0%	11,6%
Excursiones marítimas/ob. cetáceos	6,5%	11,1%
Actividades en el mar	4,3%	10,0%
Museos/exposiciones/centros culturales	4,2%	10,1%
Actividades de naturaleza	4,1%	10,4%
Degustar gastronomía canaria	3,8%	24,2%
Observación astronómica	3,3%	3,5%

* Pregunta multirrespuesta



PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA ISLAS CANARIAS (2019)

ISLANDIA



¿Cuál es su isla de mayor estancia?

Nº turistas ≥ de 15 años	Islandia	Total mercados
Lanzarote	241	2.521.668
Fuerteventura	286	1.659.115
Gran Canaria	6.575	3.698.127
Tenerife	16.498	5.040.382
La Palma	0	235.409

¿Cuántas islas visitan durante su viaje?

	Islandia	Total mercados
Una isla	92,6%	91,4%
Dos islas	5,7%	7,2%
Tres o más islas	1,7%	1,4%

Uso de internet

	Islandia	Total mercados
Consultar		
- Paquete turístico	26,1%	14,8%
- Vuelos	23,0%	13,0%
- Alojamiento	17,9%	16,9%
- Transporte	15,0%	15,7%
- Restaurantes	27,9%	28,4%
- Excursiones	29,2%	26,2%
- Actividades	42,2%	30,1%
Reservar o comprar		
- Paquete turístico	25,6%	39,4%
- Vuelos	71,0%	66,7%
- Alojamiento	62,6%	57,3%
- Transporte	29,6%	47,6%
- Restaurantes	25,7%	12,1%
- Excursiones	12,3%	13,0%
- Actividades	13,0%	14,7%

* Pregunta multirrespuesta

Una vez en destino	Islandia	Total mercados
No utilizó Internet	19,1%	8,3%
Sí utilizó Internet	80,9%	91,7%
- Con su propia conexión de datos	26,8%	37,4%
- Con WIFI gratuito	29,5%	39,5%
Uso del smartphone o tablet en Canarias*		
- Consultar planos/mapas	75,2%	61,7%
- Consultar inf. sobre el destino	52,2%	44,8%
- Compartir imágenes/vídeos	51,3%	56,0%
- Descargar AAPP turísticas	5,8%	7,0%
- Otros	21,3%	22,6%

* Pregunta multirrespuesta

”

El 75,2% de los islandeses consulta planos o mapas durante su estancia en Canarias

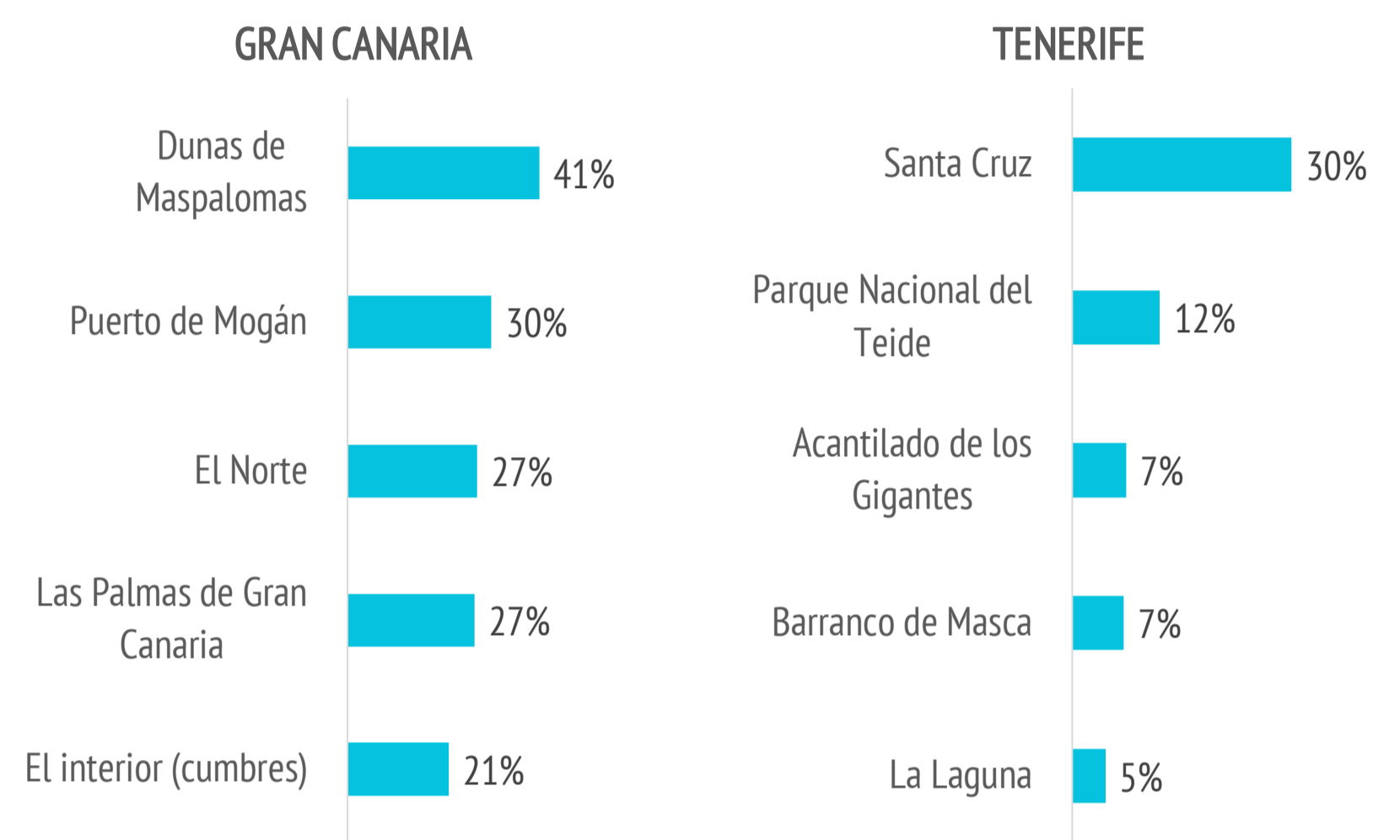
(Media de Canarias: 61,7%)



Imagen: Freepik.com

Distribución turistas por islas	Islandia	Total mercados
Lanzarote	1,0%	19,2%
Fuerteventura	1,2%	12,6%
Gran Canaria	27,9%	28,1%
Tenerife	69,9%	38,3%
La Palma	0,0%	1,8%

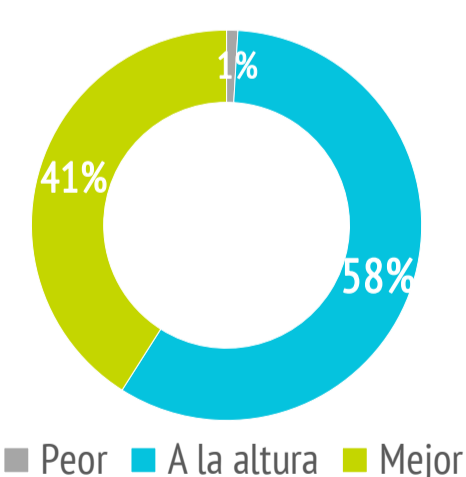
LUGARES MÁS VISITADOS DE CADA ISLA



El dato se refiere al % de turistas en cada isla que señala que ha visitado dicho lugar.

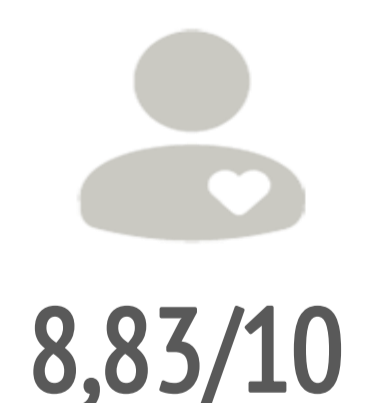
Satisfacción

Satisfacción general (escala 0-10)	Islandia	Total mercados
Valoración media	8,60	8,70
Experiencia del viaje		
Peor o mucho peor de lo esperado	0,9%	2,3%
A la altura de lo esperado	58,1%	55,6%
Mejor o mucho mejor de lo esperado	41,0%	42,1%
Intenciones futuras (escala 0-10)		
Volver a Canarias	8,63	8,73
Recomendar Canarias	8,83	8,95



Valoración de la experiencia del viaje

Intención de volver a Canarias



Intención de recomendar Canarias

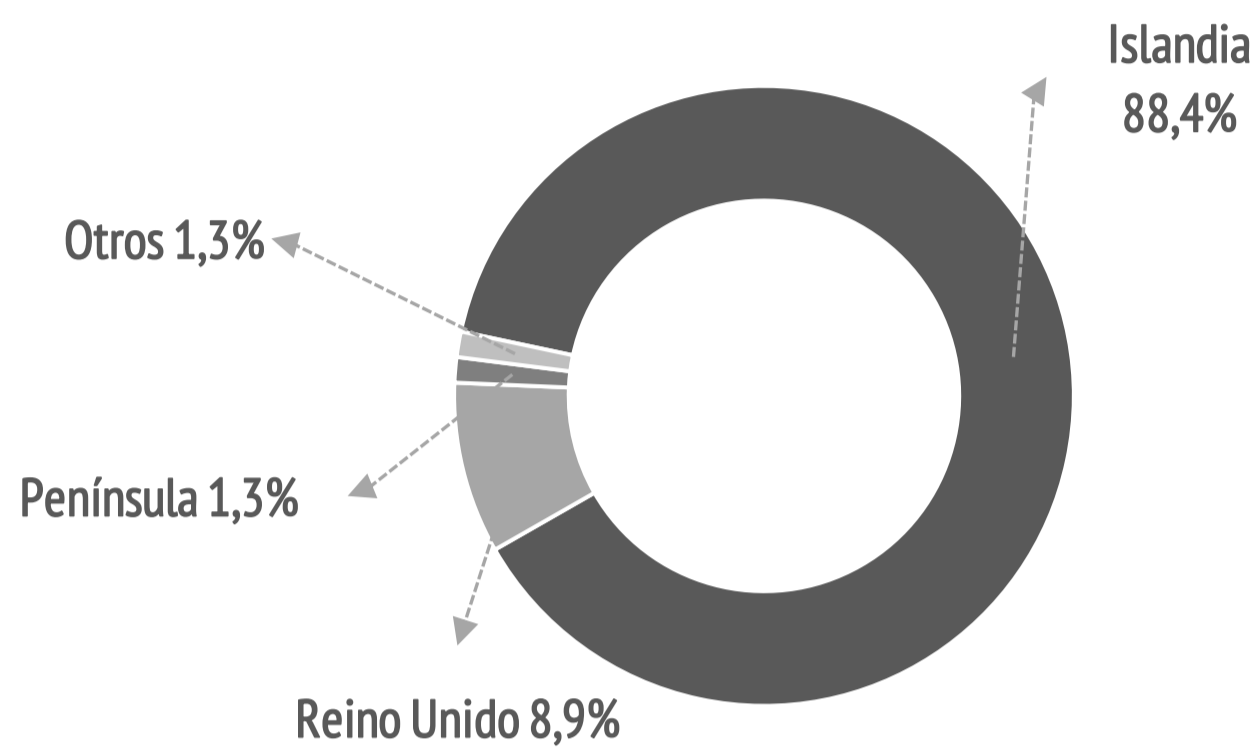
¿Cuántos son fieles al destino?

	Islandia	Total mercados
Turistas repetidores	67,1%	72,2%
Repetidores últimos 5 años	61,0%	66,7%
Repetidores últimos 5 años (5 ó + visitas)	22,2%	19,5%
Más de 10 visitas (repetidores intensivos)	9,0%	18,6%

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



Turistas > de 15 años	%	Absoluto
Islandia	88,4%	20.865
Reino Unido	8,9%	2.111
Península	1,3%	312
Otros	1,3%	313



¿Con quién vienen?



	Islandia	Total mercados
Sin acompañantes	6,5%	9,6%
Sólo con la pareja	43,4%	48,1%
Sólo con hijos (menores de 13)	4,2%	5,6%
Pareja + hijos (menores de 13)	5,1%	6,5%
Otros familiares	20,5%	9,3%
Grupo de amigos	4,5%	6,4%
Compañeros de trabajo	0,0%	0,5%
Viaje organizado	4,3%	0,3%
Otras combinaciones ⁽²⁾	11,5%	13,7%

(2) Combinación de algunos de los grupos anteriormente analizados

Turistas que viajan con niños	18,3%	17,7%
- De 0 a 2 años	1,4%	1,6%
- De 3 a 12 años	15,8%	14,8%
- De 0 a 2 y de 3 a 12 años	1,1%	1,4%

Turistas que viajan sin niños	81,7%	82,3%
-------------------------------	-------	-------

Composición del grupo:		
- 1 persona	15,4%	13,2%
- 2 personas	56,7%	55,1%
- 3 personas	4,2%	12,0%
- 4 ó 5 personas	19,2%	16,3%
- 6 ó más personas	4,5%	3,5%
Tamaño medio del grupo	2,57	2,54



(Menores de 13 años)

El 18,3% de los islandeses viaja con niños.

(Media de Canarias: 17,7%)

¿Cómo son?



	Islandia	Total mercados
Sexo		
Porcentaje de hombres	51,0%	48,6%
Porcentaje de mujeres	49,0%	51,4%
Edad		
Edad media (turista > 15 años)	47,6	47,1
Desviación típica	17,1	15,4
Intervalos de edad		
De 16 a 24 años	11,3%	7,3%
De 25 a 30 años	10,3%	10,9%
De 31 a 45 años	23,6%	28,0%
De 46 a 60 años	24,4%	31,8%
Mayores de 60 años	30,4%	22,1%
Ocupación		
Asalariado	46,7%	55,0%
Autónomo	7,2%	11,5%
Desempleado	0,0%	1,1%
Empresario	18,9%	9,4%
Estudiante	5,6%	3,5%
Jubilado	18,4%	17,9%
Labores del hogar	1,1%	0,8%
Otros	2,1%	0,8%
Ingresos netos anuales en el hogar (€)		
Menos de 25.000 €	12,9%	17,5%
De 25.000 a 49.999€	26,9%	37,5%
De 50.000 a 74.999€	33,6%	22,8%
75.000€ o más	26,7%	22,2%
Nivel educativo		
Sin estudios	1,7%	5,0%
Estudios primarios	2,0%	2,6%
Estudios secundarios	23,9%	23,6%
Estudios superiores	72,4%	68,9%



7 DE CADA 10 TURISTAS SON REPETIDORES

48 AÑOS

EDAD MEDIA

43% VIENE EN PAREJA



Imágenes: Freepik.com