

## ¿Cuántos son y cuánto gastan?



	Islandia	Total mercados
<b>TURISTAS</b>		
Nº de turistas (FRONTUR)	n.d.	15.559.787
Nº de turistas > 15 años (EGT)	49.172	13.485.651
- que contratan paquete	23.244	7.848.516
- que no contratan paquete	25.929	5.637.135
- % turistas que contratan paquete	47,3%	58,2%
Cuota sobre total turistas (EGT)	0,4%	100%

POSICIÓN RANKING  
MERCADOS SEGÚN N°  
DE TURISTASPOSICIÓN RANKING  
MERCADOS SEGÚN  
FACTURACIÓN

”  
El 50% de los  
islandeses viaja a  
Gran Canaria.

19º

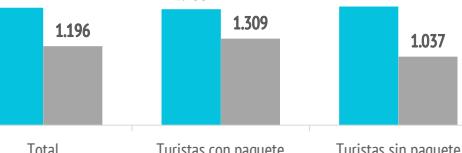
17º

## GASTO Y ESTANCIA

Gasto por viaje (€)	1.777	1.196
- de turistas con paquete	1.755	1.309
- en el paquete	1.252	1.064
- en otros conceptos	502	246
- de turistas sin paquete	1.797	1.037
- en el vuelo	532	288
- en el alojamiento	526	350
- en otros conceptos	739	399
<b>Estancia media:</b>	<b>13,90</b>	<b>9,32</b>
- de turistas con paquete	11,29	8,66
- de turistas sin paquete	16,23	10,23
<b>Gasto medio diario (€)</b>	<b>149,6</b>	<b>143,6</b>
- de turistas con paquete	168,9	159,8
- de turistas sin paquete	132,3	121,0
<b>Facturación total (&gt; 15 años) (mill. €)</b>	<b>87</b>	<b>16.124</b>
- de turistas con paquete	41	10.277
- de turistas sin paquete	47	5.848

ESTANCIA MEDIA  
(noches)

## GASTO POR TURISTA Y VIAJE (€)



## Aspectos más relevantes en la elección de Canarias



	Islandia	Total mercados
Clima	72,9%	78,1%
Precio	45,6%	36,5%
Seguridad	41,2%	51,4%
Diversión	34,4%	20,7%
Playas	31,5%	37,1%
Entorno ambiental	28,1%	30,6%
Oferta alojativa	26,5%	41,7%
Mar	26,4%	43,3%
Viaje sencillo	25,0%	34,8%
Tranquilidad	24,5%	46,2%
Paisajes	20,1%	31,6%
Pertenencia a Europa	18,9%	35,8%
Oferta comercial	15,4%	9,6%
Autenticidad	15,2%	19,1%
Gastronomía	12,4%	22,6%
Exotismo	10,7%	10,5%
Red de senderos	6,6%	9,0%
Ocio nocturno	6,0%	7,5%
Patrimonio histórico	3,6%	7,1%
Oferta cultural	2,9%	7,3%

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

34,4%



TOTAL MERCADOS

20,7%

## ¿Cuál es la motivación principal para sus vacaciones?



	Islandia	Total mercados
Descansar	68,0%	55,1%
Disfrutar de la familia	19,5%	14,7%
Divertirme	6,9%	7,8%
Explorar o conocer las islas	3,7%	18,5%
Practicar mis aficiones	0,0%	1,8%
Otros	1,9%	2,1%

## DESCANSAR



Islandia

68%

Total mercados

55%

## ¿Con cuánta antelación organizan su viaje?



	Islandia	Total mercados
El mismo día de partida	0,8%	0,7%
De 1 a 30 días	28,3%	23,2%
De 1 a 2 meses	20,5%	23,0%
De 3 a 6 meses	35,0%	32,4%
Más de 6 meses	15,4%	20,7%

### ¿Qué fuentes de información usan para organizar su viaje?

	Islandia	Total mercados
Visitas anteriores a Canarias	50,0%	50,9%
Amigos o familiares	33,4%	27,8%
Internet o redes sociales	46,9%	56,1%
Medios de comunicación	2,6%	1,7%
Guías y revistas de viaje	7,8%	9,5%
Blogs / foros de viaje	4,2%	5,4%
Canales de TV	0,9%	0,7%
Tuoperador o agencia de viajes	16,2%	24,7%
Admón. Públcas o similares	0,0%	0,4%
Otros	4,4%	2,3%

\* Pregunta multirrespuesta

### ¿Dónde compran?

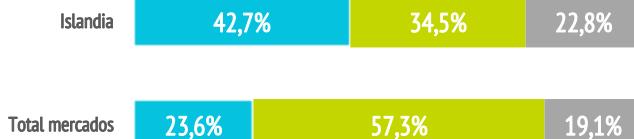
	Islandia	Total mercados
<b>Vuelo</b>		
- A la compañía aérea	54,7%	39,5%
- Al tuoperador, AAVV o similar	45,3%	60,5%
<b>Alojamiento</b>		
- Al establecimiento	39,5%	28,8%
- Al tuoperador, AAVV o similar	60,5%	71,2%

### ¿Dónde se alojan?

	Islandia	Total mercados
Hotel 1-2-3*	8,7%	12,8%
Hotel 4*	22,4%	37,7%
Hotel 5-5*GL	3,5%	6,8%
Apartamento / Villa turística	42,7%	23,6%
Vivienda/hab.alquilada a particular	5,7%	5,3%
Alojamiento privado <sup>(1)</sup>	3,8%	7,0%
Otros (alojamiento rural, crucero...)	13,3%	6,8%

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

■ Apartamento / Villa turística ■ Hoteles ■ Otros



### ¿Qué régimen de alojamiento contratan?

	Islandia	Total mercados
Sólo alojamiento	50,0%	28,8%
Alojamiento y desayuno	16,5%	11,7%
Media pensión	12,6%	22,4%
Pensión completa	2,6%	3,0%
Todo incluido	18,3%	34,1%



El 50% de los islandeses contrata sólo alojamiento.

(Media de Canarias: 28,8%)

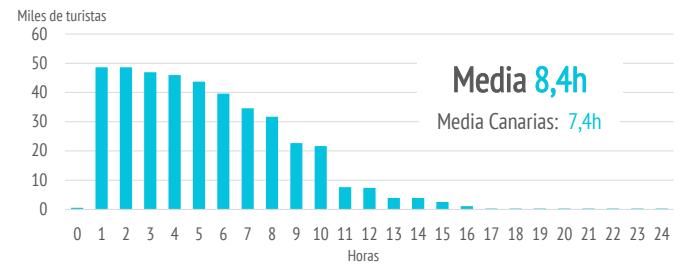
### Otros gastos

	Islandia	Total mercados
Restaurantes o cafeterías	71,1%	63,2%
Compras en supermercados	65,0%	55,9%
Alquiler de vehículos	11,5%	26,6%
Excursiones organizadas	22,4%	21,8%
Taxi, transfer, VTC	41,9%	51,7%
Parques de ocio	8,7%	8,8%
Actividades deportivas	6,7%	6,4%
Museos	1,7%	5,0%
Pasajes islas	3,6%	4,8%

### ¿Qué actividades realizan?

	Islandia	Total mercados
Horas diarias fuera del establecimiento		
0 horas (no han salido)	1,1%	2,2%
De 1 a 2 horas	3,4%	10,0%
De 3 a 6 horas	25,1%	32,6%
De 7 a 12 horas	62,5%	46,5%
Más de 12 horas	7,9%	8,7%

### TURISTAS SEGÚN HORAS DIARIAS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO



Media 8,4h

Media Canarias: 7,4h

	Islandia	Total mercados
Actividades realizadas		
Pasear, callejear	68,9%	71,0%
Playa	64,6%	68,0%
Piscina, instalaciones del hotel	63,7%	58,9%
Recorrer la isla por su cuenta	34,1%	46,5%
Ocio nocturno/conciertos/espectáculos	20,8%	15,5%
Parques de ocio o de atracciones	17,9%	15,5%
Actividades deportivas	17,9%	14,3%
Tratamientos de belleza y salud	15,8%	5,7%
Bodegas/mercadillos/fiestas populares	12,0%	12,0%
Degustar gastronomía canaria	10,7%	25,4%
Excursiones organizadas	8,5%	17,9%
Excursiones marítimas/ob. cetáceos	7,1%	11,3%
Actividades en el mar	6,8%	9,8%
Museos/exposiciones/centros culturales	5,8%	9,8%
Actividades de naturaleza	5,2%	10,0%
Observación astronómica	1,8%	3,4%

\* Pregunta multirrespuesta

ISLANDIA TOTAL MERCADOS

OCIO NOCTURNO 20,8% 15,5%



TRATAMIENTOS DE BELLEZA 15,8% 5,7%



## ¿Cuál es su isla de mayor estancia?

Nº turistas > de 15 años	Islandia	Total mercados
Lanzarote	0	2.457.120
Fuerteventura	230	1.856.705
Gran Canaria	24.576	3.825.110
Tenerife	24.367	4.991.173
La Palma	0	249.069

## ¿Cuántas islas visitan durante su viaje?

	Islandia	Total mercados
Una isla	94,9%	90,9%
Dos islas	5,1%	7,7%
Tres o más islas	0,0%	1,4%

## Uso de internet

	Islandia	Total mercados
<b>Consultar</b>		
- Paquete turístico	15,5%	15,4%
- Vuelos	18,4%	13,0%
- Alojamiento	20,3%	17,7%
- Transporte	18,7%	15,6%
- Restaurantes	26,5%	27,0%
- Excursiones	22,4%	26,3%
- Actividades	26,7%	31,0%
<b>Reservar o comprar</b>		
- Paquete turístico	26,9%	38,1%
- Vuelos	57,5%	64,4%
- Alojamiento	42,0%	54,5%
- Transporte	33,5%	44,7%
- Restaurantes	13,8%	10,5%
- Excursiones	9,3%	11,4%
- Actividades	12,9%	12,5%

\* Pregunta multirrespuesta

	Islandia	Total mercados
Una vez en destino		
<b>No utilizó Internet</b>	<b>14,7%</b>	<b>9,8%</b>
<b>Sí utilizó Internet</b>	<b>85,3%</b>	<b>90,2%</b>
- Con su propia conexión de datos	39,4%	36,5%
- Con WiFi gratuito	30,2%	41,1%
<b>Uso del smartphone o tablet en Canarias*</b>		
- Consultar planos/mapas	67,6%	60,7%
- Consultar inf. sobre el destino	44,1%	44,7%
- Compartir imágenes/vídeos	50,6%	55,6%
- Descargar AAPP turísticas	6,5%	6,5%
- Otros	28,0%	23,9%

\* Pregunta multirrespuesta



El 67,6% de los islandeses consulta planos o mapas durante su estancia en Canarias

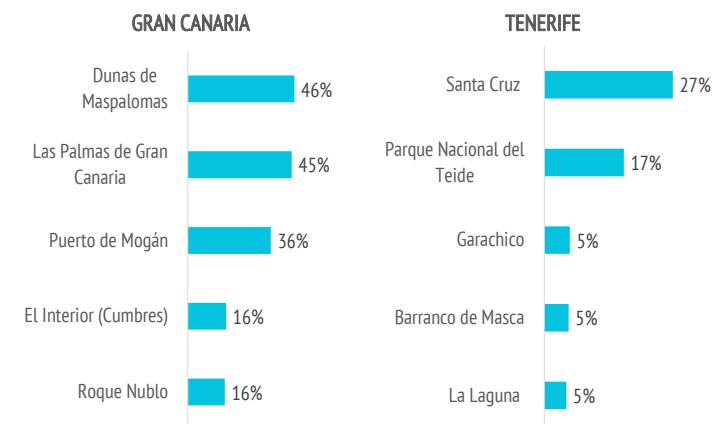
(Media de Canarias: 60,7%)



Imagen: Freepik.com

Distribución turistas por islas	Islandia	Total mercados
Lanzarote	0,0%	18,4%
Fuerteventura	0,5%	13,9%
Gran Canaria	50,0%	28,6%
Tenerife	49,6%	37,3%
La Palma	0,0%	1,9%

## • LUGARES MÁS VISITADOS DE CADA ISLA •



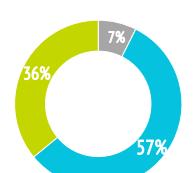
El dato se refiere al % de turistas en cada isla que señala que ha visitado dicho lugar.

## Satisfacción

Satisfacción general (escala 0-10)	Islandia	Total mercados
Valoración media	8,46	8,58
<b>Experiencia del viaje</b>		
Peor o mucho peor de lo esperado	7,4%	2,9%
A la altura de lo esperado	56,6%	57,4%
Mejor o mucho mejor de lo esperado	35,9%	39,7%

## Intenciones futuras (escala 0-10)

Islandia	Total mercados
Volver a Canarias	8,16
Recomendar Canarias	8,56



■ Peor ■ A la altura ■ Mejor



Valoración de la experiencia del viaje

Intención de volver a Canarias

Intención de recomendar Canarias

## ¿Cuántos son fieles al destino?

	Islandia	Total mercados
<b>Turistas repetidores</b>	<b>67,4%</b>	<b>71,0%</b>
Repetidores últimos 5 años	63,0%	64,6%
Repetidores últimos 5 años (5 ó + visitas)	10,1%	18,4%
<b>Más de 10 visitas (repetidores intensivos)</b>	<b>6,1%</b>	<b>17,8%</b>

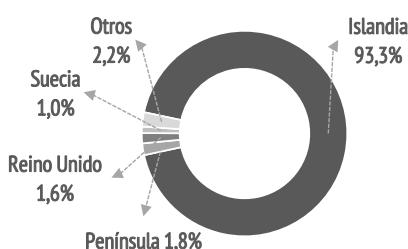
# PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA ISLAS CANARIAS (2018)

## ISLANDIA



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

Turistas > de 15 años	%	Absoluto
Islandia	93,3%	45.875
Península	1,8%	908
Reino Unido	1,6%	788
Suecia	1,0%	498
Bélgica	0,7%	351
Dinamarca	0,5%	246
Otros	1,0%	505



### ¿Con quién vienen?

	Islandia	Total mercados
Sin acompañantes	10,3%	8,9%
Sólo con la pareja	28,1%	47,4%
Sólo con hijos (menores de 13)	6,7%	5,9%
Pareja + hijos (menores de 13)	3,2%	7,2%
Otros familiares	23,1%	9,0%
Grupo de amigos	5,5%	6,3%
Compañeros de trabajo	1,0%	0,5%
Viaje organizado	0,0%	0,2%
Otras combinaciones <sup>(2)</sup>	22,0%	14,6%

<sup>(2)</sup> Combinación de algunos de los grupos anteriormente analizados

Turistas que viajan con niños	Islandia	Total mercados
- De 0 a 2 años	0,9%	1,8%
- De 3 a 12 años	18,5%	15,8%
- De 0 a 2 y de 3 a 12 años	2,2%	1,6%
Turistas que viajan sin niños	Islandia	Total mercados
Composición del grupo:		
- 1 persona	16,2%	12,4%
- 2 personas	38,4%	54,1%
- 3 personas	12,7%	12,6%
- 4 ó 5 personas	22,3%	17,1%
- 6 ó más personas	10,5%	3,8%
Tamaño medio del grupo	Islandia	Total mercados
	3,12	2,58

”

El 21,5% de los islandeses viaja con niños.

(Media de Canarias: 19,3%)



(Menores de 13 años)

### ¿Cómo son?

	Islandia	Total mercados
<u>Sexo</u>		
Porcentaje de hombres	54,2%	48,2%
Porcentaje de mujeres	45,8%	51,8%
<u>Edad</u>		
Edad media (turista > 15 años)	46,0	46,7
Desviación típica	15,2	15,3
<u>Intervalos de edad</u>		
De 16 a 24 años	10,4%	7,7%
De 25 a 30 años	9,5%	10,8%
De 31 a 45 años	27,1%	28,6%
De 46 a 60 años	31,4%	31,3%
Mayores de 60 años	21,7%	21,5%
<u>Ocupación</u>		
Asalariado	42,9%	55,5%
Autónomo	13,7%	11,0%
Desempleado	0,0%	1,1%
Empresario	26,0%	9,2%
Estudiante	4,4%	4,2%
Jubilado	9,0%	17,3%
Labores del hogar	0,4%	0,9%
Otros	3,6%	0,8%
<u>Ingresos netos anuales en el hogar (€)</u>		
Menos de 25.000 €	8,0%	17,0%
De 25.000 a 49.999€	26,9%	36,5%
De 50.000 a 74.999€	37,0%	25,0%
75.000€ o más	28,1%	21,5%
<u>Nivel educativo</u>		
Sin estudios	2,0%	4,8%
Estudios primarios	11,0%	2,8%
Estudios secundarios	23,0%	23,1%
Estudios superiores	63,9%	69,3%



7 DE CADA 10 TURISTAS SON  
REPETIDORES

46 AÑOS

EDAD MEDIA

28% VIENE  
EN PAREJA



Imágenes: Freepik.com

Fuente: EGT nueva metodología 2018 (ISTAC). Los resultados no son directamente comparables con los de años anteriores.

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".