

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Patrones del gasto turístico en Canarias. Una aproximación por deciles
Spending patterns of tourists in the Canary Islands. An approach by deciles.

Autor: D. Julio Miguel García Reyes

Grado en Turismo
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2014 / 2015



San Cristóbal de La Laguna a 7 de Septiembre de 2015

RESUMEN

Este trabajo pretende ser una aproximación sobre los factores determinantes del gasto económico los turistas que llegaron a las Islas Canarias durante el año 2014. Para ello se utilizan cerca de 38.250 cuestionarios recogidos por el Instituto Canario de Estadística, ISTAC. Para analizar estadísticamente tal cantidad de información se utilizó, como principal herramienta, el Programa estadístico informático SPSS (Statistical Product and Service Solutions). Con el fin de responder a las hipótesis planteadas, se analizaron ocho características del turismo que identifican los principales patrones de gasto turístico en Canarias. Estas características están relacionadas. por una parte, con el propósito del viaje, tipo de vuelo, días de antelación de la reserva, la satisfacción, y por otro lado, algunas características sociodemográficas del turista (como la edad y nacionalidad) o socioeconómicas (ocupación y nivel de ingresos). Los resultados obtenidos fueron diferentes dependiendo de si el análisis se realizó con el gasto por turista o el gasto por turista y día. Se pudo comprobar que existen características de los turistas que están estrechamente relacionadas con los patrones de gasto turístico. Algunas de las características más influyentes pueden ser las razones de viaje, edad, nacionalidad y ocupación de los turistas. Sin embargo, el nivel de ingresos es una de las características que más relacionada está con los patrones de gasto turístico. Es el único factor que siempre muestra la misma evolución: un nivel de ingresos más alto significa un mayor gasto por turista.

Palabras clave: patrones de gasto, turismo, Islas Canarias

ABSTRACT

This paper seeks to understand the main factors affecting tourism expenditure considering tourists who came to the Canary Islands during 2014. For this purpose are used near to 38.250 questionnaires collected by the Canary Islands Institute of Statistics, ISTAC. For working with such a quantity of questionnaires the Statistics Professional Program, SPSS, was used. In order to resolve the propounded tests, eight tourism characteristics were analyzed and that way allowed identifying the main patterns of tourism expenditure in the Canary Islands. These features are related on the one hand to the purpose of travelling, low cost companies, advanced booking, satisfaction, and on the other hand to the tourists' age, income level, occupation and nationality. The results obtained were different depending of whether the analysis was conducted with expenditure per tourist or the expenditure per tourist per day. It could be proved that there are characteristics of the tourists which are closely related to the tourism expenditure patterns. Some of the most influent features appeared to be the reasons of travelling, age, nationality and occupation of the tourists. However the income level results to be one of the most related features with the tourism expenditure patterns. It is the unique factor which always shows the same evolution; a higher income level means a higher expenditure per tourist.

Keywords: expenditure patterns, tourism, Canary Island

ÍNDICE

	Pág.
1. Introducción	4
2. El gasto turístico en Canarias	8
3. Determinantes del gasto turístico en la bibliografía académica	10
4. Objetivos e hipótesis	14
5. Metodología e información estadística	15
5.1. La base de datos y las aplicaciones estadístico/informáticas utilizadas	16
5.2. Análisis de deciles	18
6. Resultados	19
7. Conclusiones	29
8. Referencias bibliográficas	31
9. Anexos	33

1. INTRODUCCIÓN

El Archipiélago Canario cuenta con innegables ventajas naturales para el desarrollo del turismo. Además, el crecimiento del turismo en las últimas décadas ha contribuido a un avance significativo de su estructura económica, a su expansión económica y demográfica, y a un aumento de los niveles de vida de la población.

Uno de los indicadores que mejor refleja la importancia del turismo en la economía de una zona geográfica es el gasto turístico. Sin embargo, ni es suficientemente conocido ni está suficientemente estudiado cómo se distribuye dicho gasto y cuáles son sus patrones de comportamiento. Es por eso que este trabajo centra su interés en la esfera económica, en los impactos económicos que genera la actividad turística en Canarias. Para ello se realizará un análisis estadístico de los 38.246 cuestionarios cumplimentados por turistas a lo largo del 2014 y que forman parte de la Encuesta sobre el Gasto Turístico del Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

La industria turística se caracteriza por una gran complejidad ya que la componen una gran cantidad de elementos y, sobre todo, porque en ella se ven involucrados múltiples sectores económicos que ayudan a su desarrollo. Dada la importancia de este sector, han sido muchos los investigadores que han llevado a cabo estudios desde diversos puntos de vista: tanto sociológicos como medioambientales y económicos.

La definición de turismo, está clara desde 1994 (OMT, 1994, 2010) quedando definida *en las Recomendaciones internacionales sobre estadísticas de turismo* como “aquel fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio” (OMT, 2010: 14).

A nivel global, para muchos países y regiones, el turismo ha sido, y sigue siendo, el motor de desarrollo de su economía. Éste es el caso de Canarias, en el que el turismo posee la condición de ser el sector principal de su economía y está llamado a convertirse en la locomotora de la recuperación económica. Según los datos aportados por Exceltur (2014), mientras que el turismo en España en general representó en el año 2013 un 10,9% del PIB y un 11,9% del empleo, en Canarias estos porcentajes ascienden hasta una participación del 31,4% en el PIB y un 35,9% en lo que a empleo se refiere.

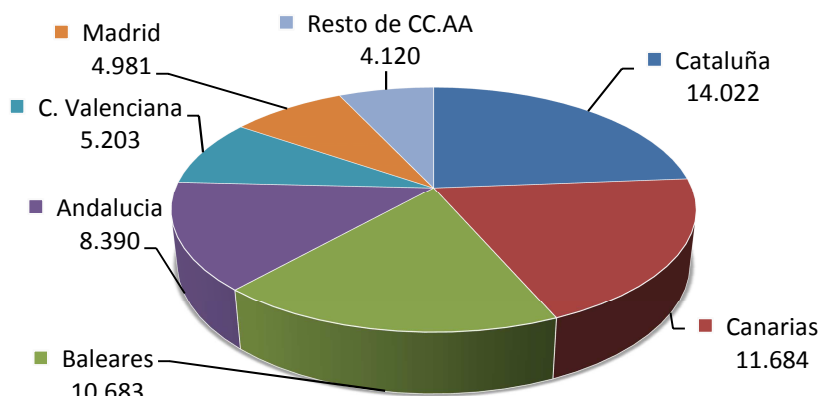
Existen distintas definiciones del concepto de gasto turístico, aunque en este trabajo nos quedaremos con las establecidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Instituto de Estudios Turísticos, en la estadística EGATUR. Según las *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo* de la OMT, se entiende como gasto turístico a “la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos; incluyendo los gastos incurridos por los propios visitantes” (OMT, 2010: 48).

De forma más sencilla, la EGATUR define el gasto turístico de forma general como “cualquier gasto llevado a cabo por turistas en un determinado destino”. A nivel nacional, la EGATUR recoge los datos relativos al gasto que realizan los turistas,

visitantes no residentes, en España. Esta encuesta se realiza mensualmente y sus principales resultados están accesibles a través de la página web de Turespaña.

De hecho, en cuanto a los datos publicados por Turespaña en la EGATUR de 2014, que muestra las cifras globales del gasto turístico de los residentes en el extranjero, Canarias ocupa la segunda posición en cuanto a Comunidades Autónomas, por detrás de Cataluña.

Gráfico 1. Gasto turístico por Comunidades Autónomas en 2014 (millones de euros).



Fuente: Egatur, Turespaña.

A partir del año 2009, la Encuesta de Gasto Turístico de Turespaña se realiza junto con las encuestas de FRONTUR, que miden las llegadas de turistas internacionales según su lugar de residencia. Nuestro trabajo, sin embargo, se centrará exclusivamente en Canarias.

Según la ficha técnica de EGATUR la muestra es de 106.300 viajeros, lo que supone una muestra relativamente pequeña para Canarias que no incluye, además a los visitantes peninsulares. Es por ello que en este trabajo se utilizan las estadísticas del ISTAC en su Encuesta sobre el Gasto Turístico que permite tener amplia información sobre el gasto realizado por los turistas, su perfil demográfico, características generales del viaje y grados de satisfacción.

Las repercusiones económicas del gasto turístico de un destino pueden ser estudiadas desde una doble vertiente. En primer lugar es de importante relevancia estudiar el gasto efectuado por los turistas en un destino en un año con el fin conocer de una forma global cuánto ha afectado en dicho período el turismo a la economía de ese lugar. El segundo aspecto a estudiar sería el gasto medio por turista que recoge el gasto efectuado por cada turista en un período determinado. Dicho gasto medio se calcula dividiendo el gasto total por el número de turistas llegados a dicho destino en ese período.

Puede ser también importante conocer el gasto medio por día, con el fin de conocer de forma aproximada qué gasto han efectuado los turistas durante cada día. Se calcula dividiendo el gasto total por los 365 días que posee un año natural. Esta información es de mucha utilidad y puede aplicarse por periodos inferiores al año ya que muchos de los destinos al poseer estaciones con características climáticas muy diferenciadas, como son verano e invierno, poseen mucha diferencia en cuanto a

llegadas y gasto turístico entre ambas. Sin embargo, este trabajo se centra en el estudio del gasto medio por turista y el gasto medio por turista y día.

El gasto efectuado por los turistas no es únicamente aquel que está directamente relacionado con el alojamiento, como puede ser el alquiler de una habitación, sino que también está relacionado con el resto de actividades que el turista haya contratado en origen o que realice en destino. Así, se deberían incluir las actividades que dicho turista vaya a realizar, como los bienes y servicios que consume, alimentos, transporte, etc. Todo esto ayuda a que la demanda del país receptor se vea afectada y aumente.

Para comprender los impactos del gasto turístico, Hernández Martín (2004:74) distingue entre impactos directos, indirectos e inducidos. Según este autor se entiende como impacto directo al valor de las ventas que se realizan directamente a los turistas. Los impactos indirectos consisten en la producción necesaria para la obtención de dichos productos, es decir, la suma de las compras a lo largo de la cadena de valor del producto. Por último, los impactos inducidos serían aquellos que se derivan del gasto de las rentas generadas directa e indirectamente por el gasto turístico. Aunque los impactos inducidos no suelen considerarse a la hora de medir los efectos del gasto, la propia OMT, en su página web, señala que el turismo aporta un 10% del PIB mundial incluyendo impactos directos, indirectos e inducidos.

¿Cuáles son las características del turista que inciden en el gasto turístico? El término *características del turista* es complejo de analizar y en ellas habría que diferenciar entre las que pertenecen al propio turista y las que están vinculadas con el viaje en sí. Respecto a las primeras, nos estamos refiriendo a aspectos tales como la nacionalidad, la renta, la ocupación, la edad. Referente a las segundas se encuentran aquellos factores que relacionan directamente al turista con el viaje como el tipo de transporte aéreo, el motivo principal del viaje, antelación de la reserva y la impresión general del viaje.

En el estudio sobre *“la situación actual, implicaciones y perspectivas futuras del turismo en Canarias”*, Jiménez González (2007: 83-84) constata “una clara asociación entre la nacionalidad de los turistas que vienen a Tenerife y las distintas zonas de la isla donde se alojan”. De hecho son varios los estudios que señalan que la variable de segmentación de mercados más importante en las islas es la nacionalidad (Jiménez y Ramos, 1998; Díaz Pérez, Álvarez González y Bethencourt Cejas, 1998).

También, el Cabildo de Tenerife elabora unas estadísticas en las que la información viene agrupada por zonas. Estas delimitaciones dividen la isla en 4 zonas principales: zona 1 (Santa Cruz de Tenerife), zona 2 (La Laguna, Bajamar, Punta de Hidalgo y Tacoronte), zona 3 (Puerto de la Cruz y el resto del Norte) y zona 4 (Sur).

Como resultado del estudio anteriormente mencionado, se observa que los turistas procedentes de Alemania son los mayoritarios en la zona 2 (La Laguna, Bajamar, Punta de Hidalgo y Tacoronte), mientras que los británicos prefieren la zona 4 (Sur de la isla); los turistas españoles predominan tanto en la zona 1 (Santa Cruz de Tenerife) como en la zona 3 (Puerto de la Cruz y resto del Norte).

Por último, debe diferenciarse entre el gasto efectuado en origen (GO) y el ocasionado en destino, es decir, en el archipiélago canario. La diferencia entre ambos nos la muestra de una forma muy clara y concisa el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) en su encuesta sobre el gasto turístico realizada en 2009. En dicha encuesta se define el gasto total (GT) como “todo el consumo efectuado por una persona calificada como turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino”. El gasto total también se define como la suma del gasto realizado en el país de origen y el gasto realizado en el destino.

- Gasto en origen (GO): Incluye todo importe correspondiente al viaje y la estancia que esté pagado en el lugar de residencia del turista. Dentro de este gasto se podrían incluir diferentes conceptos:
 - *Vuelo*: trayecto o trayectos realizados por vía aérea entre el país de origen del visitante y algún aeropuerto ubicado en Canarias. También se incluyen aquellos trayectos que se realicen entre aeropuerto y alojamiento y otro transporte tanto aéreo como marítimo entre islas. Cabe destacar que en la mayoría de los casos, el vuelo realizado desde el lugar de residencia hasta Canarias está abonado en el origen.
 - *Alojamiento* y régimen alimenticio
 - *Todo incluido*.
 - *Excursiones, actividades deportivas y de ocio*.
 - *Alquiler de vehículos*.
 - *Viaje combinado a otras islas*.

- Gasto en destino (GC): Gasto que efectúa el turista a lo largo de su estancia en Canarias. A su vez, también puede desglosarse en diferentes conceptos:
 - *Alojamiento*. Gastos extras dentro del alojamiento.
 - *Alimentos y bebidas*. Compras en supermercados o restaurantes.
 - *Transporte local*. Taxi, transporte público y alquiler de vehículos en el destino.
 - *Actividades recreativas, culturales y deportivas*. Excursiones organizadas, viajes a otras islas, discotecas, actividades culturales y deportivas.
 - *Compra de souvenirs*.
 - *Otros gastos*. Salud, servicios personales, gastos farmacéuticos, entre otros gastos.

A lo largo de este trabajo se utilizará el término “gasto turístico” con bastante frecuencia. Debe quedar claro, desde un primer momento y antes de empezar con los análisis que pongan a prueba las distintas hipótesis planteadas la definición de todos los indicadores que se utilizarán en las distintas hipótesis.

Identificamos como *gasto turístico total* a los ingresos brutos totales, en euros, que ha recibido Canarias a lo largo de 2014. Este dato resulta esencial, desde un punto de vista económico, para constatar la importancia que tiene el turismo dentro de la estructura económica de esta comunidad autónoma, aunque nos resulta insuficiente para describir los distintos determinantes que afectan al gasto del turista.

El gasto bruto total vienen condicionado, sin embargo, por dos variables que matizan la interpretación de dicho gasto: el número de turistas y el número de días de

estancia del turista. Añadimos, por tanto, dos nuevos indicadores: el gasto medio por turista y el gasto medio por turista y día como variables a explicar por los distintos determinantes.

2. EL GASTO TURÍSTICO EN CANARIAS

El interés de este trabajo se vincula, en la esfera económica, con los impactos económicos que genera la actividad turística y más concretamente, con el gasto turístico en Canarias. Para ello es importante estudiar el gasto efectuado por los turistas en Canarias en un año con el fin de conocer de una forma global cuánto ha aportado, en dicho período, el turismo a la economía del lugar.

A lo largo del trabajo se estudiará la relación que poseen algunas características del turista o del viaje, con el gasto final efectuado. Además se intentará describir empíricamente algunos de los tópicos acerca de las características y el comportamiento de los turistas. Estos tópicos coinciden con alguna de las hipótesis que señalaremos en apartados posteriores como por ejemplo:

- Los turistas que vienen en líneas de bajo coste realizan un gasto menor
- Los turistas rusos son los que más gastan.
- Los turistas más jóvenes son los que menos gastan.

Revisando los datos que se encuentran en el portal web de PROMOTUR se pueden observar algunos de los hechos que nos llevan a realizar este Informe y que formarán parte a su vez de las hipótesis planteadas a lo largo del mismo. Los trabajos publicados por PROMOTUR han sido, junto con la bibliografía académica publicada al respecto, una guía a la hora de establecer algunas hipótesis sobre la relación existente entre el gasto turístico y otros indicadores. Para ello se han estudiado los informes publicados por PROMOTUR, correspondientes a los años 2011 a 2013.

Algunos hechos a destacar y observados en los informes de PROMOTUR son los siguientes:

Uno de los cambios que se pueden observar en los datos entre 2011 y 2013 corresponde a aquellos turistas que han visitado las islas más de una vez. Dichos turistas en su mayoría utilizan las líneas de bajo coste para venir a las islas en un porcentaje que ha aumentado de 34,1% a un 42,3%.

El segundo aspecto a analizar sería el comportamiento de los turistas que vienen recomendados por amigos o familiares. Según los datos aportados, se puede ver un aumento con el paso de los años en el gasto medio diario, sobre todo afectado por el aumento en el gasto en origen. En apenas dos años el gasto medio diario en origen ha aumentado en torno a 7€ diarios mientras que el realizado en Canarias sigue en valores muy similares a los de hace dos años. Al igual que pasaba anteriormente, estos turistas que vienen recomendados por amigos o familiares también prefieren gastar mayormente el dinero en aerolíneas de bajo coste.

Siguiendo con la descripción del informe de PROMOTUR, se mencionan en tercer lugar los gastos ocasionados por viajes a congresos, ferias o seminarios. Se intenta averiguar si el factor viajar por negocios conlleva un gasto mayor o no. Como se puede

ver en los datos aportados en 2013, los turistas realizan un gasto medio diario muy superior a la media total, en un 36% más. Sin embargo, la cantidad de turistas que vienen por dicho motivo a Canarias apenas representa el 2% del total. También se puede observar que reducen su estancia media en torno a dos días respecto a la media y que dejan de reservar su vuelo a través de webs de turoperadores, optando un 32% por ir a una agencia de viajes directamente. Merecen destacarse, además, dos aspectos: por un lado, el aumento en este segmento del gasto tanto en restaurantes como en souvenirs, sobrepasando el 50% de aumento en ambos, y por otro, el gasto de éstos turistas es mayoritariamente destinado a la reserva del vuelo, alojamiento y desayuno, muy diferente a lo que realizan el resto de turistas, que optan por esta vía como una de las últimas.

Respecto a la relación entre el gasto turístico y la utilización de determinado tipo de aerolíneas, es decir, si el gasto del turista varía según la aerolínea que escoja para viajar, el informe de PROMOTUR señala en primer lugar que el gasto de aquellos turistas que vienen en aerolíneas de bajo coste es menor a la media. Sin embargo, aunque sea menor, en este caso, el gasto en destino aumenta, que es el que más directamente beneficia a la economía de Canarias. Estos turistas gastan más dinero en restaurantes y suelen optar por quedarse en alojamientos extra hoteleros. Además optan por reservar sus vuelos mayoritariamente por la web de la aerolínea.

En segundo lugar se encuentran aquellos que deciden viajar con aerolíneas regulares. Estos turistas, por el contrario, realizan un gasto mayor que la media, motivado por un aumento del gasto en origen y un descenso del gasto en destino. Estos turistas reparten más sus gastos entre restaurantes y souvenirs y en su mayoría, 44% se quedan en hoteles de 4 estrellas. Cabe destacar que la mitad de ellos reserva a través del turoperador, llegando a un 70% si es a través de su página web.

Otra de las diferencias que se puede apreciar con respecto a las aerolíneas de bajo coste es la antelación con la que se reserva. En las de bajo coste, los turistas reservan mayoritariamente con un plazo de 31 a 90 días mientras que con aerolíneas tradicionales este plazo aumenta hasta más de 90 días.

La edad es, finalmente, otro de los factores relacionado con el gasto, que se analiza en los trabajos de PROMOTUR y que se estudiará a lo largo de este informe, con el fin de observar si hay un segmento de edad más relacionado con los mayores niveles de gasto. Según el informe de PROMOTUR, el segmento de edad que más gasta es de 31 a 45 años seguido por los de 46 a 60 años. Cabe destacar, sin embargo, que los informes de PROMOTUR, aunque tienen la misma fuente, no segmentan de igual forma que ISTAC a los turistas. PROMOTUR fracciona más los grupos con el fin de tener una información más detallada. Entre sus grupos se encuentran: el turista junior (16 - 24 años), turista joven (25 - 30 años), adulto (31- 45 años), maduro (46 - 60 años) y senior (mayor de 60 años). Por el contrario, ISTAC los organiza en menos grupos: junior (16 - 24 años), adultos (25 - 44 años), maduros (45 - 64 años) y senior (mayor de 64 años). Esto significa que los resultados aportados no serán exactamente equiparables.

3. DETERMINANTES DEL GASTO TURÍSTICO EN LA BIBLIOGRAFÍA ACADÉMICA

Para analizar cuáles son los determinantes más importantes que conllevan una variación del gasto turístico sería conveniente estudiar aquellos que en épocas de crisis, o dificultades económicas, han hecho que el gasto turístico disminuya.

Son varios los autores que explican las diferentes estrategias que utilizan los turistas y que a su vez afectan al gasto turístico.

Campos Soria, Inchausti-Sintes et al. (2014), en su artículo *Understanding tourists' economizing strategies during the global economic crisis*, tratan de definir algunas de las estrategias llevadas a cabo por los turistas a la hora de viajar cuando se encuentran en un período de crisis. Su estudio se centra principalmente en estudiar cómo las decisiones que tomen los turistas sobre sus vacaciones afectarán a las llegadas a los destinos y al gasto que éstos realicen; las llegadas afectan directamente al gasto pero el gasto a su vez se ve afectado por diversas variables como pueden ser: la duración del viaje, el tipo de alojamiento, el tipo de transporte, la cercanía del destino o el período del viaje, entre otros. Sus conclusiones se basan en un estudio focalizado en los turistas con el fin de saber si debido a la crisis han optado por reducir sus vacaciones. En el caso de que dicha respuesta sea afirmativa, se requiere saber en cuál de las cinco opciones se ha optado por reducir: menos vacaciones, reducir duración del viaje, medios de transporte más baratos, alojamiento barato, viajar cerca de casa o cambiar el período de viaje. No todas las opciones afectan a las llegadas a un destino pero por el contrario, todas afectan al gasto realizado por el turista, que es en lo que se centra este trabajo. En el mismo artículo se recoge la visión de diferentes autores:

Martín, Eugenio y Campos Soria (2014) llegan a la conclusión de que para evitar quedarse sin vacaciones y que la crisis afecte en menor medida a su cartera, la mejor decisión es reducir la duración del viaje, viajar con compañías de un coste menor y quedarse en alojamientos más baratos. Para Papatheodorou, Rosell y Xiao (2010) una de las opciones más importantes para reducir costes es viajar cerca de casa. Por último, la Comisión Europea de Viajes (2009) establece que en épocas económicamente difíciles, los turistas tienden a minimizar el precio y la calidad de los productos, prefiriendo destinos más cercanos, reducir los gastos por noche y economizar la duración del viaje. En este sentido cabe comentar los datos aportados por el análisis descriptivo por país realizado por la Comisión Europea (2010) sobre cerca de 23.600 hogares de 165 regiones de la UE27. Cabe destacar que los resultados establecen que el 27% de los encuestados opta por reducir la duración del viaje, 22% por alojamiento más barato, 19% viajar cerca de casa, 16% menos vacaciones, 9% cambiar período de vacaciones y por último, 8% transportes más baratos.

Siguiendo a estos autores, se puede sacar la conclusión de que sólo la crisis puede explicar los cambios en las tendencias turísticas actuales. Existen, además, otra serie de causas centradas en las circunstancias individuales y personales de cada turista.

En el trabajo de Martín, Eugenio y Campos Soria (2014) ya se mencionan otros determinantes en la reducción del gasto turístico como puede ser el clima de los lugares de origen de los turistas o su ocupación. Dichos autores establecen que aquellos turistas que provengan de regiones con *buen clima* son más propensos a reducir en su gasto turístico que aquellos que provengan de regiones con un peor clima. Al hablar de clima, en este caso, se están refiriendo a temperaturas, precipitaciones y número de días con precipitaciones.

La situación laboral y/o la ocupación del turista es otro de los determinantes que pueden ocasionar una reducción en el gasto turístico. Como se observa en Campos Soria, Inchausti Sintet et al. (2014), no tendrá las mismas probabilidades de reducir gastos un turista que sea manager general o que ocupe un alto cargo, que las que pueda tener una ama de casa; las personas jóvenes son más propensas a reducir gastos que aquellos que tienen una edad más avanzada; los jóvenes tienen menos miedo a viajar en épocas menos demandadas, contratar alojamientos y transportes más baratos u escoger ofertas puntuales.

Desde otra perspectiva, Fleischer et al. (2011) proponen diferenciar entre el gasto en origen y en destino. Diferencian entre aquellas decisiones de reducción de gastos que afectan directa o indirectamente al destino. Para ello dan el ejemplo de la reducción de la duración del viaje o reservar un alojamiento más barato, decisiones que representan impactos directos sobre el gasto que realice un turista y que afecta al destino. Por otro lado están las posibilidades de realizar menos vacaciones o que éstas sean cerca de casa.

Otra visión sobre los determinantes del gasto en turismo viene dada por Wang, Paul Rompf et al. (2006) en su estudio *Examining and identifying the determinants of travel expenditure patterns*. Establecen sus propios criterios para encontrar los determinantes del gasto turístico reduciéndolos a tres grandes grupos de indicadores: las características sociodemográficas del turista, las características del viaje y las variables psicográficas. A continuación se ofrecen alguna de las apreciaciones realizadas en este estudio por distintos autores citados en el mismo.

Ciñéndonos en primer lugar al grupo de *variables sociodemográficas*, se citan indicadores tales como la edad, el género, el estado civil, si tienen o no hijos menores y, sobre todo el nivel socioeconómico.

Crouch (1994) destaca los ingresos de la familia, es decir, la renta, como uno de los factores claves a estudiar y uno de los determinantes fundamentales de la demanda turística. Fish and Waggle (1996) señalan, desde una perspectiva macroeconómica, que aquellas familias que poseen un alto nivel de ingresos son más partidarias a realizar viajes con un gasto mayor que aquellas familias que no lo poseen concluyendo que las familias basan su decisión sobre sus vacaciones en su nivel de ingresos. Tanto las vacaciones como los viajes por placer son considerados como un lujo y por ello, los hogares con altos niveles de ingresos deben destinar una cantidad proporcional de su renta a la realización de dichos viajes. Relacionado con esto, Jang et al. (2003) examinando los patrones y determinantes del gasto turístico de los turistas japoneses en Estados Unidos, descubrió que el nivel de ingresos de los turistas estaba estrechamente relacionado con la duración de sus viajes.

Otra de las características a tener muy en cuenta es el momento del ciclo de la vida en que se encuentra el turista. Lawson (1991) encontró una fuerte y consistente relación entre el comportamiento de los turistas y la etapa del ciclo de vida en el que se encontraban. En este sentido afirma que tanto la edad, como el estadio civil, además del tipo de alojamiento o duración del viaje, estaban relacionados con el gasto turístico.

Mieczkowski (1990) destaca las diferencias por género: los hombres tradicionalmente, buscan acción y aventuras y desde luego, no tienen miedo por tomar riesgos; las mujeres están más dispuestas a buscar aspectos más culturales y experiencias más educativas, con seguridad. Liddle (2005) constató que la edad y el estilo de vida estaban relacionados con la cantidad de dinero que dedicaba el turista a comida fuera del lugar de residencia. Por último cabe destacar en este apartado de variables sociodemográficas lo expuesto por Cai et al. (1995) asociando el nivel de educación con el dinero destinado al tipo de alojamiento.

La segunda variable que estudian Wang, Rompf et al (2006) está relacionada con las características del viaje. Dentro del grupo se engloban el número de personas, número de adultos o niños, distancia del viaje, entre otras. Según Hsieh et al. (1997) estas características contribuyen a averiguar y dar explicación al gasto turístico total de los mercados extranjeros de mejor forma que las anteriores, las sociodemográficas. Su estudio está basado en la visita de cuatro mercados extranjeros principalmente (Francia, Alemania, Japón y Reino Unido) a Canadá. Los resultados muestran como el grupo de viaje (número de personas que viajan) es uno de los factores más importantes, estando vinculado al número de niños, el cual en los mercados alemán y francés tienen una connotación negativa. De igual forma opina Cai et al (1995) ya que declara que el número de niños representa por otro lado el tiempo que deben dedicar sus padres hacia ellos y por tanto, las vacaciones suelen ser más cortas o en menor frecuencia debido también a los calendarios escolares.

Como tercer grupo de determinantes se encuentran las variables psicográficas; es decir, aquellas variables relacionadas con qué es lo que más valoran los turistas: si la soledad o la familia, ser pasivo o activo, seguir tradiciones o buscar cosas nuevas, etc. Las variables o determinantes mencionados anteriormente, por sí solas, no ayudan a comprender el porqué del gasto. Hay personas que con el mismo perfil sociodemográfico o características del viaje similares deciden escoger diferentes destinos o simplemente dedican menos presupuesto y dinero a sus vacaciones.

Otro de los enfoques sobre los determinantes del gasto turístico focaliza la atención en el gasto en otros destinos. El estudio de Joaquin Alegre y Llorenç Pou (2008) *Tourism expenditure and all-inclusive packages - the case of a mature Mediterranean destination*, analiza al impacto de los viajes de *todo incluido* sobre el gasto turístico. En el caso de los destinos mediterráneos los turistas suelen optar en sus vacaciones por dicha opción de viaje.

Como se puede observar en el análisis realizado por estos autores en las islas Baleares, los paquetes de todo incluido provocan que los ingresos en destino se vean reducidos. Dentro de este mismo artículo, Poon (1998: 645) establece que “el concepto original que está detrás de las vacaciones de todo incluido es un único precio

por paquete que incluye todo los servicios que se pueden necesitar para el viaje.” En el caso de las islas Baleares, los tour operadores han optado por incluir el segmento del todo incluido debido al estancamiento de llegadas de turistas alemanes en estos últimos años. Si lo comparamos con el resto de tipos de alojamiento, el todo incluido es el segmento que más auge ha tenido entre los años 2002 y 2004, con un aumento del 7%. Además, en lo que se refiere a gasto total por turista y por día, aquellos turistas que optan por el todo incluido gastan un 9,3% menos que el resto. En cuanto al gasto en origen, el gasto de dichos turistas es mayor que el promedio, situándose entre los segmentos que más gastan, aunque en el gasto en destino son, con diferencia, los que menos gastan (un 39,2% menos que el promedio del resto de tipos de segmentos y solo en transporte, B&B, media pensión, pensión completa, etc.). Otra de las conclusiones que aportan Alegre y Pou es que de todos los tipos de segmentos, el todo incluido es el que menos gasta en cualquier aspecto que sea fuera del hotel: tanto en ocio, como en bares y restaurantes, excursiones y otros gastos, el segmento del todo incluido siempre está por debajo del promedio.

Para concluir en este apartado del todo incluido cabe resaltar que en los últimos años en las Islas Baleares dicho segmento se ha incrementado considerablemente. Esto se debe a que con el paquete de todo incluido se ha conseguido que el coste de las vacaciones sea inferior al resto de segmentos.

Para finalizar este capítulo dedicado a los determinantes del gasto turístico a través de las aportaciones investigadoras analizadas en la bibliografía sobre el tema, se menciona la aportación de Brida y Scuderi (2012). En su artículo *Determinants of tourist expenditure: A review of micro economic models*, se presenta una revisión exhaustiva de diversos métodos econométricos para el análisis del gasto turístico a nivel individual. A lo largo del artículo se citan 86 trabajos con 354 estimaciones de modelos econométricos, en un periodo que va desde 1977 hasta 2012. Se utilizaron diversos tipos de regresión clásica como son OLS (ordinary least squares o mínimos cuadrados ordinarios, cuantiles, regresión de Tobit, etc.). El ámbito de aplicación en el que se desarrollaron los trabajos se distribuyen en tres categorías: la primera incluye todos los estudios realizados a nivel de país, ya bien sea como destino turístico o como lugar de residencia; la segunda recoge los estudios referidos al destino del viaje en sí, es decir, a un lugar de menores dimensiones que un país (una ciudad, parque rural, una isla, etc.); la tercera, y última, recoge el análisis de datos obtenido entre los turistas encuestados durante determinados eventos.

Los hallazgos empíricos que se recogen de este estudio consiguen un doble objetivo: el primero, proporcionar una visión general de las variables que se utilizan con más frecuencia, y el segundo, señalar la importancia de la relación entre cada variable y el gasto turístico. En la tabla 1 se describen las variables o indicadores utilizados en estas estimaciones econométricas y la importancia de cada uno de ellos en la explicación del gasto turístico.

Tabla 1: Grado de importancia de las variables de análisis

Categoría	Relación	Categoría	Relación	Categoría	Relación
Activos	+	Duración de la estancia	+	Opinión general, actitud, comportamiento	+
Estado de salud	-	Tamaño y composición del grupo	No / -	Opinión sobre el viaje	No
Ingresos	+	Tiempo de la reserva	No	Motivación del viaje	No
Fuente de ingresos	-	Experiencia de viajes anteriores	No	Edad	No
Actividades	No	Reserva: artículos pagados	+	Nivel educativo	+
Variables relacionadas con el coste	No	Tiempo de vacaciones	-	Miembros del hogar	No
Destino	+	Distancia del viaje	+	Nacionalidad. Lugar residencia y lenguaje	No

Fuente: Elaboración propia con referencia de Brida y Scuderi (2012).

Los resultados se dividen entre las variables que poseen una relación significativa con el gasto, ya bien sea positiva (+) o negativa (-), y las que no poseen relación alguna (No).

4. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objeto principal de este trabajo es conocer y describir los patrones de gasto turístico y con otras variables relevantes del comportamiento del turista en Canarias. El período de estudio es el año 2014, último para el que hay estadísticas. Dicho objetivo se consigue dando respuesta a las siguientes hipótesis.

Hipótesis 1. ¿El turista que viene a Canarias por negocios gasta más que el resto? ¿Cuál es el motivo vacacional por el que los turistas realizan un gasto mayor medio tanto por persona como por persona y día?

Hipótesis 2. ¿Los turistas que vienen con aerolíneas de bajo coste gastan menos que los que vienen en líneas regulares?

Hipótesis 3. ¿Influye la antelación de la reserva del viaje en el gasto? ¿ Los que reservan a última hora se ven obligados a gastar más? ¿Hay diferencia entre el gasto por turista y el gasto por turista y día?

Hipótesis 4. ¿Es la edad un factor determinante del gasto? ¿Qué segmentos de edad realizan un mayor gasto?

Hipótesis 5. ¿Qué grupo ocupacional realiza un mayor gasto? ¿Existen diferencias según la ocupación del turista?

Hipótesis 6. ¿Afecta el nivel económico del turista al gasto total? ¿Los turistas de mayor nivel de ingresos son los que más gastan?

Hipótesis 7. La impresión general sobre Canarias que tuvieron los turistas, ¿afecta al gasto? ¿Qué relación existe entre dicha impresión (positiva/negativa) y el volumen del gasto?

Hipótesis 8. ¿El gasto del turista depende de su nacionalidad? ¿De qué nacionalidad son los turistas que más gastan? ¿Son los turistas rusos los que más gastan?

5. METODOLOGÍA E INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Para una mejor comprensión del estudio que se va a llevar a cabo hace falta tener en cuenta algunas definiciones bien sobre el marco conceptual básico del tema en estudio o bien sobre los procedimientos estadísticos que se han utilizado en el mismo.

- Turista

Un acercamiento a la definición de turista lo podemos encontrar en la metodología del ISTAC o en Amparo Sancho (1998), que define al turista como “un pasajero que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”. Definición muy similar a la ofrecida por la Organización Mundial del Turismo, OMT, que establece que “un turista es una persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual y que incluye una pernoctación”.

- Aerolíneas de bajo coste

Se conocen como aerolíneas de bajo coste o low cost a las compañías aéreas que ofrecen bajas tarifas a cambio de eliminar algunos de los servicios tradicionales de los pasajeros. Para ofrecer a los clientes tarifas más económicas tienen que llevar a cabo una estrategia distinta al resto de compañías. Esta estrategia se basa en algunos puntos esenciales que se describen a continuación.

- Tráfico aéreo de punto a punto. Se caracteriza por vuelos directos, cortos y con frecuencia elevada para evitar costes extra por conexiones de enlace y escalas.
- Vuelos a aeropuertos secundarios e, incluso, a antiguas bases militares. La principal ventaja que tienen estos destinos son los bajos impuestos aeroportuarios debido al menor tráfico de aeronaves, menores retrasos, etc.
- No se reservan asientos. La reserva de asientos específicos genera un gasto adicional.
- Utilizan en general una flota estandarizada, con aviones pequeños. Además se reduce al máximo el espacio dentro del avión para que puedan haber más asientos.
- Utilizan un plan de precios relativamente simple donde sus tarifas se incrementan a medida que va llegando la fecha de salida.
- Evitan gastos de intermediarios usando principalmente la venta por Internet.
- Se reducen gastos del personal mediante la flexibilidad de las tareas.

- Media y mediana

En estadística descriptiva, con la finalidad de definir y describir a un grupo respecto a una determinada variable o indicador se utilizan unos índices numéricos que los manuales de Estadística etiquetan como medidas de posición central y no central. La media aritmética es una de las medidas de posición central más utilizada por su fácil comprensión, accesible a todos, y por sus características numéricas. La media aritmética suele ser del descriptor estadístico necesario para el cálculo de otros

estadísticos que nos informan sobre otras características estadísticas de la variable.

Se define como la suma de todos los valores observados, dividida por el número total de observaciones.

$$\text{Media Aritmética} = \frac{\text{Suma de todos los valores observados}}{\text{Número total de observaciones}}$$

Cuando los datos no permiten calcular la media por las características de la distribución (falta de algunos valores, asimetría, variabilidad excesiva, etc.) de la variable en estudio se puede utilizar la mediana. Gracias a ella podemos identificar el valor que se encuentra en el centro de la distribución. La mediana es un valor que deja por debajo (y por encima) la mitad de los individuos del grupo.

$$\text{Posición de la mediana} = \frac{n + 1}{2}$$

- Cuartiles, deciles y percentiles.

Son los estadísticos de posición no central más utilizados. Sirven para situar a cualquier elemento de la distribución dentro del grupo.

- *Cuartiles*. Se fracciona la distribución en 4 partes iguales, cada una con un 25% del total.
- *Deciles*. Se fracciona la distribución en 10 grupos con un 10% de efectivos entre 2 deciles consecutivos.
- *Percentiles*. Se fracciona la distribución en 100 partes iguales, cada una con un 1% del total.

5.1. La base de datos y las aplicaciones estadístico/informáticas utilizadas

Para la realización del estudio sobre los patrones de gasto de los turistas en Canarias se han utilizado los datos de los resultados de las encuestas realizadas por el ISTAC en 2014 utilizando un paquete de programas estadísticos (SPSS) para sus correspondientes análisis estadísticos.

Se entiende por paquete estadístico al conjunto de programas diseñados para resolver problemas en el área de la estadística. Algunos de los paquetes más utilizados son el SAS, BMDP, SPSS, SYSTAT, STATISTICA, STATA, etc.

En este trabajo se utilizará el producto de IBM nombrado con el acrónimo de SPSS. Identificado este producto, en un primer momento y en su versión original en inglés, para el tratamiento estadístico de datos para las “ciencias sociales”, la adquisición del producto por IBM ha generalizado su uso en otros contextos. Tal y como define la propia empresa IBM, SPSS “es un software de análisis estadístico que presenta las funciones principales necesarias para realizar el proceso analítico de principio a fin”.

Se ha utilizado SPSS para este trabajo debido a que puede tener en cuenta una gran cantidad de datos y busca, entre otras finalidades, de una manera clara y sencilla, relaciones de dependencia entre diversas variables.

Como se ha mencionado a lo largo de este informe, la variable principal, objeto de estudio, es el gasto turístico. Tras describir dicho indicador mediante un análisis descriptivo (procedimiento *descriptivos*) a partir de las respuestas obtenidas en los cerca de 38.250 entrevistados por el ISTAC se han calculado, para dicho indicador, la media y/o mediana. Además, SPSS ha creado (procedimiento *transformar*), según nuestros criterios, una nueva variable identificada en tablas y gráficos con la etiqueta de *deciles de gasto turístico*. Además recogidas en el anexo, se encuentran diversas tablas (*Procedimiento tablas de contingencia*) que muestran la asociación entre las distintas variables explicativas y el gasto turístico.

También se utilizó Microsoft Office Excel aunque su uso se reduce a la realización de gráficos, tanto los de línea como los circulares. Algunos de estos gráficos se pueden encontrar a lo largo del trabajo y otros aparecen en el anexo. Debido al gran número de ellos, se han enumerado según el orden de aparición en el texto con el fin de encontrar de una forma rápida cualquiera de ellos.

Para realizar un análisis estadístico con SPSS necesitamos introducir los datos objeto de análisis o adaptar las distintas bases de datos utilizadas a la estructura de SPSS. Este paquete de programas funciona a través de ventanas, menús, procedimientos y cuadros de diálogo.

La ventana del *editor de datos* es la principal del sistema; se abre al iniciar el programa, cerrándose al concluir el mismo. Es donde se muestran los valores de los datos con un aspecto similar al de una hoja de cálculo o a una matriz de datos. En esta ventana se pueden tener dos vistas distintas:

- *Vista de datos*: muestra los valores de los datos. En las columnas se encuentran las variables y en cada fila, la información de cada sujeto o registro en todas y cada una de las variables definidas en las columnas.
- *Vista de las variables*: muestra la información de cada variable; la etiqueta (explicación del significado de la variable), tipo de dato (cadena, fecha o numérico), escala de medida (nominal, ordinal o de escala) y los valores perdidos definidos por el usuario.

La primera tarea que se realizó con el SPSS fue la de fusionar los datos, ya que éstos se entregaron en cuatro archivos, cada uno con la información correspondiente a un trimestre del año.

Conseguida la unificación de los datos en un único archivo, se ponderan los datos según el peso que cada registro tenía según el diseño muestral realizado por el ISTAC. Los datos deben ponderarse ya que no todos los individuos seleccionados en la encuesta tienen la misma importancia en relación con los otros casos. Se ponderan los datos para que los resultados de los análisis sean representativos para el total de la población objeto de estudio. De forma un tanto simplista, para ponderar los datos se multiplica el valor de cada dato por el peso que éste posee en el total de la población.

Otra de las operaciones a realizar, antes de analizar los datos, es la tarea de codificarlos. En la pantalla sólo nos aparecerán números, a los cuales hay que darle un significado. Dependiendo de la pregunta que se le haya realizado en la encuesta al turista y la respuesta de éste se obtendrá un número diferente con un significado diferente. Así por ejemplo en la pregunta sobre el sexo del turista, el 1 significará que

es hombre y el 6 que es mujer. Sin embargo, hay algunos códigos que sirven para todas las preguntas en general como pueden ser el -1 (no procede responder la pregunta) o el -7 (el turista no contestó a la pregunta). Codificar las respuestas de los turistas es muy importante ya que cuando posteriormente se quiera realizar cualquier tipo de análisis, los datos que nos saldrán no serán los números sino el significado de estos.

Preparada la información para el análisis, se realizaron diferentes tipos de análisis: los que se llevaron a cabo más frecuentemente son los resúmenes de datos, los análisis tanto de frecuencias como los descriptivos y las tablas de contingencia.

Por último, se comprobó que todos los resultados que se obtenían de los análisis del SPSS fueran idénticos a los que se encuentran en la página web del ISTAC, a pesar de que nuestros análisis tienen un mayor nivel de detalle que los ofrecidos por este organismo.

5.2. Análisis de deciles

El trabajo realizado tiene un carácter exploratorio, pudiendo servir de inicio a trabajos posteriores con métodos estadísticos más sofisticados. Por ello, el contraste de las hipótesis no puede considerarse en absoluto definitivo. Además de los contrastes de hipótesis a través del Chi cuadrado para verificar las hipótesis planteadas, sería conveniente utilizar técnicas de micro econometría para probar con mayor rigor las hipótesis planteadas. Una de dichas técnicas recientes, frecuentemente utilizada en el análisis de los determinantes del gasto turístico, es la regresión por cuantiles (Lew and Ng, 2012).

Sin llegar a estos niveles de análisis, utilizaremos la distribución de deciles como el primer paso para iniciar los análisis de los determinantes del gasto turístico puesto que estos determinantes pueden ser distintos en los distintos niveles de gasto.

A continuación se muestran los límites con el mínimo y el máximo de cada decil:

Tabla 2: Deciles gasto total, gasto en origen y gasto en destino

DECILES	GASTO TOTAL	GASTO ORIGEN	GASTO DESTINO
DECIL 1	< 469,98€	< 243,39€	< 56,42€
DECIL 2	469,99 – 620,27€	243,39 - 374,99€	56,43 – 100,03€
DECIL 3	620,28 - 741,02€	375,00 – 492,17€	100,04 – 150,00€
DECIL 4	741,03 - 849,03€	492,18 – 597,80€	150,01 – 199,98€
DECIL 5	849,04 - 950,04€	598,81 – 674,24€	199,99 - 246,54€
DECIL 6	950,05 - 1.065,10€	674,25 – 772,48€	246,55 – 297,85€
DECIL 7	1.065,11 - 1.202,49€	772,49 – 899,99€	297,86 – 350,00€
DECIL 8	1.202,50 - 1.403,28€	900,00 – 1.014,37€	350,01 – 475,02€
DECIL 9	1.403,29 – 1.754,98€	1.014,38 – 1.299,97€	475,03 – 628,88€
DECIL 10	1.754,99€ <	1.299,98€ <	628,89€ <

Fuente: Elaboración propia a través datos SPSS

6. RESULTADOS

Gasto turístico y motivo del viaje (Hipótesis 1)

Para dar respuesta a la primera hipótesis hay que tener en cuenta las tablas 3 y 4 (ver anexo). Los motivos de los turistas se distribuyen en seis grupos: disfrutar vacaciones, negocios o motivo profesional, asistencia a congresos, ferias o seminarios, motivo familiar, motivos de salud y otros motivos. En primer lugar se observa que el 94,7% ha descrito como su principal motivo de estancia las vacaciones, el 2,3% por negocios o motivos profesionales, 2% motivo familiar, 0,4% tanto para motivo de salud como para otros motivos y un 0,2% para asistencia a congresos, ferias o seminarios. Para responder a nuestra primera hipótesis primero hay que mencionar que se observan distintos resultados dependiendo de si se analiza el gasto por turista o el gasto por turista y día. Ambos casos se encuentran en la tabla que se encuentra a continuación.

Por un lado se analizará el gasto medio por turista. Como se mencionó en apartados anteriores, la media de gasto por turista es de 1.070,06€. El motivo del viaje en el que los turistas de media han realizado un mayor gasto es el motivo de salud con 1.917,6€ por turista. El turista que viene a Canarias por negocios o motivo profesional es de los que menos gasta por turista, 829,77€ solo por encima de los que vienen por motivo familiar, 732,46€.

Por otro lado se encuentra el gasto medio por turista y por día. Este es un dato de importante relevancia ya que no todos los turistas vienen los mismos días. Debido a esta razón, los resultados de estos dos indicadores no serán los mismos. La media del gasto del turista por día es de 127,48€. Como se puede apreciar en la tabla 5, es el turista que viene por negocios o motivo profesional el que más gasta por día, 146,02€. Es el único motivo de viaje que supera la media ya que el resto se encuentran todos por debajo de ésta. Los motivos de viaje que menos gastos realizan son el motivo familiar 93,98 € y otros motivos 111,17€ por turista y día. El caso más impactante es el del motivo de la salud, que en el gasto por turista era el que más gastaba y sin embargo por día es de los que menos, con 114,02€.

Para concluir esta hipótesis cabe destacar que el turista que viene por negocios o motivos profesionales es el que más gasta en cuanto al análisis por turista y día, con 146,02€. Sin embargo en cuanto al estudio únicamente por turista, es el que viene por motivos de salud el que más gasta, con 1.917,6€.

Tabla 5: Media de gasto del año 2014 según motivo de estancia en Canarias.

Principal motivo de estancia	Gasto medio por turista	Gasto medio por turista y día
Vacaciones	1.079,49 €	127,90 €
Negocios o motivos profesionales	829,77 €	146,02 €
Congreso, feria, seminario	871,56 €	119,75 €
Salud	1.917,60 €	114,02 €
Motivo familiar	732,46 €	93,98 €
Otros motivos	1.165,88 €	111,17 €
Media total	1.070,06 €	127,48 €

Fuente: Elaboración propios con datos del ISTAC.

Gasto turístico y utilización de líneas low cost (Hipótesis 2)

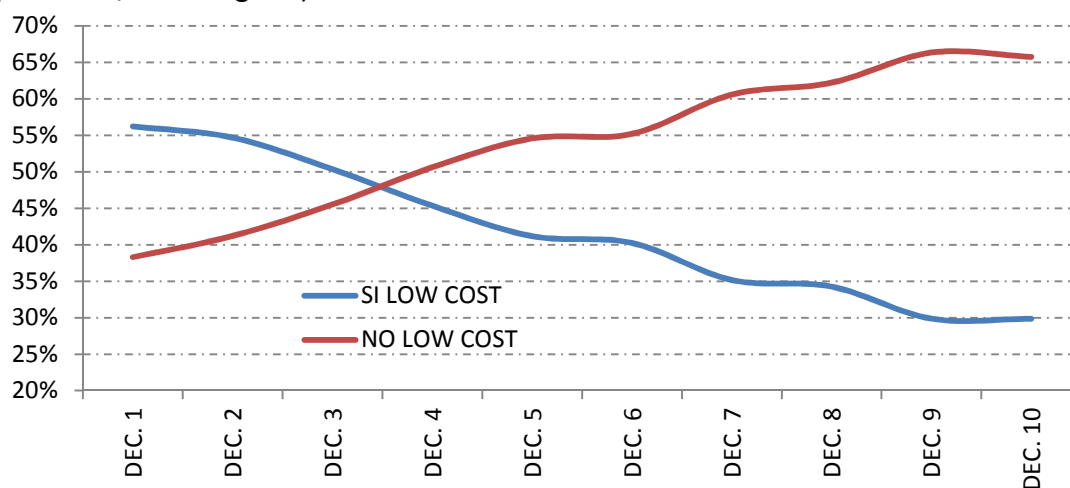
La segunda hipótesis trata de describir la posible relación entre el gasto realizado por el turista y el medio de transporte aéreo utilizado para llegar a Canarias. Según los datos aportados por ISTAC, en 2014, cerca del 42% de los turistas encuestados vinieron en compañías de bajo coste, mientras que el 54% lo hizo utilizando línea regular; el 4,2% restante no contestaron a la pregunta.

Analizando el gasto turístico en valores absolutos, aquellos que vinieron en líneas de bajo coste gastaron un total de 4.823 millones de euros. La media de gasto se sitúa en torno a 967€ y la mediana en 850€; sin embargo el gasto de los turistas que utilizaron líneas regulares fue de 7.446 millones de euros, con una media de 1.153€ y una mediana de 1.030€.

Respecto al indicador del gasto por turista y día, son los turistas que utilizan líneas de regulares los que gastan más (133,2€) frente a los 120,6€ de los que utilizan líneas low cost.

En el gráfico 2 y en la tabla 6 del anexo, se aprecian las diferencias en el gasto total entre los distintos tipos de turistas: el número de turistas que utilizaron las líneas de bajo coste va disminuyendo a medida que el gasto aumenta; comportamiento opuesto a los turistas que utilizaron las líneas regulares: a medida que se acercan a los deciles superiores de gasto, el porcentaje de turistas que utilizan aerolíneas regulares es mayor.

Gráfico 2: Distribución turistas según gasto total y tipo de compañía aérea utilizada (low cost / línea regular)



Fuente: Elaboración propia con datos del ISTAC.

Nota: No se incluyen los turistas que no contestaron.

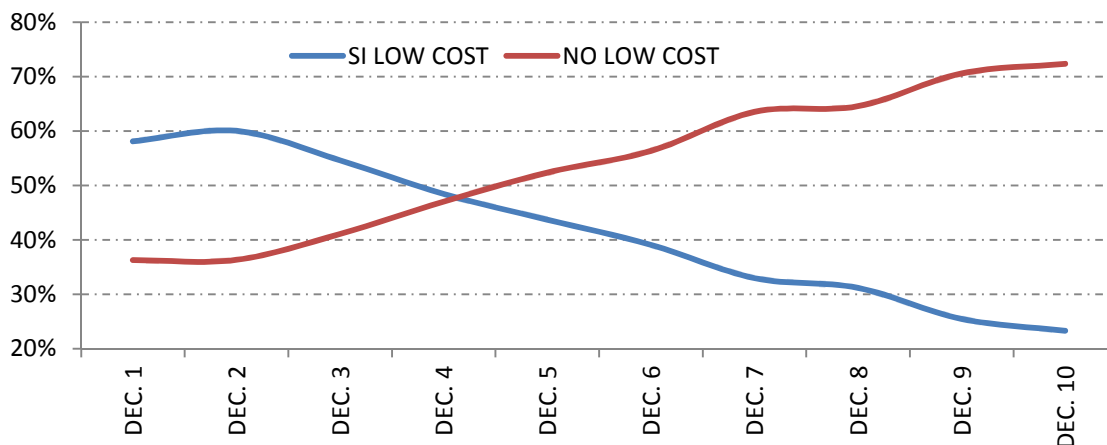
Como según el gasto realizado en origen o en destino el comportamiento de los turistas cambia, se ha realizado un análisis para cada caso en concreto y ver las diferencias.

Respecto al gasto en origen, los patrones de gasto son similares a los vistos con el gasto total ofrecidos en el párrafo anterior (gráfico 3). La principal diferencia estriba en que la distribución del gasto en origen entre aquellos que eligen líneas de bajo coste comienza creciendo aunque cae rápidamente a medida que aumenta el gasto

por turista; por el contrario el gasto en origen de aquellos turistas que vinieron en líneas regulares, al igual que en la gráfica anterior, crece paulatinamente, aunque, a partir del decil 7, cae medio punto para luego volver a crecer.

En resumen, aquellos que utilizan líneas bajo coste se concentran en los primeros grupos de gasto y los que no las usan, en los grupos que más gastan.

Gráfico 3: Distribución turistas según gasto en origen y compañía aérea utilizada.

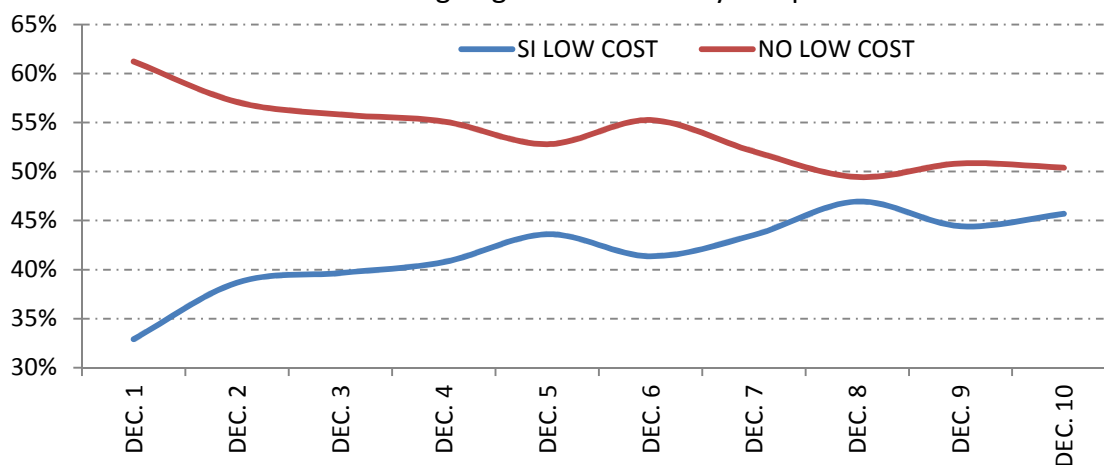


Fuente: Elaboración propia a través datos de ISTAC.

Nota: No se incluyen los turistas que no contestaron.

Si fijamos la atención en el gasto en destino, el comportamiento del indicador es diferente y contrario a los anteriormente mencionados (gráfico 4). Al contrario de los dos casos anteriores (gasto total y en origen), las líneas no llegan a cruzarse: aunque el gasto en destino aumente, la mayoría de los turistas responden que optaron por líneas regulares. Además, siguen trayectorias regulares, los que dicen no haber utilizado líneas low cost es decreciente y los que sí utilizaron líneas low cost creciente. En los deciles de menos gasto (decil 1 y 2) hay una gran diferencia entre el porcentaje de los turistas que dicen haber utilizado líneas de bajo coste y los que no, pero en los deciles de más gasto (decil 9 y 10) los porcentajes son muy similares, los que dicen haber utilizado líneas low cost (45%) y los que no (50,5%) .

Gráfico 4: Distribución turistas según gasto en destino y compañía aérea utilizada.



Fuente: Elaboración propia a través datos ISTAC.

Nota: No se incluyen los turistas que no contestaron.

Para finalizar con esta hipótesis se ha estudiado esta misma relación respecto al gasto total filtrando los datos por nacionalidades. Como se puede ver en la tabla 10 del anexo y los gráficos del 9 al 14 del anexo, se ha categorizado a los turistas según las principales nacionalidades: alemanes, españoles, británicos, nórdicos, rusos y otros países. Esto es debido al comportamiento diferente que se observa entre los distintos grupos. Ante todo, no debemos olvidar que cerca del 42% del total usaron bajo coste y el 54% no las usaron.

Por un lado, los turistas españoles y británicos no siguen las pautas de comportamiento de la media general, es decir, españoles y británicos optan más por usar las líneas de bajo coste que las regulares; en ambos casos se aprecia la mayor diferencia en el número de turistas en los grupos de menos gasto.

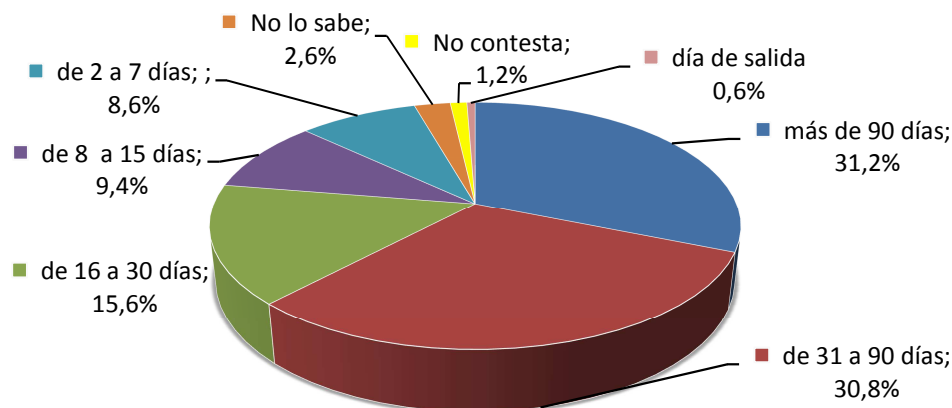
En el resto de nacionalidades excepto en “otros países” se observa una gran diferencia entre porcentajes. En el caso de alemanes, nórdicos y rusos el sí concentra cerca del 22% mientras que el no está sobre el 70%. En el caso de otros países es en el que los porcentajes están más parejos: 43% del sí con respecto al casi 52% del no.

Gasto turístico y reserva del viaje (Hipótesis 3)

Con la tercera hipótesis (tablas 11 y 12 del anexo) intentamos averiguar si el día de antelación en el que se realiza la reserva afecta al resultado final del gasto realizado por el turista.

El gráfico 5 muestra la distribución de este indicador.

Gráfico 5: Distribución turista dependiendo de la antelación de la reserva.



Fuente: Elaboración propia con datos de ISTAC.

La mayoría de los turistas reservan con más de 31 días de antelación; entre el grupo de “31 a 90 días” y el de “más de 90 días” suman más del 60% de los casos.

Por el análisis de deciles, apreciamos que en el grupo que hacen su reserva con más de 90 días de antelación es donde se encuentra el mayor crecimiento a medida que el gasto aumenta; en aquellos turistas que gastan menos (decil 1), el porcentaje es del 19% mientras que los que pertenecen al grupo de más gasto (deciles 9 y 10) es del 41%. Casi la mitad de los turistas que gastan más de 1.754€ (decil 10) reservan sus vacaciones con más de 90 días de antelación. Además, el 60% de los turistas que reservan con más de 90 días de antelación pertenecen a los últimos 5 grupos de gasto, es decir, el 60% de estos turistas gastan más de 950€ (mediana de gasto).

Por el contrario, aquellos turistas que “reservan en el mismo día” se sitúan, en su mayoría, dentro de los tres primeros deciles, es decir, dentro de los tres grupos que menos gastan, (741,02 € por turista como máximo).

Considerando el gasto bruto en euros y en valores absolutos se obtienen diferentes resultados si se analiza el gasto medio por turista o el gasto medio por turista y día. El grupo que más gasta por turista es aquel que realiza la reserva con más de 90 días de antelación (1.193,47€) (ver tabla 13); al contrario de lo que se podría pensar, los que hacen su reserva el mismo día de salida son los que menos gastan (972.81€). Las conclusiones son totalmente las contrarias si se considera el indicador de gasto por turista y día: son los que reservan el mismo día los que más gastan (146,73€), mientras que los que reservan con más de 90 días de antelación son los que menos gastan (124,11€). Esto puede deberse a la diferencia entre ambos grupos respecto a otra variable como es la duración de sus viajes.

Tabla 13: Gasto medio por turista y por turista y día según los días de antelación de su reserva.

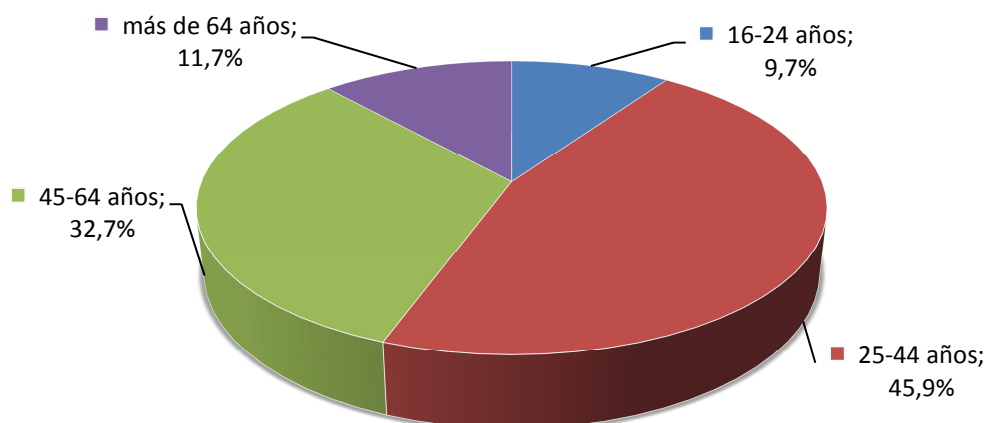
Días de antelación de la reserva	Gasto medio por turista	Gasto medio por turista y día
Mismo día de la salida	972,81 €	146,73 €
De 2 a 7 días	920,42 €	137,13 €
De 8 a 15 días	1.004,28 €	131,67 €
De 16 a 30 días	1.013,31 €	129,77 €
De 31 a 90 días	1.069,26 €	129,09 €
Más de 90 días	1.193,47 €	124,11 €
Media total	1.070,06 €	127,48 €

Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC

Gasto turístico y edad (Hipótesis 4)

Para responder a la cuarta hipótesis que relaciona el gasto turístico con la edad del turista, hemos categorizado dicha variable en cuatro grupos de edad (de 16 a 24 años, de 25 a 44 años, de 45 a 64 años y de más de 64 años), tal como aparecen en la encuesta del ISTAC, realizada en 2014 y cuya distribución aparece en el gráfico 6.

Gráfico 6: Distribución de turistas según grupos de edades.



Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC.

El grupo de turistas con edades comprendidas entre los 25 y 44 años concentra casi la mitad de los turistas (46%), llegando al 78,6% si a éstos añadimos los turistas de edades entre 45 y 64 años. de los turistas.

Si hablamos de gasto total en valores absoluto, el grupo de 25 y 44 años es el que más gasta con cerca de 5.413 millones de euros. Otro grupo a destacar por su gasto es el de los turistas con edades comprendidas entre los 45 y 64 años con un gasto total de 4.500 millones de euros. Hay que resaltar, sin embargo, que en el caso del grupo que comprende a los turistas mayores de 64 años, a pesar de no tener un gasto total significativo, ni un porcentaje elevado de turistas, posee la media y la mediana más altas; su media es de 1.325,65€ y su mediana de 1.116,92€, por encima del promedio y mediana del grupo total de 1.070€ y 950€ respectivamente. Respecto al gasto medio por turista y día son los turistas que se encuentran en el grupo de entre 45 a 64 años los que más gastan con 132.69€.

Tabla 16: Gasto medio por turista y por turista y día según el grupo de edad del turista.

Edad del turista	Gasto medio por turista	Gasto medio por turista y día
De 16 a 24 años	914.35 €	116.01 €
De 25 a 44 años	986.53 €	128.84 €
De 45 a 64 años	1.142.01 €	132.69 €
Más de 64 años	1.325.65 €	117.05 €
Media total	1.070.06 €	127.48 €

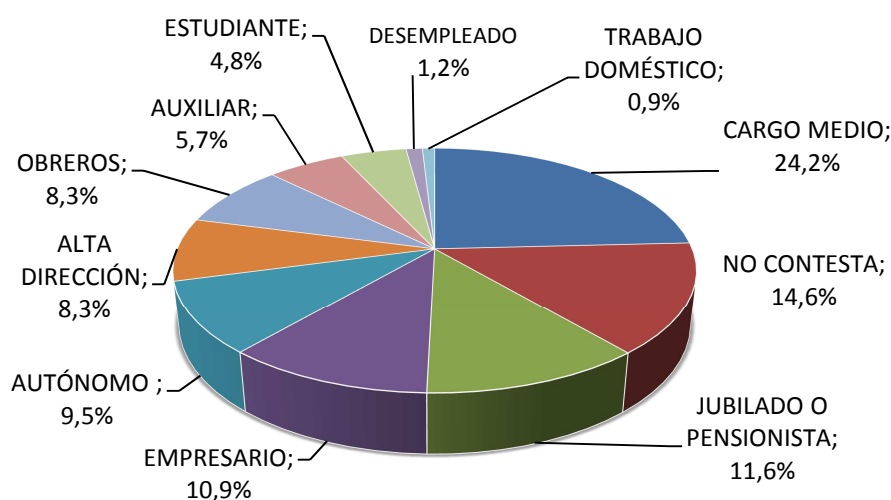
Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC

La distribución en deciles dentro de cada categoría de edad son muy similares aunque en el grupo más joven, el 54% de los turistas se encuentra por debajo de la mediana de gasto frente al grupo de más edad en el que el 56% se encuentra por encima de la misma (950€).

Gasto turístico y ocupación (Hipótesis 5)

Para poner a prueba la quinta hipótesis, que busca encontrar un patrón que relacione el nivel ocupacional y/o la profesión con el gasto que supone su viaje a Canarias, hemos realizado las tablas por deciles que aparecen en el anexo con los números 17 y 18.

Gráfico 7. Distribución turistas según su profesión



Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC

El gráfico 7 muestra la distribución de la variable ocupación en la encuesta realizada en 2014 por el ISTAC. El grupo con mayor porcentaje de turistas es el de empleado de cargo medio con un 24% de los turistas, seguido de los que no contestaron (14,60%), jubilados o pensionistas (11,6%) y empresarios (10,9%).

En cuanto al gasto en valores absolutos son los de alto cargo, jubilados y empresarios los que realizan un mayor gasto. Sin embargo, el grupo que posee la media y la mediana mayor es el de los jubilados y pensionistas con 1.285€ y 1.100€ respectivamente.

Los empleados auxiliares, los obreros u otros trabajadores, los estudiantes y los que están desempleados son los grupos ocupacionales con menor gasto. Atención especial merece el grupo de los estudiantes, ya que más de la mitad del grupo (55%) gasta menos de 850€ (decil 4) y el 64% menos de 950€ (decil 5). En el caso contrario se encuentra el grupo de jubilados, que se concentran en los grupos de mayor gasto; el 61,3% de los jubilados gasta más de 950€. De hecho, dentro del grupo de mayor gasto (decil 10), donde se encuentran los turistas que gastan más de 1.755€, los jubilados forman el grupo ocupacional con mayor porcentaje (21%).

La tabla 19 (a continuación) muestra los valores del gasto medio por turista, y por turista y día, según la ocupación del turista. Se observa que en el primer indicador, gasto medio por turista, los jubilados, empresarios y asalariados de alta dirección son los que más gasto realizan. Respecto al segundo indicador, gasto medio por turista y día, son otras las ocupaciones con un mayor gasto: empresario, asalariado de alta dirección y autónomos.

Tabla 19: Gasto medio por turista y por turista y día según la ocupación

Ocupación del turista	Gasto medio por turista	Gasto medio por turista y día
Empresario	1.146,53 €	145,48 €
Autónomo o profesional liberal	1.065,72 €	134,34 €
Asalariado alta dirección	1.120,39 €	140,62 €
Asalariado cargo medio	1.029,13 €	128,64 €
Asalariado nivel auxiliar	952,16 €	120,69 €
Otros trabajadores y obreros	971,98 €	123,17 €
Estudiante	881,08 €	112,63 €
Jubilado o retirado o pensionista	1.285,14 €	114,80 €
Trabajador doméstico no remunerado	1.020,14 €	119,58 €
Parado o desempleado	931,50 €	113,22 €
Media total	1.070,06 €	127,48 €

Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC

Gasto turístico y nivel de ingresos (Hipótesis 6)

Para describir la hipótesis de la relación entre ingresos o nivel de renta del turista con el gasto realizado se ha seguido utilizando la misma categorización que utiliza el ISTAC en sus análisis. Las tablas 20 y 21 del anexo evidencian dicha relación. El grupo, en dicho indicador, con mayor número de efectivos (el 14%) se sitúa en un nivel de ingresos entre 24.000 a 36.000€, seguido de los que menos ingresan (entre 12.000 y 24.000€) con un 13,1%.

En términos absolutos, el grupo que más gastó fue el de los turistas que ingresan entre 24.000 y 36.000€ con 1.730 millones de euros seguido de los que ingresan más de 84.000€ con 1.642 millones de euros. Cabe destacar, sin embargo, que curiosamente el grupo que más componentes tiene y que más gastó es el de aquellos turistas que no contestaron a la pregunta sobre los ingresos (como suele suceder en la mayoría de las encuestas cuando se pregunta sobre el nivel de ingresos del entrevistado). Dicho grupo de los “no contesta” posee un 28,2% de la muestra entrevistada y, en términos absolutos gastó 3.573 millones de euros.

Otra conclusión de especial interés, es que el valor de las medias y medianas es diferente según los distintos niveles de ingresos: a medida que aumenta el nivel de ingresos del turista, las medias y medianas del gasto total también aumentan, manifestando, por tanto una relación ascendente y positiva entre ambas variables.

El análisis por deciles de esta relación no señala ninguna situación extraña. Los turistas con menores ingresos se concentran en los grupos que menos gastan (el 50% por debajo de 850€ (decil 4) y el 60% con gastos inferiores a 950€ (decil 5 y mediana de gasto)); por otro lado, los que más ingresan se concentran en los grupos de más gasto. En ambos casos los turistas con un nivel de ingresos entre 72.000 y 84.000€ y más de 84.000€, gastan, alrededor del 60% (más de 950€).

Por último, los turistas que se sitúan por encima del decil 7 de gasto, es decir, aquellos turistas que gastan más de 1.202,05€, es donde más individuos aparecen con ingresos superiores a 84.000€.

Como se puede ver en el gráfico 17 y la tabla 22, y resumiendo esta hipótesis de una forma clara y sencilla, el gasto que realiza el turista está directa y positivamente relacionada con el nivel de ingresos: a medida que aumenta dicho nivel de ingresos, el gasto que va a realizar es mayor. Dicha relación también se mantiene de la misma forma al analizar los otros indicadores de gasto (gasto por turista o gasto por turista y día).

Tabla 22 Gasto medio por turista y por turista y día según el nivel de ingresos

Nivel de ingresos	Gasto medio por turista	Gasto medio por turista y día
De 12.000 a 24.000 €	960,03 €	116,25 €
De 24.001 a 36.000 €	1.031,18 €	122,95 €
De 36.001 a 48.000 €	1.048,74 €	125,87 €
De 48.001 a 60.000 €	1.078,84 €	130,72 €
De 60.001 a 72.000 €	1.125,02 €	132,80 €
De 72.001 a 84.000 €	1.144,19 €	140,43 €
Más de 84.000 €	1.230,54 €	152,92 €
Media total	1.070,06 €	127,48 €

Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC.

Gasto turístico e impresión sobre la estancia en Canarias (Hipótesis 7)

Una de las últimas hipótesis, la denominada como impresión general, busca describir si la relación entre la impresión que el turista tienen de su estancia y el gasto final están relacionadas. Como se aprecia en la tabla 23 del anexo, los turistas que tienen una buena o muy buena impresión general de su viaje concentran cerca del 80% de los turistas. Si a éstos añadimos que el 16% no contestaron, el porcentaje de turistas que tienen una impresión negativa de Canarias es muy bajo.

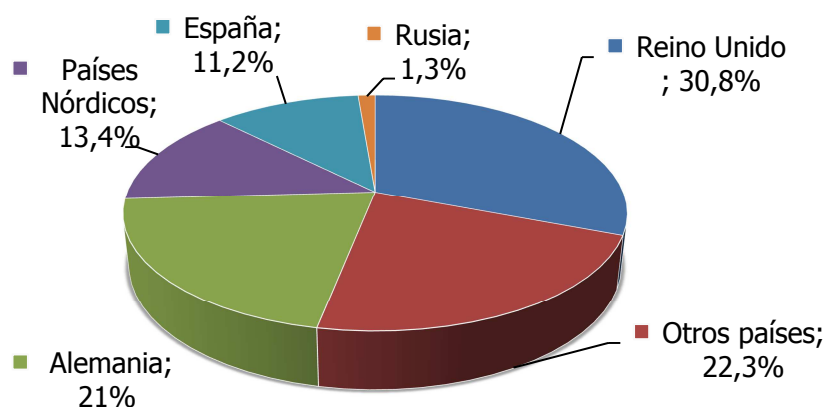
Además, dependiendo de cada categoría de respuesta del indicador, se encuentra un comportamiento diferente. De aquellos que tienen una impresión positiva cabe reseñar que no se concentran en ningún grupo de gasto en particular y se reparten por igual a lo largo de los deciles de gasto; por el contrario, aquellos con impresión negativa de su estancia se concentran sobre todo en los grupos de mayor gasto. De los que contestaron “muy mala impresión”, el 61% se concentra en la mitad de más gasto. De los que calificaron como “mala”, el 55% se encuentra por encima de la mediana de gasto.

Gasto turístico y nacionalidad (Hipótesis 8)

La última hipótesis clasifica a los turistas según su nacionalidad buscando describir las diferencias en cuanto al gasto. Se trata de averiguar si dependiendo de la nacionalidad del turista, éste va a gastar más o menos en Canarias. En cuanto a número de turistas, son los británicos (30,8%), y alemanes (21%) los que más representación tienen (ver gráfico 8).

En cuanto a gasto absoluto también son británicos y alemanes los que mayor gasto realizaron (3.627 y 3.051 millones de euros respectivamente). Merece especial atención el caso de los rusos (tabla 25), donde a pesar de ser pocos en número y tener un gasto total bastante bajo, son éstos los que poseen una mayor media y mediana en gasto por turista. Teniendo en cuenta que la media total es de 1.070€ y la mediana total de 950€, los turistas rusos dejaron de media 1.708,85€ de media y poseen una mediana de 1.500€.

Gráfico 8. Proporción de turistas según nacionalidad



Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC

En cuanto al gasto por turista y día se observa que los turistas españoles están al mismo nivel que el resto de países, situación que no era similar en cuanto al gasto por turista donde era la que menos aportaba. Los turistas rusos siguen siendo los que más gastan, 167,83€ por turista y día por delante del resto que están en registros similares entre ellos.

Tabla 25: Gasto medio según principales grupos de nacionalidades.

Nacionalidades	Gasto medio por turista	Gasto medio por turista y día
Alemania	1.213,20 €	128,28 €
España	819,20 €	127,59 €
Países Nórdicos	1.100,91 €	127,29 €
Rusia	1.708,85 €	167,83 €
Otros Países	1.123,60 €	133,40 €
Reino Unido	984,45 €	121,03 €
Media total	1.070,06 €	127,48 €

Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC.

A continuación, se describe como se comportan los turistas de cada nacionalidad. Dichos comportamientos son diferentes según el gasto realizado, ya sea total, en origen o en destino.

Si utilizamos como indicador el gasto total, (tabla 26), los turistas alemanes siguen una línea ascendente, es decir, que a medida que va aumentando el gasto va aumentando el número de turistas: el 62,5% de los turistas alemanes se concentran en los grupos de más gasto, es decir, los que gastan más de 950€.

El caso de los turistas rusos es parecido, aunque existe un mayor porcentaje de turistas rusos entre los grupos de mayor gasto, el 82%; incluso, lo que es más significativo, el 55% se concentra en los dos últimos grupos de gasto con un gasto total superior a 1.403€ por turista a lo largo de sus vacaciones.

El caso contrario lo representan los españoles y británicos, que agrupan al 70 y al 56% de los turistas entre los grupos de menos gasto.

Aquellos turistas, agrupados bajo la categoría de “otros países” o “países nórdicos” se distribuyen de forma más o menos similar a lo largo de los deciles de gasto. Respecto al gasto en (tabla 28), el comportamiento es muy similar al descrito anteriormente aunque con diferentes porcentajes. Por último y respecto al gasto en destino (tabla 29), el comportamiento de algunas nacionalidades es diferente a los mencionados en párrafos anteriores. En el caso de los alemanes, se concentran en los grupos de menos gasto, 58% más concretamente, parecido a los españoles que se sitúan con un 54%. En cuanto a los turistas rusos, siguen el mismo comportamiento que en el indicador del gasto total: más del 83% se sitúa en los grupos de más gasto y el 59,5% entre los dos últimos grupos. Los turistas que se englobaron como “de otros países” y “nórdicos” pasan a concentrarse entre los grupos de más gasto aunque sea con un porcentaje inferior, un 55% cada uno.

Terminando con la descripción de los resultados por nacionalidad, cabe reseñar que en el noveno y décimo decil, la nacionalidad que tiene mayor porcentaje de turistas es la alemana, por delante, de los turistas procedentes de “otros países”; en el resto de deciles, la nacionalidad con mayor porcentaje de turistas es la británica (en el primer decil), seguido del porcentaje de turistas con nacionalidad española.

7. CONCLUSIÓN

Como resultado de los análisis estadísticos presentados, es posible concluir que existen múltiples factores que afectan al gasto que los turistas realizan en su estancia en Canarias. Estos factores pueden estar vinculados o bien a las características propias del turista como la edad, la ocupación, su nivel de ingresos y su nacionalidad o a las características del viaje como el tipo de viaje, el uso de medios de transporte aéreo de bajo coste, la antelación de la reserva o la impresión final del viaje realizado.

En concreto, individualizamos estas conclusiones en los siguientes puntos:

- El turista que acude a Canarias por negocios o motivos profesionales es el que realiza un gasto mayor por turista y día. Sin embargo, en cuanto al gasto por turista son los que acuden a Canarias por salud los que gastan más.
- Los turistas que eligen como medio de transporte las *líneas low cost* se concentran en los grupos de menos gasto total y los de líneas regulares, por el contrario, en los que más gastan. Además, existe una gran variedad en su utilización según la nacionalidad del turista.
- La mayoría de los turistas encuestados reservan con más de 31 días de antelación. Destacamos, que en el decil de más gasto, el 41% de los turistas reserva con más de 90 días de antelación.
- La mayoría de los turistas tienen entre 25 y 44 años. Además, son los turistas mayores de 64 años los que de más gastan, 1.325,65€ por turista.

- Aunque los datos no sean muy significativos, podemos resumir la relación del gasto con la profesión en: obreros, estudiantes, funcionarios y desempleados concentran a sus turistas en los grupos de menos gasto y son los que menos gastan por turista. Sin embargo, los jubilados son los que más gastan por turista y los que se sitúan en los grupos de más gasto.
- El nivel económico del turista está muy relacionado con el gasto del turista. Cabe señalar que el gasto es directamente proporcional al nivel socioeconómico del turista: a medida que aumentan los ingresos el gasto que realiza es mayor. Sin embargo se puede llegar a la conclusión que a pesar de la gran diferencia que hay entre los distintos niveles de ingresos, no se observa esa gran diferencia en el gasto medio ni por turista ni por turista y día. Esto puede suceder debido a la escasa oferta de ocio que permita captar los recursos excedentes de aquellos turistas con una gran capacidad económica.
- Una de las hipótesis más interesante es aquella que relaciona la impresión general que tienen los turistas de su viaje y el gasto realizado. El porcentaje de turistas con una impresión negativa es muy bajo siendo en este grupo donde se concentran los turistas con más gasto.
- Por último y como se mencionó con detalle con anterioridad, la nacionalidad del turista sí afecta al gasto que éste realiza, aunque dependiendo al mismo tiempo de otras características. Dependiendo de la nacionalidad, el turista puede tener unos niveles de ingresos mayores o menores, un puesto de trabajo en concreto así como otras características que pueden influenciar en su gasto final. El resultado de Rusia es el más destacable: debido a su elevado gasto, tanto en el gasto por turista como por turista y día.

Tras el resumen de los resultados obtenidos en las diferentes hipótesis se da paso a las limitaciones que se obtuvieron a lo largo del trabajo. Una de las principales limitaciones que se encontraron fue la poca experiencia que se tenía con el software estadístico del SPSS que ralentizó mucho la obtención de datos y resultados. Sin embargo gracias a un curso impartido en la Universidad de La Laguna y a la Cátedra de Turismo que me permitió disponer del software durante meses pude conseguir finalmente obtener unos resultados satisfactorios. Además cabe destacar como se mencionó en la primera parte del trabajo, que se trabajó casi exclusivamente con los cuestionarios otorgados por ISTAC, no con datos ya trabajados por cualquier organismo, por lo que su comprensión y codificación al principio también supuso un esfuerzo muy notable.

Cabe destacar que los resultados obtenidos en nuestro análisis, tanto del gasto por turista como del gasto por turista y día, son plenamente consistentes con los datos y resultados publicados por ISTAC en su web, lo que ha sido una vía para evitar posibles errores y dar al trabajo el máximo rigor posible.

Debemos aclarar, sin embargo, que nuestras conclusiones, lejos de ser definitivas, se reducen a ser un primer acercamiento a la problemática del gasto turístico en Canarias. En futuras investigaciones cabría incluir análisis más detallados de otra serie de factores determinantes del gasto, como el tipo de alojamiento, dónde se reserva el viaje, islas que ha visitado el turista, compañía del turista, etc., o realizar un análisis comparativo de lo obtenido en 2014 comparándolo con los resultados de años anteriores. Algunos trabajos en esta línea han sido realizados ya que permiten

observar el perfil del turista según mercados, por islas o por segmentos según variables sociodemográficas y/o socioeconómicas. Finalmente, otras metodologías estadísticas más potentes, como las regresiones por cuantiles, parecen ser en la bibliografía una técnica más avanzada para analizar el gasto turístico.

8. BIBLIOGRAFÍA

Alegre, J., Pou, L. (2008). Tourism expenditure and all-inclusive packages - the case of a mature Mediterranean destination. *Tourism Economics*, 14 (3): 645 - 655, doi:10.5367/000000008785633631.

Brida, J., Scuderi, R. (2012). Determinants of tourist expenditure: A review of micro econometric models. *Tourism Management Perspectives*. 6: 28-40, doi:10.1016/j.tmp.2012.10.006

Cai LA, Hong G, Morrision AM. (1995). Household expenditure patterns for tourism products and services. *Journal of travel and Tourism Marketing* 4(4): 15-40, doi:10.1300/J073v04n04_02

Campos Soria, Inchausti Sintes et al. (2014). Understanding tourists' economizing strategies during the global economic crisis. *Tourism Management*. 48: 164-173, doi:10.1016/j.tourman.2014.10.019

Crouch GL. (1994). The study of international tourism demand: a review of findings. *Journal of Travel Research*.23(1): 12-13, doi: 10.1177/004728759403300102

European Commission (2010). Flash Eurobarometer 281. *Survey on the attitudes of Europeans towards tourism*. Brussels: The GALLUP Organization.

European Travel Commission (2009). *European tourism 2009 trends & prospects, quarterly report Q2/2009*. Brussels.

Eugenio-Martin. J. L. & Campos-Soria. J. A. (2014). Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. *Annals of Tourism Research*, 44: 53-73, doi:10.1016/j.annals.2013.08.013

Exceltur, Gobierno de Canarias (2015). Impactur Canarias 2014. *Estudio impacto económico del turismo*.

Fish M, Waggle D. (1996). Current income versus total expenditure measures in regression models of vacation and pleasure travel. *Journal of Travel Research*. 70-74, doi: 10.1177/004728759603500212

Hernández Martín, R. (2011). La Cuenta Satélite del Turismo en Canarias. Metodología, resultados y reflexiones. *El turismo en Canarias*. Pp. 67-89. ISBN: 978-84-694-6456-4.

Hsieh S, Lang C, O'Leary JT. (1997). Modeling the determinants of expenditure for travellers from France, Germany, Japan and the UK to Canada. *Journal of International Hospitality, Leisure and tourism Management*.1(1): 67-79, doi:10.1300/J268v01n01_05

Instituto Canario de Estadística, ISTAC (2015). *Encuesta sobre gasto turístico*. Series trimestrales de gasto turístico. Islas Canarias 2009-2015.

Instituto Canario de Estadística, ISTAC (2009). Metodología. *Encuesta sobre gasto turístico*.

Jang S, Bai B, Hong GS, O'Leary J. (2003a). Understanding travel expenditure patterns: a study of Japanese pleasure travellers to the US by income level. *Tourism Management*. 25(3): 331-341, doi:10.1016/S0261-5177(03)00141-9

Jiménez González, V. (2007). Los turistas según nacionalidad, respecto a las zonas de estancia en la isla de Tenerife. *Situación actual, implicaciones y perspectivas futuras del turismo en Canarias*. 48: 75-85. ISBN 84-608-0429-1.

Lawson R. (1991). Patterns of tourist expenditure and types of vacation across the family life cycle. *Journal of Travel Research*. 29(4): 12-17. doi: 10.1177/004728759102900403

Lew, Alan A., Ng, Pin T. (2012). Using quantile regression to understand visitor spending. *Journal of Travel Research*, 51,(3): 278-288. doi:10.1177/0047287511410319.

Liddle AJ. (2005). Multiple factors influence spending. *Nation's Restaurant News*. 39 (1):108.

Martín Martín, Q., Cabrero Morán, M^a T., de Paz Santana, Y. (2007). *Tratamiento estadístico de datos con SPSS. Prácticas resueltas y comentadas*. ISBN: 978-84-9732-553-0

Meissner M. (2008). *Las líneas aéreas de bajo coste: fundamentos teóricos y estudio empírico sobre su impacto en el transporte aéreo y en la estructura del sector turístico en Europa*. (Tesis doctoral). Facultad de ciencias económicas y empresariales. Departamento de economía y administración de empresas. Universidad de Malaga.

Mieczkowski Z. (1990). *World Trends in Tourism and Recreation*. Peter Lang: New York.

Naciones Unidas y OMT (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo*. Serie M No. 83/Rev.1. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales: División de Estadística.

Poon, A. (1998). All-inclusive resorts. *Travel & Tourism Analyst*. No 6, pp 62-77.

Promotur Turismo de Canarias (2015). *Perfil del turista y gasto turístico atendiendo a diferentes criterios de segmentación*.

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo: Organización Mundial del Turismo*. 1^a Edición junio 1998. ISBN 92-844-0269-7.

Wang, Y., Rompf P., Severt D. et al. (2006). Examining and Identifying the Determinants of Travel Expenditure Patterns. *International Journal of Tourism Research*, 8(5): 333-346, doi:10.1002/jtr.583.

9. ANEXOS

Tabla 3: Distribución de los motivos de estancia según gasto total por turista. **Porcentaje por filas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Principal motivo de la estancia	DISFRUTAR VACACIONES	8,5%	9,7%	10,1%	10,2%	10,4%	10,2%	10,3%	10,3%	10,3%	10,0%	100,0%
	NEGOCIO / MOTIVO PROFESIONAL	47,1%	11,6%	6,4%	4,2%	3,8%	4,7%	5,3%	3,9%	4,0%	9,0%	100,0%
	CONGRESO, FERIA, SEMINARIO	42,4%	8,9%	3,3%	8,2%	2,5%	3,7%	4,6%	7,5%	7,5%	11,5%	100,0%
	SALUD	7,7%	7,2%	3,9%	6,1%	4,4%	8,0%	5,5%	9,6%	11,3%	36,2%	100,0%
	MOTIVO FAMILIAR	36,3%	19,6%	10,0%	7,1%	3,6%	6,5%	4,3%	4,2%	3,4%	5,1%	100,0%
	OTROS	17,7%	17,0%	7,9%	11,4%	7,2%	7,6%	9,3%	4,9%	3,0%	14,0%	100,0%
Total		10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	9,9%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 4: Distribución de los motivos de estancia según el gasto total por turista. **Porcentaje por columnas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Principal motivo de la estancia	DISFRUTAR VACACIONES	80,0%	92,2%	96,0%	96,7%	97,9%	96,9%	97,2%	97,5%	97,7%	94,6%	94,7%
	NEGOCIO / MOTIVO PROFESIONAL	10,6%	2,6%	1,4%	1,0%	0,8%	1,1%	1,2%	0,9%	0,9%	2,0%	2,3%
	CONGRESO, FERIA, SEMINARIO	1,0%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%
	SALUD	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,4%	0,4%	1,4%	0,4%
	MOTIVO FAMILIAR	7,3%	3,9%	2,0%	1,4%	0,7%	1,3%	0,9%	0,8%	0,7%	1,0%	2,0%
	OTROS	0,8%	0,7%	0,3%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%	0,2%	0,1%	0,6%	0,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 6: Relación viajar con compañías de bajo coste con el gasto en total por turista. **Porcentaje por columnas**

		DECILES GASTO ORIGEN POR TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Viajar con compañías de bajo coste	NO CONTESTAN	5,6%	3,6%	4,3%	4,5%	3,9%	4,6%	3,5%	4,3%	3,9%	4,3%	4,2%
	SI LOW COST	58,1%	60,0%	54,6%	48,4%	43,7%	39,1%	33,0%	31,2%	25,5%	23,3%	41,7%
	NO LOW COST	36,3%	36,3%	41,1%	47,0%	52,4%	56,3%	63,5%	64,6%	70,6%	72,4%	54,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 7: Relación viajar con compañías de bajo coste con el gasto en origen por turista. **Porcentaje por columnas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Viajar con compañías de bajo coste	NO CONTESTAN	5,5%	4,1%	4,1%	4,0%	4,2%	4,6%	4,2%	3,5%	3,8%	4,4%	4,2%
	SI LOW COST	56,2%	54,7%	50,4%	45,3%	41,2%	40,2%	35,2%	34,3%	29,9%	29,9%	41,7%
	NO LOW COST	38,3%	41,2%	45,5%	50,6%	54,6%	55,2%	60,6%	62,2%	66,3%	65,8%	54,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

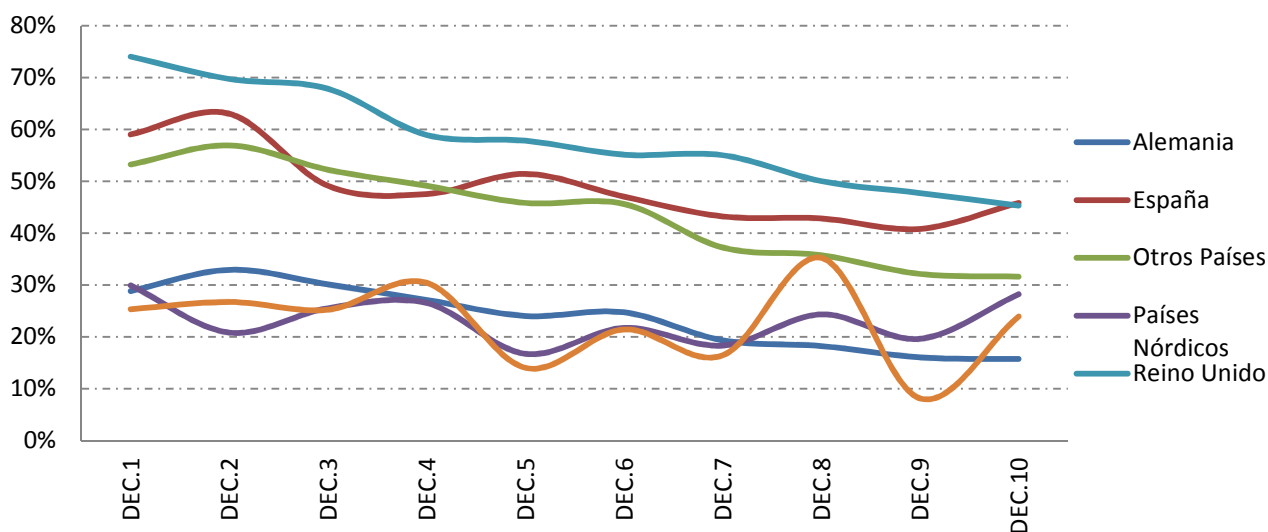
Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 8: Relación viajar con líneas de bajo coste con gasto en destino por turista. **Porcentaje por columnas**

		DECILES GASTO EN DESTINO POR TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Viajar con	NO CONTESTAN	5,9%	4,2%	4,5%	4,1%	3,6%	3,4%	4,4%	3,6%	4,7%	3,9%	4,2%
compañías de	SI LOW COST	32,9%	38,7%	39,7%	40,8%	43,6%	41,4%	43,5%	46,9%	44,4%	45,7%	41,7%
bajo coste	NO LOW COST	61,2%	57,1%	55,8%	55,1%	52,8%	55,3%	52,0%	49,4%	50,8%	50,4%	54,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

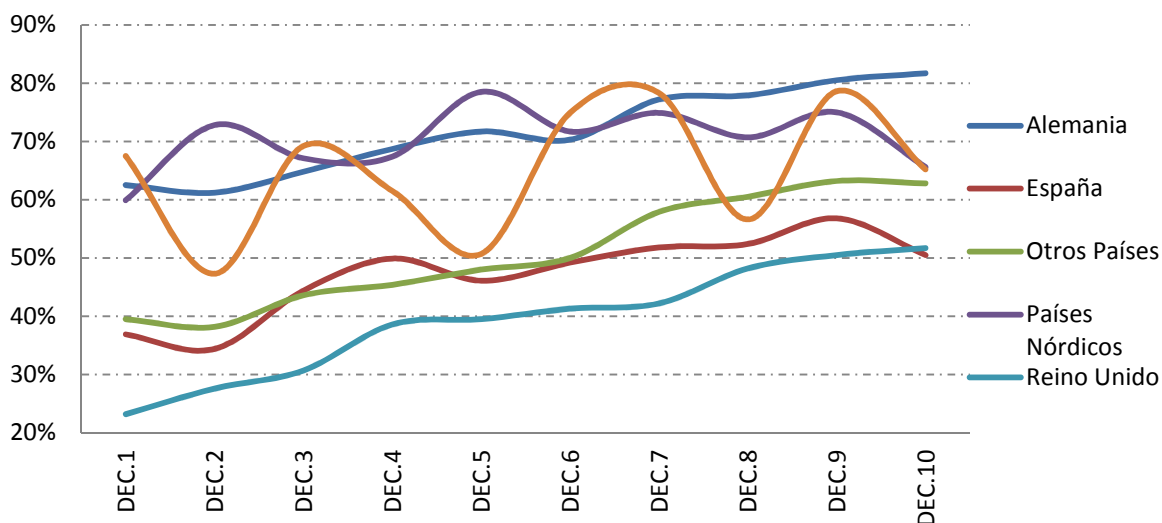
Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Gráfico 9: Distribución de los turistas que usaron líneas de bajo coste según su nacionalidad.



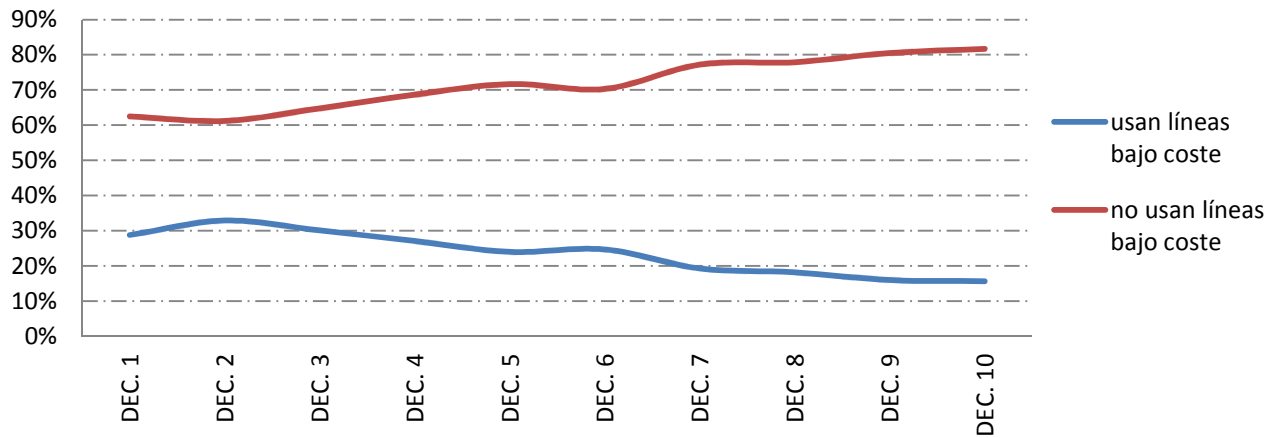
Fuente: Elaboración propia a través datos ISTAC.

Gráfico 10: Distribución de turistas que no utilizaron líneas bajo coste según nacionalidad.



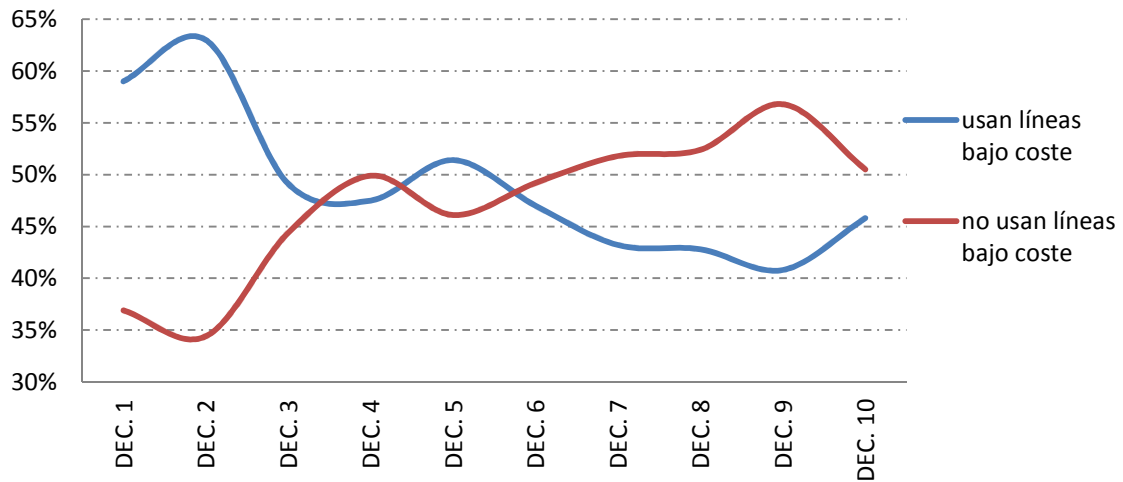
Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC.

Gráfico 11: Distribución turistas alemanes según compañía aérea elegida.



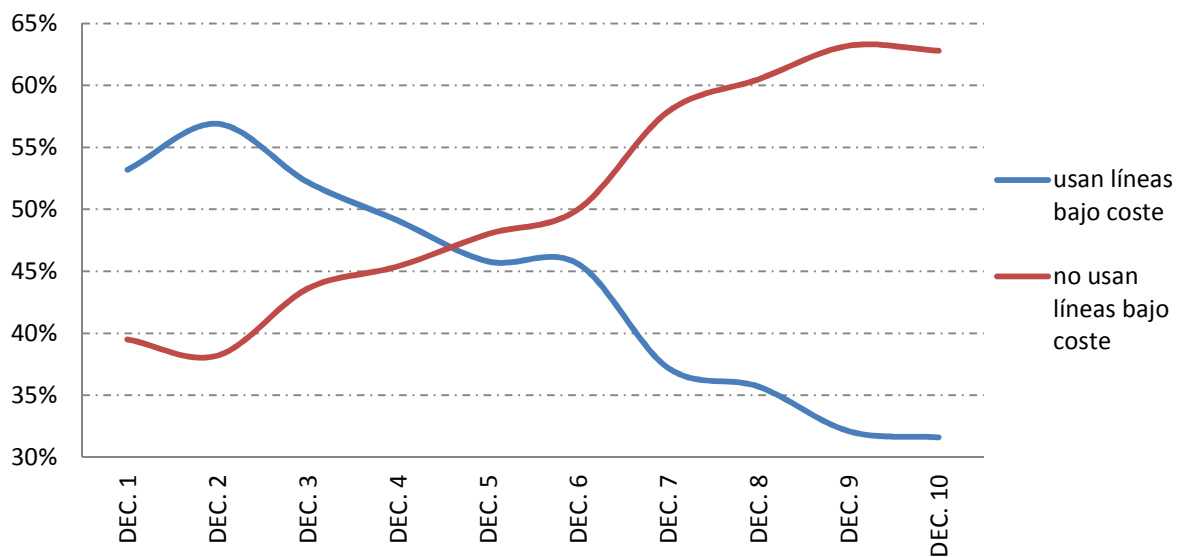
Fuente: Elaboración propia con datos de ISTAC

Gráfico 12: Distribución turistas españoles según tipo compañía aérea elegida.



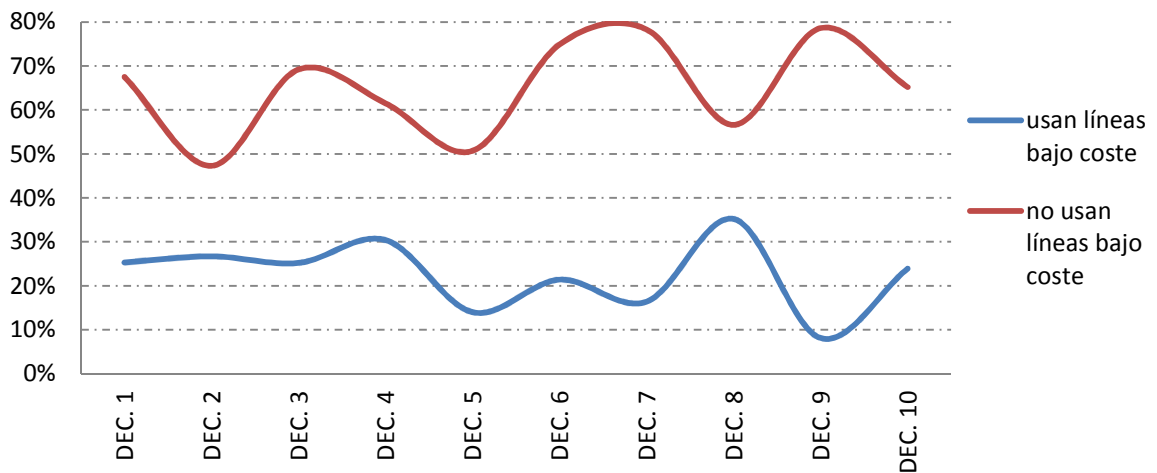
Fuente: Elaboración propia con datos de ISTAC.

Gráfico 13: Distribución turistas de otros países según tipo de línea aérea escogida.



Fuente: Elaboración propia con datos de ISTAC.

Gráfico 14: Distribución turistas rusos según tipo de compañía aérea elegida.



Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC.

Tabla 9: Distribución turistas que viajan con compañías de bajo coste con el gasto en destino. **Porcentaje por filas**

	DECILAS GASTO EN DESTINO POR TURISTA										Total
	DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Viajar con NO CONTESTA	13,8%	11,0%	9,7%	10,0%	8,1%	8,0%	10,8%	8,3%	11,1%	9,2%	100,0%
compañías de UTILIZAN LOW COST	7,9%	10,2%	8,7%	10,1%	10,0%	9,9%	10,8%	11,0%	10,6%	10,9%	100,0%
bajo coste NO UTILIZAN LOW COST	11,3%	11,6%	9,4%	10,5%	9,4%	10,2%	9,9%	8,9%	9,4%	9,3%	100,0%
Total	10,0%	11,0%	9,1%	10,3%	9,6%	10,0%	10,3%	9,8%	10,0%	9,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 10: Distribución turistas que viajan con compañías de bajo coste con el gasto total por turista según su nacionalidad. **Porcentaje por columnas**

PRINCIPALES PAISES RESIDENCIA		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
ALEMANIA	NO CONTESTA	8,7%	5,8%	5,1%	4,2%	4,3%	5,0%	3,5%	3,9%	3,5%	2,5%	4,2%
	UTILIZAN LOW COST	28,8%	32,9%	30,1%	27,1%	24,0%	24,7%	19,3%	18,2%	16,0%	15,7%	22,1%
	NO LOW COST	62,5%	61,2%	64,8%	68,7%	71,7%	70,3%	77,2%	77,9%	80,5%	81,7%	73,7%
ESPAÑA	NO CONTESTA	4,2%	2,6%	6,5%	2,7%	2,6%	3,8%	5,0%	4,8%	2,4%	3,8%	3,9%
	UTILIZAN LOW COST	59,0%	63,0%	49,1%	47,5%	51,4%	47,0%	43,2%	42,8%	40,8%	45,8%	51,8%
	NO LOW COST	36,9%	34,4%	44,4%	49,9%	46,1%	49,2%	51,8%	52,4%	56,8%	50,5%	44,3%
OTROS PAÍSES	NO CONTESTA	7,2%	4,8%	4,2%	5,5%	6,1%	4,4%	4,9%	3,8%	4,7%	5,6%	5,1%
	UTILIZAN LOW COST	53,2%	56,9%	52,2%	49,1%	45,8%	45,6%	37,2%	35,7%	32,1%	31,6%	43,4%
	NO LOW COST	39,5%	38,2%	43,6%	45,4%	48,0%	50,0%	57,9%	60,5%	63,2%	62,8%	51,5%
PAÍSES NÓRDICOS	NO CONTESTA	10,2%	6,4%	7,4%	6,0%	4,7%	6,6%	6,8%	5,0%	5,5%	6,2%	6,4%
	UTILIZAN LOW COST	29,9%	20,8%	25,5%	26,5%	16,7%	21,7%	18,3%	24,3%	19,6%	28,2%	23,0%
	NO LOW COST	59,9%	72,8%	67,1%	67,4%	78,5%	71,7%	74,9%	70,7%	75,0%	65,6%	70,5%
REINO UNIDO	NO CONTESTA	2,8%	2,7%	1,5%	2,5%	2,7%	3,6%	2,8%	1,8%	1,8%	3,0%	2,5%
	UTILIZAN LOW COST	74,0%	69,7%	67,8%	58,9%	57,8%	55,1%	55,0%	50,0%	47,7%	45,3%	59,3%
	NO LOW COST	23,2%	27,6%	30,7%	38,6%	39,5%	41,3%	42,2%	48,2%	50,5%	51,7%	38,2%
RUSIA	NO CONTESTA	7,1%	26,0%	5,6%	8,1%	35,2%	3,7%	5,4%	8,2%	13,3%	10,9%	11,0%
	UTILIZAN LOW COST	25,3%	26,7%	25,2%	30,4%	14,0%	21,4%	16,4%	35,2%	8,1%	23,9%	21,4%
	NO LOW COST	67,5%	47,3%	69,2%	61,5%	50,7%	74,9%	78,3%	56,6%	78,6%	65,2%	67,6%
Total	NO CONTESTA	5,5%	4,1%	4,1%	4,0%	4,2%	4,6%	4,2%	3,5%	3,8%	4,4%	4,2%
	UTILIZAN LOW COST	56,2%	54,7%	50,4%	45,3%	41,2%	40,2%	35,2%	34,3%	29,9%	29,9%	41,7%
	NO LOW COST	38,3%	41,2%	45,5%	50,6%	54,6%	55,2%	60,6%	62,2%	66,3%	65,8%	54,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 11: Distribución turistas según días de antelación del viaje. . **Porcentaje por filas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Días de antelación de la reserva del viaje	NO CONTESTA	20,9%	13,2%	9,2%	11,2%	6,0%	10,5%	5,7%	6,2%	9,8%	7,4%	100,0%
	DÍA DE LA SALIDA	27,3%	15,3%	8,6%	6,9%	5,9%	9,2%	5,3%	5,1%	8,4%	7,9%	100,0%
	DE 2 A 7 DÍAS	15,9%	14,0%	12,8%	10,2%	9,2%	9,6%	9,0%	6,8%	6,3%	6,3%	100,0%
	DE 8 A 15 DÍAS	11,0%	11,7%	10,2%	11,4%	11,0%	10,9%	9,6%	8,4%	7,7%	8,2%	100,0%
	DE 16 A 30 DÍAS	10,3%	12,0%	11,1%	11,6%	10,8%	9,3%	9,1%	8,7%	8,7%	8,4%	100,0%
	DE 31 A 90 DÍAS	8,7%	10,2%	10,4%	10,2%	10,8%	9,9%	10,2%	10,5%	9,6%	9,5%	100,0%
	MÁS DE 90 DÍAS	6,1%	7,0%	8,3%	8,7%	9,6%	10,4%	11,3%	12,2%	13,3%	13,2%	100,0%
	NO LO SÉ	38,2%	10,2%	9,5%	7,6%	5,2%	6,8%	5,7%	5,0%	4,9%	6,9%	100,0%
Total	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	9,9%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 12: Distribución turistas según días de antelación del viaje. . **Porcentaje por columnas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Días de antelación de la reserva del viaje	NO CONTESTA	2,5%	1,5%	1,1%	1,3%	0,7%	1,2%	0,7%	0,7%	1,2%	0,9%	1,2%
	DÍA DE LA SALIDA	1,5%	0,9%	0,5%	0,4%	0,3%	0,5%	0,3%	0,3%	0,5%	0,4%	0,6%
	DE 2 A 7 DÍAS	13,8%	12,1%	11,1%	8,8%	7,9%	8,3%	7,7%	5,9%	5,5%	5,5%	8,6%
	DE 8 A 15 DÍAS	10,3%	11,0%	9,5%	10,6%	10,2%	10,2%	9,0%	7,8%	7,2%	7,7%	9,4%
	DE 16 A 30 DÍAS	16,2%	18,8%	17,4%	18,2%	16,7%	14,6%	14,3%	13,6%	13,6%	13,2%	15,6%
	DE 31 A 90 DÍAS	26,9%	31,4%	32,0%	31,6%	33,1%	30,6%	31,3%	32,4%	29,5%	29,4%	30,8%
	MÁS DE 90 DÍAS	19,0%	21,7%	26,0%	27,2%	29,7%	32,7%	35,2%	38,0%	41,4%	41,2%	31,2%
	NO LO SÉ	9,8%	2,6%	2,5%	2,0%	1,3%	1,8%	1,5%	1,3%	1,3%	1,8%	2,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 14: Distribución de turistas según edad. **Porcentaje por filas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Edad en intervalos	16-24	20,4%	11,9%	11,5%	9,7%	8,8%	9,7%	8,2%	7,7%	6,2%	6,0%	100,0%
	25-44	11,3%	11,6%	11,1%	10,8%	10,8%	9,8%	9,8%	9,3%	8,5%	7,1%	100,0%
	45-64	6,5%	8,0%	8,6%	9,8%	10,2%	10,7%	11,1%	11,6%	11,8%	11,7%	100,0%
	+ 64	6,2%	7,8%	8,2%	7,9%	7,7%	8,5%	9,2%	10,3%	14,1%	20,0%	100,0%
Total	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	9,9%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	100,0%	

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 15: Distribución de turistas según edad. **Porcentaje por columnas**

		DECILAS DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Edad en intervalos	16-24	19,7%	11,5%	11,1%	9,4%	8,4%	9,4%	8,0%	7,5%	6,0%	5,8%	9,7%
	25-44	51,7%	53,3%	51,0%	49,5%	49,4%	45,5%	44,8%	42,5%	38,8%	32,4%	45,9%
	45-64	21,3%	26,0%	28,2%	31,9%	33,2%	35,1%	36,5%	37,9%	38,7%	38,4%	32,7%
	+ 64	7,3%	9,1%	9,6%	9,2%	9,0%	10,0%	10,7%	12,1%	16,5%	23,4%	11,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 17: Distribución turistas según ocupación. **Porcentaje por filas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Ocupación del turista	NO CONTESTA	12,7%	10,3%	9,2%	9,6%	9,0%	10,3%	9,2%	9,8%	9,8%	10,2%	100,0%
	EMPRESARIO	9,2%	10,0%	9,4%	9,8%	8,6%	8,5%	9,8%	10,6%	10,6%	13,4%	100,0%
	AUTÓNOMO	10,6%	9,7%	10,5%	9,8%	10,3%	9,8%	10,3%	8,8%	9,9%	10,3%	100,0%
	FUNCIONARIO O ALTA DIRECCIÓN	7,2%	8,5%	8,1%	10,6%	10,8%	9,8%	11,0%	11,3%	11,5%	11,3%	100,0%
	FUNCIONARIO O CARGO MEDIO	8,6%	9,7%	10,6%	10,4%	11,2%	10,9%	10,9%	10,4%	9,9%	7,5%	100,0%
	FUNCIONARIO O AUXILIAR	10,7%	11,5%	11,4%	11,2%	12,0%	11,2%	10,2%	9,2%	7,6%	5,1%	100,0%
	OTROS TRABAJADORES Y OBREROS	10,5%	11,3%	12,3%	11,4%	11,5%	10,1%	9,2%	10,0%	7,8%	5,8%	100,0%
	ESTUDIANTE O BECARIO	21,2%	12,7%	11,3%	9,7%	8,7%	8,6%	8,0%	8,0%	5,7%	6,1%	100,0%
	JUBILADO O PENSIONISTA	6,1%	7,8%	8,5%	8,1%	8,2%	8,8%	10,1%	10,5%	13,7%	18,2%	100,0%
	TRABAJO DOMÉSTICO NO REMUNERADO	10,4%	12,3%	10,8%	10,1%	10,9%	8,3%	9,5%	11,5%	8,2%	8,1%	100,0%
	DESEMPLEADO	15,3%	16,6%	9,6%	9,3%	9,6%	12,6%	6,5%	5,9%	7,9%	6,6%	100,0%
	Total		10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	9,9%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 18: Distribución turistas según ocupación. **Porcentaje por columnas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Ocupación del turista	NO CONTESTA	18,6%	15,1%	13,4%	14,0%	13,1%	15,1%	13,4%	14,3%	14,3%	14,8%	14,6%
	EMPRESARIO	10,0%	10,9%	10,3%	10,7%	9,3%	9,3%	10,7%	11,6%	11,6%	14,6%	10,9%
	AUTÓNOMO	10,0%	9,2%	10,0%	9,3%	9,7%	9,3%	9,8%	8,4%	9,4%	9,8%	9,5%
	FUNCIONARIO O ALTA DIRECCIÓN	5,9%	7,0%	6,7%	8,8%	8,9%	8,2%	9,1%	9,4%	9,6%	9,4%	8,3%
	FUNCIONARIO O CARGO MEDIO	20,7%	23,6%	25,6%	25,2%	26,9%	26,5%	26,3%	25,1%	24,0%	18,1%	24,2%
	FUNCIONARIO O AUXILIAR	6,1%	6,5%	6,5%	6,3%	6,7%	6,4%	5,8%	5,2%	4,3%	2,9%	5,7%
	OTROS TRABAJADORES Y OBREROS	8,8%	9,4%	10,2%	9,5%	9,6%	8,5%	7,6%	8,3%	6,5%	4,8%	8,3%
	ESTUDIANTE O BECARIO	10,1%	6,1%	5,4%	4,6%	4,1%	4,1%	3,8%	3,8%	2,7%	2,9%	4,8%
	JUBILADO O PENSIONISTA	7,0%	9,1%	9,8%	9,4%	9,5%	10,3%	11,8%	12,2%	15,9%	21,1%	11,6%
	TRABAJO DOMÉSTICO NO REMUNERADO	0,9%	1,1%	1,0%	0,9%	1,0%	0,8%	0,9%	1,0%	0,7%	0,7%	0,9%
	DESEMPLEADO	1,9%	2,0%	1,2%	1,1%	1,2%	1,5%	0,8%	0,7%	1,0%	0,8%	1,2%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 20: Distribución turista por niveles de ingresos. **Porcentaje por filas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Ingresos del turista	NO CONTESTA	11,8%	9,3%	9,4%	9,8%	9,4%	10,8%	9,6%	9,8%	10,4%	9,7%	100,0%
	De 12.000 A 24.000 €	14,3%	13,2%	12,2%	10,1%	10,1%	8,7%	8,7%	8,3%	7,2%	7,1%	100,0%
	De 24.001 A 36.000 €	9,5%	11,9%	10,7%	10,0%	10,3%	10,3%	10,6%	9,1%	9,4%	8,1%	100,0%
	De 36.001 A 48.000 €	10,0%	9,5%	10,9%	10,2%	11,9%	9,8%	9,3%	10,6%	8,6%	9,2%	100,0%
	De 48.001 A 60.000 €	7,7%	9,8%	10,1%	10,2%	10,2%	10,4%	11,4%	10,4%	10,2%	9,7%	100,0%
	De 60.001 A 72.000 €	7,3%	8,6%	9,8%	10,3%	11,3%	9,2%	10,6%	10,2%	10,0%	12,6%	100,0%
	De 72.001 A 84.000 €	5,9%	9,0%	9,1%	9,2%	8,9%	10,2%	12,1%	11,3%	12,9%	11,5%	100,0%
	MÁS DE 84.000 €	6,4%	7,5%	7,4%	10,3%	9,1%	8,8%	9,9%	12,0%	13,2%	15,4%	100,0%
	Total	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	9,9%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	100,0%

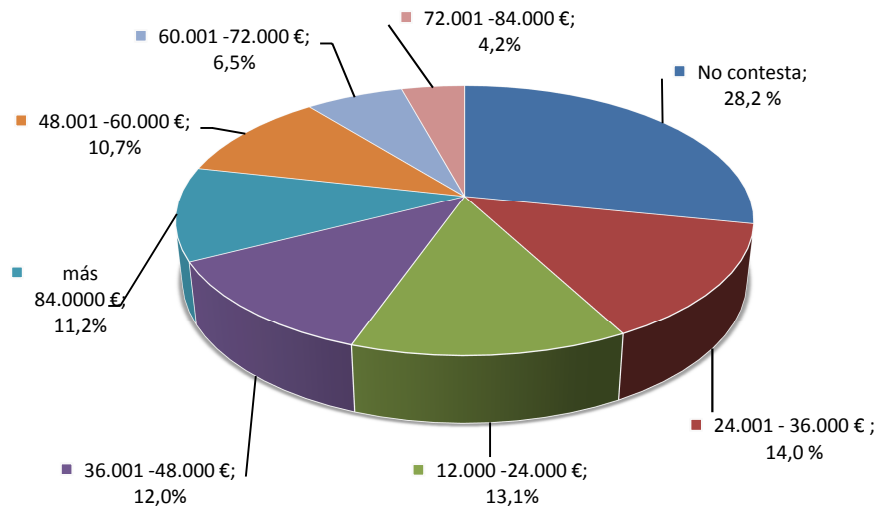
Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 21: Distribución turista por niveles de ingresos. **Porcentaje por columnas**

	DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
	DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
NO CONTESTA	33,4%	26,3%	26,7%	27,6%	26,3%	30,7%	27,1%	27,6%	29,3%	27,5%	28,2%
Ingresos del turista											
De 12.000 A 24.000 €	18,7%	17,4%	16,0%	13,2%	13,2%	11,5%	11,5%	10,9%	9,5%	9,3%	13,1%
De 24.001 A 36.000 €	13,3%	16,8%	15,0%	14,0%	14,4%	14,5%	15,0%	12,8%	13,2%	11,4%	14,0%
De 36.001 A 48.000 €	12,0%	11,4%	13,1%	12,2%	14,2%	11,9%	11,2%	12,8%	10,3%	11,1%	12,0%
De 48.001 A 60.000 €	8,2%	10,5%	10,8%	10,9%	10,9%	11,2%	12,3%	11,2%	10,9%	10,5%	10,7%
De 60.001 A 72.000 €	4,7%	5,5%	6,4%	6,7%	7,3%	6,0%	6,8%	6,6%	6,5%	8,2%	6,5%
De 72.001 A 84.000 €	2,5%	3,8%	3,8%	3,9%	3,7%	4,3%	5,1%	4,7%	5,4%	4,8%	4,2%
MÁS DE 84.000 €	7,1%	8,4%	8,3%	11,5%	10,1%	9,9%	11,1%	13,4%	14,8%	17,2%	11,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

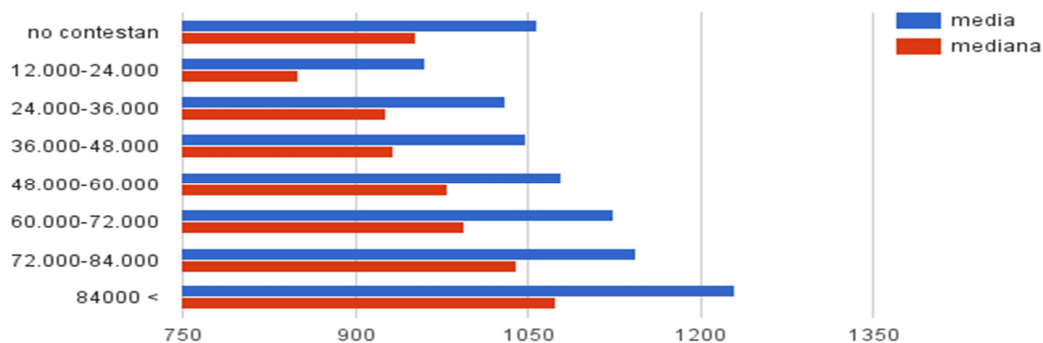
Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Gráfico 16: Proporción turistas según nivel de ingresos



Fuente: Elaboración propia con datos ISTAC.

Gráfico 17: Medias y medianas del gasto por turista según nivel de ingresos.



Fuente: Elaboración propia a través de datos del ISTAC a través del SPSS.

Tabla 23: Distribución turistas según impresión general de la estancia. **Porcentaje por columnas.**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Impresión general sobre la estancia	NO CONTESTA	19,6%	16,2%	14,8%	15,4%	15,6%	16,2%	15,1%	14,8%	16,9%	17,6%	16,2%
	MUY MALA	0,1%	0,2%	0,0%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%
	MALA	0,2%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,5%	0,4%	0,3%
	NORMAL	5,4%	5,3%	4,6%	4,5%	4,1%	4,1%	3,5%	4,1%	3,6%	5,5%	4,5%
	BUENA	37,3%	37,0%	39,4%	37,6%	39,2%	37,2%	38,7%	37,0%	36,8%	34,8%	37,5%
	MUY BUENA	37,5%	41,0%	40,8%	42,1%	40,5%	42,0%	42,3%	43,5%	42,0%	41,4%	41,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 24: Distribución turistas según impresión general de la estancia. **Porcentaje por filas.**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
Impresión general sobre la estancia	NO CONTESTA	12,1%	10,0%	9,1%	9,5%	9,7%	9,9%	9,3%	9,1%	10,4%	10,9%	100,0%
	MUY MALA	8,3%	9,9%	2,4%	6,6%	12,0%	15,5%	9,5%	12,9%	3,7%	19,3%	100,0%
	MALA	5,5%	12,1%	8,7%	8,9%	10,2%	7,1%	9,3%	10,2%	15,2%	12,8%	100,0%
	NORMAL	12,0%	11,9%	10,3%	10,1%	9,3%	9,2%	7,7%	9,2%	8,1%	12,3%	100,0%
	BUENA	9,9%	9,9%	10,5%	10,0%	10,5%	9,9%	10,3%	9,9%	9,8%	9,3%	100,0%
	MUY BUENA	9,1%	9,9%	9,9%	10,2%	9,9%	10,1%	10,2%	10,5%	10,2%	10,0%	100,0%
Total		10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	9,9%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 26: Distribución del gasto total según nacionalidad de turistas. **Porcentaje por columnas.**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
PAISES DE RESIDENCIA	ALEMANIA	10,0%	14,4%	15,3%	16,5%	22,4%	22,4%	25,5%	26,2%	28,6%	29,1%	21,0%
	ESPAÑA	25,5%	15,8%	14,6%	12,1%	9,6%	8,6%	8,1%	6,6%	5,9%	4,7%	11,2%
	OTROS PAÍSES	19,9%	19,4%	20,1%	23,4%	22,9%	23,4%	21,3%	22,3%	24,2%	26,1%	22,3%
	PAÍSES NÓRDICOS	11,6%	12,3%	13,3%	13,7%	13,4%	14,5%	15,0%	13,9%	12,9%	13,6%	13,4%
	REINO UNIDO	32,7%	37,7%	36,3%	33,7%	31,2%	30,2%	28,9%	29,6%	26,0%	21,9%	30,8%
	RUSIA	0,4%	0,4%	0,4%	0,6%	0,5%	0,8%	1,3%	1,4%	2,4%	4,6%	1,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 27: Distribución del gasto total según nacionalidad de turistas. **Porcentaje por filas**

		DECILES DEL GASTO TOTAL TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
PAISES DE RESIDENCIA	ALEMANIA	4,7%	6,9%	7,3%	7,9%	10,7%	10,6%	12,1%	12,4%	13,6%	13,8%	100,0%
	ESPAÑA	22,8%	14,2%	13,0%	10,9%	8,7%	7,7%	7,3%	6,0%	5,3%	4,2%	100,0%
	OTROS PAÍSES	8,9%	8,7%	9,0%	10,5%	10,3%	10,5%	9,5%	10,0%	10,9%	11,7%	100,0%
	PAÍSES NÓRDICOS	8,7%	9,2%	9,9%	10,2%	10,0%	10,8%	11,2%	10,3%	9,6%	10,1%	100,0%
	REINO UNIDO	10,6%	12,2%	11,8%	10,9%	10,2%	9,8%	9,4%	9,6%	8,4%	7,1%	100,0%
	RUSIA	3,3%	2,8%	2,8%	5,0%	3,7%	6,2%	10,1%	11,2%	18,8%	36,0%	100,0%
Total		10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,1%	9,9%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 28: Distribución del gasto en origen según nacionalidad de turistas. **Porcentaje por filas**

		DECILES GASTO ORIGEN POR TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
PAISES DE RESIDENCIA	ALEMANIA	3,8%	4,7%	5,7%	7,4%	8,6%	10,4%	12,5%	14,1%	14,6%	18,0%	100,0%
	ESPAÑA	21,8%	15,7%	11,6%	12,1%	10,9%	8,1%	5,9%	7,3%	3,7%	2,8%	100,0%
	OTROS PAÍSES	9,6%	10,0%	9,1%	10,7%	9,7%	10,3%	10,3%	10,2%	9,4%	10,8%	100,0%
	PAÍSES NÓRDICOS	10,0%	10,0%	10,1%	10,2%	9,5%	10,6%	11,8%	9,1%	10,7%	8,0%	100,0%
	REINO UNIDO	10,4%	12,2%	12,9%	10,7%	11,0%	9,9%	9,7%	7,3%	9,5%	6,5%	100,0%
	RUSIA	6,2%	3,6%	4,0%	8,3%	7,0%	10,1%	9,6%	14,2%	11,9%	25,2%	100,0%
Total		10,0%	10,1%	9,9%	10,1%	9,9%	10,0%	10,3%	9,7%	10,1%	9,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS

Tabla 29: Distribución del gasto en Canarias según nacionalidad de turistas. **Porcentaje por filas.**

		DECILES GASTO EN CANARIAS POR TURISTA										Total
		DECIL 1	DECIL 2	DECIL 3	DECIL 4	DECIL 5	DECIL 6	DECIL 7	DECIL 8	DECIL 9	DECIL 10	
PAISES DE RESIDENCIA	ALEMANIA	12,6%	14,0%	10,0%	11,4%	9,8%	10,3%	9,8%	7,5%	7,5%	7,0%	100,0%
	ESPAÑA	8,6%	12,4%	11,6%	10,0%	11,2%	9,8%	10,4%	9,3%	8,5%	8,3%	100,0%
	OTROS PAÍSES	9,1%	10,2%	7,2%	10,6%	8,5%	9,9%	10,0%	9,6%	12,0%	13,0%	100,0%
	PAÍSES NÓRDICOS	8,7%	8,5%	9,0%	9,9%	9,9%	10,3%	10,1%	10,9%	11,2%	11,6%	100,0%
	REINO UNIDO	10,2%	10,4%	9,3%	10,0%	9,7%	9,9%	11,1%	11,0%	9,8%	8,4%	100,0%
	RUSIA	4,5%	3,0%	2,8%	3,7%	2,7%	6,6%	6,8%	10,5%	20,3%	39,2%	100,0%
Total		10,0%	11,0%	9,1%	10,3%	9,6%	10,0%	10,3%	9,8%	10,0%	9,9%	100,0%

Fuente: Elaboración propia usando datos de ISTAC a través de SPSS