

# Análisis del impacto del Carnaval en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria Tomo I





## Índice

<b>Introducción</b>	6
<b>Objetivos y Metodología del Informe</b>	11
<b>1. Análisis de las características y comportamiento de los asistentes a la Galas de la Reina y Drag Queen</b>	16
1.1 Comportamiento	18
1.1.1 Lugar de residencia	18
1.1.2 Participación en el Carnaval	19
1.1.3 Grado de involucración (disfraces)	20
1.1.4 Medio de transporte	21
1.1.5 Grupo para asistir al evento	22
1.1.6 Asistentes a otros eventos del Carnaval	24
1.2 Valoración del evento	25
1.2.1 Valoración general del Carnaval	25
1.2.2 Bienestar y felicidad	26
1.3 Gasto de los participantes	27
1.3.1 Gasto medio de los participantes	27
1.4 Motivaciones para participar en el evento	30
1.5 Grado de importancia del Carnaval	32
1.6 Percepción de los impactos positivos y negativos generados por el Carnaval	34
1.7 Fuentes de información	35
1.8 Características sociodemográficas	36
<b>2. Análisis de las características y el comportamiento de los residentes</b>	40
2.1 Perfil de los participantes	41
2.1.1 Número de años residiendo en la isla de Gran Canaria	41
2.2 Grado de involucración en los eventos del Carnaval	42
2.2.1 Participación en el Carnaval	42
2.2.2 Número de años participando en el Carnaval	43
2.2.3 Último año en el que ha participado en el Carnaval	44
2.2.4 Evento al que más ha asistido	45
2.3 Comportamiento	46
2.3.1 Grupo para asistir al evento	46
2.3.2 Tipo de participación	47
2.4 Valoración del evento	49
2.4.1 Valoración general del Carnaval	49
2.4.2 Bienestar y felicidad	49
2.5 Participación en otros eventos en la ciudad	49
2.6 Gasto medio de los participantes	50
2.7 Motivaciones para participar en el evento	51
2.8 Imagen del Carnaval	52
2.9 Percepción de los impactos positivos y negativos generados por el Carnaval	52
2.10 Necesidad de otros eventos y tipología de los mismos	53

2.11 Características sociodemográficas	53
<b>3. Análisis de las características y del comportamiento de los turistas alojados en la ciudad que participan en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria</b>	57
3.1 Perfil de los participantes	58
3.2 Influencia del Carnaval en la decisión de visita	58
3.3 Tipología de alojamiento	59
3.4 Relación con el Carnaval	60
3.4.1 Asistencia anterior al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria	60
3.4.2 Asistencia a otro Carnaval en el mundo	61
3.4.3 Eventos más atractivos del Carnaval	62
3.5 Grupo para asistir al evento	64
3.6 Razones para participar en el Carnaval	64
3.7 Bienestar y felicidad	65
3.8 Participación en otros eventos en Gran Canaria	65
3.9 El carnaval del futuro	66
3.10 Análisis de la fidelidad de los participantes al Carnaval de Gran Canaria	67
3.11 Gasto medio de los participantes	67
3.12 Visita a la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria	69
3.13 Fuentes de información	69
3.14 Características sociodemográficas	70
<b>4. Análisis de las características y el comportamiento de los turistas alojados en el Sur de la isla de Gran Canaria</b>	74
4.1 Visita anterior a la isla de Gran Canaria	75
4.2 Relación con el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria	75
4.2.1 Grado de conocimiento sobre el Carnaval de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria	75
4.2.2 Intención de participación futura en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria	76
4.2.3 Principales razones para no participar en la Carnaval de la ciudad	77
4.2.4 El papel del Carnaval como motivación para visitar Gran Canaria	77
4.2.5 Evento más atractivo del Carnaval	78
4.2.6 Principales razones para participar y asistir al Carnaval	79
4.3 Comportamiento de viaje	81
4.3.1 Grupo para asistir al evento	81
4.3.2 Tipología de alojamiento	82
4.4 Grado de involucración	82
4.4.1 Uso de disfraces	82
4.4.2 Razones para disfrazarse o no disfrazarse	83
4.5 Valoración del evento	84
4.6 Percepción de los impactos negativos del Carnaval	84
4.7 Evaluación post-carnaval	85
4.7.1 Sentimientos al finalizar el evento	85
4.7.2 Nivel de satisfacción	86
4.7.3 Significado del Carnaval	86

4.8 Imagen del Carnaval	87
4.9 Características sociodemográficas	88
4.10 Comportamiento de gasto	89
<b>5. Análisis adicional sobre el gasto de los residentes</b>	90
5.1 Gasto medio	91
5.2 Gasto medio por municipio de residencia	91
5.3 Gasto medio en función del tipo de participación	92
5.3.1 Gasto medio en función de si se disfraza o no lo hace	92
5.4 Gasto medio según características sociodemográficas	92
<b>6. Conclusiones</b>	94



## Introducción

Cientos de miles de personas disfrutan cada año de una fiesta con una gran tradición popular, el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, que gira en torno a las celebraciones en la calle (cabalgatas, noches de Carnaval y Carnaval de Día) y las grandes galas, como la elección de la Reina o el Drag Queen de las fiestas, y los concursos de murgas, comparsas, maquillaje corporal, el Carnaval canino y otros espectáculos, los más importantes se retransmiten por televisión a nivel internacional.

Cada año, son los propios ciudadanos los que eligen una alegoría o tema central en el que ambientar el Carnaval. El de 2019, el tema del Carnaval celebrado fue el de Una noche en Río. Entre el 15 de febrero y el 10 de marzo, la ciudad se sumergió en el origen de los carnavales más famosos del mundo.

### La fiesta del Drag Queen

Dos décadas contemplan ya la celebración de la gran Gala Drag Queen del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria. Su Carnaval se ha convertido en pionero y referencia del mundo Drag, que centra la atención también del exterior, como una cita que es recurrentemente tendencia mundial en las redes sociales y que se emite a través de la



televisión e internet a nivel internacional. Las entradas para la Gala se ponen a la venta poco tiempo antes de su celebración, y son siempre muy codiciadas. Así como la participación en la misma: para estar en ella muchos Drag Queens compiten en una

preselección que no tiene difusión pública, pero a la que el público puede asistir en Santa Catalina, y que es una verdadera fiesta Drag.

### Una corona con tradición

La elección de la Reina de las fiestas es el acto tradicionalmente más emblemático de un programa oficial cuyos orígenes se remontan casi cuatro décadas atrás. La Gala en la que se elige a la monarca de los Carnavales es cita obligada para conocer la esencia de unas celebraciones que giran en torno al escenario central del Parque Santa Catalina. Esta cita es retransmitida a nivel nacional e internacional por la televisión, y acapara igualmente una gran atención en las redes sociales, en donde lucen las espectaculares fantasías ideadas por los diseñadores para las candidatas.



### Carnaval de noche... y de día

Santa Catalina es, precisamente, el entorno de las Noches de Carnaval y sus conciertos, seguidos siempre por una multitud. Aunque el parque igualmente acoge varias jornadas de Carnaval de Día, cada año más popular, que capta la atención del público local... y de los viajeros, huéspedes que se alojan en la ciudad, excursionistas que llegan desde el Sur de Gran Canaria y los cruceristas que desembarcan en el vecino Muelle Santa Catalina. Estas fiestas de día también se han extendido al casco histórico de la ciudad, con una

fiesta multitudinaria en Vegueta que rebosa de espíritu carnavalero: una convocatoria con mucho espíritu joven que llena de disfraces la ciudad histórica.

### El Carnaval en familia

Los actos del Carnaval Infantil (sus galas, concursos y fiestas en torno a Santa Catalina), o certámenes como el Carnaval canino, llenan el escenario de familias que se suman a las celebraciones: unas fiestas en donde los más pequeños siempre tienen su espacio para el disfraz y la diversión... como corresponde a una ciudad que puede presumir del Sello de Turismo Familiar. La Gala de la Reina Infantil, además, completa esta agenda con la elección de la pequeña monarca de los festejos.

### Maquillaje Corporal

Otro concurso cada vez más popular es el de Maquillaje Corporal: cada año, los modelos lucen impactantes fantasías de body painting que llevan el espíritu del Carnaval a otra dimensión... siempre a juego con la alegoría en la que se ambientan las fiestas. En 2019 los participantes se pintaron de Río, en otra demostración de talento y recursos por parte de los maquilladores.

### Desfiles para todos

Ya sea a bordo de las numerosas carrozas o tras ellas, las mascaritas se entregan a la fiesta en la Gran Cabalgata: desfile que presiden la Reina, el Drag y los grupos del Carnaval (murgas y comparsas). Un desfile que es una de las grandes celebraciones previstas en el programa, y que tiene su complemento en la Cabalgata Infantil (concebida para los más jóvenes), en el Carnaval al Sol que recorre cada año el paseo de la icónica Playa de Las Canteras o en el Entierro de La Sardina, que también concluye en la playa para poner fin a los festejos, en el último día de su calendario.





### El Carnaval en la ciudad vieja

Además del Carnaval de Día, Vegueta acoge su Carnaval Tradicional (en el que el vestir de blanco es obligado... para sumergirse en las nubes de talco que recuerdan las recepciones que las Islas dieron a los inmigrantes que regresaban de América). Es ahí, en el casco histórico, donde el Carnaval se inicia con la lectura del pregón (el primer acto del programa) y un concierto posterior: una cita que anima los numerosos locales de restauración de la zona, y que comienza a teñir de Carnaval a Las Palmas de Gran Canaria.

### Murgas y comparsas



Imprescindibles para conectar la fiesta con el público que más intensamente la vive. Murgas y comparsas compiten en animados concursos en Santa Catalina, en los que la sátira y el ritmo se adueñan de estas veladas. La final de murgas, además, genera una gran expectación (con entradas que deben adquirirse pocos días antes de la final), después de la celebración de hasta tres fases previas en el parque.

### La fiesta del disfraz

El disfraz no es preceptivo para disfrutar de la fiesta... pero sí altamente recomendable. Desde semanas antes del comienzo del Carnaval los establecimientos comerciales de la ciudad lucen ofertas específicas y hasta secciones dedicadas por entero al disfraz y sus complementos, con distintas gamas de precio y calidad. Desde los grandes centros comerciales o las áreas comerciales abiertas (como Triana o Mesa López, grandes almacenes) hasta comercios y cadenas especializadas en la celebración de estas fiestas.

Aunque conviene igualmente no olvidar el origen popular de la fiesta, y la costumbre local (aún extendida) de auto-fabricarse el propio disfraz: ya sea tomando prestadas prendas de la familia que han pasado de moda o cortando patrones para diseñar un atuendo apropiado para vestir en los festejos (como ocurre con los grupos del Carnaval). Por eso, las tiendas y comercios especializados en la venta de tejidos al por mayor también disfrutan de una intensa actividad en estas fechas.



El Carnaval transforma la ciudad y genera un impacto significativo en la misma y en la vida de los ciudadanos. Por ese motivo, a continuación, se expone el objetivo de este estudio.

## Objetivos y Metodología del Informe

El presente informe tiene por objetivo genérico ahondar en el conocimiento del evento y en el desarrollo de una metodología de aplicación para gestionar y evaluar el Carnaval como evento turístico, que pueda ser implementada en el destino de Las Palmas de Gran Canaria, con especial énfasis en la elaboración de un estudio que determine el impacto económico, social, y de imagen turística para Las Palmas de Gran Canaria. La utilidad final es, entre otras, facilitar las líneas de actuación futura para convertir el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria en un evento de mayor proyección internacional que suponga la atracción de visitantes al destino.

Antes de avanzar en la metodología concreta del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, a continuación, se enumeran algunos principios rectores que deben estar presentes en esta estrategia de gestión del evento que se quiere seguir mejorando:

- La sostenibilidad, respetando el medio ambiente.
- Maximizar los beneficios económicos, sociales y culturales locales.
- Orientación de alto retorno de la inversión hacia los turistas internacionales.
- Apelando y contando con el apoyo de los residentes.
- Integrando la identidad cultural del destino.

Además, se destaca que los eventos, y en concreto el Carnaval, deben concebirse en función de los siguientes criterios:

- Implementar una estrategia y unos objetivos claramente definidos.
- Cada evento tiene un valor concreto.
- Administración a largo plazo, considerando los beneficios sostenibles.
- Los eventos estrella e iconográficos, pueden apoyarse en otros de menor alcance, que ayudan al desarrollo de la marca del destino.
- Integrando una gestión de abajo hacia arriba, y de arriba hacia abajo, fomentando la innovación y el emprendimiento.
- Con una clara orientación al mercado.
- Con la participación de los diversos agentes y con la coordinación adecuada de todos ellos.

El presente informe se estructura en diferentes secciones que tratan de responder a las principales líneas de trabajo genéricas a afrontar por Las Palmas de Gran Canaria para tener éxito en la gestión planteada.

El principal valor de este trabajo y, por tanto, la aportación del mismo, se destaca en los siguientes puntos:

- Facilita el desarrollo de un modelo de gestión del Carnaval y su impacto desde la dinámica del destino, y en concreto para el municipio.
- Guía el establecimiento de objetivos de atracción de asistentes dentro de la comunidad local, y de los turistas, así como la mejora de la imagen y gestión de la marca.
- Realiza un análisis profundo que permite establecer aportaciones sustanciales a la definición del nuevo modelo de gestión del Carnaval.
- Indica el camino para establecer una evaluación continua del Carnaval, de su orientación turística, y potencialidad.

La información necesaria para comprender mejor el perfil, comportamiento de su público, así como el análisis del impacto económico del Carnaval en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, fue recogida mediante la realización de **6 trabajos de campo** con encuestas entre los participantes en las galas más importantes del Carnaval (Gala de la Reina y Gala Drag); la población residente en la isla de Gran Canaria (participaran o no en los actos del Carnaval), y otra encuesta adicional de gasto; población no residente (turistas) participando en el Carnaval; y entre los turistas que visitaban la isla de Gran Canaria en la zona Sur en las fechas de celebración del Carnaval independientemente de que participaran, o no, en el mismo. El período de recogida de datos tuvo lugar entre los meses de enero y marzo de 2019.

Para diseñar los diferentes cuestionarios utilizados, en el proceso de recogida de información, se realizaron entrevistas en profundidad con los diferentes grupos de interés del Carnaval de la ciudad. La primera reunión tuvo lugar el día 8 de mayo de 2018, a ésta asistieron los distintos expertos, nacionales e internacionales, participantes en la realización del proyecto, la concejala del Área de Gobierno de Fomento, Servicios Públicos y Aguas, Inmaculada Medina, y los distintos técnicos de Turismo del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria que se encargan de todo lo relacionado con la organización del Carnaval en la ciudad. En dicha reunión se discutieron las bases y los objetivos del proyecto. Una versión preliminar de los cuestionarios a utilizar surgió de esta reunión.

Posteriormente, el 9 de mayo de 2018, los expertos encargados del estudio, se reunieron con los representantes de grupos del Carnaval (Murgas, comparsas, personajes del Carnaval, batucadas, diseñadores, maquilladores...), con el fin de explicarles los objetivos del mismo, conocer sus opiniones y visión sobre éstos y recoger sus sugerencias.

El objetivo de las encuestas fue, entre otros, conocer el perfil sociodemográfico de los participantes en el Carnaval, su comportamiento, sus motivaciones para participar en el evento, y el gasto realizado durante el período del Carnaval, en Las Palmas de Gran Canaria, así como percepción sobre los impactos positivos y negativos del mismo.

Los cuadros que aparecen a continuación recogen el proceso metodológico llevado a cabo para la recogida de información. Con respecto a la Gala Drag, la información fue recogida al comienzo de la misma por un grupo de 3 encuestadores.

**Cuadro 1. Ficha técnica del proceso metodológico. Asistentes a la Gala Drag**

Procedimiento	<b>Cuestionarios estructurados, combinando preguntas abiertas y cerradas.</b>
Universo	<b>Asistentes a la Gala Drag</b>
Muestreo	<b>Conveniencia</b>
Muestra	<b>121 participantes</b>
Error Muestral	<b>≤ 5,00% con un coeficiente de fiabilidad del 95,5%, p=q</b>
Fecha de Trabajo de Campo	<b>Febrero 2019</b>

En la entrada del recinto en el que se celebraba la gala de la Reina se encontraba un grupo de 3 encuestadores.

**Cuadro 2. Ficha técnica del proceso metodológico. Asistentes a la Gala de la Reina**

Procedimiento	<b>Cuestionarios estructurados, combinando preguntas abiertas y cerradas.</b>
Universo	<b>Participantes en la Gala de la Reina</b>
Muestreo	<b>Conveniencia</b>
Muestra	<b>67 participantes</b>
Error Muestral	<b>≤ 5,00% con un coeficiente de fiabilidad del 95,5%, p=q</b>
Fecha de Trabajo de Campo	<b>Febrero 2019</b>

Los cuestionarios a los residentes se realizaron a través de dos vías: online y presencial.

**Cuadro 3. Ficha técnica del proceso metodológico. Residentes**

Procedimiento	<b>Cuestionarios estructurados online y presencial, combinando preguntas abiertas y cerradas.</b>
Universo	<b>Residentes en Gran Canaria</b>
Muestreo	<b>Conveniencia y online a través de la plataforma de participación ciudadana</b>
Muestra	<b>127 residentes</b>
Error Muestral	<b>≤ 5,00% con un coeficiente de fiabilidad del 95,5%, p=q</b>
Fecha de Trabajo de Campo	<b>Febrero 2019</b>

Durante la celebración del evento se pasó un cuestionario estructurado a los turistas participantes en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria.

**Cuadro 4. Ficha técnica del proceso metodológico. Turistas participantes**

Procedimiento	<b>Cuestionarios estructurados, combinando preguntas abiertas y cerradas.</b>
Universo	<b>Turistas en la isla de Gran Canaria durante el período del Carnaval</b>
Muestreo	<b>Conveniencia</b>
Muestra	<b>265 no residentes (turistas)</b>
Error Muestral	<b>≤ 5,00% con un coeficiente de fiabilidad del 95,5%, p=q</b>
Fecha de Trabajo de Campo	<b>Febrero 2019</b>

Un grupo de encuestadores se desplazó al sur de la isla para encuestar en distintos puntos a turistas que estuviesen pasando sus vacaciones en la isla durante la celebración del Carnaval.

**Cuadro 5. Ficha técnica del proceso metodológico. Turistas en el sur de la isla**

Procedimiento	<b>Cuestionarios estructurados, combinando preguntas abiertas y cerradas.</b>
Universo	<b>Turistas en la isla de Gran Canaria durante el período del Carnaval</b>
Muestreo	<b>Conveniencia</b>
Muestra	<b>200 turistas</b>
Error Muestral	<b>≤ 5,00% con un coeficiente de fiabilidad del 95,5%, p=q</b>
Fecha de Trabajo de Campo	<b>Febrero 2019</b>

Con el objetivo de realizar un análisis más profundo del gasto realizado en el evento se realizó una encuesta a residentes.

**Cuadro 6. Ficha técnica del proceso metodológico. Residentes. Análisis del gasto**

Procedimiento	<b>Cuestionarios estructurados, combinando preguntas abiertas y cerradas.</b>
Universo	<b>Turistas en la isla de Gran Canaria durante el período del Carnaval</b>
Muestreo	<b>Conveniencia</b>
Muestra	<b>200 turistas</b>
Error Muestral	<b>≤ 5,00% con un coeficiente de fiabilidad del 95,5%, p=q</b>
Fecha de Trabajo de Campo	<b>Febrero 2019</b>



## **Análisis de las características y comportamiento específico de los asistentes a la Galas de la Reina y Drag Queen**



# 1. Análisis de las características y comportamiento específico de los asistentes a la Galas de la Reina y Drag Queen

Dada la importancia de la Gala de la Reina y de la Gala Drag Queen, se realizó un análisis específico de los participantes en las mismas.

## 1.1 Comportamiento

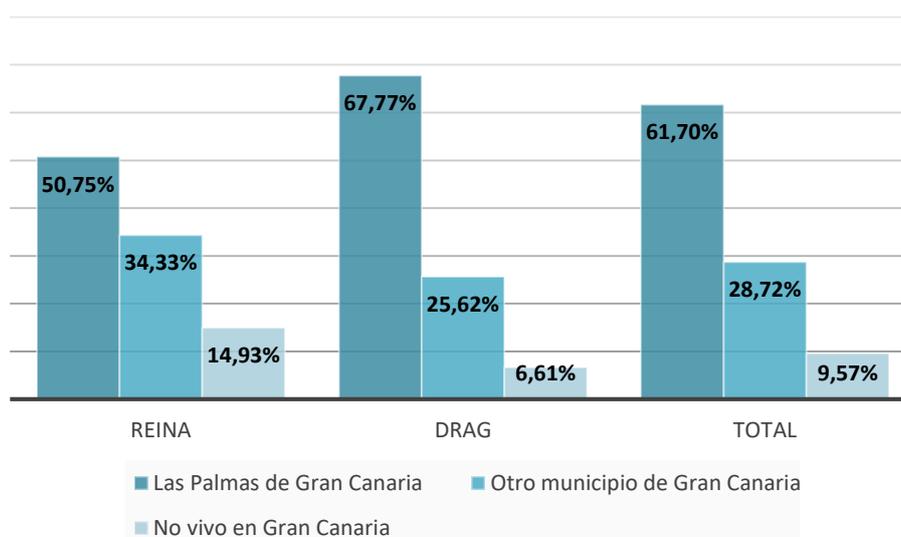
### 1.1.1 Lugar de residencia

Más del 61% de los asistentes a las Galas de la Reina y a la Gala Drag, participantes en el estudio, son residentes en la propia ciudad de Las Palmas de Gran Canaria. Un 28,72% son residentes en otros municipios de la isla. Aproximadamente un 10% de las personas que asisten a estos eventos no son residentes en la isla de Gran Canaria. Este porcentaje pone de manifiesto el potencial de crecimiento de ambos eventos para atraer a no residentes. Si se analizan ambas galas por separado, se puede observar como la gala que recibe más asistentes de fuera de la ciudad y, especialmente de fuera de la isla, es la Gala de la Reina, con menor demanda local.

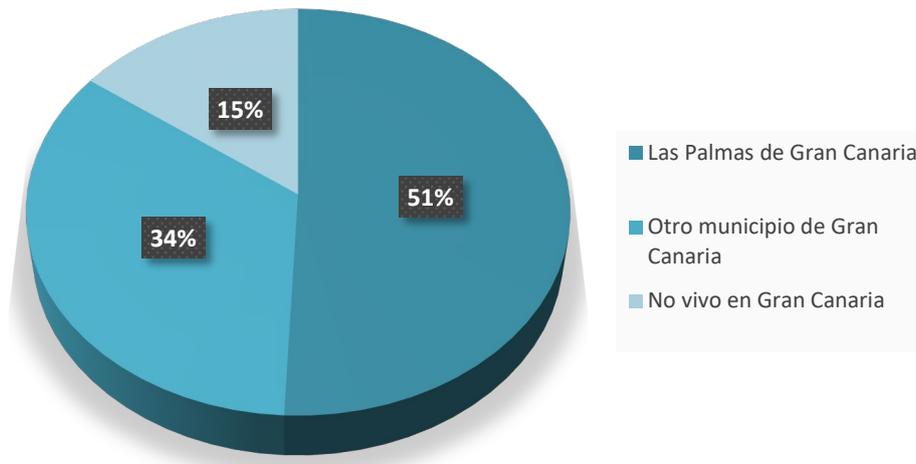
Tabla 1. Lugar de residencia

	Reina	Drag	Total
Las Palmas de Gran Canaria	50,75	67,77	61,70
Otro municipio de Gran Canaria	34,33	25,62	28,72
No vivo en Gran Canaria	14,93	6,61	9,57
Total	100	100	100

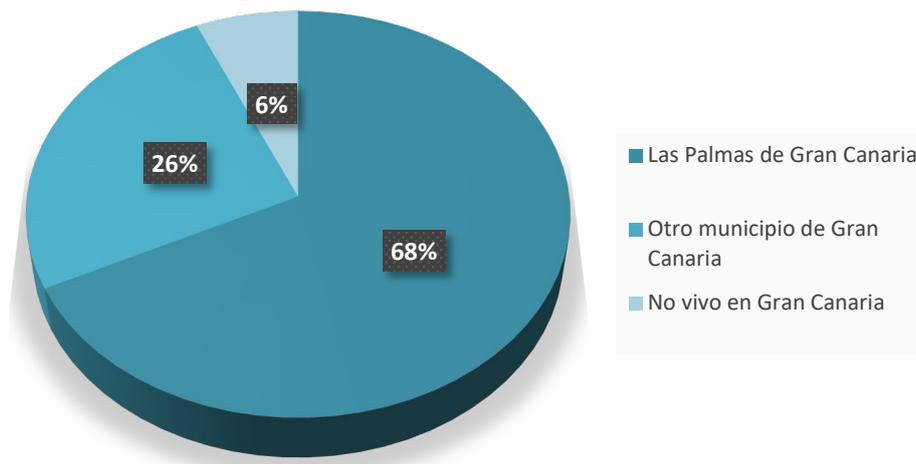
Figura 1. Lugar de residencia



**Figura 2. Lugar de residencia (Gala Reina)**



**Figura 3. Lugar de residencia (Gala Drag)**



### 1.1.2 Participación en el Carnaval

El número medio de veces que los participantes han asistido a las galas es de 4. Con respecto a la Gala de la Reina, los asistentes manifiestan haber asistido 3,87 veces de media. La asistencia a la Gala Drag cuenta con aún un mayor nivel de fidelidad y los asistentes han participado en la misma en 4,05 ocasiones de media. En general, se puede observar el alto nivel de repetición en la asistencia a estos actos principales del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria.

**Tabla 2. Número medio de asistencia previa**

	Reina	Drag	Total
Media	3,87	4,05	3,98

### 1.1.3 Grado de involucración (disfraces)

Entendiendo la involucración como una participación activa (disfrazándose), el 66,84% de los asistentes a las galas se ha disfrazado durante la celebración del Carnaval, antes de la gala, frente al 33,16% que no lo ha hecho. El porcentaje de personas que se disfrazan es mayor entre los asistentes a la Gala Drag, superando el 75%. En el caso de la Gala de la Reina este porcentaje solo supera ligeramente el 51%.

**Tabla 3. Se ha disfrazado durante estos carnavales**

	Reina	Drag	Total
Sí	51,52	75,21	66,84
No	48,48	24,79	33,16
Total	100	100	100

**Figura 4. Se ha disfrazado durante estos carnavales**

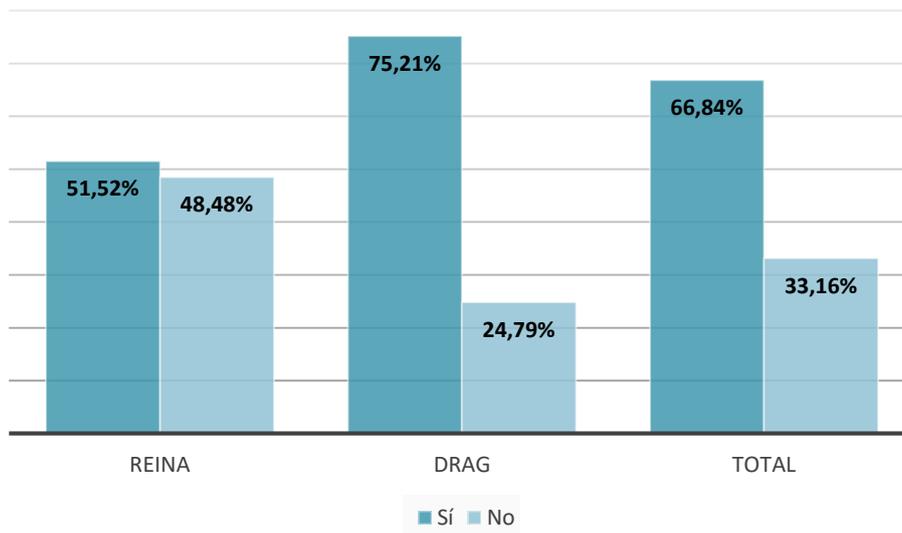


Figura 5. Se ha disfrazado durante estos carnavales (Gala Reina)

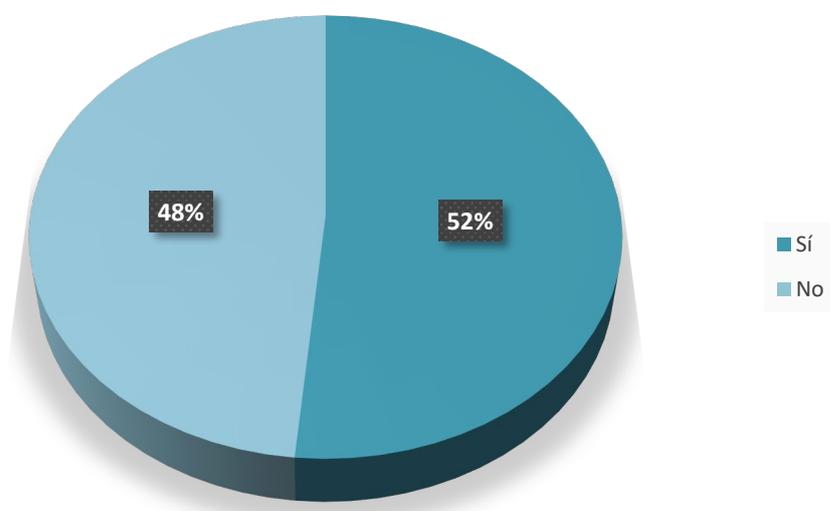
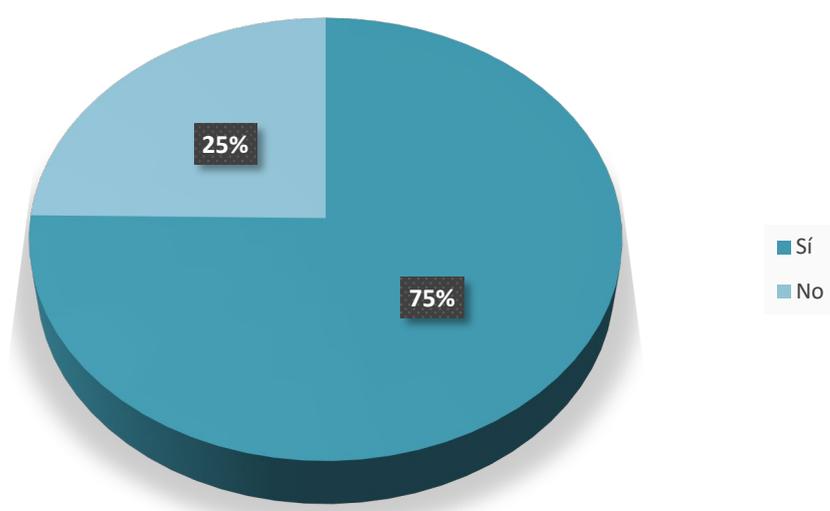


Figura 6. Se ha disfrazado durante estos carnavales (Gala Drag)



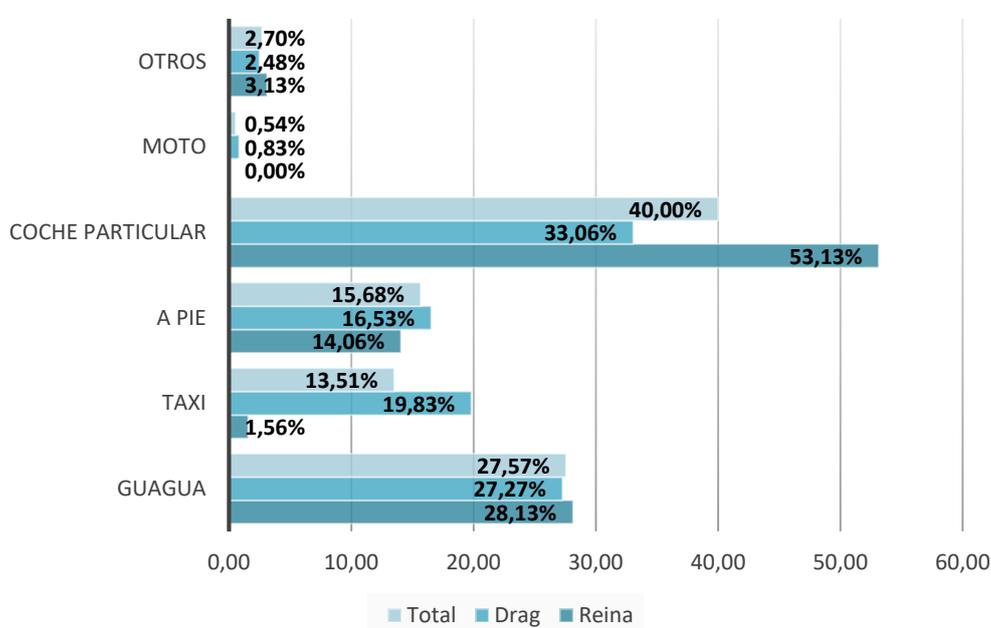
#### 1.1.4 Medio de transporte

El principal medio de transporte para desplazarse hasta el lugar de celebración de ambas galas es el coche particular (40%). Su uso es más elevado para el desplazamiento a la Gala de la Reina (53,13%), frente al 33,06% que utiliza el coche para asistir a la Gala Drag. Le sigue el uso del transporte público: guagua (27,57%) y taxi (15,68%). Si bien el uso del taxi no destaca en el caso de la Gala de la Reina (1,56%), frente al 19,83% que hace uso del mismo para asistir a la Gala Drag. El porcentaje de personas que optan por desplazarse caminado asciende al 15,68%.

**Tabla 4. Medio de transporte**

	Reina	Drag	Total
Guagua	28,13	27,27	27,57
Taxi	1,56	19,83	13,51
A pie	14,06	16,53	15,68
Coche particular	53,13	33,06	40,00
Moto	0,00	0,83	0,54
Otros	3,13	2,48	2,70
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Figura 7. Medio de transporte**



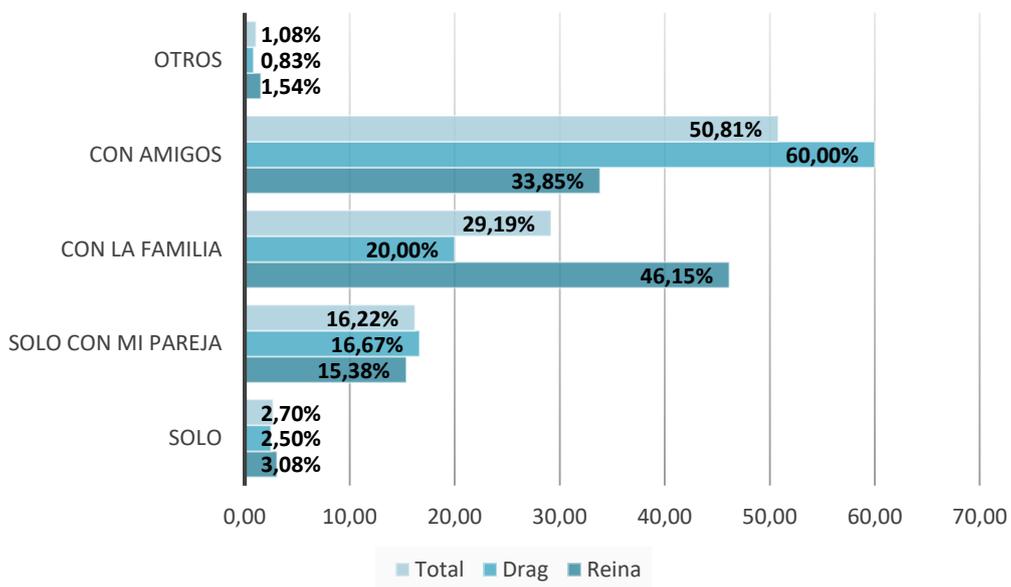
### 1.1.5 Grupo para asistir al evento

Las Galas parecen ser eventos para compartir con amigos. Más del 50% de los asistentes acuden con grupos de amigos. Si bien la Gala Drag es un evento para socializar y “disfrutar de la amistad” (60%), la Gala de la Reina es más familiar, el 46% de los asistentes lo disfruta en compañía de la familia y el 33,85% con amigos. En el caso de la Gala Drag solo un 20% asiste en familia. Un 16,22% de los participantes disfruta de estos eventos en pareja y el 2,70% lo hacen sin ningún tipo de compañía.

**Tabla 5. Acompañantes**

	Reina	Drag	Total
Solo	3,08	2,50	2,70
Solo con mi pareja	15,38	16,67	16,22
Con la familia	46,15	20,00	29,19
Con amigos	33,85	60,00	50,81
Otros	1,54	0,83	1,08
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Figura 8. Acompañantes**



**Figura 9. Acompañantes (Gala Reina)**

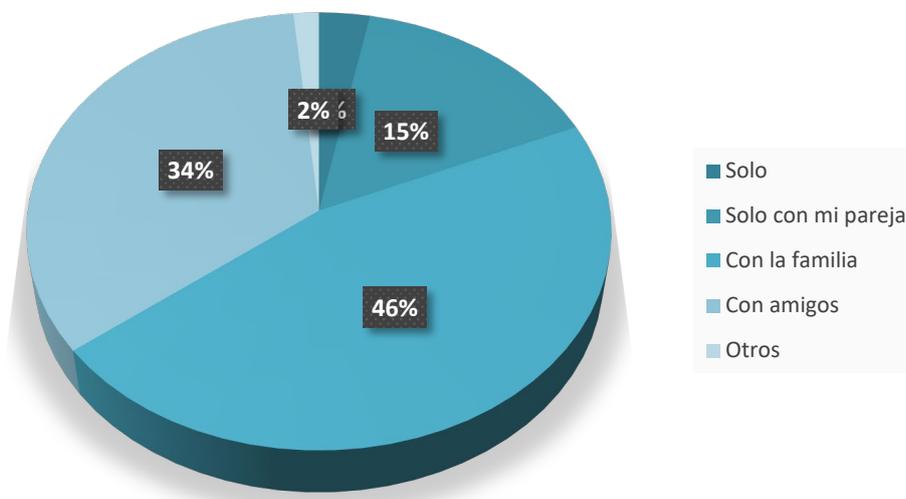
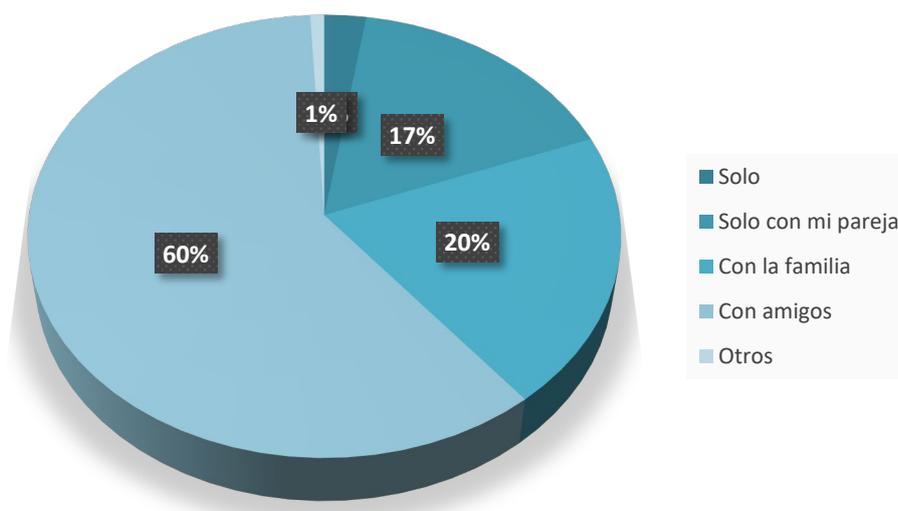


Figura 10. Acompañantes (Gala Drag)



### 1.1.6 Asistentes a otros eventos del Carnaval

Los asistentes a las diferentes galas han participado además en otros eventos del Carnaval. Destacan la cabalgata (50,80%), el carnaval de día (30,48%), el carnaval de Vegueta (28,88%), los mogollones (26,20%) y el entierro de la sardina (20,32%). Entre los actos menos populares entre los asistentes a las galas se encuentran el carnaval tradicional (6,95%), el concurso de maquillaje corporal (8,56%), los concursos infantiles (9,09), el carnaval canino (9,63%), y el concurso de comparsas (10,70%).



El 32,23% de los asistentes a la Gala Drag asiste también a la Gala de la Reina, teniendo un marcado compromiso con estos actos. Mientras que, de los participantes en la Gala de la Reina, participa en la Gala Drag un 34,85%. Se puede decir que son eventos muy diferentes, que atraen a públicos distintos pero que comparten a más de un 30% de asistentes.

Algunas diferencias a destacar son que el concurso de murgas se encuentra entre los eventos a los que más asisten los participantes en la Gala de la Reina (21,21%), mientras que es uno de los menos favoritos entre los participantes de la Gala Drag (10,74%).

**Tabla 6. Eventos en los que ha participado**

	Reina	Drag	Total
Concursos infantiles	4,55	11,57	9,09
Concurso de comparsas	13,64	9,09	10,70
Concurso de disfraces	15,15	17,36	16,58
Concurso de murgas	21,21	10,74	14,44
Gala Reina	100	32,23	--
Carnaval de Vegueta	30,30	28,10	28,88
Mogollones	25,76	26,45	26,20
Cabalgata	46,97	52,89	50,80
Gala Drag Queen	34,85	100	--
Carnaval de día	33,33	28,93	30,48
Carnaval tradicional	6,06	7,44	6,95
Carnaval canino	9,09	9,92	9,63
Maquillaje corporal	13,64	5,79	8,56
Entierro de la sardina	21,21	19,83	20,32

## 1.2 Valoración del evento

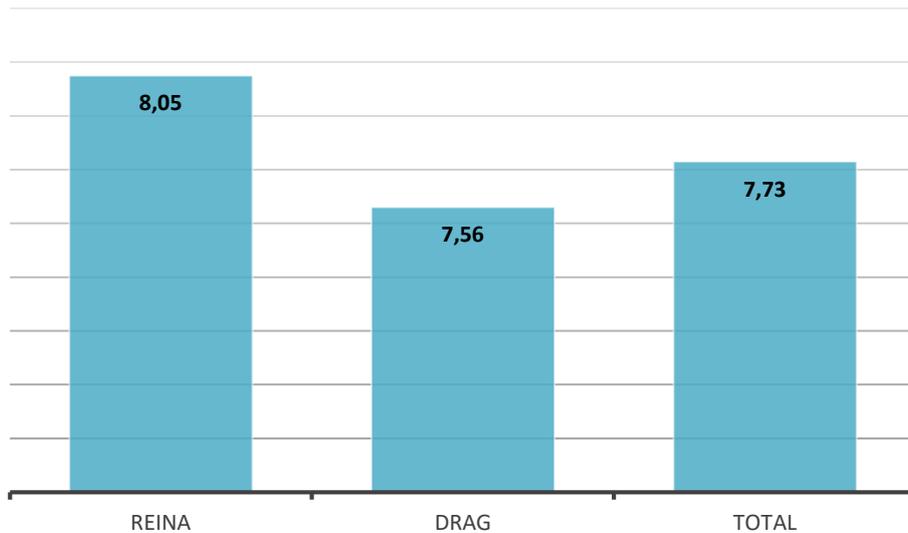
### 1.2.1 Valoración general del Carnaval

La valoración general que hacen los asistentes a las principales galas del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria es de 7,73 sobre 10. Sin embargo, la valoración que hacen los asistentes a la Gala de la Reina es ligeramente superior (8,05) a la valoración de los asistentes a la Gala Drag (7,56%). En cualquier caso, se plasma un notable nivel de satisfacción, si bien existe aún margen de mejora.

**Tabla 7. Valoración general del Carnaval**

	Reina	Drag	Total
Media	8,05	7,56	7,73

**Figura 11. Valoración general del Carnaval**



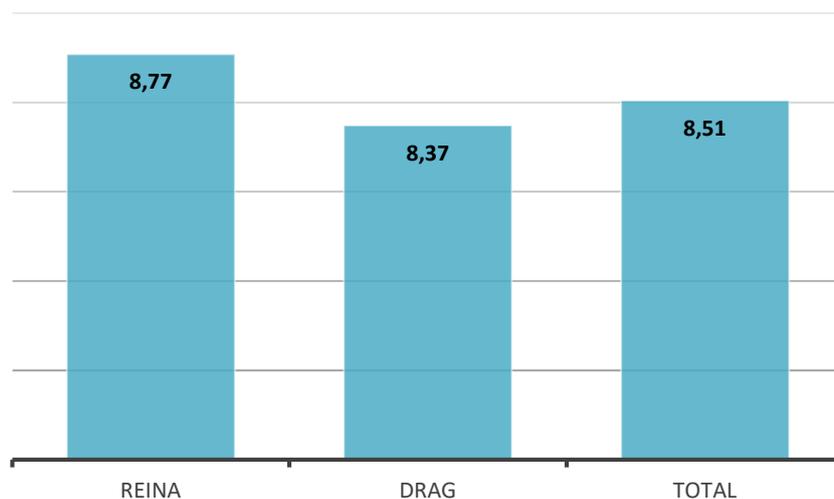
### 1.2.2 Bienestar y felicidad

El carnaval se relaciona con la felicidad y el disfrute. Con el objetivo de conocer cómo de felices están los asistentes a las galas con su vida en general, se les pidió que valorasen la misma en una escala de 1 a 10. Así, la valoración media que hacen los asistentes de las galas de su bienestar y felicidad es de un 8,51. Los asistentes a la gala de la Reina muestran mayor felicidad que la media (8,77), mientras que en el caso de los participantes en la Gala Drag declaran un ligeramente menor nivel de felicidad (8,37).

**Tabla 8. Bienestar y felicidad**

	Reina	Drag	Total
Media	8,77	8,37	8,51

**Figura 12. Bienestar y felicidad**





### 1.3 Gasto de los participantes

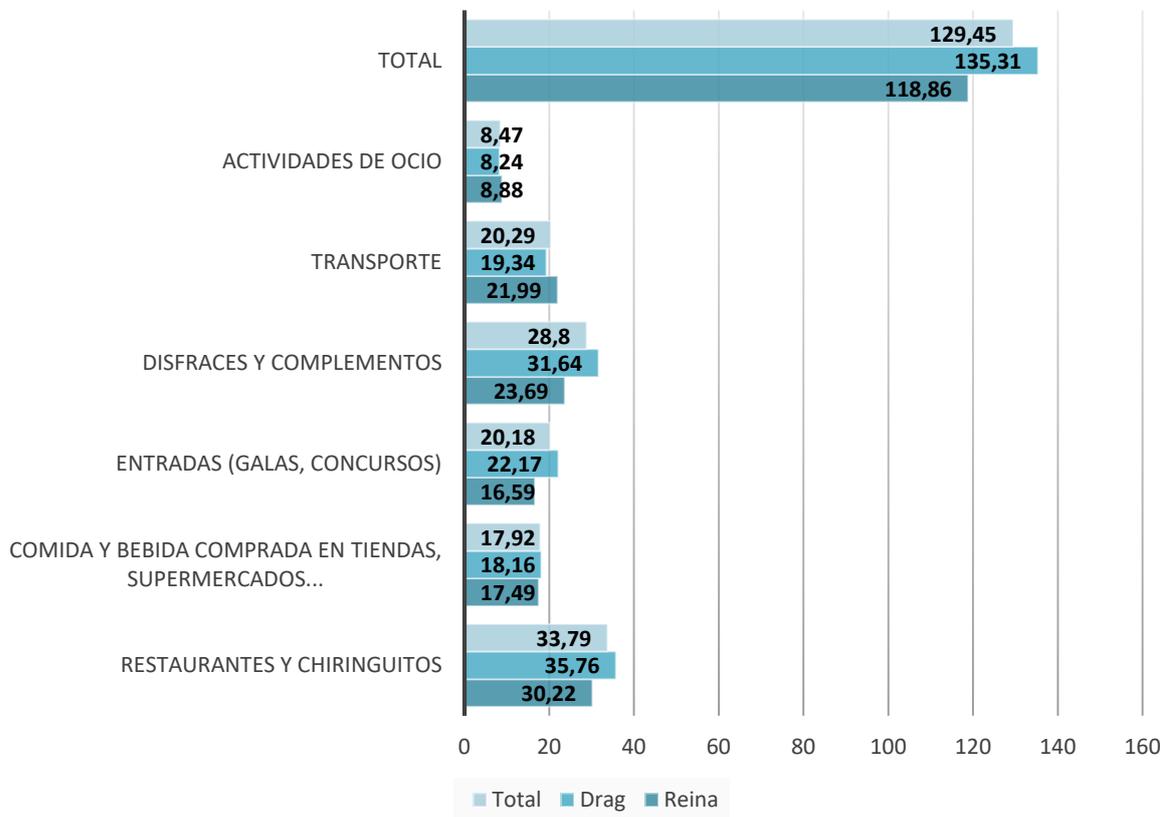
#### 1.3.1 Gasto medio de los participantes

Si bien es difícil aproximar el impacto económico que las galas generan de forma independiente, sí se puede afirmar que **estas contribuyen directa e indirectamente a la realización de un gasto aproximado por parte de sus asistentes superior a casi 1.3 millones de euros**. Concretamente, los asistentes a las galas realizan un alto gasto en la realización de actividades de ocio (35,02 euros de media). Esta cifra es parecido en el caso de los asistentes a la Gala de la Reina, que destinan a este tipo de actividades una media de 8,88 euros frente a los 8,24 euros que destinan al ocio los asistentes a la Gala Drag. El segundo gasto más importante es el realizado en restaurantes y chiringuitos (33,79 euros) similar entre asistentes a ambas galas. Otro montante importante de gasto, es el destinado a la compra de disfraces y complementos (28,80 euros). Los asistentes a la Gala Drag superan en casi 8 euros el gasto realizado por los que participan en la Gala de la Reina. Los asistentes a la Gala Drag gastan en restaurantes y chiringuitos 5,54 euros más que los que asisten a la Gala de la Reina. El gasto realizado en transporte también es importante (20,29 euros). Los asistentes a la Gala de la Reina gastan en transporte 2,65 euros más que los que asisten a la Gala Drag. Desataca el gasto en entradas (20,18 euros) siendo este superior en el caso de la Gala Drag (5,58 euros más), considerándose el gasto total en entradas para otras galas. El gasto en comida y bebida en tiendas y supermercados alcanza los 17,92 euros.

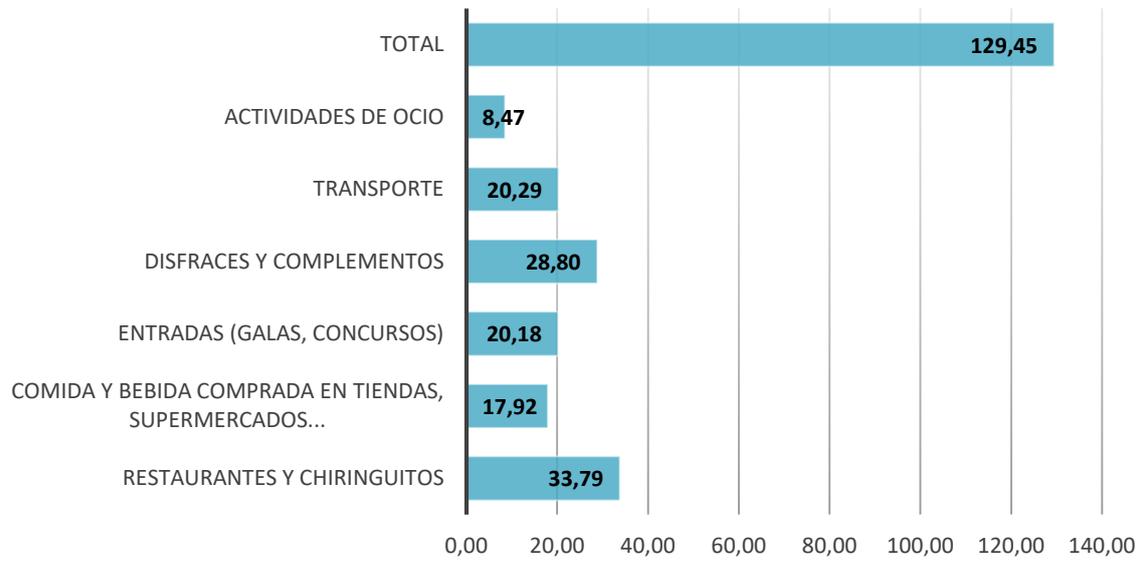
Tabla 9. Gasto medio

	Reina	Drag	Total
Restaurantes y chiringuitos	30,22	35,76	33,79
Comida y bebida comprada en tiendas, supermercados...	17,49	18,16	17,92
Entradas (galas, concursos)	16,59	22,17	20,18
Disfraces y complementos	23,69	31,64	28,80
Transporte	21,99	19,34	20,29
Actividades de ocio	8,88	8,24	35,02
Otros	2,63	5,70	4,61
<b>Total</b>	<b>118,86</b>	<b>135,31</b>	<b>129,45</b>

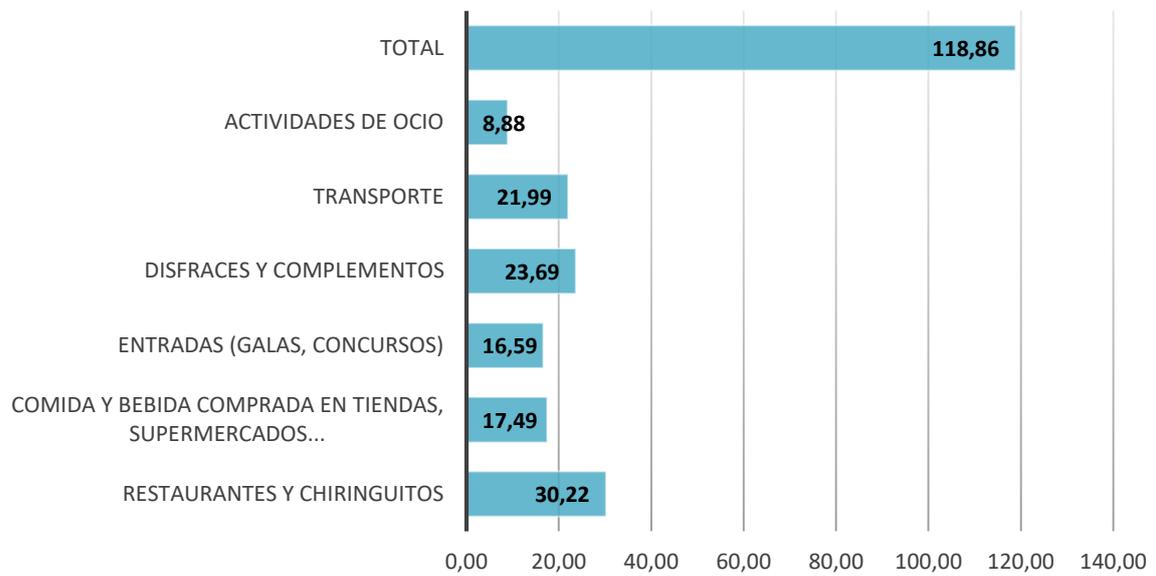
Figura 13. Gasto medio comparativo por galas



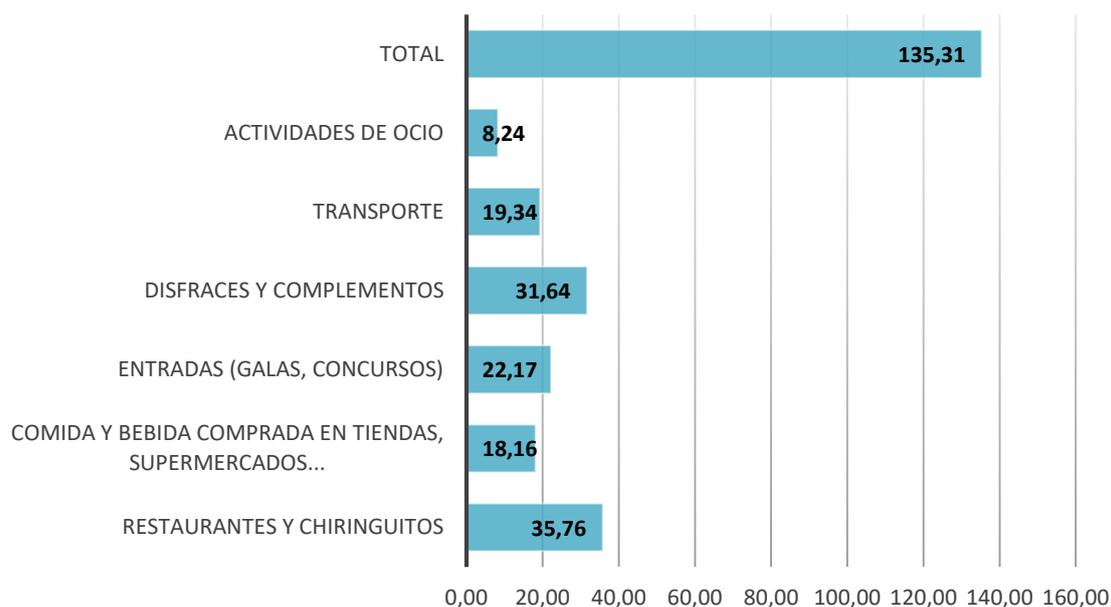
**Figura 14. Gasto medio galas (ambas)**



**Figura 15. Gasto medio (Gala Reina)**



**Figura 16. Gasto medio (Gala Drag)**



#### 1.4 Motivaciones para participar en el evento

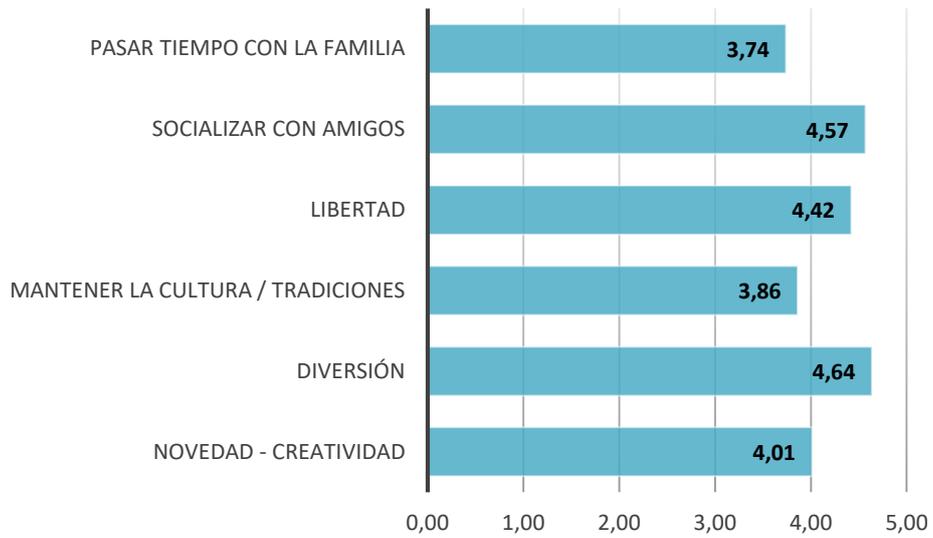
En una escala de 1 a 5 los asistentes a las galas respondieron por la importancia de distintos motivos para participar en el Carnaval. Los motivos más importantes son la diversión (4,64), el socializar con amigos (4,57) y todo lo relacionado con la libertad (4,42). No existiendo casi diferencias en la valoración de estas motivaciones entre los asistentes a ambas galas. La novedad y la creatividad tienen menor peso, al igual que la cultura y tradiciones y pasar tiempo en familia.

**Tabla 10. Motivaciones**

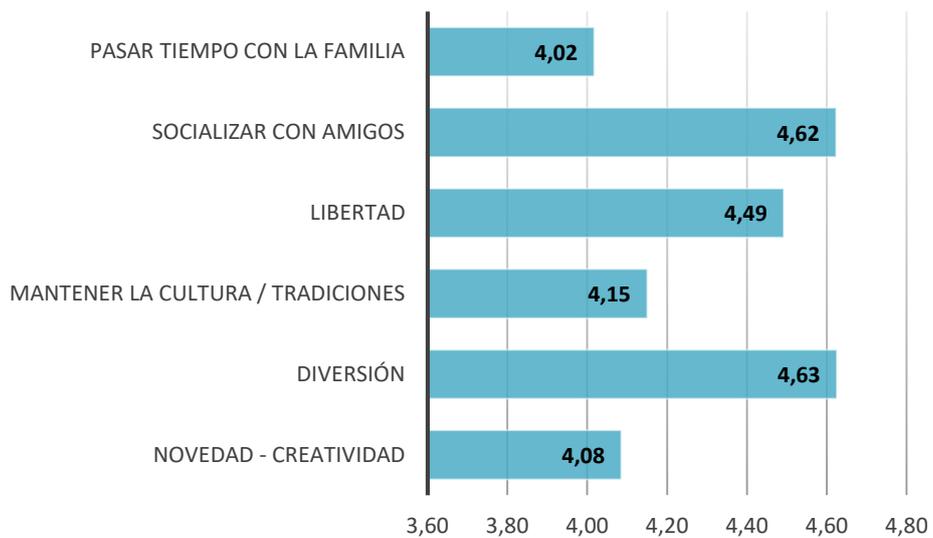
	Reina	Drag	Total
<b>Novedad - Creatividad</b>	4,08	3,97	4,01
<b>Diversión</b>	4,63	4,64	4,64
<b>Mantener la cultura / tradiciones</b>	4,15	3,71	3,86
<b>Libertad</b>	4,49	4,38	4,42
<b>Socializar con amigos</b>	4,62	4,54	4,57
<b>Pasar tiempo con la familia</b>	4,02	3,60	3,74



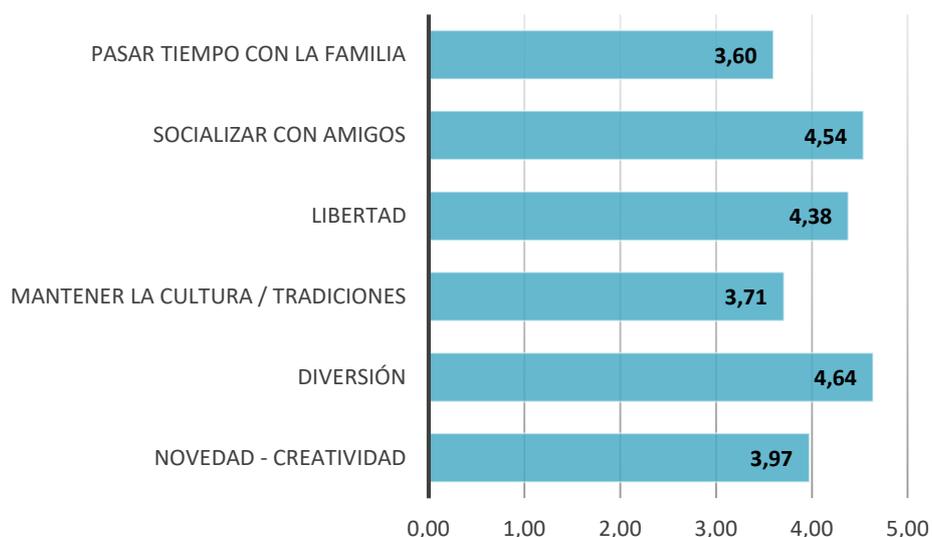
**Figura 17. Motivaciones (ambas galas)**



**Figura 18. Motivaciones (Gala Reina)**



**Figura 19. Motivaciones (Gala Drag)**



### 1.5 Grado de importancia del Carnaval

En una escala de 1 a 5, los asistentes a las galas tienen una impresión positiva del Carnaval (4,30) y sienten que es parte de su estilo de vida (4,29) y que les hace sentir libres (4,20). Están menos identificados con que se sienten más cómodos que en cualquier otro evento (3,49), que les gusta disfrazarse para sentir que nadie los conoce (3,60) y con que no hay otro Carnaval que se pueda comparar con el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria (3,66). No existen diferencias significativas entre las opiniones de los asistentes a ambas galas.

**Tabla 11. Importancia del Carnaval**

	Reina	Drag	Total
El carnaval significa mucho para mí	3,93	4,14	4,07
Tengo una impresión positiva del carnaval	4,56	4,17	4,30
Disfrutar del carnaval me hace sentir libre	4,32	4,14	4,20
Me gusta disfrazarme y sentir que nadie me conoce	3,64	3,58	3,60
Supone un escape de mi rutina diaria	4,17	4,02	4,07
Me siento más cómodo que en cualquier otro evento	3,28	3,59	3,49
Me siento seguro participando de este evento	3,78	3,82	3,81
No hay otro carnaval que se pueda comparar con este	3,54	3,72	3,66
El carnaval es parte de nuestro estilo de vida	4,15	4,36	4,29

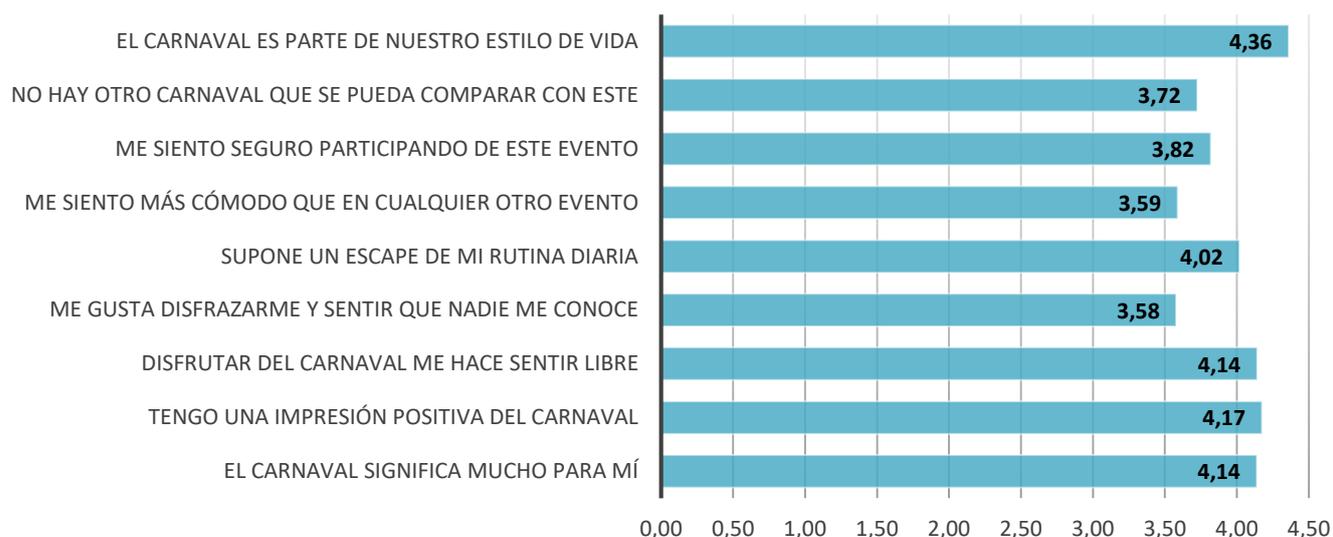
**Figura 20. Importancia del Carnaval (ambas galas)**



**Figura 21. Importancia del Carnaval (Gala Reina)**



**Figura 22. Importancia del Carnaval (Gala Drag)**



### 1.6 Percepción de los impactos positivos y negativos generados por el Carnaval

Los principales impactos percibidos generados por el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria son positivos. Los asistentes a las galas lo asocian con un incremento de la economía y de los comercios locales (4,61), supone un incremento de turistas (4,51), genera una imagen positiva de la ciudad (4,45), genera orgullo y unidad entre los residentes (4,40) y aumenta la felicidad (4,22). Los beneficios positivos son claramente los que más destacan los residentes.

Entre los negativos, los de mayor peso son: la aglomeración de personas en las calles (4,30), problemas de consumo de alcohol, drogas (4,07), tráfico y aparcamiento (3,86), y problemas de ruido e impacto ambiental (3,84).

**Tabla 12. Impactos generados por el Carnaval**

	Reina	Drag	Total
<b>Genera problemas de tráfico y aparcamiento</b>	3,69	3,95	3,86
<b>Incrementa el precio de muchos bienes y servicios</b>	3,66	3,72	3,70
<b>Existe una mayor aglomeración de personas en las calles de la ciudad</b>	4,25	4,33	4,30
<b>Genera problemas de ruidos y de impacto medioambiental (basura, etc.)</b>	3,97	3,78	3,84
<b>Genera problemas de consumo de tóxicos: alcohol o drogas</b>	3,98	4,12	4,07
<b>Genera problemas derivados de la promiscuidad y relaciones sexuales</b>	3,74	3,51	3,59
<b>Supone un incremento de turistas</b>	4,53	4,49	4,51
<b>Supone un incremento de la economía y de los comercios locales</b>	4,55	4,65	4,61
<b>Genera una imagen positiva de la ciudad</b>	4,56	4,40	4,45
<b>Supone un incremento de la felicidad de los residentes de la ciudad</b>	4,27	4,19	4,22

	Reina	Drag	Total
Da a conocer la cultura local	4,25	4,05	4,12
Genera orgullo y unidad de los residentes	4,48	4,36	4,40

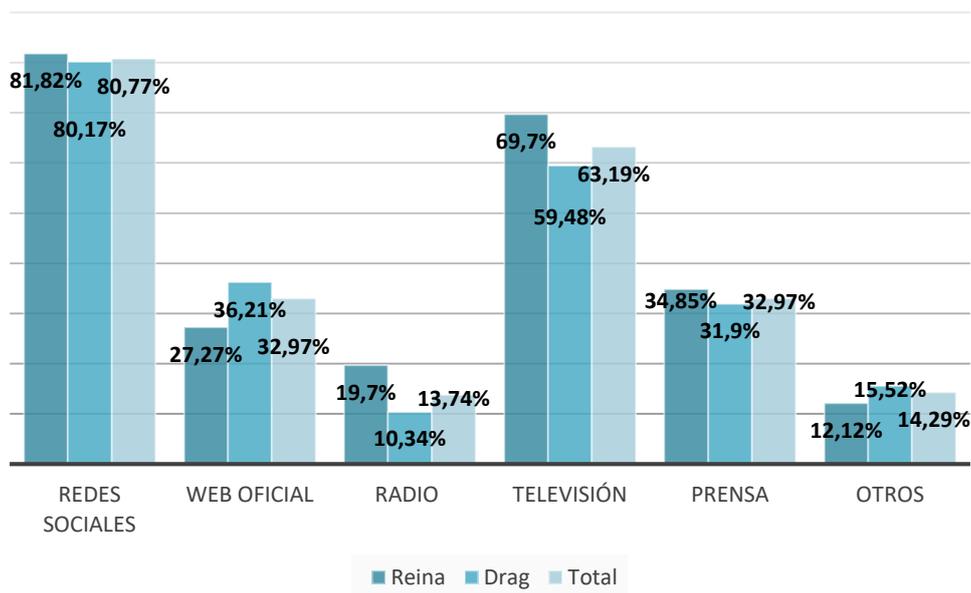
### 1.7 Fuentes de información

Las redes sociales son el medio por excelencia para mantenerse informado y seguir la actualidad del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, más del 80% de los asistentes a las galas ha utilizado este medio. Le siguen la televisión (63,19%), la web oficial (32,97%) y la prensa (32,97%). No existen diferencias significativas en el modo de informarse entre los asistentes a las distintas galas.

Tabla 13. Medios para informarse sobre el Carnaval

	Reina	Drag	Total
Redes sociales	81,82	80,17	80,77
Web oficial	27,27	36,21	32,97
Radio	19,70	10,34	13,74
Televisión	69,70	59,48	63,19
Prensa	34,85	31,90	32,97
Otros	12,12	15,52	14,29

Figura 23. Medios para informarse sobre el Carnaval



## 1.8 Características sociodemográficas

El 60,99% de los encuestados asistentes a las galas son trabajadores y el 24,73% son estudiantes. Un 9,34% manifiesta estar en situación de desempleo. Menos son los jubilados (2,75%) y las amas de casa (2,20%).

**Tabla 14. Ocupación**

	Reina	Drag	Total
Estudiante	18,18	28,45	24,73
Trabajador	59,09	62,07	60,99
Jubilado	6,06	0,86	2,75
Desempleado	13,64	6,90	9,34
Ama/o de casa	3,03	1,72	2,20
Total	100	100	100

**Figura 24. Ocupación**

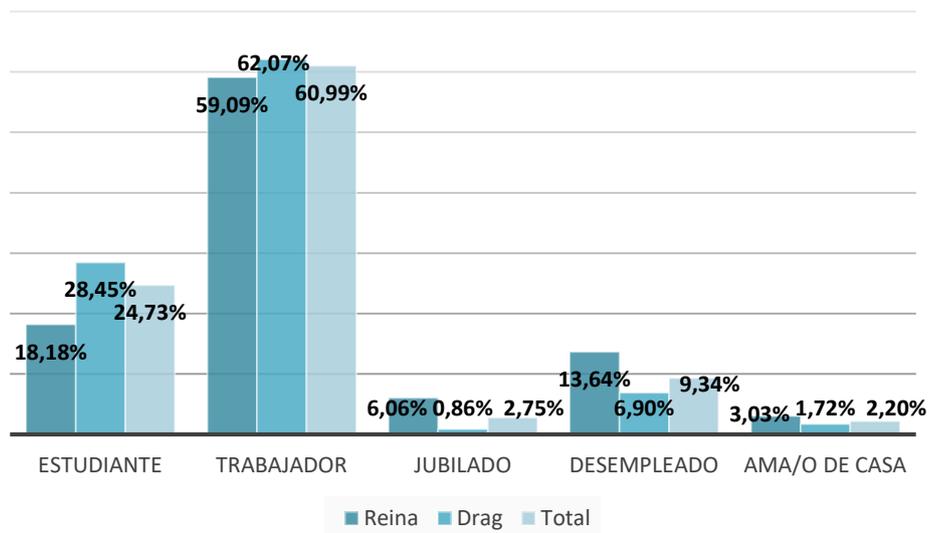


Figura 25. Ocupación (Reina)

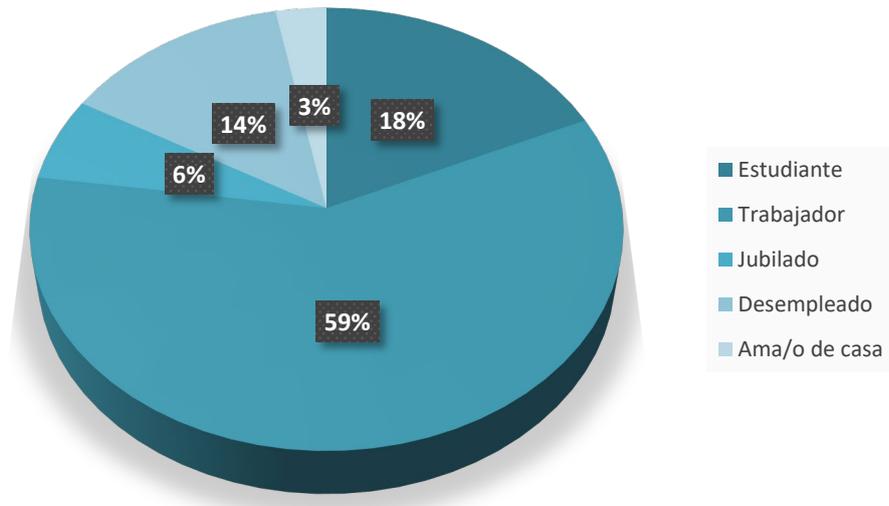
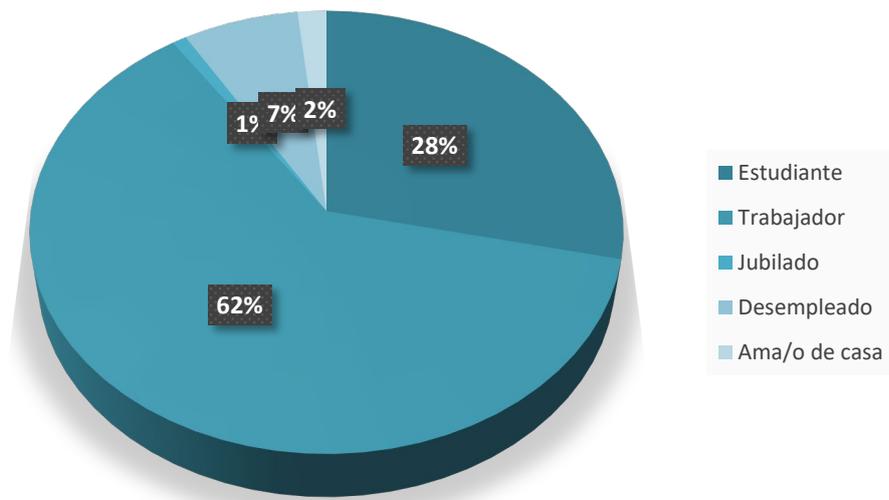


Figura 26. Ocupación (Drag)

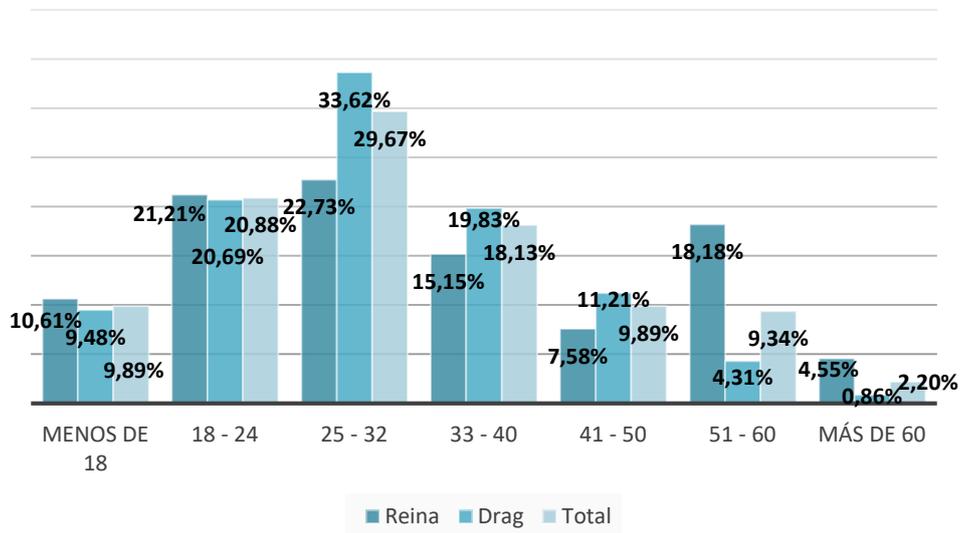


Con respecto a la edad de los asistentes a las galas se puede observar que destacan las personas jóvenes entre los 18 y los 32 años, que superan el 50% de los asistentes. Casi un 10% que no superan los 18 años. Les sigue el grupo de asistentes con edades comprendidas entre los 33 y los 40 años (18,3%). Casi un 10% de los asistentes cuenta con entre 41 y 50 años y un porcentaje ligeramente superior al 9% se sitúa entre los 51 y los 60 años. Existe una representación significativa de todos los grupos de edad hasta los 60 años.

Tabla 15. Edad

	Reina	Drag	Total
Menos de 18	10,61	9,48	9,89
18 - 24	21,21	20,69	20,88
25 - 32	22,73	33,62	29,67
33 - 40	15,15	19,83	18,13
41 - 50	7,58	11,21	9,89
51 - 60	18,18	4,31	9,34
Más de 60	4,55	0,86	2,20
Total	100	100	100

Figura 27. Edad

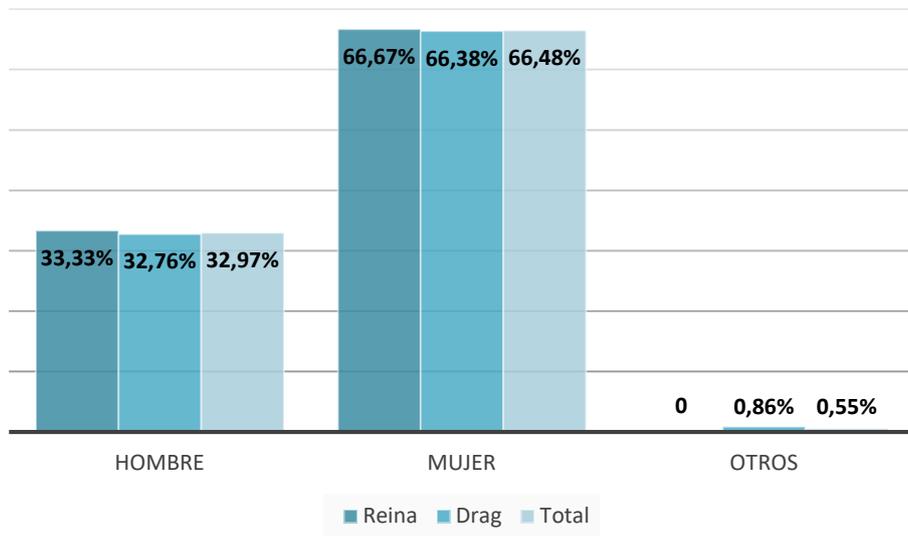


Se puede observar un mayor porcentaje de mujeres entre los asistentes a ambas galas (66,48%).

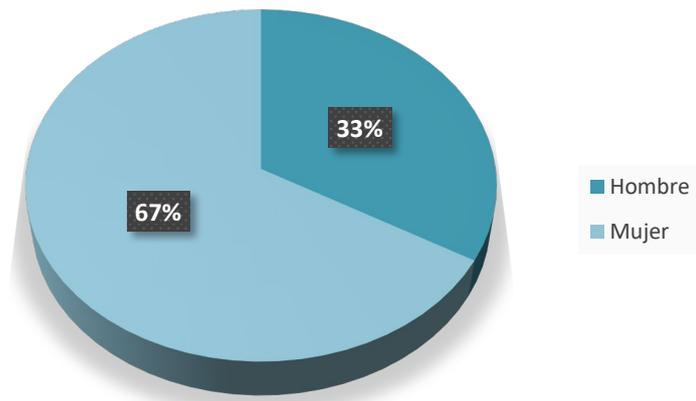
Tabla 16. Sexo

	Reina	Drag	Total
Hombre	33,33	32,76	32,97
Mujer	66,67	66,38	66,48
Total	100	100	100

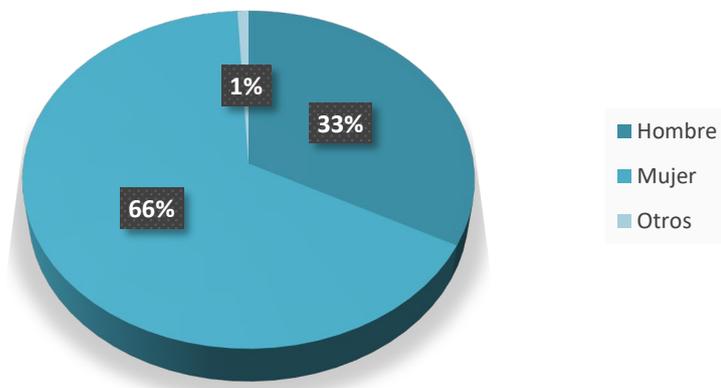
**Figura 28. Sexo**



**Figura 29. Sexo (Reina)**



**Figura 30. Sexo (Drag)**



## Análisis de las características y el comportamiento de los residentes



## 2. Análisis de las características y el comportamiento de los residentes

### 2.1 Perfil de los participantes

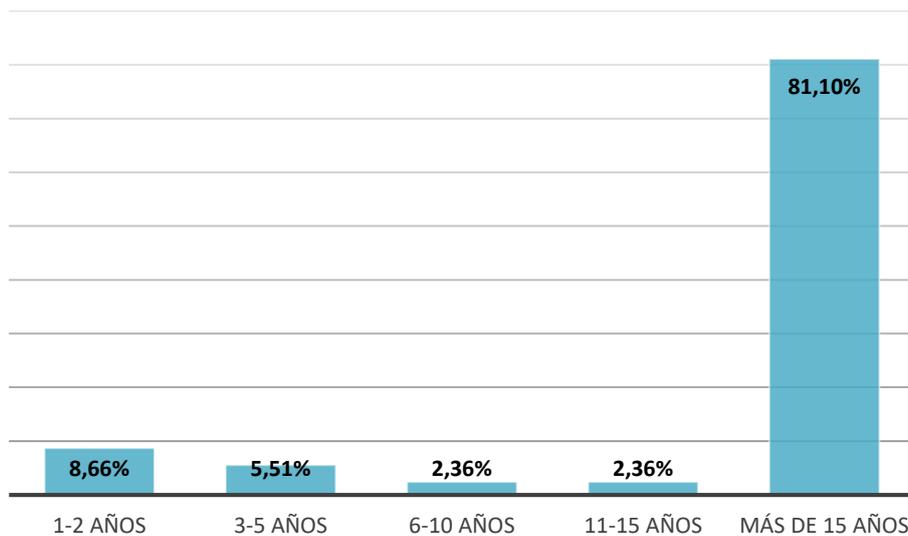
#### 2.1.1 Número de años residiendo en la isla de Gran Canaria

Más del 80% de los residentes de la muestra han estado residiendo en la isla de Gran Canaria durante un periodo superior a los 15 años; mientras que un 8,6% lleva menos de 2 años en la isla.

Tabla 17. Años en Gran Canaria

	Frecuencia	Porcentaje
1-2 años	11	8,66%
3-5 años	7	5,51%
6-10 años	3	2,36%
11-15 años	3	2,36%
Más de 15 años	103	81,10%
Total	127	100%

Figura 31. Años en Gran Canaria



## 2.2 Grado de involucración en los eventos del Carnaval

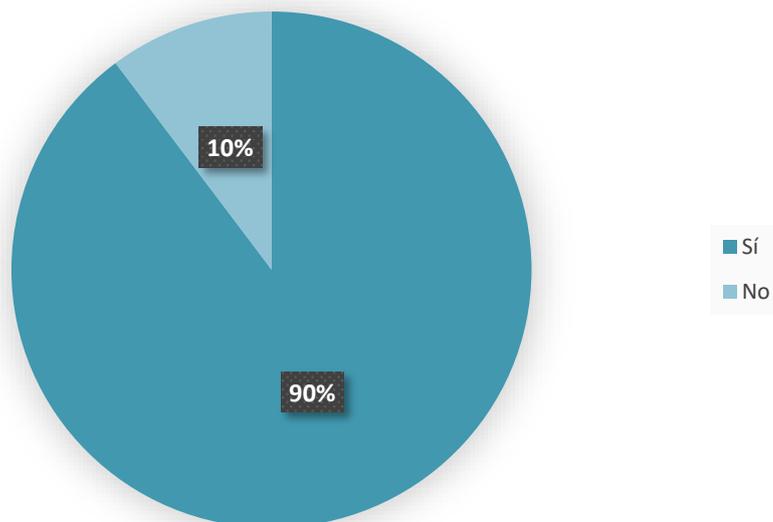
### 2.2.1 Participación en el Carnaval

Aproximadamente el 90% de los residentes en la isla ha participado alguna vez en los actos oficiales del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria. Frente a un porcentaje ligeramente superior al 10% que no lo ha hecho. Se demuestra así la popularidad del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria entre los residentes en la isla.

**Tabla 18. Asistencia a actos oficiales del carnaval**

	Porcentaje
<b>Sí</b>	89,76%
<b>No</b>	10,24%
<b>Total</b>	100%

**Figura 32. Asistencia a actos oficiales del carnaval**



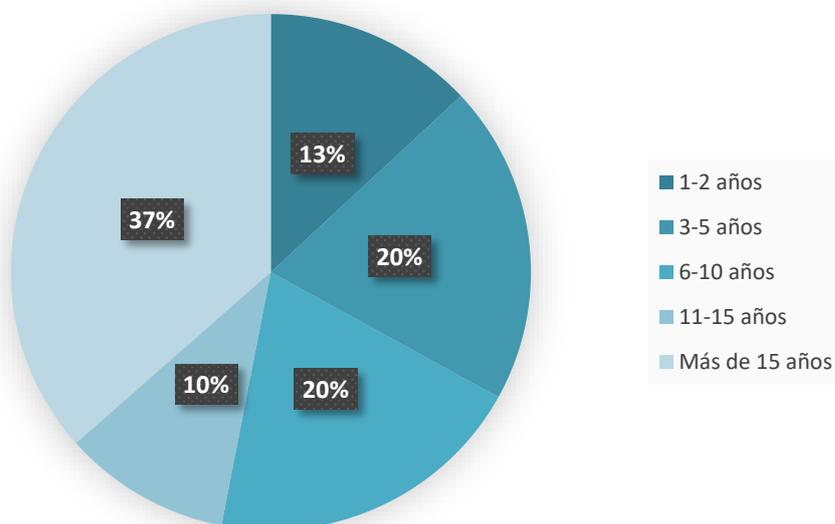
### 2.2.2 Número de años participando en el Carnaval

Con el objetivo de conocer la frecuencia de participación de los residentes en los actos del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, se preguntó a los encuestados por el número de años que lleva participando en dichos actos. Casi la mitad de la muestra (46,95%) ha manifestado haber asistido a estos actos durante más de 11 años. El 36,52% de los mismos lo ha hecho incluso durante más de 15 años. Un 20% de los residentes ha participado durante 6-10 años, y otro 20% durante 3-5 años. Sólo un 13% de los participantes solo ha asistido durante 1-2 años. Estos datos ponen de relieve la alta frecuencia de participación de los residentes en los actos del Carnaval de la ciudad.

Tabla 19. Años asistiendo

	Frecuencia	Porcentaje
1-2 años	15	13,04%
3-5 años	23	20,00%
6-10 años	23	20,00%
11-15 años	12	10,43%
Más de 15 años	42	36,52%
Total	115	100%

Figura 33. Años asistiendo





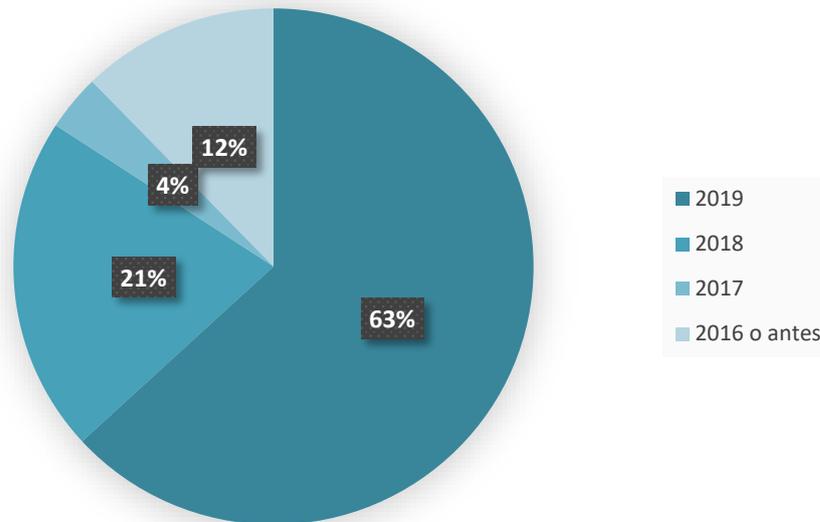
### 2.2.3 Último año en el que ha participado en el Carnaval

En la tabla que se muestra a continuación se puede observar la participación reciente en los actos del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria de los residentes. El 63,26% ha participado en los actos enmarcados dentro de la celebración del Carnaval en el año 2019. Un porcentaje que supera el 20% asistió en la anterior celebración en el año 2018.

**Tabla 20. Último año que participó**

	Frecuencia	Porcentaje
<b>2019</b>	72	63,26%
<b>2018</b>	24	21,15%
<b>2017</b>	4	3,51%
<b>2016 o antes</b>	14	12,28%
<b>Total</b>	114	100%

**Figura 34. Último año**



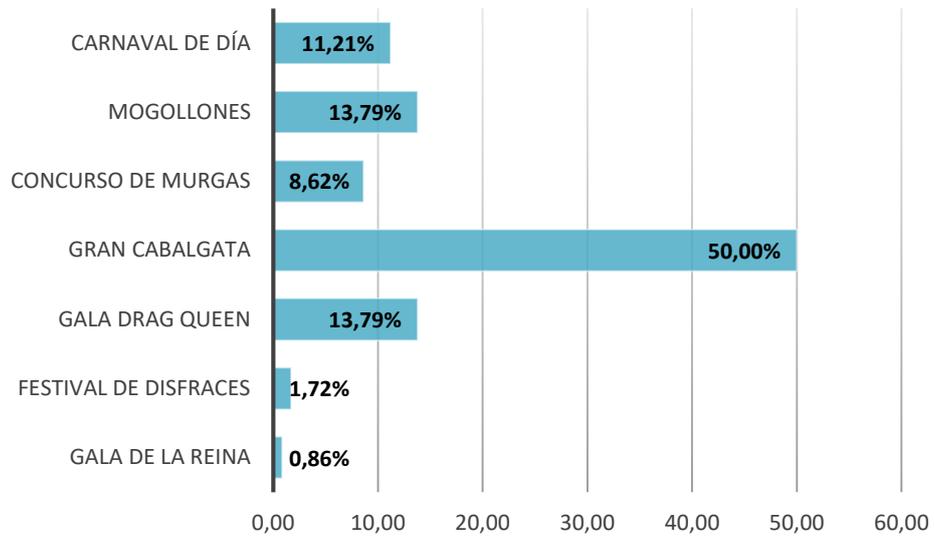
#### 2.2.4 Evento al que más ha asistido

El acto más popular, entre los residentes de la ciudad, es, sin duda, la Gran Cabalgata. La mitad de los encuestados ha asistido a la misma en alguna ocasión. Le siguen la Gala Drag Queen y los Mogollones con un 13,79% de participación en ambos casos. El Carnaval de día parece ganar popularidad con un 11,21% de participantes, seguido del concurso de murgas. Los eventos en los que los residentes manifiestan una menor participación son la Gala de la Reina, el Festival de disfraces y el Concurso de murgas. Se ha de tener en cuenta que el hecho de que algunos eventos sean de libre entrada, y en otros se precise de entrada previo pago y con un aforo más reducido, influye en estos resultados.

**Tabla 21. Evento al que más ha asistido**

	Porcentaje
Gala de la Reina	0,86%
Festival de disfraces	1,72%
Gala Drag Queen	13,79%
Gran Cabalgata	50,00%
Concurso de murgas	8,62%
Mogollones	13,79%
Carnaval de día	11,21%
Total	100%

**Figura 35. Evento al que más ha asistido**



## 2.3 Comportamiento

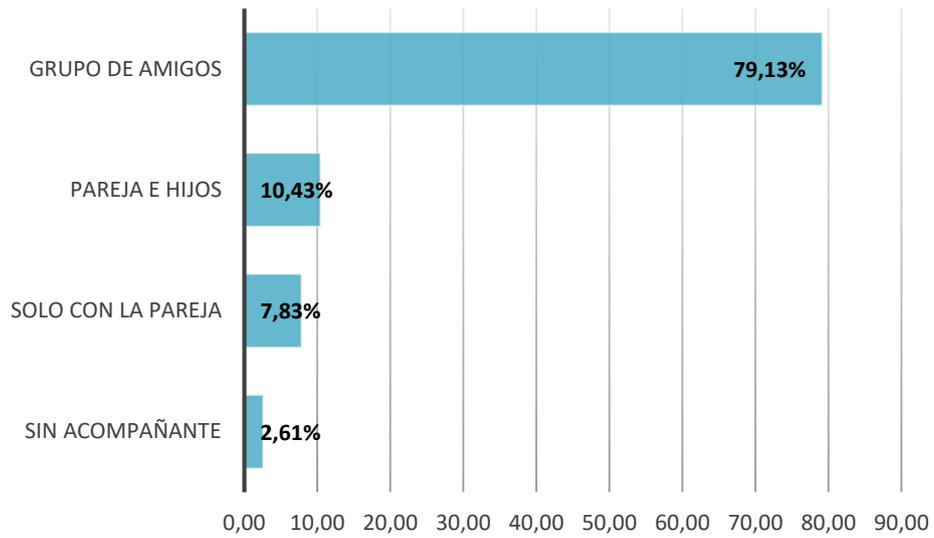
### 2.3.1 Grupo para asistir al evento

De los datos que se exponen en la siguiente tabla se desprende que el Carnaval es una fiesta para celebrar con los amigos. Casi el 80% acude a estos eventos acompañado de un grupo de amigos. Un 10,43% acude en familia (pareja e hijos) y el 7,83% sólo en compañía de la pareja. Apenas el 2,61% acude solo.

**Tabla 22. Grupo**

	Frecuencia	Porcentaje
<b>Sin acompañante</b>	3	2,61%
<b>Solo con la pareja</b>	9	7,83%
<b>Pareja e hijos</b>	12	10,43%
<b>Grupo de amigos</b>	91	79,13%
<b>Total</b>	115	100

**Figura 36. Grupo**



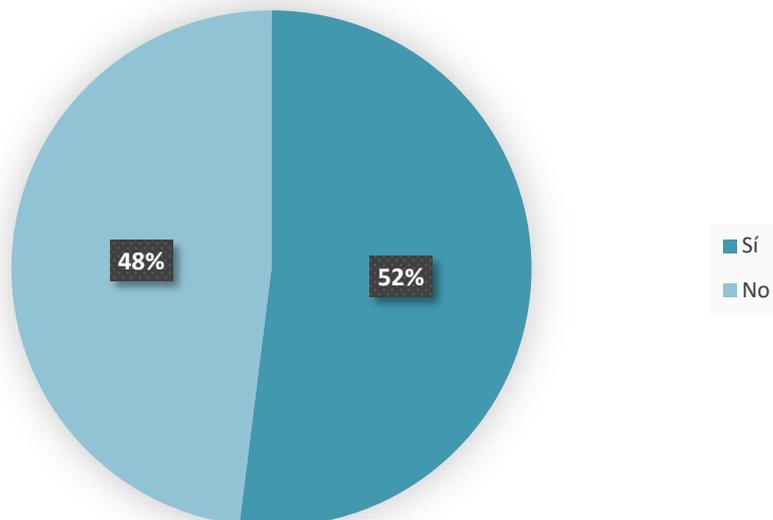
### 2.3.2 Tipo de participación

Algo más de la mitad de los residentes (51,97%) participan en los actos del Carnaval de manera pasiva, frente a un poco menos de la mitad (48,03%) que lo hace de manera activa, con asistencia a algunos de sus actos.

**Tabla 23. Participación pasiva**

	Porcentaje
<b>Sí</b>	51,97%
<b>No</b>	48,03%
<b>Total</b>	100%

**Figura 37. Participación pasiva**

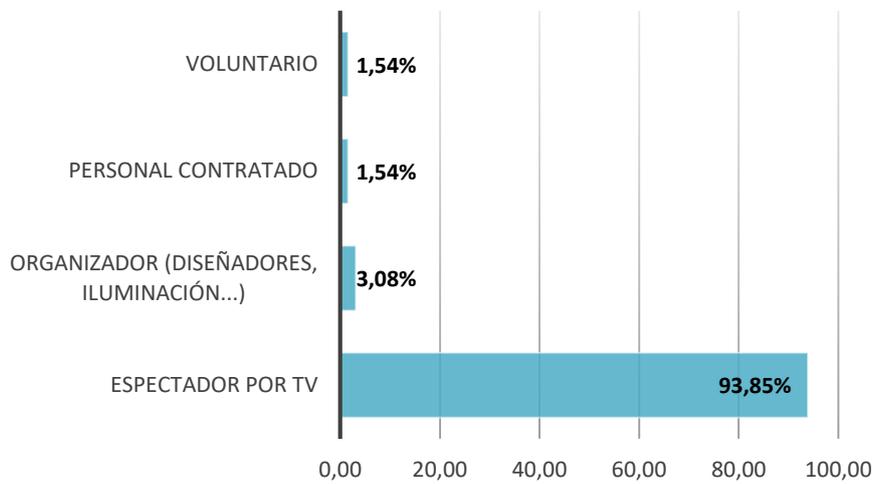


Más del 90% de los que participan de manera pasiva manifiestan ser espectadores a través de la televisión.

**Tabla 24. Forma en la que participan de forma pasiva**

	Porcentaje
<b>Espectador por TV</b>	93,85%
<b>Organizador (diseñadores, iluminación...)</b>	3,08%
<b>Personal contratado</b>	1,54%
<b>Voluntario</b>	1,54%
<b>Total</b>	100%

**Figura 38. Forma en la que participa**



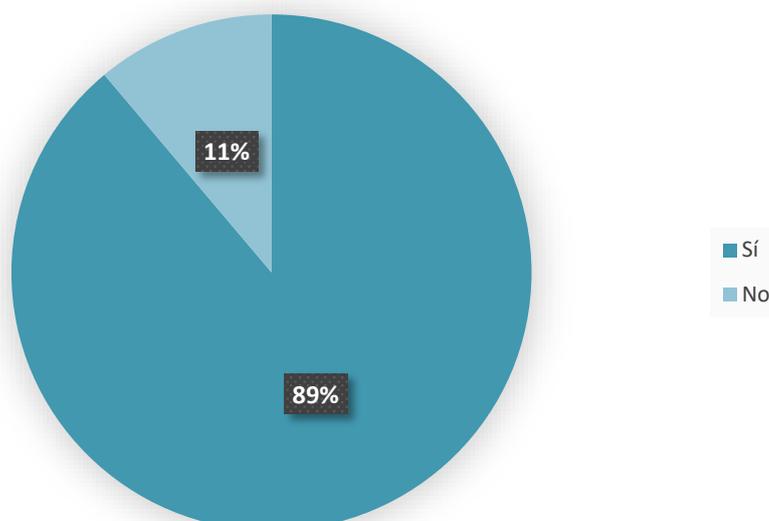
Entre los participantes activos (con participación en algún acto), casi un 90% de los residentes manifiesta que le gusta disfrazarse para participar en eventos del Carnaval.

**Tabla 25. Disfraz**

	Porcentaje
<b>Sí</b>	88,89%
<b>No</b>	11,11%
<b>Total</b>	100%



**Figura 39. Preferencia por disfrazarse**



## 2.4 Valoración del evento

### 2.4.1 Valoración general del Carnaval

La valoración general que hacen los residentes de la isla de Gran Canaria sobre el Carnaval de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria es de aproximadamente un 7. Así, se puede afirmar que es elevado, pero existe potencial de mejora del evento y es necesario segmentar más por tipología de participantes.

**Tabla 26. Valoración general del carnaval**

	Media	Moda
Valoración general carnaval	6,84	4

### 2.4.2 Bienestar y felicidad

El carnaval es un evento relacionado con la diversión y felicidad. Con el objetivo de conocer cómo de felices están los residentes con su vida en general se les pidió que valorasen la misma en una escala de 1 a 10. Así, la valoración media que hacen los residentes de su bienestar y felicidad es de aproximadamente un 8.

**Tabla 27. Bienestar y felicidad**

	Media	Moda
Bienestar y felicidad	7,94	8

## 2.5 Participación en otros eventos en la ciudad

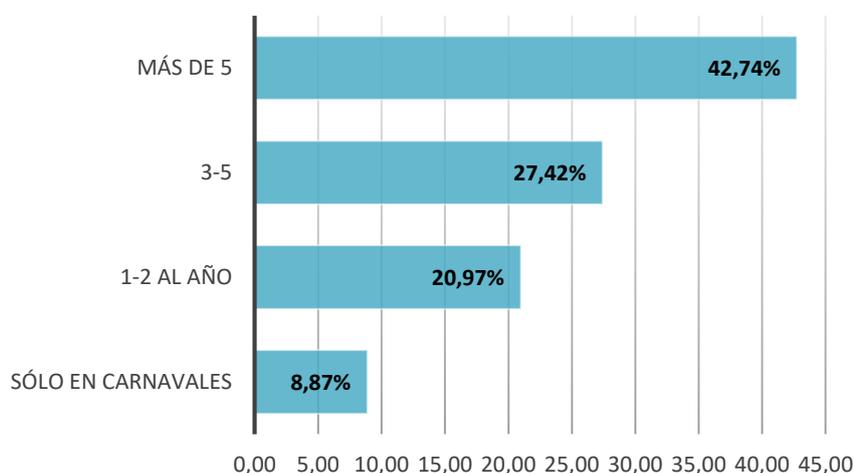
El 42,74% de los residentes acude anualmente a más de 5 eventos en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria (carnavales, conciertos, romerías, festivales, etc.). Le sigue el

27,42% que acude a entre 3 y 5 eventos al año, y el 20,97% que solo participa en 1 o 2 eventos a lo largo del año. EL 8.87% de los residentes manifiesta asistir sólo a los eventos relacionados con el Carnaval.

**Tabla 28. Número de eventos en la ciudad**

	Porcentaje
Sólo en carnavales	8,87%
1-2 al año	20,97%
3-5	27,42%
Más de 5	42,74%
Total	100%

**Figura 40. Número de eventos en la ciudad**



## 2.6 Gasto medio de los participantes

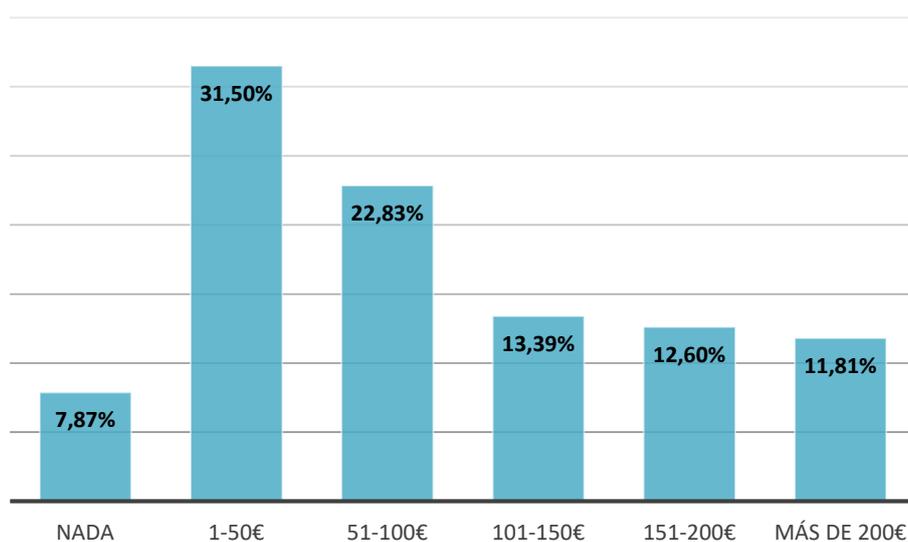
Considerando en general todos los gastos que los residentes realizan durante toda la celebración del Carnaval (disfraces, comida y bebida, transporte, entradas, etc.) el 31,50% de los residentes dedica a la fiesta menos de 50 euros. Le sigue el 22,83% que gasta entre 51 y 100 euros. Los que gastan entre 101 y 150 euros representan el 13,39% de la muestra. El 12,60% realiza un gasto comprendido entre los 151 y los 200 euros. Un porcentaje de los residentes superior al 11% realiza un gasto que supera los 200 euros.

Para realizar una aproximación al gasto medio realizado por los residentes se ha utilizado el rango medio de cada horquilla. Así, **el gasto medio por residente que participa en el carnaval activamente, durante la celebración del Carnaval asciende a 93,55 euros**. Considerando las cifras de participación en el carnaval, el porcentaje con rol activo, y el gasto medio, y su evolución según el número de participaciones previas, **una primera aproximación desvela que el gasto total realizado por los residentes asciende aproximadamente a unos 17.691.425€**. Posteriormente, se realizará el análisis de un estudio más detallado y conclusivo sobre dicho gasto, y las partidas concretas.

**Tabla 29. Gastos**

	Porcentaje
Nada	7,87%
1-50€	31,50%
51-100€	22,83%
101-150€	13,39%
151-200€	12,60%
Más de 200€	11,81%
Total	100%

**Figura 41. Gastos**



## 2.7 Motivaciones para participar en el evento

La diversión y el socializar con amigos se encuentran entre las principales razones para participar en el Carnaval. Le sigue la expresión de la libertad y el mantenimiento de la cultura y de las tradiciones.

**Tabla 30. Motivaciones para participar en el carnaval**

	Media	Moda
Novedad - Creatividad	3,67	5
Diversión	4,53	5
Mantener la cultura / tradiciones	3,74	5
Libertad	3,87	5
Socializar con amigos	4,39	5
Pasar tiempo con la familia	3,44	3

Los encuestados consideran que el Carnaval es parte de su estilo de vida y tienen una impresión positiva del mismo. Además, están de acuerdo en que les aporta cierta sensación de libertad. La valoración más baja “No hay otro carnaval que se pueda comparar con este” puede reflejar cierto sentimiento de falta de orgullo sobre su carnaval, pero también reconocimiento y apertura a otras fiestas de cuaresma. Existe margen de crecimiento en el empoderamiento del carnaval por parte de la población local.

**Tabla 31. Grado de involucración**

	Media	Moda
<b>El carnaval significa mucho para mí</b>	3,33	3
<b>Tengo una impresión positiva hacia el carnaval</b>	3,55	4
<b>Disfrutar del carnaval me hace sentir libre</b>	3,52	4
<b>Me gusta disfrazarme y sentir que nadie me conoce</b>	2,93	3
<b>Es una forma de escapar de mi rutina diaria</b>	3,39	3
<b>Me siento más cómodo que en cualquier otro evento</b>	2,98	3
<b>Me siento seguro participando de este evento</b>	3,03	3
<b>No hay otro carnaval que se pueda comparar con este</b>	2,41	1
<b>El carnaval es parte de nuestro estilo de vida</b>	3,69	5

## 2.8 Imagen del Carnaval

La imagen que los participantes en el estudio tienen del evento se relaciona con atributos tales como: Social, alegre, multicultural e imaginativo. Los aspectos que menor valoración alcanzan son los relacionados con el medio ambiente y la seguridad.

**Tabla 32. Imagen del carnaval**

	Media	Moda
<b>Alegre</b>	4,38	5
<b>Auténtico</b>	3,75	4
<b>Imaginativo</b>	4,05	5
<b>Multicultural</b>	4,18	5
<b>Social</b>	4,42	5
<b>Tolerante</b>	3,97	5
<b>Transgresor</b>	3,94	5
<b>Seguro</b>	2,84	3
<b>Respetuoso con el medio ambiente</b>	1,98	1
<b>Inclusivo</b>	3,79	5

## 2.9 Percepción de los impactos positivos y negativos generados por el Carnaval

Se perciben tanto impactos positivos como negativos derivados del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria. Los principales efectos negativos se relacionan con la aglomeración de personas, el consumo de alcohol y drogas, y problemas de ruido y medio ambiente.

Con respecto a los aspectos más positivos se identifican la inyección de dinero a la economía y el incremento del número de turistas en la capital.

**Tabla 33. Impactos del carnaval**

	Media	Moda
Genera problemas de tráfico y aparcamiento	3,94	5
Incrementa el precio de muchos bienes y servicios	3,34	3
Existe una mayor aglomeración de personas en las calles de la ciudad	4,58	5
Genera problemas de ruidos y de impacto medioambiental	4,21	5
Genera problemas de consumo de tóxicos: alcohol o drogas	4,31	5
Genera problemas derivados de la promiscuidad y relaciones sexuales	3,48	3
Supone un incremento del número de turistas	4,13	5
Supone un incremento de la economía y de los comercios locales	4,23	5
Genera una imagen positiva de la ciudad	3,83	4
Supone un incremento de la felicidad de los residentes de la ciudad	3,78	4
Da a conocer la cultura local	3,65	5
Genera orgullo y unidad en los residentes	3,69	5

## 2.10 Necesidad de otros eventos y tipología de los mismos

Los participantes creen que son necesarios más eventos familiares y que atraigan a una mayor cantidad de público, y especialmente eventos culturales. La valoración menor es la relacionada con la inversión pública, siendo consciente la población local de otras inversiones públicas alternativas a las de las fiestas de carnaval, lo que abre líneas de trabajo a profundizar en la financiación pública-privada.

**Tabla 34. Necesidad de eventos**

	Media	Moda
Necesitamos más eventos para atraer turismo	3,95	5
Necesitamos más eventos para jóvenes	3,97	5
Necesitamos más eventos para familias	4,20	5
Necesitamos más eventos para público mayor	4,10	5
Deberíamos tener más y mejores eventos de negocios en la ciudad	3,92	5
Deberíamos tener más y mejores eventos deportivos en la ciudad	3,98	5
Deberíamos tener más y mejores eventos culturales en la ciudad	4,31	5
Habría que invertir más dinero público en la celebración de los Carnavales	3,19	3

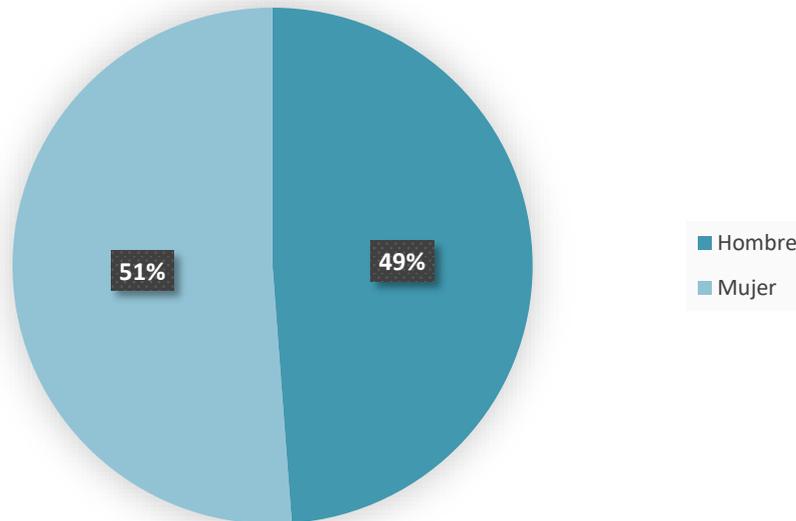
## 2.11 Características sociodemográficas

La muestra se encuentra proporcionalmente repartida entre hombres (48,82%) y mujeres (51,18%).

**Tabla 35. Sexo**

	Porcentaje
<b>Hombre</b>	48,82%
<b>Mujer</b>	51,18%
<b>Total</b>	100%

**Figura 42. Sexo**



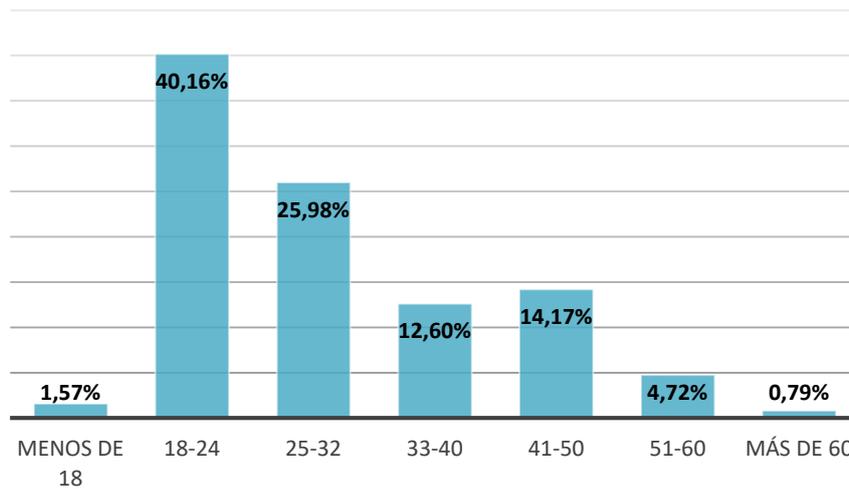
Con respecto a las edades de los participantes en el estudio, se puede observar una presencia destacada de jóvenes entre 18 y 24 años (40,16%) seguidos del grupo que cuenta con entre los 25 y los 32 años (25,98%). Le siguen los que tienen entre 41 y 50 años (14,17%) y los que están entre los 33 y los 40 años (12,60%). Sólo un porcentaje ligeramente superior al 5% tiene más de 51 años.

**Tabla 36. Edad**

	Porcentaje
<b>Menos de 18</b>	1,57%
<b>18-24</b>	40,16%
<b>25-32</b>	25,98%
<b>33-40</b>	12,60%
<b>41-50</b>	14,17%
<b>51-60</b>	4,72%
<b>Más de 60</b>	0,79%
<b>Total</b>	100%



Figura 43. Edad

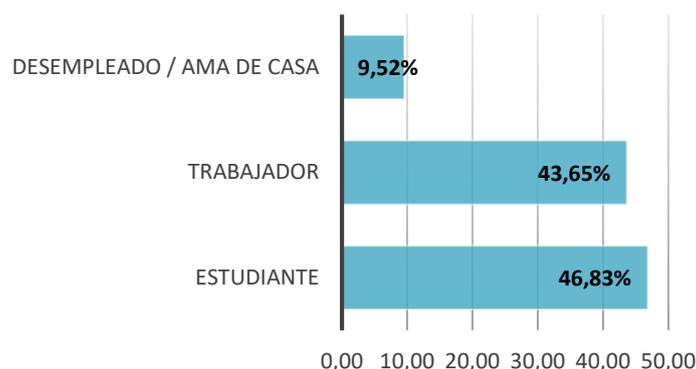


Entre los participantes de la muestra destacan los estudiantes (46,83%) y los trabajadores (43,65%).

Tabla 37. Ocupación

	Porcentaje
Estudiante	46,83%
Trabajador	43,65%
Desempleado / ama de casa	9,52%
Total	100%

**Figura 44. Ocupación**

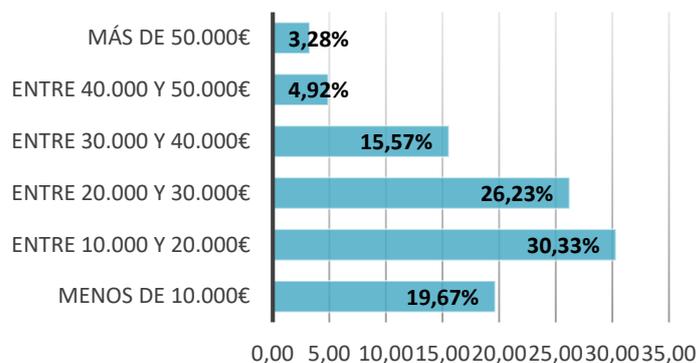


En relación al nivel de renta de los participantes, destaca el 30,33% con unos ingresos anuales entre los 10.000 y los 20.000 euros. Le sigue el grupo con una renta anual que se sitúa entre los 20.000 y los 30.000 euros. El 19,67% manifiesta que sus ingresos anuales no superan los 10.000 euros. El grupo con ingresos entre los 30.000 y los 40.000 euros al año, está formado por el 15% de los participantes. Sólo un 4,92% y un 3,28% cuentan con ingresos entre los 40.000 y 50.000 euros y superiores a 50.000, respectivamente.

**Tabla 38. Nivel de renta**

	Porcentaje
Menos de 10.000€	19,67%
entre 10.000 y 20.000€	30,33%
entre 20.000 y 30.000€	26,23%
entre 30.000 y 40.000€	15,57%
entre 40.000 y 50.000€	4,92%
Más de 50.000€	3,28%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Figura 45. Nivel de renta**



## **Análisis de las características y del comportamiento de los turistas alojados en la ciudad que participan en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria**



### 3. Análisis de las características y del comportamiento de los turistas alojados en la ciudad que participan en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria

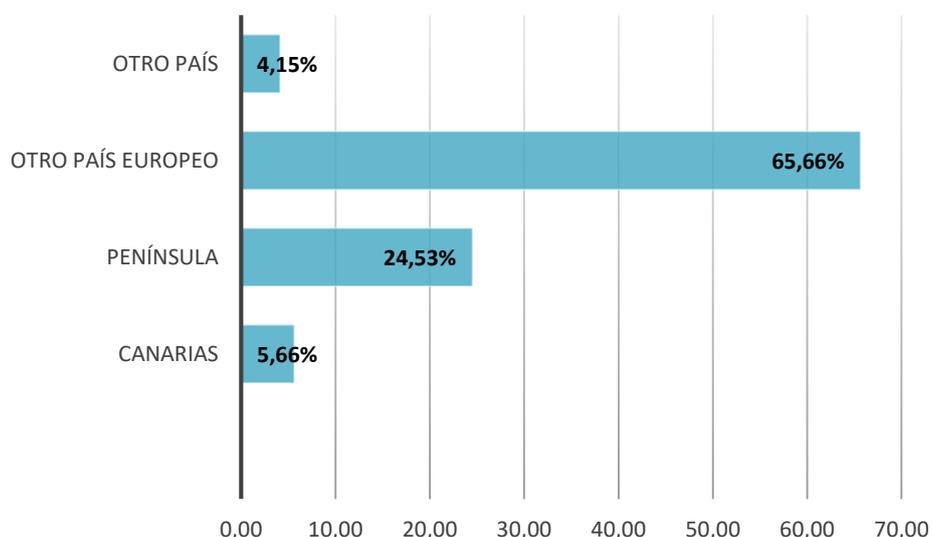
#### 3.1 Perfil de los participantes

El 65,66% de los no residentes encuestados procede de un país europeo distinto de España. Le siguen los visitantes de la península (24,53%). Sólo un 4,15% procede de países no europeos, y un 3,40% de otras islas del archipiélago canario. Nótese que al realizarse las encuestas en alojamientos hoteleros y lugares turísticos, la población de turistas de otras islas queda infra ponderada.

Tabla 39. Lugar de residencia

	Porcentaje
Canarias	5,66%
Península	24,53%
Otro país europeo	65,66%
Otro país no europeo	4,15%
Total	100%

Figura 46. Lugar de residencia



#### 3.2 Influencia del Carnaval en la decisión de visita

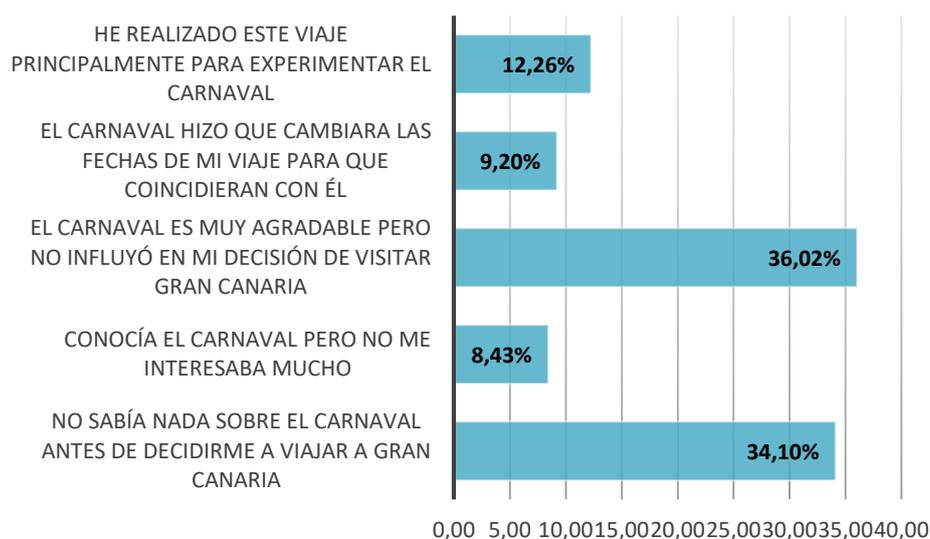
El 36,02% de los no residentes conocía el Carnaval, y le parecía agradable, antes de visitar el destino, pero no influyó en su decisión de visitar Gran Canaria y Las palmas de Gran Canaria. Mientras que, un 34,10% no sabía nada sobre el Carnaval antes de su visita al destino. Así, se puede afirmar que, en el 70% de los casos, la decisión de viajar a Gran Canaria no fue motivada por el Carnaval. El 12,26% de los no residentes de la muestra ha realizado su viaje para vivir la experiencia del Carnaval y el 9,20% cambió sus fechas

de viaje con el propósito de que coincidieran con el Carnaval. Más de un 20% visitaron el destino para disfrutar del carnaval, influyendo en su decisión de viaje.

**Tabla 40. Influencia del Carnaval en la decisión de visita**

	Porcentaje
No sabía nada sobre el Carnaval antes de decidirme a viajar a Gran Canaria	34,10%
Conocía el Carnaval pero no me interesaba mucho	8,43%
El Carnaval es muy agradable pero no influyó en mi decisión de visitar Gran Canaria	36,02%
El Carnaval hizo que cambiara las fechas de mi viaje para que coincidieran con él	9,20%
He realizado este viaje principalmente para experimentar el Carnaval	12,26%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Figura 47. Influencia del Carnaval en la decisión de visita**



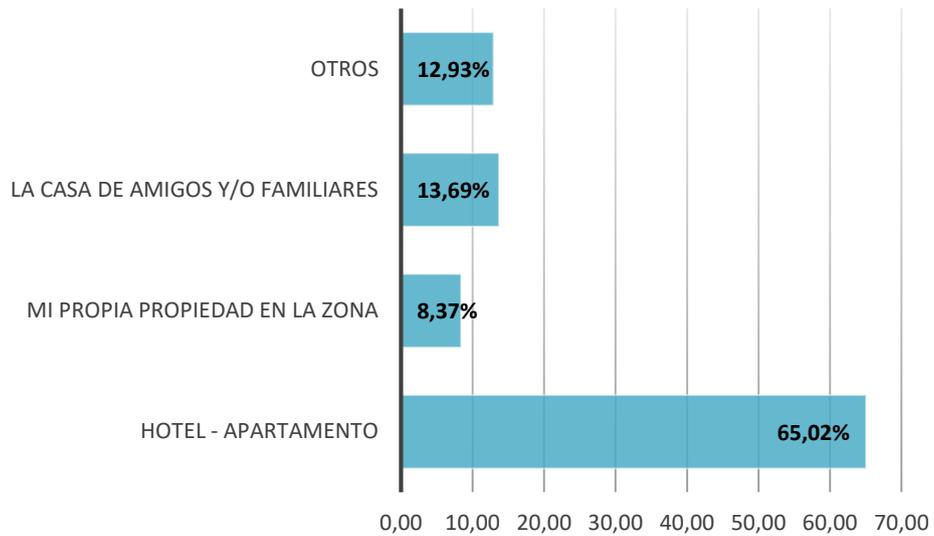
### 3.3 Tipología de alojamiento

El 65,02% de los no residentes se hospedan en hoteles o apartamentos. Le sigue el 13,69% alojado en las casas de amigos y/o familiares. Destaca el 8,37% que cuenta con su propio alojamiento en la isla de Gran Canaria.

**Tabla 41. Tipología de alojamiento**

	Porcentaje
<b>Hotel - apartamento</b>	65,02%
<b>Mi propia propiedad en la zona</b>	8,37%
<b>La casa de amigos y/o familiares</b>	13,69%
<b>Otros</b>	12,93%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Figura 48. Tipología de alojamiento**



### 3.4 Relación con el Carnaval

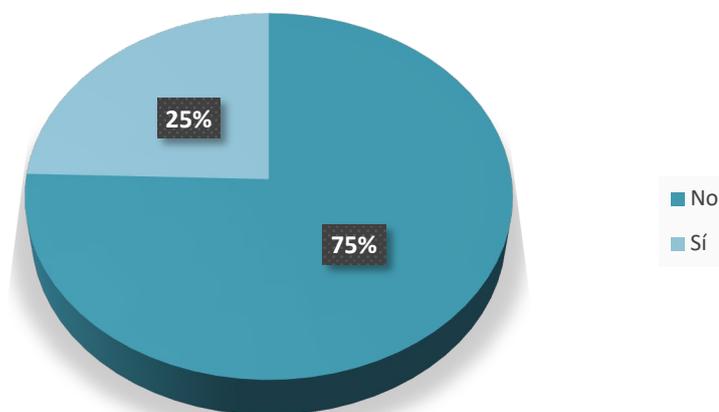
#### 3.4.1 Asistencia anterior al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria

El 75,47% de los no residentes asisten por primera vez al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, frente al 24,53% que ya había asistido, siendo 1,33 el número medio de veces que ha asistido con anterioridad.

**Tabla 42. Asistencia anterior al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria**

	Porcentaje
No	75,47%
Sí	24,53%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Figura 49. Asistencia anterior al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria**



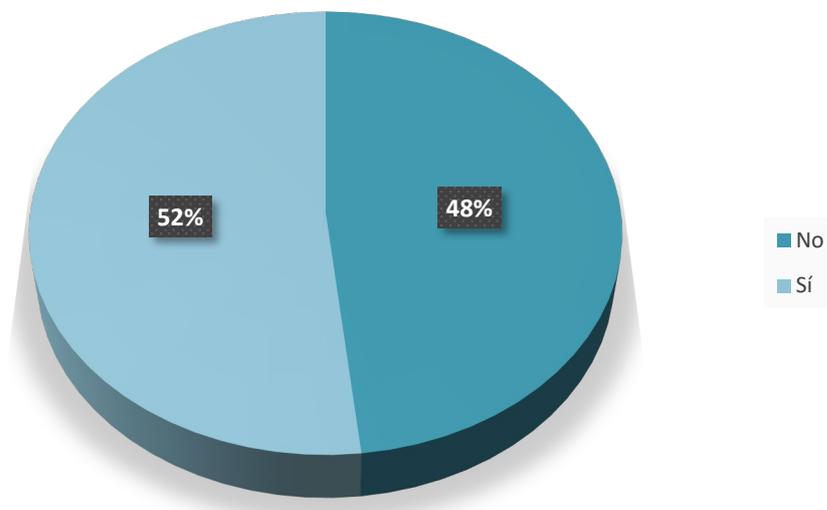
### 3.4.2 Asistencia a otro Carnaval en el mundo

Más del 50% de los encuestados ha asistido a otros carnavales celebrados en otras partes del mundo, siendo turistas atraídos por esta tipología de eventos.

Tabla 43. Asistencia a otro Carnaval en el mundo

	Porcentaje
No	48,25%
Sí	51,75%
Total	100%

Figura 50. Asistencia a otro Carnaval en el mundo



Entre los carnavales en los que han participado los no residentes destacan otros carnavales en España (42,19%), en Alemania (17,19%), en Italia (11,72%) y en el Reino Unido (7,03%). Un 3,91% ha participado en los carnavales de Brasil.

**Tabla 44. Carnavales en los que ha participado**

	<b>Porcentaje</b>
<b>España</b>	42,19%
<b>Alemania</b>	17,19%
<b>Italia</b>	11,72%
<b>Reino Unido</b>	7,03%
<b>Brasil</b>	3,91%
<b>Holanda</b>	3,13%
<b>Finlandia</b>	2,34%
<b>Francia</b>	1,56%
<b>Suecia</b>	1,56%
<b>Argentina</b>	1,56%
<b>Suiza</b>	1,56%
<b>Portugal</b>	1,56%
<b>EEUU</b>	0,78%
<b>Bélgica</b>	0,78%
<b>Grecia</b>	0,78%
<b>Colombia</b>	0,78%
<b>Austria</b>	0,78%
<b>Dinamarca</b>	0,78%
<b>Total</b>	100%

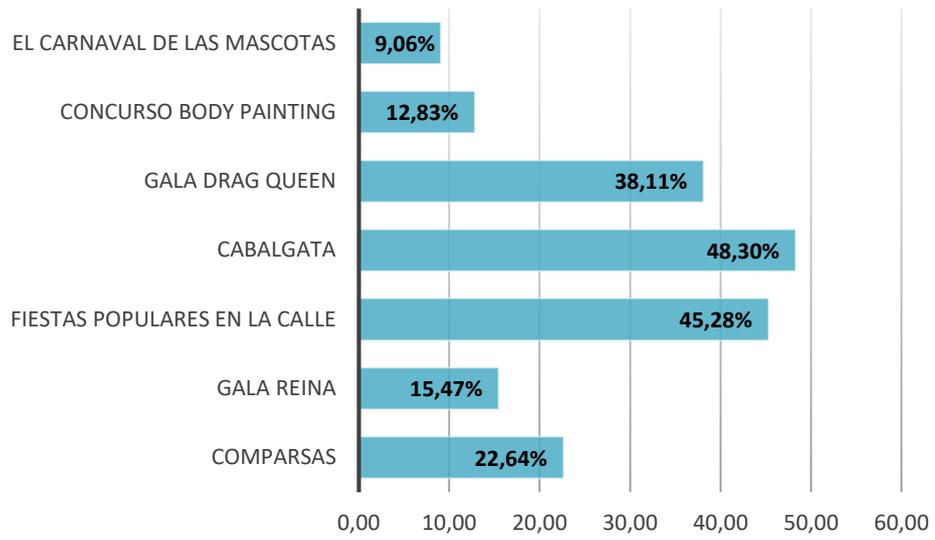
### 3.4.3 Eventos más atractivos del Carnaval

La cabalgata (48,30%), otras fiestas populares en la calle (45,28%) y la Gala Drag Queen (38,11%) son los eventos más populares entre los no residentes. Le siguen las comparsas (22,64%), la Gala Reina (15,47%) y el concurso de Body painting (12,83%). El evento con menos popularidad entre los no residentes es el Carnaval de las mascotas (9,06%).

**Tabla 45. Eventos más atractivos del Carnaval**

	<b>Porcentaje</b>
<b>Comparsas</b>	22,64%
<b>Gala Reina</b>	15,47%
<b>Fiestas populares en la calle</b>	45,28%
<b>Cabalgata</b>	48,30%
<b>Gala Drag Queen</b>	38,11%
<b>Concurso Body painting</b>	12,83%
<b>El Carnaval de las mascotas</b>	9,06%

**Figura 51. Eventos más atractivos del Carnaval**



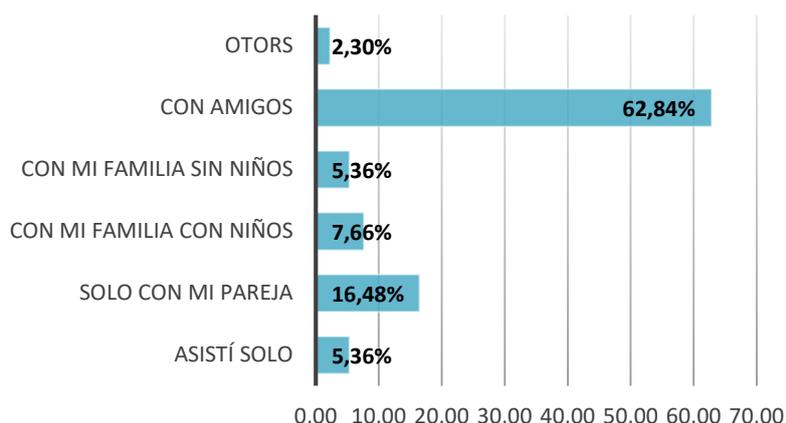
### 3.5 Grupo para asistir al evento

Se vuelve a corroborar la idea de que el Carnaval es un evento que se disfruta con amigos (62,84%). Un 16,48% de los no residentes acude sólo en compañía de la pareja. Le siguen los que lo disfrutan en familia con niños (7,66%) y sin niños (5,36%). Sólo el 5,36% de los no residentes participan sin compañía en el Carnaval.

**Tabla 46. Tipo de grupo**

	Porcentaje
Asistí solo	5,36%
Solo con mi pareja	16,48%
Con mi familia con niños	7,66%
Con mi familia sin niños	5,36%
Con amigos	62,84%
Otros	2,30%
Total	100%

**Figura 52. Tipo de grupo**



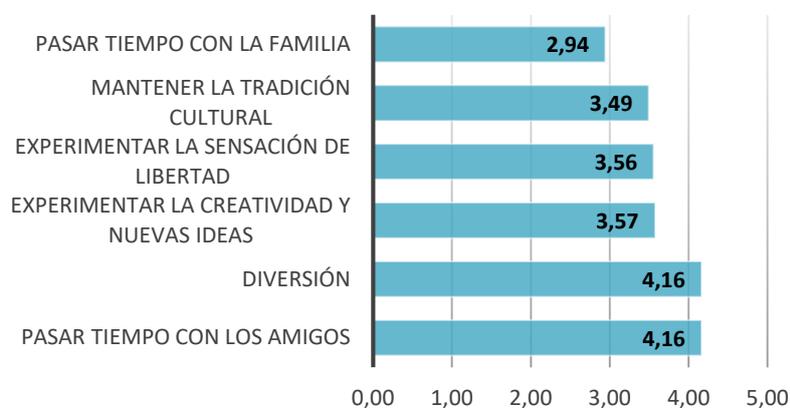
### 3.6 Razones para participar en el Carnaval

Las razones más importantes (escala 1 – 5) para la participación de los no residentes en el Carnaval son el pasar tiempo con los amigos (4,16) y la diversión (4,16). Le siguen la experimentación de la creatividad y nuevas ideas (3,57) y el experimentar la sensación de libertad (3,56).

**Tabla 47. Razones para participar en el Carnaval**

	Media
Pasar tiempo con los amigos	4,16
Diversión	4,16
Experimentar la creatividad y nuevas ideas	3,57
Experimentar la sensación de libertad	3,56
Mantener la tradición cultural	3,49
Pasar tiempo con la familia	2,94

**Figura 53. Razones para participar en el Carnaval**



### 3.7 Bienestar y felicidad

En una escala de 0 a 10 los no residentes valoran su bienestar y felicidad en general con un 8,62.

**Tabla 48. Razones para participar en el Carnaval**

	Media
Bienestar y felicidad	8,62

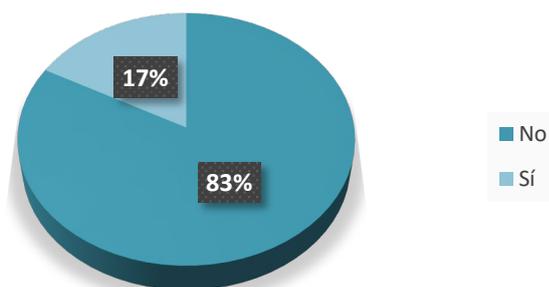
### 3.8 Participación en otros eventos en Gran Canaria

El 82,95% de los no residentes nunca ha participado en ningún otro evento distinto del Carnaval en la isla de Gran Canaria. Frente al 17,05% que sí lo ha hecho.

**Tabla 49. Participación en otro evento en Gran Canaria**

	Porcentaje
No	82,95%
Sí	17,05%
Total	100%

**Figura 54. Participación en otro evento en Gran Canaria**



Los eventos con mayor popularidad entre los no residentes que han acudido en alguna ocasión a otros eventos en la isla de Gran Canaria, además de otros carnavales, son las fiestas populares (28,57%) y el festival del orgullo Gay celebrado en Maspalomas (20%). Sólo un 2,86% ha participado en algún evento deportivo.

**Tabla 50. Evento en el que ha participado**

	Porcentaje
<b>CARNAVAL</b>	22,86%
<b>DEPORTES</b>	2,86%
<b>FIESTAS</b>	28,57%
<b>OTROS</b>	25,71%
<b>GAY PRIDE</b>	20,00%
<b>TOTAL</b>	100%

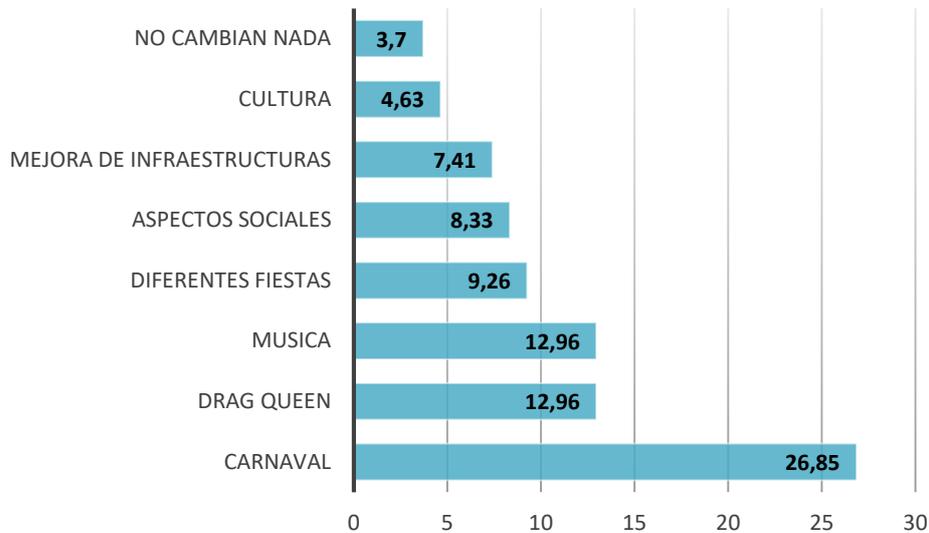
### 3.9 El carnaval del futuro

En relación al disfrute de la fiesta en futuras ediciones, al 26,85% les gustaría seguir viendo el Carnaval en el futuro y al 12,96% les gustaría poder asistir a la Gala Drag Queen. Otro 12,96% indica que les gustaría poder seguir disfrutando de la música y eventos musicales. Un 9,26% menciona fiestas en las playas, en las calles y relacionadas con el mundo LGTB. Un 8,33% se refiere a aspectos sociales tales como una diversión más sana con menos alcohol, con más respeto y más seguridad. Un 7,41% hace referencia a aspectos relacionados con las infraestructuras (mejora del transporte local, de la organización del evento, urinarios, parking, limpieza, puestos de comida...). Sólo un 4,63% alude a la cultura mencionando aspectos tales como la tradición, los bailes, la ropa... Un 3,70% no cambiaría nada.

**Tabla 51. Carnaval del futuro**

	Porcentaje
<b>CARNAVAL</b>	26,85%
<b>DRAG QUEEN</b>	12,96%
<b>MUSICA</b>	12,96%
<b>DIFERENTES FIESTAS</b>	9,26%
<b>ASPECTOS SOCIALES</b>	8,33%
<b>MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS</b>	7,41%
<b>CULTURA</b>	4,63%
<b>NO CAMBIAN NADA</b>	3,70%
<b>OTROS</b>	13,89%
<b>TOTAL</b>	100%

**Figura 56. Carnaval del futuro**



### 3.10 Análisis de la fidelidad de los participantes al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria

En una escala de 1 a 5 los no residentes manifestaron su nivel de fidelidad con el Carnaval y con la ciudad y la isla de Gran Canaria. Existe una elevada probabilidad de que estos visitantes vuelvan a visitar el destino en el futuro (4,50). La probabilidad de que recomienden el Carnaval a sus familiares y amigos también es alta (3,92), así como la probabilidad de asistir al Carnaval en el futuro (3,50), aunque en menor medida.

**Tabla 52. Fidelidad**

	Media
Probabilidad de que asista al Carnaval en el futuro	3,50
Probabilidad de que recomiende el Carnaval a sus familiares y amigos	3,92
Probabilidad de que vuelva a visitar Gran Canaria en cualquier otro momento	4,45

### 3.11 Gasto medio de los participantes

La tabla que se expone a continuación muestra el gasto medio realizado por los turistas en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria en diferentes ítems. El gasto total alcanza una media de 773,51€ por turista. Se puede observar como el montante de gasto más elevado es el dedicado al alojamiento (245,68 euros), le sigue el gasto en comida en restaurantes (158,94 euros) y el gasto en el propio viaje (123,96 euros). Los no residentes destinan una media de 71,87 euros a comprar comida y bebida en tiendas y 52,21 euros a servicios personales (peluquería, lavandería, gastos médicos...). Al transporte local (taxis, gasolina, reparaciones del vehículo...) se destinan una media de 73,70 euros y 43,69 a otras actividades (atracciones turísticas, actividades de ocio, discotecas...). El gasto medio en entradas a los distintos eventos de pago en la ciudad

(incluyendo el coste de las que pagó por adelantado) asciende a 33,46 euros. **Se estima un gasto total directo e indirecto en Las Palmas de Gran Canaria realizado por los turistas que vienen motivados por el carnaval, en torno a un millón de euros**, concretamente de 993.186€. a esta cantidad, habría que sumar la añadida por turistas que, sin tener presente el carnaval en su decisión de viaje, realizan un gasto mayor por la celebración de este evento.

**Tabla 53. Gasto en Las Palmas de Gran Canaria**

	<b>Media</b>
<b>Gasto alojamiento (Las Palmas)</b>	245,68
<b>Gasto comida en restaurantes (Las Palmas)</b>	158,94
<b>Gasto viaje a Gran Canaria (Las Palmas)</b>	123,96
<b>Gasto comida y bebida comprada en tiendas (Las Palmas)</b>	71,87
<b>Gasto servicios personales (Las Palmas)</b>	52,21
<b>Gasto transporte local (Las Palmas)</b>	43,70
<b>Gasto otras actividades (Las Palmas)</b>	43,69
<b>Gasto entradas a los eventos (Las Palmas)</b>	33,46
<b>Total</b>	<b>773,51</b>

A continuación, se muestra el gasto medio realizado por los turistas alojados en la ciudad en cualquier lugar de Canarias, fuera de la capital, en diferentes ítems. Se puede observar como el montante de gasto más elevado es el de transporte, que incluye transporte interinsular (51,47 euros), le sigue el gasto en alojamiento (48,95 euros) y el gasto en comida y restaurantes (37,53 euros). Los no residentes destinan una media de 18,79 euros a comprar comida y bebida en tiendas y 16,25 euros al transporte local (taxis, gasolina, ...) y 8,62 euros a otras actividades (atracciones turísticas, actividades de ocio, discotecas...). El gasto medio en entradas a los distintos eventos (incluyendo el coste de las que pagó por adelantado) asciende a 5,12 euros. En servicios personales (peluquería, lavandería, gastos médicos...) solo gastan una media de 0,82 euros. **El total medio del gasto realizado fuera de la ciudad asciende a los 187,55€. El total del gasto, se estima en torno a 240.814€.**

**Tabla 54. Gasto en Canarias fuera del municipio**

	<b>Media</b>
<b>Gasto viaje a Gran Canaria (Gran Canaria)</b>	51,47
<b>Gasto alojamiento (Gran Canaria)</b>	48,95
<b>Gasto comida en restaurantes (Gran Canaria)</b>	37,53
<b>Gasto comida y bebida comprada en tiendas (Gran Canaria)</b>	18,79
<b>Gasto transporte local (Gran Canaria)</b>	16,25
<b>Gasto otras actividades (Gran Canaria)</b>	8,62
<b>Gasto entradas a los eventos (Gran Canaria)</b>	5,12
<b>Gasto servicios personales (Gran Canaria)</b>	0,82
<b>Total</b>	<b>187,55</b>

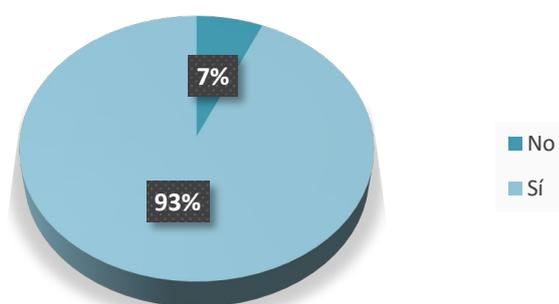
### 3.12 Visita a la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria

El 93,36% de los no residentes encuestados ha visitado o está planeando visitar y descubrir la ciudad de Las Palmas durante sus vacaciones. Sólo un 6,64% no considera esta posibilidad.

**Tabla 55. Visita a la ciudad de Las Palmas**

	Porcentaje
No	6,64%
Sí	93,36%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Figura 57. Visita a la ciudad de Las Palmas**



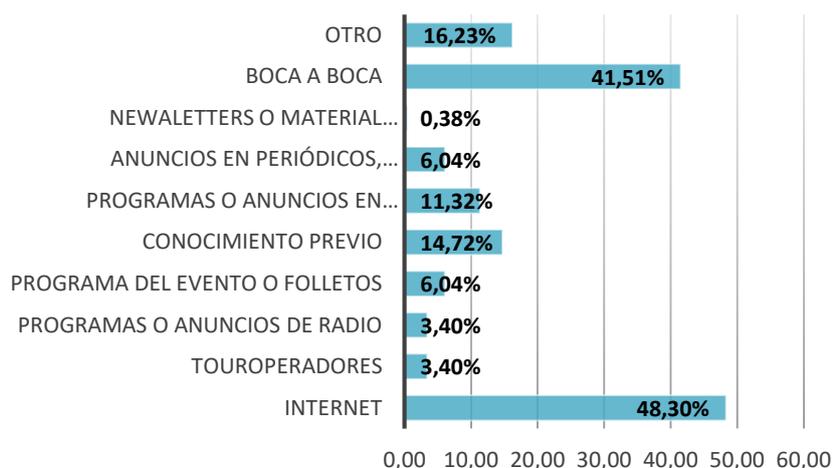
### 3.13 Fuentes de información

Los medios a través de los cuáles los no residentes han recibido información sobre el Carnaval son por excelencia internet (48,30%) y el boca a boca (41,51%). El 14,72% hace referencia a su conocimiento previo sobre el evento y el 11,32% ha recibido información a través de programas o anuncios en televisión. Los anuncios en periódicos, revistas o artículos, así como el programa de evento o folletos sobre el mismo sólo ha impactado en el 6,04% de los no residentes. Los medios que menos impacto tienen son los touroperadores (3,04%), los programas o anuncios de radio (3,40%) y las newsletters o material procedente de otras suscripciones (0,38%).

**Tabla 56. Medios para informarse sobre el Carnaval**

	Porcentaje
<b>Internet</b>	<b>48,30%</b>
<b>Touroperadores</b>	<b>3,40%</b>
<b>Programas o anuncios de radio</b>	<b>3,40%</b>
<b>Programa del evento o folletos</b>	<b>6,04%</b>
<b>Conocimiento previo</b>	<b>14,72%</b>
<b>Programas o anuncios en televisión</b>	<b>11,32%</b>
<b>Anuncios en periódicos, revistas o artículos</b>	<b>6,04%</b>
<b>Newsletters o material procedente de otras suscripciones</b>	<b>0,38%</b>
<b>Boca a boca</b>	<b>41,51%</b>
<b>Otro</b>	<b>16,23%</b>

**Figura 58. Medios para informarse sobre el Carnaval**



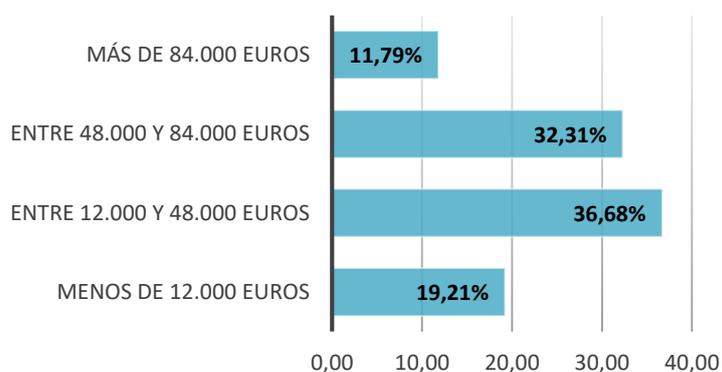
### 3.14 Características sociodemográficas

Los turistas presentan un nivel de renta sustancialmente superior al de los residentes. El 36,68% de los no residentes de la muestra declaran tener unos ingresos anuales que se sitúan entre los 12.000 y los 48.000 euros anuales. Le sigue el 32,31% que se encuentra en el grupo de ingresos superior, entre los 48.000 y los 84.000 euros al año. Casi el 20% cuenta con unos ingresos menores a los 12.000 euros anuales y un 11,79% percibe al año más de 84.000 euros.

**Tabla 57. Ingresos**

	Porcentaje
<b>Menos de 12.000 euros</b>	19,21%
<b>Entre 12.000 y 48.000 euros</b>	36,68%
<b>Entre 48.000 y 84.000 euros</b>	32,31%
<b>Más de 84.000 euros</b>	11,79%
<b>Total</b>	100%

**Figura 59. Ingresos**

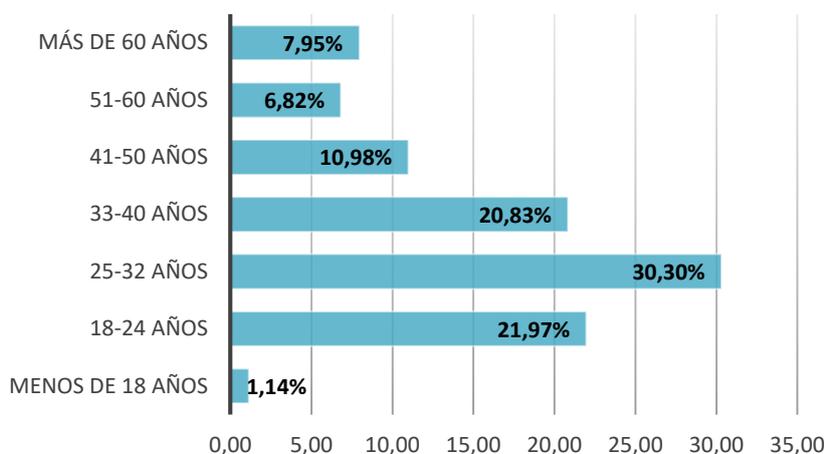


Más del 50% de los no residentes encuestados son jóvenes. El 21,97% se sitúa en el rango de edad entre los 18 y los 24 años, y el 30,30% entre los 25 y los 32 años. Un 1,14% no supera los 18. El grupo que sigue tiene entre 33 y 40 años (20,83%). Un porcentaje ligeramente superior al 10% se encuentra en el rango de edad entre los 41 y los 50. Menos son los no residentes en el grupo entre los 51 y los 60 (6,82%) y los mayores de 60 (7,95%).

**Tabla 58. Edad**

	<b>Porcentaje</b>
<b>Menos de 18 años</b>	1,14%
<b>18-24 años</b>	21,97%
<b>25-32 años</b>	30,30%
<b>33-40 años</b>	20,83%
<b>41-50 años</b>	10,98%
<b>51-60 años</b>	6,82%
<b>Más de 60 años</b>	7,95%
<b>Total</b>	100%

**Figura 60. Edad**

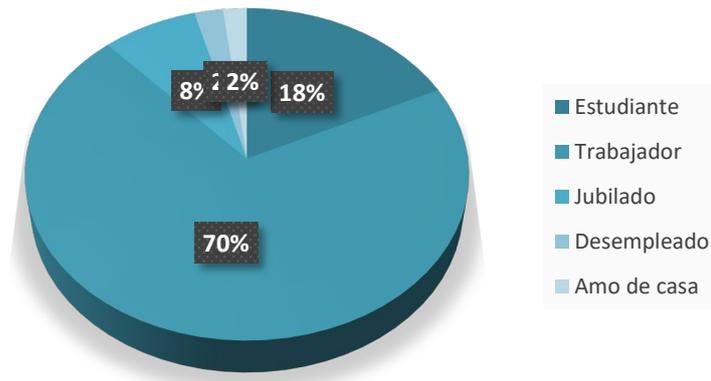


Con respecto a la ocupación de los no residentes, destacan los trabajadores (70,34%). Se observa un 17,87% de estudiantes. Sólo el 7,60% son jubilados, el 2,28% desempleados y el 1,90% se dedica a las tareas del hogar.

**Tabla 59. Ocupación**

	<b>Porcentaje</b>
<b>Estudiante</b>	17,87%
<b>Trabajador</b>	70,34%
<b>Jubilado</b>	7,60%
<b>Desempleado</b>	2,28%
<b>Amo de casa</b>	1,90%
<b>Total</b>	100%

**Figura 61. Ocupación**

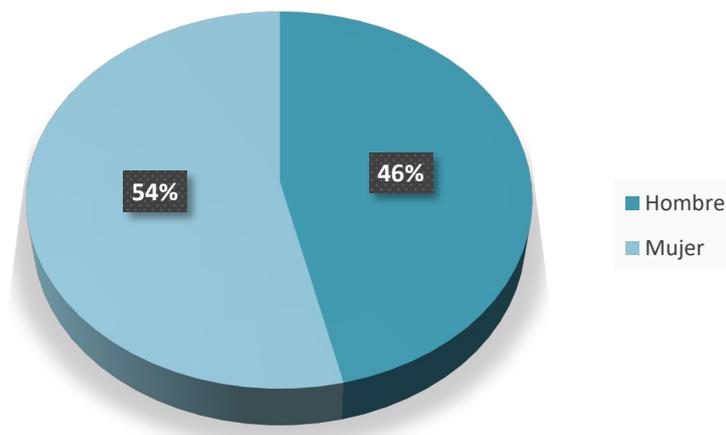


La muestra se encuentra proporcionalmente repartida entre hombres y mujeres.

**Tabla 60. Género**

	Porcentaje
Hombre	46,33%
Mujer	53,67%
Total	100%

**Figura 62. Género**



Las nacionalidades más destacadas entre los no residentes que participan en el estudio son los españoles (28,30%), los británicos (17,74%) y los alemanes (12,83%). Le siguen los fineses (7,17%), los suecos (4,91%), los checos (4,53) y los italianos (4,53%).

**Tabla 61. Nacionalidad**

	<b>Porcentaje</b>
<b>España</b>	28,30%
<b>Reino Unido</b>	17,74%
<b>Alemania</b>	12,83%
<b>Finlandia</b>	7,17%
<b>Suecia</b>	4,91%
<b>República Checa</b>	4,53%
<b>Italia</b>	4,53%
<b>Noruega</b>	2,64%
<b>Eslovaquia</b>	1,89%
<b>Dinamarca</b>	1,51%
<b>Irlanda</b>	1,51%
<b>Francia</b>	1,13%
<b>Rumanía</b>	1,13%
<b>Canadá</b>	1,13%
<b>Holanda</b>	0,75%
<b>Portugal</b>	0,75%
<b>Bélgica</b>	0,75%
<b>Austria</b>	0,75%
<b>Ecuador</b>	0,75%
<b>Rusia</b>	0,75%
<b>Otros</b>	4,50%
<b>Total</b>	100

## Análisis de las características y el comportamiento de los turistas alojados en el Sur de la isla de Gran Canaria



## 4. Análisis de las características y el comportamiento de los turistas alojados en el Sur de la isla de Gran Canaria

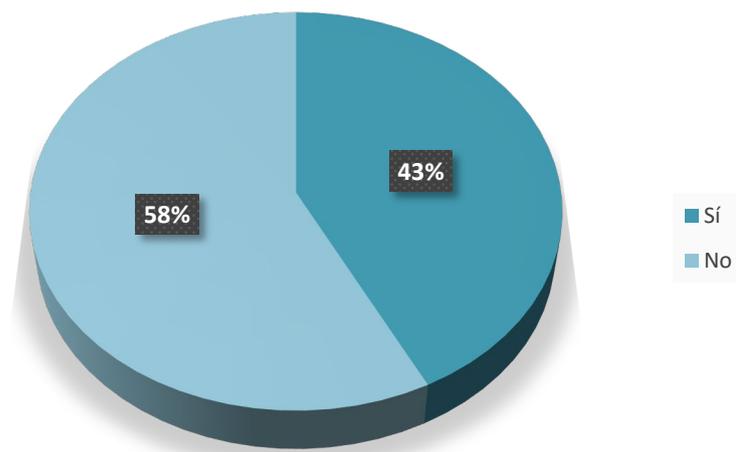
### 4.1 Visita anterior a la isla de Gran Canaria

Con el fin de conocer un poco mejor el comportamiento de los turistas alojados en el sur de la isla, y su relación con el carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, se hizo una encuesta específica a los mismos. Esto turista suponen una gran oportunidad para el evento capitalino. Un 42% de los turistas encuestados habían visitado la isla de Gran Canaria anteriormente, frente al 57,50% que no lo había hecho.

**Tabla 62. Visita anterior a Gran Canaria**

	Porcentaje
<b>Sí</b>	42,50%
<b>No</b>	57,50%
<b>Total</b>	100%

**Figura 64. Visita anterior a Gran Canaria**



### 4.2 Relación con el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria

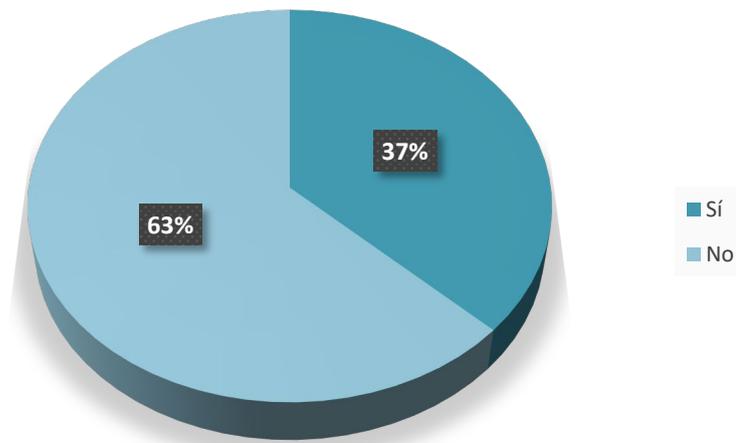
#### 4.2.1 Grado de conocimiento sobre el Carnaval de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria

El 37% de los participantes en el estudio conocen el Carnaval de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, frente al 63% que no conoce este evento.

**Tabla 63. Conocimiento del Carnaval de Las Palmas de GC**

	Porcentaje
<b>Sí</b>	37,00%
<b>No</b>	63,00%
<b>Total</b>	100%

**Figura 65. Conocimiento del Carnaval de Las Palmas de GC**



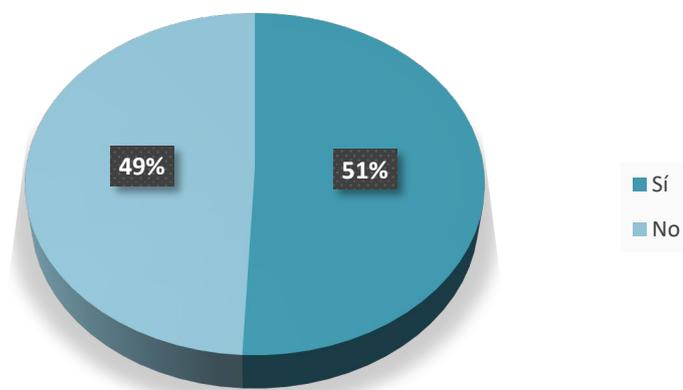
#### 4.2.2 Intención de participación futura en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria

Más de la mitad de los turistas manifiesta su interés en participar en el futuro en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria (50,79%). Un 49,21% no tiene ningún interés en participar en este evento en el futuro.

**Tabla 64. Interés de participación futura**

	Porcentaje
<b>Sí</b>	50,79%
<b>No</b>	49,21%
<b>Total</b>	100%

**Figura 66. Interés de participación futura**



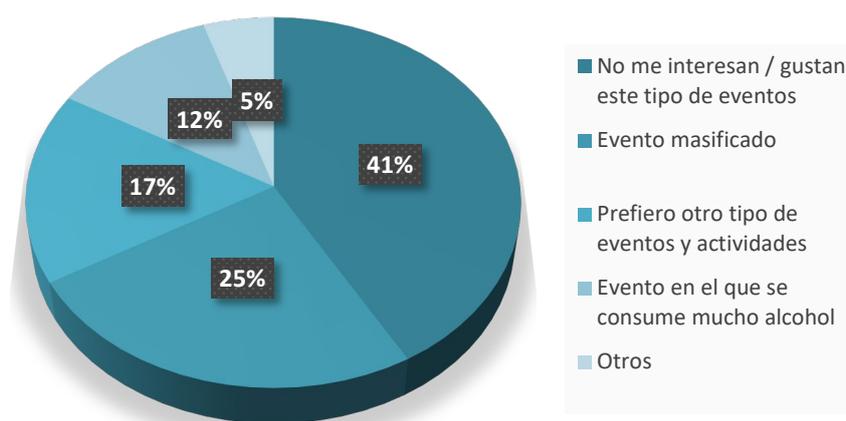
### 4.2.3 Principales razones para no participar en la Carnaval de la ciudad

Las principales razones identificadas por las que los participantes en el estudio no participan en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria se relacionan con sus gustos e intereses (al 41,67% no le interesa o gusta este tipo de eventos), con la masificación (25%), con la preferencia de otros eventos o actividades (16,67%), y con el excesivo consumo de alcohol (11,67%).

Tabla 65. Razones de no participación

	Porcentaje
No me interesan / gustan este tipo de eventos	41,67%
Evento masificado	25,00%
Prefiero otro tipo de eventos y actividades	16,67%
Evento en el que se consume mucho alcohol	11,67%
Otros	5,00%
Total	100%

Figura 67. Razones de no participación



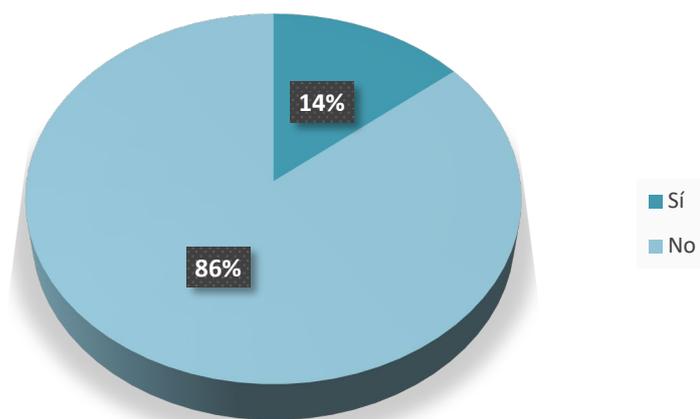
### 4.2.4 El papel del Carnaval como motivación para visitar Gran Canaria

Sólo en el 14,07% de los casos, la participación en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria ha sido una motivación importante para visitar la isla de Gran Canaria. Para el 85,93% de los turistas, las motivaciones para visitar Gran Canaria no están relacionadas con el evento.

Tabla 66. El Carnaval como motivación para visitar la isla

	Porcentaje
Sí	14,07%
No	85,93%
Total	100%

**Figura 68. El Carnaval como motivación para visitar la isla**



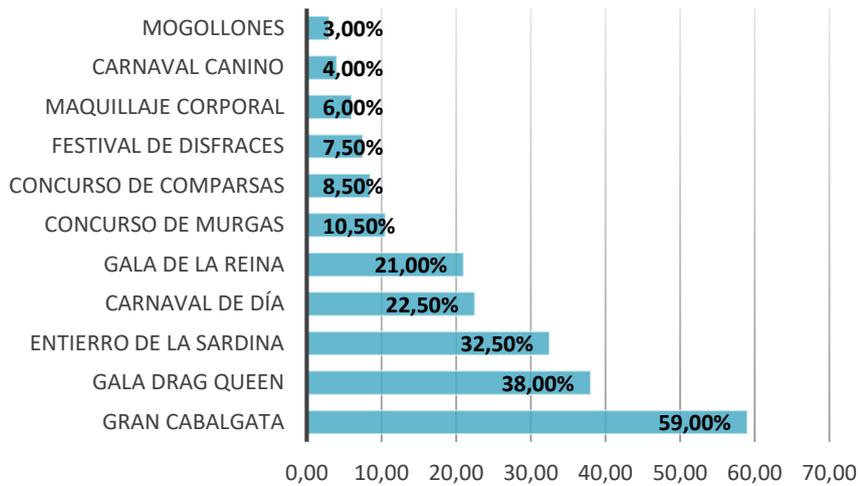
#### 4.2.5 Evento más atractivos del Carnaval

Los eventos que resultan más interesantes para los turistas, y por lo tanto, presentan una mayor capacidad de internacionalización, son la Gran Cabalgata (59%), la Gala Drag Queen (38%), el entierro de la sardina (32,50%), el Carnaval de Día (22,50%) y la Gala de la Reina (21%).

**Tabla 67. Eventos más interesantes de los que se programan**

	Porcentaje
Gran Cabalgata	59,00%
Gala Drag Queen	38,00%
Entierro de la sardina	32,50%
Carnaval de día	22,50%
Gala de la Reina	21,00%
Concurso de murgas	10,50%
Concurso de comparsas	8,50%
Festival de disfraces	7,50%
Maquillaje corporal	6,00%
Carnaval canino	4,00%
Mogollones	3,00%

**Figura 69. Eventos más interesantes de los que se programan**



#### 4.2.6 Principales razones para participar y asistir al Carnaval

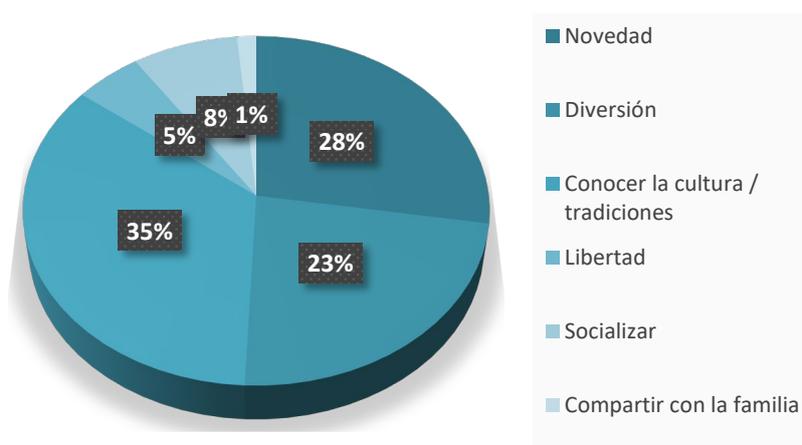
A diferencia de los turistas alojados en la ciudad para participar en el carnaval, los turistas que pernoctan en el Sur priman el conocimiento de la cultura y de las tradiciones locales (34,78%), la novedad (27,54%) y la diversión (23,19%) como las principales razones por las que los turistas muestran interés en participar en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria.

**Tabla 68. Razones para participar en el Carnaval**

	Porcentaje
<b>Novedad</b>	27,54%
<b>Diversión</b>	23,19%
<b>Conocer la cultura / tradiciones</b>	34,78%
<b>Libertad</b>	5,07%
<b>Socializar</b>	7,97%
<b>Compartir con la familia</b>	1,45%
<b>Total</b>	100%



**Figura 70. Razones para participar en el Carnaval**

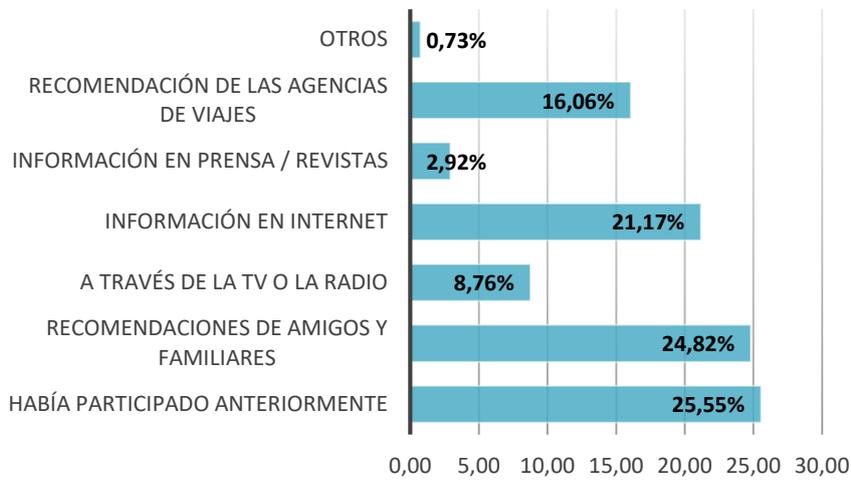


De los turistas alojados en el Sur durante las fechas de celebración del evento, el 25,55% lo conoce porque han participado de alguna manera en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria o en el Carnaval Internacional de Maspalomas en ocasiones anteriores. Un 24,82% ha asistido atendiendo a recomendaciones de amigos y familiares y el 21,17% a la información publicada en Internet. La recomendación de las agencias de viajes ha sido clave en el 16,06% de los casos. La información presentada a través de la radio y la televisión (8,76%) y la información publicada en prensa, revistas... (2,92%), tiene una menor influencia en la participación turística en el Carnaval.

**Tabla 69. Fuente de información de conocimiento del Carnaval**

	Porcentaje
<b>Había participado anteriormente</b>	25,55%
<b>Recomendaciones de amigos y familiares</b>	24,82%
<b>A través de la TV o la radio</b>	8,76%
<b>Información en Internet</b>	21,17%
<b>Información en prensa / revistas</b>	2,92%
<b>Recomendación de las agencias de viajes</b>	16,06%
<b>Otros</b>	0,73%
<b>Total</b>	100%

**Figura 71. Fuente de información de conocimiento del Carnaval**



### 4.3 Comportamiento de viaje

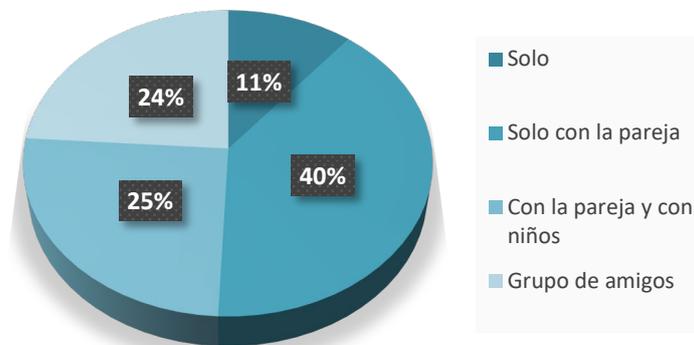
#### 4.3.1 Grupo para asistir al evento

Nuevamente, el perfil difiere. Los turistas muestran interés en asistir a los eventos del Carnaval en compañía de la pareja (39,86%), con la pareja y con niños (25,36%) y con un grupo de amigos (23,91%). Sólo un 10,87% de los turistas acude sólo a estos actos.

**Tabla 70. Tipo de grupo**

	Porcentaje
<b>Solo</b>	10,87%
<b>Solo con la pareja</b>	39,86%
<b>Con la pareja y con niños</b>	25,36%
<b>Grupo de amigos</b>	23,91%
<b>Total</b>	100%

**Figura 72. Tipo de grupo**



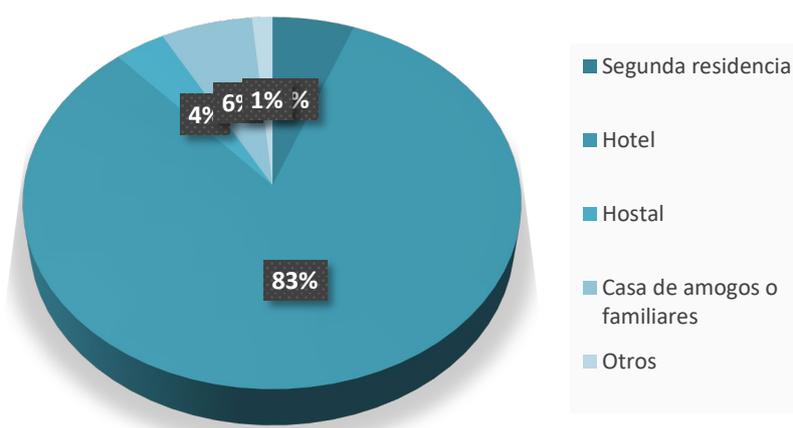
### 4.3.2 Tipología de alojamiento

EL 82,61% de los turistas encuestados se alojan, durante su estancia en la isla de Gran Canaria, en hoteles y apartamentos. Un 6,52% lo hace en casa de amigos y familiares. Un 5,80% cuenta con una segunda residencia en la isla. Sólo un 3,62% se aloja en hostales.

Tabla 71. Tipo de alojamiento

	Porcentaje
Segunda residencia	5,80%
Hotel	82,61%
Hostal	3,62%
Casa de amigos o familiares	6,52%
Otros	1,45%
Total	100%

Figura 73. Tipo de alojamiento



## 4.4 Grado de involucración

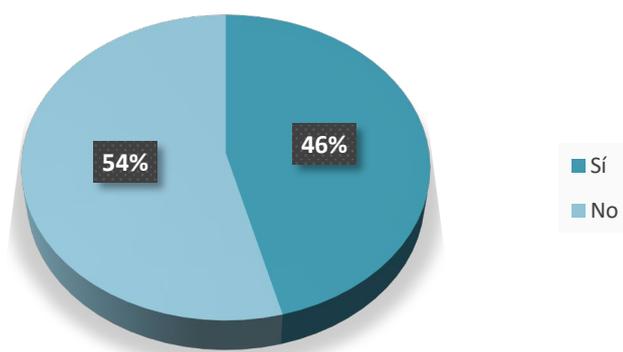
### 4.4.1 Uso de disfraces

En cuanto a su deseo de participar activamente, casi a la mitad de los encuestados (45,92%) les gustaría disfrazarse durante el Carnaval, frente al 54,82% a los que no les gustaría.

Tabla 72. Disfraces

	Porcentaje
Sí	45,92%
No	54,08%
Total	100%

Figura 74. Disfraces



#### 4.4.2 Razones para disfrazarse o no disfrazarse

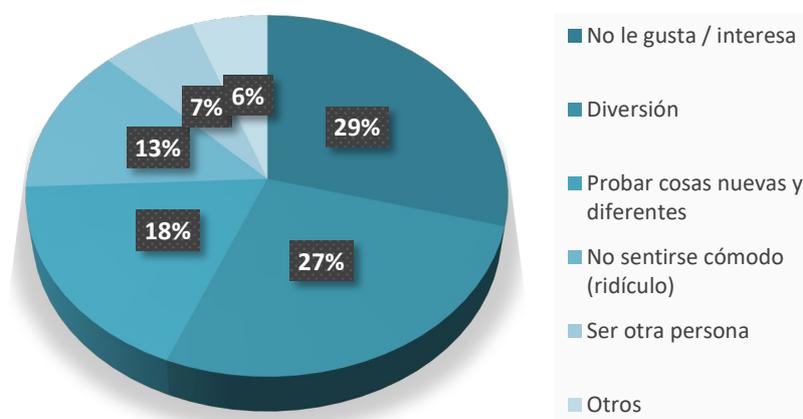
Al 21% de los participantes no les interesa o no les gusta disfrazarse y el 9,50% no se siente cómodo o se siente ridículo (9,50%).

Las principales razones por las que a los participantes les gustaría disfrazarse tienen que ver con la diversión (19,50%), el probar cosas nuevas y diferentes (13%) y el poder convertirse en algo o en alguien diferente (5%).

Tabla 73. Razones para disfrazarse o no disfrazarse

	Porcentaje
No le gusta / interesa	21,00%
Diversión	19,50%
Probar cosas nuevas y diferentes	13,00%
No sentirse cómodo (ridículo)	9,50%
Ser otra persona	5,00%
Otros	4,00%
Total	100%

Figura 75. Razones para disfrazarse o no disfrazarse



#### 4.5 Valoración del evento

Según la valoración general que hacen los turistas del Carnaval, dado su escaso nivel de conocimiento del mismo (en una escala de 1 a 5), este evento merece un 2,66, lo que explica su limitado poder de atracción.

**Tabla 74. Valoración general del Carnaval**

	Media
Valoración general del Carnaval	2,66

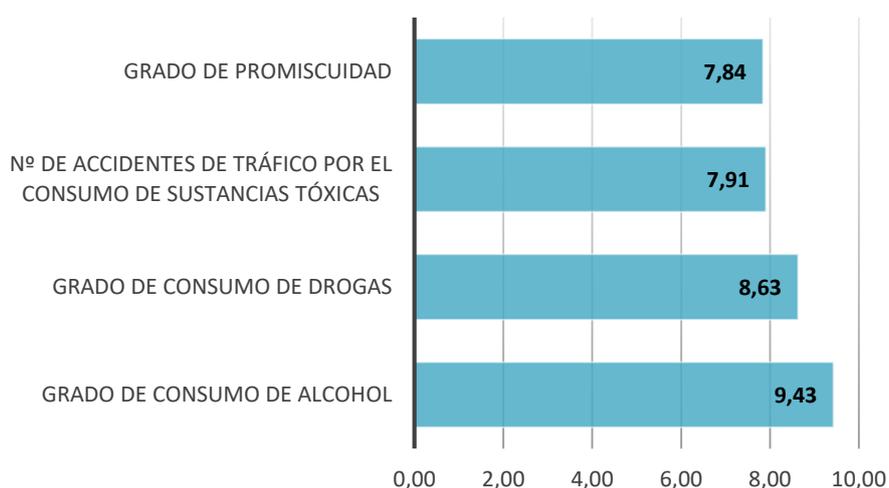
#### 4.6 Percepción de los impactos negativos del Carnaval

Los turistas perciben que los principales impactos negativos del Carnaval son el elevado grado de consumo de alcohol (9,43) y drogas (8,63), el aumento del número de accidentes de tráfico asociado a dicho consumo (7,91), así como el grado de promiscuidad (7,84).

**Tabla 75. Impactos negativos del carnaval**

	Media
Grado de consumo de alcohol	9,43
Grado de consumo de drogas	8,63
Nº de accidentes de tráfico por el consumo de sustancias tóxicas	7,91
Contenido sexual del evento	7,84

**Figura 76. Impactos negativos del carnaval**





## 4.7 Evaluación post-carnaval

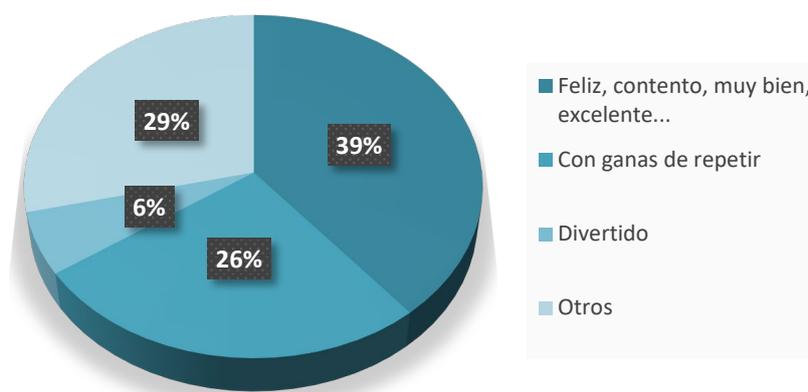
### 4.7.1 Sentimientos al finalizar el evento

Al finalizar el Carnaval, entre los participantes prima el sentimiento de estar muy felices (38,97%). Un 26,47% manifiesta sus ganas de repetir y el 5,88% termina con la sensación de haberse divertido. Entre los otros sentimientos que comentan el 28,68% aparecen aspectos dispares como la tristeza y la incomodidad, haber encontrado el evento interesante, sentir que se ha tomado demasiado alcohol, que se ha divertido pero que no volvería a repetir, y el sentimiento de indiferencia.

**Tabla 76. Sentimiento al final del Carnaval**

	Porcentaje
<b>Feliz, contento, muy bien, excelente...</b>	38,97%
<b>Con ganas de repetir</b>	26,47%
<b>Divertido</b>	5,88%
<b>Otros</b>	28,68%
<b>Total</b>	100%

**Figura 77. Sentimiento al final del Carnaval**



#### 4.7.2 Nivel de satisfacción

El nivel de satisfacción de los turistas para el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria es de notable (7,83).

**Tabla 77. Nivel de satisfacción después de asistir**

	Media
Nivel de satisfacción	7,83

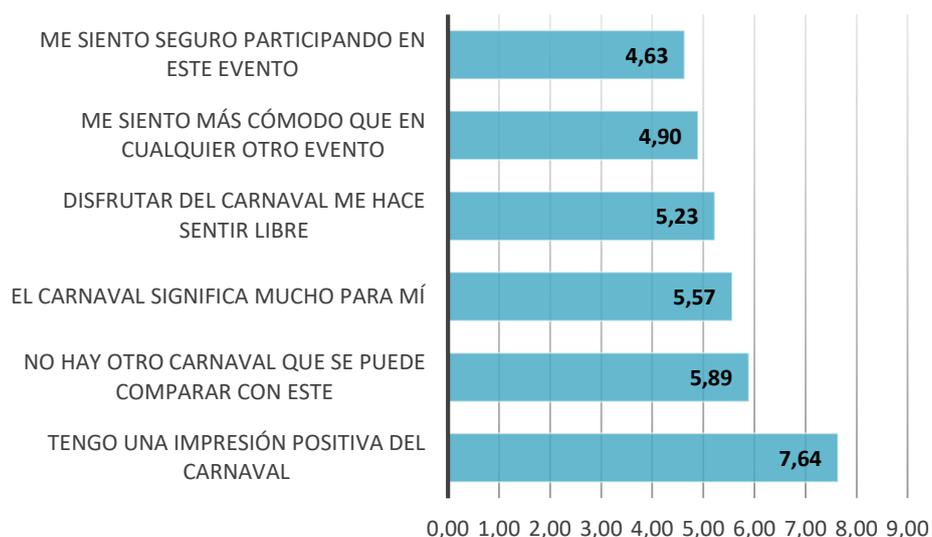
#### 4.7.3 Significado del Carnaval

Los turistas, en general, tienen una impresión positiva del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria (7,64). Sin embargo, significa poco para ellos, y no parece muy claro que piensen que no existe otro Carnaval como el de Las Palmas (5,89), ni manifiestan que dicho evento tenga un significado especial para ellos (5,57). No valoran en exceso la libertad que les hace sentir el Carnaval (5,23), la comodidad que les proporciona (4,90) ni la seguridad (4,63).

**Tabla 78. Significado del Carnaval**

	Media
Tengo una impresión positiva del Carnaval	7,64
No hay otro Carnaval que se puede comparar con este	5,89
El Carnaval significa mucho para mí	5,57
Disfrutar del Carnaval me hace sentir libre	5,23
Me siento más cómodo que en cualquier otro evento	4,90
Me siento seguro participando en este evento	4,63

**Figura 78. Significado del Carnaval**



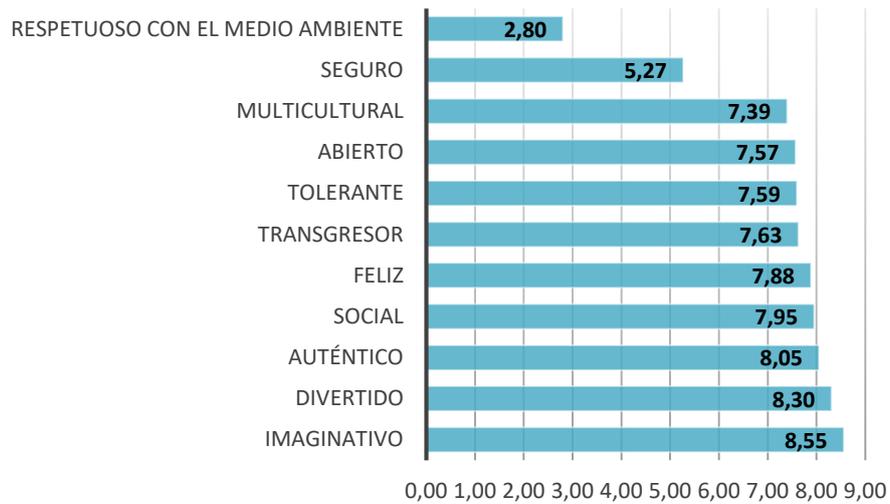
#### 4.8 Imagen del Carnaval

Los principales atributos con los que los turistas identifican al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria son: imaginativo (8,55), divertido (8,30), auténtico (8,05), social (7,95), feliz (7,88), transgresor (7,63), tolerante (7,59), abierto (7,57) y multicultural (7,39). Los atributos de imagen menos destacados son la seguridad (5,27) y el respeto por el medio ambiente (2,80).

**Tabla 79. Imagen del Carnaval**

	Media
<b>Imaginativo</b>	8,55
<b>Divertido</b>	8,30
<b>Auténtico</b>	8,05
<b>Social</b>	7,95
<b>Feliz</b>	7,88
<b>Transgresor</b>	7,63
<b>Tolerante</b>	7,59
<b>Abierto</b>	7,57
<b>Multicultural</b>	7,39
<b>Seguro</b>	5,27
<b>Respetuoso con el medio ambiente</b>	2,80

**Figura 79. Imagen del Carnaval**



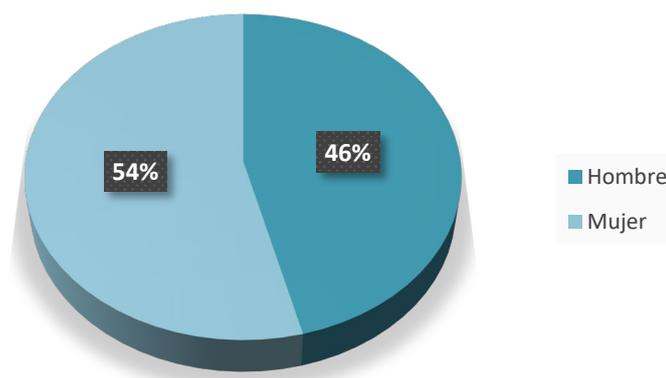
#### 4.9 Características sociodemográficas

La muestra se encuentra proporcionalmente repartida entre hombres (46%) y mujeres (54%).

**Tabla 80. Género**

	Porcentaje
<b>Hombre</b>	46,00%
<b>Mujer</b>	54,00%
<b>Total</b>	100%

**Figura 80. Género**



La edad media de los turistas encuestados es de 42,92 años.

**Tabla 81. Edad**

	Media
<b>Edad</b>	42,92

El 72% de los encuestados son trabajadores. Un 11,50% no están activos. Se encuentra un 9% de jubilados y un 7,50% de estudiantes.

**Tabla 83. Ocupación**

	<b>Porcentaje</b>
<b>Estudiante</b>	7,50%
<b>Trabajador</b>	72,00%
<b>Desempleado / amo de casa</b>	11,50%
<b>Retirado</b>	9,00%
<b>Total</b>	100%

El número medio de noches que pasan los turistas de la muestra en Gan Canaria es de 7,69.

**Tabla 84. Nº de noches en Gran Canaria**

	<b>Media</b>
<b>Noches</b>	7,69

## Análisis adicional sobre el gasto de los residentes



## 5. Análisis adicional sobre el gasto de los residentes

### 5.1 Gasto medio

El gasto medio realizado por los participantes en el Carnaval de las Palmas de Gran Canaria en la compra de disfraces y complementos asciende a 24 euros. Además, gastan una media de 12,65 euros en comer en restaurantes y chiringuitos. Le sigue el gasto realizado también en comida, pero comprada en tiendas y supermercados (8,67 euros). El montante de gasto destinado a la compra de entradas a las galas y concursos asciende a 7,08 euros. Los participantes solo destinan 2,61 euros de media a la realización de actividades de ocio (discotecas, etc.). El gasto medio asciende a los 63.33€. por tanto, con esta aproximación, **el gasto total realizado por los residentes asciende a los 15.041.493€.**

Tabla 87. Gasto medio

	Media
Gasto en restaurantes y chiringuitos	12,65
Gasto en comida y bebida comprada en tiendas, supermercados...	8,67
Gasto en entradas (galas, concursos)	7,08
Gasto en disfraces y complementos	24,00
Gasto en transporte	8,62
Gasto en actividades de ocio (discotecas, etc.)	2,61
<b>TOTAL</b>	<b>63,63</b>

### 5.2 Gasto medio por municipio de residencia

Se encuentran diferencias en el gasto medio realizado por los participantes en según su municipio de residencia. El gasto en restaurantes es mayor en el caso de los residentes en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria. Éstos gastan una media de 14,18 euros frente a los 10,47 euros que gastan los residentes en otros municipios de la isla, y a los 6,33 euros que destinan a ello los que no residen en Gran Canaria. El mismo comportamiento es observado en el caso del gasto realizado en comida en tiendas y supermercados. Los residentes en la ciudad gastan un poco más que los residentes en otros municipios de la isla, aunque esta diferencia no parece ser significativa (0.15 euros más), y 2,73 euros más que los residentes fuera de la isla.

Los residentes en otros municipios de la isla de Gran Canaria realizan un mayor gasto en entradas a las galas y a los concursos que el resto de los grupos. Sin embargo, la diferencia es mayor con los participantes no residentes en Gran Canaria (4,05 euros más).

Los residentes en la ciudad son los que realizan el mayor gasto en disfraces y complementos (24,75 euros), frente a los 23,92 gastados por los residentes en otros municipios y a los 13,89 gastados por los que provienen de fuera.

Como era de esperar el gasto realizado en transporte es mayor en el caso de los participantes que no residen en la isla de Gran Canaria. Éstos destinan 13,89 euros al desplazamiento, mientras que el resto de casos se superan ligeramente los 8 euros.

Los participantes que destinan más dinero a las actividades de ocio son los que residen en otros municipios de la islas distintos a Las Palmas de Gran Canaria.

**Tabla 88. Gasto medio por municipio de residencia**

	LPGC	OTRO	NO GC
<b>Gasto en restaurantes y chiringuitos</b>	14,18	10,47	6,33
<b>Gasto en comida y bebida comprada en tiendas, supermercados</b>	8,84	8,69	6,11
<b>Gasto en entradas (galas, concursos)</b>	7,20	7,38	3,33
<b>Gasto en disfraces y complementos</b>	24,75	23,92	13,89
<b>Gasto en transporte</b>	8,55	8,14	13,11
<b>Gasto en actividades de ocio (discotecas, etc.)</b>	2,44	3,08	1,67

### 5.3 Gasto medio en función del tipo de participación

#### 5.3.1 Gasto medio en función de si se disfraza o no lo hace

Los residentes que no se disfrazan gastan más que los que sí lo hacen en determinadas partidas: comer en restaurantes y chiringuitos, en la compra de entradas para atender a las galas y concursos y en la compra de disfraces y complementos (para otros, principalmente los hijos). Los residentes que se disfrazan gastan más que los que no lo hacen en otras partidas: la compra de comida y bebida en tiendas y supermercados, y en transporte.

**Tabla 89. Gasto medio en función de si se disfraza o no**

	Disfraz	No disfraz
<b>Gasto en restaurantes y chiringuitos</b>	6,33	9,73
<b>Gasto en comida y bebida comprada en tiendas, supermercados...</b>	6,11	5,71
<b>Gasto en entradas (galas, concursos)</b>	3,33	6,02
<b>Gasto en disfraces y complementos</b>	13,89	17,21
<b>Gasto en transporte</b>	13,11	6,10
<b>Gasto en actividades de ocio (discotecas, etc.)</b>	1,67	1,92

### 5.4 Gasto medio según características sociodemográficas

Los menores de 18 años son los que realizan un mayor gasto en transporte y actividades de ocio. En cuanto a la compra de disfraces y complementos, los que gastan más son los jóvenes que tienen entre los 25 y los 32 años. Quienes destina más dinero a comer en restaurantes y chiringuitos son los participantes con edades comprendidas entre los 33 y los 40 años. Los que cuentan con más de 41 años son los que más compras realizan de comida en tiendas y supermercados.

Tabla 92. Gasto medio según edad

	<18	18-24	25-32	33-40	41-50
Gasto en restaurantes y chiringuitos	9,33	12,49	14,16	15,00	11,75
Gasto en comida y bebida comprada en tiendas	9,11	7,47	8,76	10,19	11,25
Gasto en entradas (galas, concursos)	5,87	5,67	8,95	7,71	3,00
Gasto en disfraces y complementos	21,93	22,30	27,45	20,48	26,25
Gasto en transporte	10,84	8,77	8,18	5,71	5,00
Gasto en actividades de ocio (discotecas, etc.)	3,89	2,77	2,12	1,62	0,00

Con respecto al gasto realizado en función del género de los participantes, se puede apreciar que son los hombres los que más dinero dedican a todas las actividades.

Tabla 93. Gasto medio según género

	Hombre	Mujer
Gasto en restaurantes y chiringuitos	14,12	11,16
Gasto en comida y bebida comprada en tiendas, supermercados...	8,68	8,66
Gasto en entradas (galas, concursos)	9,21	4,93
Gasto en disfraces y complementos	24,86	23,13
Gasto en transporte	9,17	8,07
Gasto en actividades de ocio (discotecas, etc.)	3,53	1,67

## Conclusiones



## 6. Conclusiones

El Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria se ha celebrado en dicha ciudad durante más de medio siglo y, hoy día, representa uno de los eventos más históricos y conocidos tanto nacional como internacionalmente. Miles de personas acuden cada año, desde otros puntos de la isla, toda Canarias, Península e incluso, desde otros países, a los numerosos eventos organizados cuya realización tiene lugar aproximadamente durante un mes. Pero el carnaval del municipio de Las Palmas de Gran Canaria no es el único en la isla ni en la región, y muchos otros municipios e islas organizan y celebran su propio carnaval, como el carnaval de Santa Cruz de Tenerife, también altamente reconocido.

Este estudio pretende servir de ayuda para la toma de decisiones en la continua mejora y proyección de este importante evento. Algunos de los sub-eventos que se desarrollan durante las fiestas son la Gala de Elección de la reina del Carnaval, la Gala de Elección del Drag Queen del Carnaval, el concurso de murgas, la Gran Cabalgata, el Entierro de la Sardina y otros muchos orientados a personas de la tercera edad, niños, mascotas... Así, el carnaval se convierte en un festival para todos los ciudadanos, de cualquier género, raza y edad, donde las calles se llenan de alegría, creatividad y, sobre todo, libertad.

En junio de 2011, el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria fue declarado Fiesta de Interés Turístico de Canarias y posteriormente, en 2017, Fiesta de Interés Turístico Nacional. Esto ha significado para el evento y para la isla un importante impulso en la promoción exterior del destino, así como un reconocimiento a su historia y al valor económico y social que representa para la capital, siendo el siguiente paso natural el reconocimiento como Fiesta de Interés Turístico Internacional.

El mes de febrero del año 2019 fue histórico en lo que a turismo se refiere. Según el Instituto Canario de Estadística, se registraron 104.762 pernoctaciones de turistas extranjeros en la capital. Este incremento significa solamente un 1'8% más que el ejercicio del 2016, sin embargo, si se comparan los porcentajes con los datos de este mismo mes del año 2009, se muestra un aumento del 65,4%. Esto es un claro ejemplo de la importancia del carnaval en dos aspectos: por una parte, en el marco económico debido a que la llegada de turistas a la isla genera grandes beneficios, que pueden ser usados para la mejora de la vida de los locales y del destino en sí mismo. Y, por otra parte, en el marco sociocultural, ya que muestra una parte de la cultura y las costumbres de la sociedad canaria y, además, las impulsa y mantiene.

La realización de eventos es una práctica cada vez más generalizada en todo el territorio mundial dados los numerosos beneficios que reportan a la localidad que los acoge, tales como la mejora de la rentabilidad económica o de la imagen del destino, un aspecto muy a tener en cuenta en destinos como Las Palmas de Gran Canaria donde la actividad turística compite altamente con otros destinos. Así, el desarrollo de eventos como el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria se torna vital para la atracción de visitantes.

A continuación, se exponen las principales conclusiones de esta primera parte del estudio que, además de ofrecer una visión completa del perfil sociodemográfico, comportamiento y motivaciones de los participantes en el carnaval, hace referencia a los efectos directos producidos por el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, estimado a partir del gasto de los participantes (residentes y turistas), así como la percepción sobre los impactos positivos y negativos del mismo.

El Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria debe ser entendido como un evento dinamizador de la economía de la zona. Debe contribuir a la atracción de turistas a las zonas comerciales abiertas de la ciudad, museos... especialmente de aquellas en las que tienen lugar los distintos eventos: zona del parque de Santa Catalina, Vegueta y la zona de las Canteras.

### **Asistentes Galas Reina y Drag Queen**

- ✓ Sólo el 10% de los asistentes a las galas no son residentes en la isla. Este dato nos exige el diseño de estrategias que eleven la participación de los turistas en los principales actos del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria.
- ✓ Se advierte la dificultad para la adquisición de entradas a la Gala Drag Queen.
- ✓ Se destaca el alto nivel de fidelidad de los participantes a los actos más destacados del carnaval, la Gala de la Reina y la Gala Drag (4 asistencias de media).
- ✓ El alto nivel de repetición a los actos mencionados exige una mayor necesidad de renovación de estos actos y de rotación de público.
- ✓ Los asistentes a las galas muestran una elevada involucración con el carnaval de la ciudad con independencia de que se disfrace para asistir a las galas. El 67% se disfrazan durante el carnaval.
- ✓ Es importante tratar de incentivar la asistencia a las galas disfrazado.
- ✓ Para asistir a ambos actos tiene importancia destacada el transporte público. Lo que reduce el impacto medioambiental de ambos eventos. Sin embargo, el transporte público tiene menor uso que el coche particular (40%).
- ✓ Existencia de un vínculo entre las galas y otros actos del carnaval, Cabalgata, carnavales de día y actos nocturnos.
- ✓ La comodidad y el orgullo que reporta el evento a los participantes y la interracialidad son aspectos que deben trabajarse.

- ✓ Eventos para disfrutar con los amigos (51%), especialmente la gala Drag, siendo la gala de la Reina más familiar.
- ✓ Las galas comparten más de un 30% de asistentes, y tienen una elevada complementariedad con otros eventos (cabalgata, carnaval de día).
- ✓ Notable nivel de satisfacción de los asistentes a las galas (7,73). Si bien existe margen de mejora.
- ✓ Los asistentes a ambos eventos se declaran muy felices (8,51).
- ✓ Las galas contribuyen directa e indirectamente a generar un desembolso estimado de los asistentes de 1.294.500 euros.
- ✓ Motivaciones principales para participar: diversión, socializar con amigos, libertad. Motivaciones con margen de crecimiento: Novedad, creatividad-innovación, y cultura y tradiciones.
- ✓ Entienden el carnaval como un estilo de vida, vinculado a la libertad, y con mucho significado, también como escape a la rutina, no siendo elevada la valoración del evento como un carnaval único o “superior” a otros.
- ✓ Los asistentes a las galas destacan más los impactos positivos que los impactos negativos generados por el evento. Entre los impactos positivos señalan el incremento de la economía local y de los negocios locales, el incremento en el número de turistas que visitan la ciudad, la imagen positiva que genera el evento y el orgullo y la unidad por parte de los residentes.
- ✓ La aglomeración de personas en las calles, los problemas de exceso en el consumo de alcohol y drogas, los problemas de tráfico y aparcamiento y los problemas de ruido e impacto ambiental, son los principales impactos negativos señalados. Se recomienda trabajar en estos puntos para reducir tales impactos negativos.
- ✓ Las redes sociales son la principal fuente de información utilizada por los asistentes a las galas (81%). Por lo que debe priorizarse la promoción a través de este medio.
- ✓ Más del 60% de los asistentes son jóvenes menores de 32 años. El Carnaval es un evento que atrae a jóvenes, se recomienda seguir incentivando la participación de otros grupos de edad. Un 66% son mujeres.

## Residentes

- ✓ Aproximadamente el 90% de los residentes en la isla ha participado alguna vez en los actos oficiales del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria. Lo que convierte al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria en el carnaval de la isla.
- ✓ Los residentes manifiestan una alta fidelidad a los actos del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria. Además, se trata de repetidores intensivos, el 46,95% manifiesta haber participado a estos actos durante más de 11 años. El 36,52% lleva asistiendo durante más de 15 años. Esto implica una necesidad de renovación de los actos del Carnaval de las Palmas de Gran Canaria, la novedad ayudará a mantener e incluso a aumentar los niveles de fidelidad alcanzados a lo largo del tiempo.
- ✓ Además, los residentes declaran su reciente participación en los actos del carnaval. De los encuestados, el 63,26% participó en el carnaval en 2019.
- ✓ El evento más popular entre los residentes es la Gran Cabalgata (50%).
- ✓ Se vuelve a demostrar que el carnaval es un evento que se disfruta con amigos. El 80% de los residentes acude a los actos del carnaval acompañado por amigos.
- ✓ De los participantes, la mitad tiene un rol activo (el 89% le gusta disfrazarse), y la otra mitad pasivo (espectadores por televisión), no estando extendido el voluntariado.
- ✓ La valoración general del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria por parte de los residentes es de aproximadamente un 7. Es elevado, pero existe potencial de mejora del evento y se hace necesaria la segmentación por tipología de participante para satisfacer mejor las demandas de cada grupo.
- ✓ El perfil del “carnavalero” es de “fiestero”. El carnavalero es asiduo a otros eventos festivos (El 42,74% de los residentes acude anualmente a más de 5 eventos en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria -carnavales, conciertos, romerías, festivales...).
- ✓ Una primera aproximación desvela que el gasto total realizado por los residentes asciende aproximadamente a unos 17.691.425€.

- ✓ Las principales motivaciones de los residentes para participar en los catos del carnaval son la diversión y socializar con amigos.
- ✓ El carnaval es parte del estilo de vida de los residentes y le aporta sensación de libertad.
- ✓ El carnaval es percibido como un evento social, alegre, multicultural e imaginativo.
- ✓ Los aspectos relacionados con la imagen que reciben una peor valoración son el medioambiente y la seguridad.
- ✓ Se percibe que el carnaval contribuye a la economía y el turismo, pero también de impactos de aglomeraciones, consumo de alcohol y drogas, ruidos y cuidado medioambiental.
- ✓ Existe una demanda más y aún mejores eventos familiares y culturales, así como para públicos segmentados (mayor edad, jóvenes, deportivos, negocios, turísticos).
- ✓ No se plantea la necesidad de una mayor inversión pública en carnavales, abriéndose la puerta a profundizar más en vías de financiación pública-privada más sofisticadas.

#### **Turistas alojados en Las Palmas de Gran Canaria participando en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria**

- ✓ El 65,66% de los turistas participantes en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria procede de otro país europeo. Mientras que el 24,53% procede de la península.
- ✓ En el 70% de los casos la decisión de viajar a Gran Canaria no ha sido motivada por el Carnaval. Poco más del 20% ha visitado el destino motivado por la asistencia al evento. Se hace necesario tratar de incrementar esta cifra, el objetivo es que el carnaval de la ciudad siga siendo un evento que atraiga a turistas al destino. Existe margen de crecimiento en la notoriedad del evento.
- ✓ El 65,02% se hospedan en hoteles o apartamentos, por lo que supone una importante inyección económica para la economía del destino.
- ✓ El 75,47% de los turistas participan por primera vez en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria. Si bien, casi el 25% ya había asistido.

- ✓ Más del 50% de los encuestados ha asistido a otros carnavales celebrados en otras partes del mundo. Este dato sugiere la importancia de desarrollar relaciones de cooperación con esos otros eventos con los que el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria comparte turistas. Estas relaciones cooperativas pueden manifestarse a través del desarrollo de campañas de promoción conjunta, por ejemplo, con la red mundial de ciudades de carnavales. Además, se puede aprovechar las temáticas de cada uno de los carnavales para el diseño de estrategias que atraigan a turistas que asistan a otros carnavales.
- ✓ Los eventos más atractivos del carnaval entre los turistas son la Gran Cabalgata (48,30%), otras fiestas populares en la calle (45,28%) y la Gala Drag Queen (38,11%).
- ✓ Para los turistas el carnaval también es un evento que se disfruta con amigos (62,84%).
- ✓ Divertirse y pasar tiempo con los amigos son las razones que destacan para participar, así como la creatividad y experimentar cosas nuevas.
- ✓ El 82,95% de los turistas que participan en el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria nunca ha participado en ningún otro evento distinto del Carnaval en la isla de Gran Canaria. Se recomienda la promoción de otros eventos del destino en este caso con el objetivo de fomentar la participación de los turistas en los mismos. El Carnaval puede ser la puerta de entrada al destino.
- ✓ Los turistas que sí han participado en otros eventos en el destino destacan las fiestas populares (28,57%) y el festival del orgullo Gay (20%).
- ✓ Al 12,96% de los turistas le gustaría poder asistir a la Gala Drag, y a eventos musicales y otros. Vuelve a recomendarse la facilitación por parte de la organización del evento de la entrada a los turistas.
- ✓ Se destaca el alto nivel de fidelidad de los turistas con el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria y con el destino en general, así como la intención de repetir.
- ✓ El gasto en la ciudad de los turistas asciende a casi un millón de euros, y adicionalmente 240.000€ fuera del municipio.
- ✓ El 93% visita o quiere descubrir la ciudad.

- ✓ Entre las fuentes de información a las que acuden los turistas para informarse sobre el carnaval de Las Palmas de Gran Canaria destacan Internet (48,30%) y el “boca a boca” (41,51%).
- ✓ Los turistas presentan un nivel de renta sustancialmente superior al de los residentes.
- ✓ Más del 50% de los turistas tienen entre 25 y 40 años. Destacan también los menores de 24 años (más del 20%). Un 10,98% tiene entre 41 y 50 años. Edad media superior a la del residente.
- ✓ Por nacionalidades, predominan españoles (28,30%), británicos (17,74%), alemanes (12,83%) y nórdicos (16.23%).

#### **Turistas alojados en el Sur de la Isla (la oportunidad)**

- ✓ El 37% de los turistas que se alojan en el sur de la isla conocen el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, frente al 63% que no lo conoce. Las campañas deben tener el objetivo de dar a conocer el evento. Bajo nivel de notoriedad.
- ✓ El 50,79% manifiesta interés por participar en el carnaval. Existe potencial de crecimiento del evento a nivel turístico.
- ✓ Una de las principales barreras a la participación de los turistas en los eventos del carnaval es la masificación de personas en las calles, y preferencia de otro tipo de eventos más elaborados.
- ✓ Un 14,07% ha visitado la isla motivado por el carnaval. Existe posibilidad de mejorar esta cifra.
- ✓ Vuelven a destacar la Gran Cabalgata y la Gala Drag Queen como los eventos más populares entre los turistas.
- ✓ Entre las razones para participar destacan el conocer la cultura y las tradiciones, la novedad y la diversión.
- ✓ Conocen el carnaval porque ha participado (25,55%), o por amigos y familiares (24.82%).
- ✓ Presentan un perfil más familiar y de pareja.
- ✓ Hasta el 46% estaría dispuesto a disfrazarse, primando la diversión y probar cosas nuevas.

- ✓ Baja valoración del evento, 2,6 de 5, existe mucho potencial de mejora.
- ✓ El consumo de alcohol y drogas destacan como aspecto negativo.
- ✓ Alto nivel de satisfacción (7,83) pero con margen de mejora.
- ✓ Imagen positiva del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, pero carente de significado. La parte de imaginación, diversión y autenticidad son las más destacadas.
- ✓ Sin embargo, se requiere una mejora de la imagen de seguridad y, especialmente, de respeto por el medio ambiente.

#### **Análisis adicional sobre el gasto de los residentes**

- ✓ El gasto total asciende aproximadamente a los a los 15.041.493€, siendo la partida más destacada la de disfraces y complementos (24€ de media), seguida de gasto en restaurantes y chiringuitos (12.65€).
- ✓ Los habitantes de la capital son los que realizan un mayor gasto medio por persona.
- ✓ No hay una diferencia significativa en el gasto entre los que se disfrazan y los que no, aunque sí en el tipo de partidas concretas.
- ✓ Los residentes entre 25-32 años son los que realizan un mayor gasto, seguidos por los más jóvenes y los de 33-40 años.

#### **Efectos Económicos agregados**

- ✓ El gasto directo generado por el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria entre los residentes asciende a un importe entre 15.041.493€ y 17.691.425€.
- ✓ En particular, las galas contribuyen directa e indirectamente a generar un desembolso de los asistentes superior a los 1.6 millones de euros.
- ✓ La partida de gasto más destacada es la relativa a Gasto en disfraces y complementos, que supera los 5.5 millones, seguido del gasto en restaurantes y chiringuitos, en torno a 3 millones, gasto en comidas y bebidas en tiendas y supermercados y transporte, ambos en torno a 2 millones, gastos en entradas a actos del carnaval, a locales y oros espectáculos de ocio (1.5 millones), seguido de gastos en otras actividades de ocio: 600.000 euros.

- ✓ El gasto medio total realizado en la capital por los turistas alojados en la ciudad y debido al Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria asciende a casi un millón de euros.
- ✓ Adicionalmente los turistas generan 240.000€ de gasto fuera del municipio.
- ✓ Existe un gasto directo realizado directamente por el Ayuntamiento, con fondos públicos, y también con patrocinios privados, que asciende aproximadamente a los 3.5 millones de euros.
- ✓ Existe una inversión directa adicional realizada por las empresas privadas que es difícil de cuantificar, pero se estima que supera ampliamente el millón de euros.
- ✓ Los turistas alojados en el sur de la isla, tienen un gasto muy reducido adicional debido a la celebración del carnaval de Las palmas de Gran Canaria, si bien no se ha podido cuantificar el mismo.
- ✓ El mayor gasto medio realizado por los participantes del carnaval es el destinado a la compra de disfraces y complementos (24 euros), le sigue el gasto en restaurantes y chiringuitos (12,65 euros).

### **El efecto indirecto y multiplicador**

A modo de resumen, y con el objetivo de conseguir que el Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria se convierta en un evento internacional que atraiga a una gran cantidad de turistas deben seguirse una serie de recomendaciones con base en los principales resultados encontrados en este estudio, las más importantes se resumen a continuación:

- ✓ Diseño de campañas de promoción dirigidas tanto al mercado nacional como al mercado internacional.
- ✓ Españoles, británicos y alemanes deben ser mercados prioritarios.
- ✓ Aprovechar el posicionamiento actual del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria, evento que se disfruta con amigos, para socializar y que da una sensación de libertad, y diseñar el nuevo posicionamiento.
- ✓ El nuevo posicionamiento debe potenciar los atributos peor valorados relacionados con la seguridad y con el medio ambiente.

- ✓ Además, es prioritario tratar de captar a nuevos segmentos, priorizando a las familias y a los segmentos de edad más mayores.
- ✓ Alcanzar a nuevos segmentos requerirá el rediseño de los eventos que forman el programa del carnaval, incluyendo más actos dirigidos a estos segmentos prioritarios.
- ✓ Convertir a esos turistas fieles en embajadores del evento, dado que el boca a boca es una de las principales fuentes de información. Ej. Permitir que asistan a la Gala Drag, si no lo han podido hacer, y diseñar con ellos una campaña de promoción a través de las redes.
- ✓ Se sugieren estrategias de cooperación con otros carnavales del mundo. Incentivar la fidelidad horizontal del “turista de carnaval” (fidelidad del turista a diferentes carnavales a la vez).