

Centro de Datos



**Presidencia
Cabildo de Lanzarote**

**ENCUESTA A
TURISTAS**

AGOSTO 2001

Patrocina:

PATRONATO DE TURISMO DE LANZAROTE



ÍNDICE

	<i>Página</i>
PRESENTACIÓN	4
CONSIDERACIONES PREVIAS	5
FICHA TÉCNICA	6
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA	8
CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	9
INFORME DE LOS RESULTADOS	
1.- OCASIONES DE VISITA	12
2.- DESTINOS VACACIONALES ALTERNATIVOS	14
3.- FUENTE DE INFORMACIÓN	15
4.- FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCIÓN DEL VIAJE	17
5.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE	19
5.1.- Forma de visita	20
6.- EL ALOJAMIENTO	21
6.1.- Tipo de alojamiento	21
6.2.- Opinión sobre el alojamiento	23
7.- ESTANCIA MEDIA	25
8.- GASTO MEDIO DIARIO	27
9.- GRADO DE SATISFACCIÓN	29
9.1.- Cumplimiento de expectativas	31
9.2.- Recomendación de Lanzarote como destino	32
10.- INTENCIÓN DE VOLVER	33
10.1.- Razones para no volver	34

11.- VALORACIÓN DE INSTALACIONES	35
11.1.- Porcentaje de utilización de instalaciones	37
12.- VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS	38
12.1.- Porcentaje de utilización de servicios turísticos	40
13.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS	41
14.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO	43
15.- CONTACTO CON LA POBLACIÓN LOCAL	45
16.- ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS EN LANZAROTE	46
RESUMEN	48

PRESENTACIÓN

La *Encuesta a Turistas (Agosto 2001)* ha sido realizada por el CENTRO DE DATOS (Presidencia) del Cabildo de Lanzarote y financiada por el PATRONATO DE TURISMO al objeto de conocer las características actuales de la demanda turística, así como las peculiaridades y el grado de aceptación del producto turístico ofrecido en Lanzarote.

Comentario: Encuesta de Temas Insulares. Julio 1997

Comentario:

Comentario:

Comentario:

Este objetivo genérico se concreta en los siguientes aspectos:

- Perfil sociológico de la demanda actual: procedencia de los visitantes, situación socioprofesional, nivel de estudios, etc.
- Obtención de cierto grado de conocimiento sobre la competencia y el grado de fidelidad de los visitantes.
- Organización y motivos del viaje, fuente de información, tipo de alojamiento y opiniones sobre el mismo.
- Grado de satisfacción, intención de volver y cumplimiento de expectativas.
- Valoración de elementos de la oferta: establecimientos, servicios, medioambiente, etc.

Asimismo, se realiza un **análisis comparativo** mediante series temporales, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en Encuestas de características similares realizadas en Lanzarote por el CENTRO DE DATOS. Es importante resaltar que la mayor parte de estos estudios se han realizado en la temporada de invierno, hecho que conviene tener muy presente en las comparaciones. Únicamente en 1995 se realizó en ambas temporadas (invierno y verano, apareciendo en este último caso los datos remarcados como V-95).

Además el estudio cumple el objeto de ser una herramienta de evaluación de parámetros dentro del proyecto “**Modelo de Gestión Integral de Calidad del Destino Turístico**” de la Secretaría General de Turismo del gobierno español. Proyecto del cual Lanzarote forma parte como destino turístico piloto junto a Calviá, Menorca (turismo de sol y playa), Barcelona, Zaragoza, Santiago de Compostela, Segovia (turismo de ciudad), Montaña de Navarra y Valle de Benasque (turismo rural de interior).

CONSIDERACIONES PREVIAS

Este apartado hace referencia a una serie de consideraciones importantes que han de ser contempladas al analizar los resultados y conclusiones de la Encuesta.

- A la hora de definir la composición de la muestra se dispuso como única fuente de información la nacionalidad de los turistas que visitan la isla.
- Además de esta información se utilizó la «*Encuesta de Gasto Turístico. 1999*» elaborada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC), para obtener la fijación de las variables sexo y edad.
- Por último los resultados hacen referencia, por el periodo de su obtención, al turismo de temporada de verano, hecho que conviene tener en cuenta a lo largo de la lectura del documento cuando se efectúan las comparaciones.

FICHA TÉCNICA

El informe que se presenta a continuación está referido a la *Encuesta a Turistas* efectuada en agosto de 2001, además se hace una comparación, mediante series temporales, con las Encuestas de Turismo realizadas en Lanzarote en los años 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, V-95 (Verano de 1995) , 1997, 1998 y 2001. El diseño de la muestra es similar y las características técnicas son las siguientes:

- **Universo:** población turística mayor de 18 años de la isla de Lanzarote.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:**

1990:	637	entrevistas
1991:	577	“
1992:	548	“
1993:	604	“
1994:	512	“
1995:	589	“
V-95:	583	“
1997:	630	“
1998:	652	“
2001:	650	“

- **Error muestral máximo:** la muestra definida para un nivel de confianza del 95 % y de probabilidades ($p=q=50$), supone un error de:

1990:	± 3,9 %
1991:	± 4,1 %
1992:	± 4,2 %
1993:	± 4,0 %
1994:	± 4,4%
1995:	± 4,0 %
V-95:	± 4,1 %
1997:	± 3,9 %
1998:	± 3,9 %
2001:	± 3,9 %

- **Tipo de muestreo:** estratificado, según cuotas de nacionalidad, sexo y edad. Estableciéndose la variable nacionalidad a partir de la afluencia turística registrada y las variables sexo y edad a partir de los resultados de la «Encuesta de Gasto Turístico. 1999» efectuada por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC).
- **Procedimiento de muestreo:** al azar, selección aleatoria de los entrevistados mediante cuotas de nacionalidad, sexo y edad.
- **Tipo de entrevista:** personal, mediante cuestionario estructurado compuesto por 25 *items*, cuya duración era de 15 minutos. Las entrevistas se efectuaron utilizando la lengua de origen de los entrevistados y se realizaron en la zona de *Salidas* del aeropuerto de Lanzarote.
- **Fecha de realización del trabajo de campo:**
 - 1990: Enero
 - 1991: Marzo
 - 1992: Febrero
 - 1993: Febrero
 - 1994: Marzo
 - 1995: Febrero
 - V-95: Agosto
 - 1997: Marzo
 - 1998: Marzo
 - 2001: Agosto**
- **Realización:** CENTRO DE DATOS. Área de Presidencia del Cabildo de Lanzarote.
- Para la realización del trabajo de campo se ha contado con la participación de alumnos de la Escuela Universitaria de Turismo de Lanzarote.
- **Dirección del Estudio:** Miguel Ángel Martín Rosa (Colegiado nº 3.345 del Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología).
- **Dirección trabajo de campo:** Raquel Gil de La Puente. Licenciada en Sociología y Ciencias Políticas.
- **Financiación:** PATRONATO DE TURISMO de Lanzarote.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

<i>NACIONALIDAD</i>	<i>ENTREVISTAS</i>	<i>%</i>
Alemanes	155	23.7
Británicos	271	41.5
Escandinavos¹	26	4.0
Holandeses	29	4.4
Irlandeses	50	7.6
Españoles	66	10.2
Otros²	56	8.6
TOTAL	653	100.0

<i>SEXO</i>	<i>ENTREVISTAS</i>	<i>%</i>
Varón	325	49.8
Mujer	328	50.2
TOTAL	653	100.0

<i>EDAD</i>	<i>ENTREVISTAS</i>	<i>%</i>
17 – 30	251	38.4
31 – 45	218	33.4
46 – 60	136	20.9
+ 60	47	7.2
NS/NC	1	0.1
TOTAL	653	100.0

¹ Agrupa a daneses, noruegos y suecos.

² Agrupa a austríacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Una vez efectuada la Encuesta, las características de los turistas entrevistados son las siguientes.

NIVEL ESTUDIOS	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Primarios	19.9	13.0	21.4	20.7	23.3	19.2	17.0	17.9
Medios	46.4	49.0	46.1	46.8	46.6	47.3	44.0	51.8
Superiores	46.4	49.0	46.1	46.8	30.0	32.1	38.5	30.1

ESTATUS	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Clase alta	1.3	1.2	0.0	1.9	1.4	5.2	1.7	2.1
Clase media-alta	15.2	13.1	13.1	12.6	18.4	19.4	14.8	18.0
Clase media-media	59.5	68.5	65.8	63.5	40.3	47.9	62.9	46.9
Clase media-baja	16.4	10.9	17.2	18.2	32.1	20.2	17.3	22.1
Clase baja	4.7	2.7	2.7	3.1	7.7	4.3	2.0	2.2
NS/NC	2.9	3.7	1.2	0.7	0.2	3.0	1.2	8.4
PUNTUACIÓN	4,79	5,01	5,26	4,79	4,34	5,02	4,92	4,86

Debido a la escasa representatividad de los extremos (clases alta y baja), en posteriores análisis se utilizarán sólo los siguientes órdenes: clase media-alta (fusionada con clase alta), clase media-media y media-baja (fusionada con clase baja).

ZONA TURÍSTICA	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Puerto del Carmen	58.7	53.6	51.7	58.4	54.8	59.4	58.9	53.1
Playa Blanca	12.3	16.9	13.7	13.5	12.5	11.7	11.1	14.0
Costa Teguise	25.8	25.9	28.8	21.5	26.7	24.5	24.5	28.4
Otras	2.8	3.6	5.8	6.6	6.0	4.4	5.5	4.2

PROFESIONES	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
<i>Empleados por cuenta ajena</i>							
Director de empresa, directivo	1.6	0.9	3.0	3.8	5.3	2.4	4.4
Empleados de nivel superior	3.6	1.9	2.3	3.3	5.7	7.8	11.4
Funcionarios de nivel superior	1.5	0.3	0.6	2.0	0.8	0.6	0.4
Oficiales de las fuerzas armadas	0.8	0.3	0.3	-	0.4	0.1	0.9
Técnicos medios	5.2	5.7	5.4	6.7	6.3	8.5	7.0
Funcionarios de nivel medio	6.7	3.7	5.2	3.4	1.4	1.8	2.6
Empleados de nivel medio (administrativos)	11.2	15.3	14.3	11.0	9.0	14.5	8.2
Vendedores, agentes comerciales	7.3	10.4	7.3	3.6	7.2	7.8	5.5
Capataces, encargados, contraмаestres	2.1	3.7	3.7	1.7	1.6	4.9	1.2
Suboficiales de las fuerzas armadas	-	-	-	0.5	0.1	0.1	0.0
Obreros cualificados, especialistas	4.7	3.7	4.0	4.5	3.9	2.1	4.7
Personal manual de servicios cualificados	4.5	3.5	5.9	6.7	7.3	4.8	1.6
Empleados subalternos, conserjes, etc.	1.5	2.5	1.5	0.6	0.1	2.4	1.6
Peones y obreros sin cualificar	1.6	1.1	1.0	3.7	1.7	0.7	0.7
Personal manual de servicios no cualificados	1.3	1.9	2.0	3.3	5.4	3.7	2.3
Jornaleros del campo	-	-	-	0.3	0.1	-	-
Otra ocupación por cuenta ajena	-	-	-	2.4	-	-	1.5
<i>Empleados por cuenta propia</i>							
Agricultor, empresario agrario con asalariados	-	-	-	-	-	-	-
Agricultor sin asalariados	0.6	0.2	1.1	-	-	0.9	0.1
Empresario grande/medio con asalariados	0.3	0.0	0.6	0.6	0.4	0.1	2.1
Empresario sin asalariados	4.7	5.7	3.5	2.0	2.4	3.1	1.3
Profesional liberal	6.3	9.6	6.6	9.1	8.6	4.1	4.1
Trabajador autónomo	5.7	3.7	4.9	2.9	1.9	3.4	3.3
Otra ocupación por cuenta propia	0.3	0.3	-	0.8	0.8	0.4	4.7
<i>Otras situaciones</i>							
Inactivo	0.6	-	1.0	0.3	-	-	0.1
Ama de casa	6.0	9.0	7.1	9.1	6.2	9.2	5.3
Parado	-	0.7	-	0.1	0.9	0.7	0.4
Jubilado	13.4	10.4	12.7	6.5	14.8	12.0	5.2
Estudiante	4.5	4.1	4.7	10.1	7.7	2.6	12.1

INFORME DE LOS RESULTADOS

1.- OCASIONES DE VISITA

Tabla 1.1.- Ocasiones de visita a Lanzarote (agosto 2001)

<i>Ocasiones de visita</i>	<i>%</i>
Primera vez	66.3
Repetidor	33.6
Media de visitas	3,4

El porcentaje de repetidores, es decir, aquellos turistas que han visitado anteriormente la isla como mínimo en una ocasión, es del 33.6 %. El **promedio de visitas** anteriores se sitúa en 3,4. El número es más elevado en los alemanes.

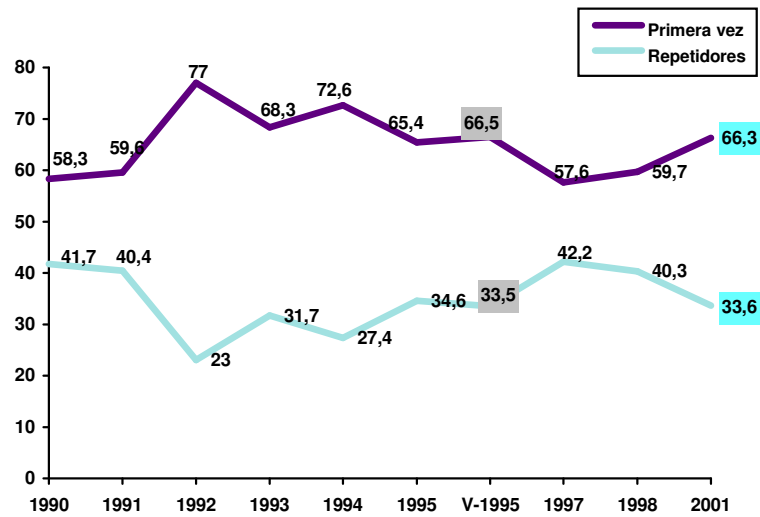
Entre los turistas que visitan Lanzarote por primera vez predomina los procedentes de Holanda, los de otras nacionalidades³ y los escandinavos.

Tabla 1.2.- Evolución de las ocasiones de visita (1990-2001)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-1995	1997	1998	2001
Primera vez	58.3	59.6	77.0	68.3	72.6	65.4	66.5	57.6	59.7	66.3
Repetidores	41.7	40.4	23.0	31.7	27.4	34.6	33.5	42.2	40.3	33.6

Por lo que se refleja en la *Tabla 1.2.* y en el gráfico siguiente, se puede afirmar que el nivel de fidelidad a Lanzarote como destino turístico se mantiene similar al registrado en el verano de 1995. En general la fidelidad es menor en la temporada de verano que en la de invierno.

³ Agrupa a austríacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

Gráfico 1.1.- Evolución de las ocasiones de visita (1990-2001)

2.- DESTINOS VACACIONALES ALTERNATIVOS

En el análisis de la competencia en temporada de verano, la característica a destacar es que el 50.5 % de los entrevistados no se había planteado ninguna alternativa a Lanzarote antes de sus vacaciones.

En la tabla siguiente se ofrece los resultados a la pregunta efectuada: *Antes de decidirse a pasar sus vacaciones en Lanzarote, ¿había pensado en algún otro destino o lugar?*

Tabla 2.1.- Planteamiento de destinos vacacionales alternativos (agosto 2001)

RESPUESTA	%
Sí	40.4
No	50.5
NS/NC	9.0

El 40.4 % de los visitantes a Lanzarote (principalmente escandinavos e irlandeses) sí había manejado previamente la opción de otros destinos. Los lugares barajados aparecen en el siguiente cuadro.

DESTINOS BARAJADOS	%
Europa	27.9
Otras islas de Canarias	22.6
España	21.5
Norte África/Asia	15.8
América/Caribe	6.4

Entre los destinos destaca Europa, otras islas del Archipiélago y España. Tienen menor importancia los destinos del Norte de África y Asia; y la zona del Caribe y el continente americano.

3.- FUENTE DE INFORMACIÓN

Las agencias de viajes continúan siendo la fuente de información más utilizada por los turistas que visitan Lanzarote.

Tabla 3.1.- Fuente de información (agosto 2001)

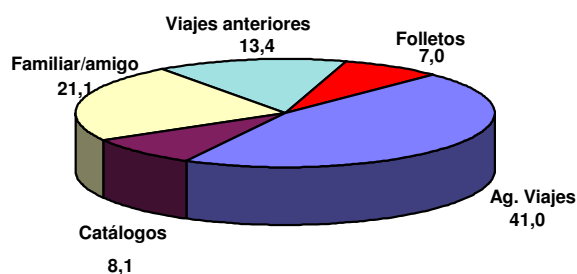
FUENTE	%
Agencia de viajes	41.0
Familiar/amigo	21.1
Experiencia viajes anteriores	13.4
Catálogo de <i>tour</i> operador	8.1
Folletos	7.0
Medios de comunicación	1.2
Ferias de turismo	0.9
Oficina de turismo	0.6
Otros	6.4

Las agencias de viajes son utilizadas principalmente por turistas holandeses y alemanes y por turistas que visitan por primera vez la isla.

También continúa alto el número de turistas que viajan a la isla *aconsejados* por sus familiares o amigos. En los turistas españoles esta fuente se incrementa hasta un 39 por ciento.

El motivo “*experiencia de viajes anteriores*” tiene su importancia para visitantes de nacionalidad británica y española.

Por último, los turistas irlandeses y escandinavos son quienes más utilizan los catálogos de *tour* operadores.

Gráfico 3.1.- Principales fuentes de información (agosto 2001)

Para finalizar este capítulo, se ofrece en la siguiente tabla los datos de evolución de las fuentes de información utilizadas por los turistas que visitan Lanzarote a lo largo de esta última década.

Tabla 3.2.- Evolución de las fuentes de información (1990-2001)

FUENTE	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Agencias de viajes	45.0	33.4	48.1	38.7	56.8	42.8	37.2	40.3	45.8	41.0
Familiar/amigo	20.9	22.5	23.1	25.8	16.8	24.3	26.2	22.1	20.4	21.1
Experiencia viajes anter.	8.3	17.8	7.1	11.7	3.5	9.6	17.1	9.0	8.5	13.4
Catálogos <i>tour</i> operador	11.8	12.4	9.6	8.9	10.7	7.6	9.0	11.9	13.0	8.1
Folletos	8.5	7.2	3.4	5.1	5.8	5.9	3.4	5.1	5.8	7.0
Medios de comunicación	2.0	1.9	1.8	5.3	3.5	3.9	1.7	4.8	3.2	1.2
Feria de turismo	0.9	1.2	0.3	0.3	0.2	0.1	0.1	2.0	0.3	0.9
Oficina de turismo	0.9	1.3	0.5	0.9	0.2	1.5	1.5	0.6	1.0	0.6
Otras	1.7	1.7	5.6	2.9	2.3	3.9	3.4	3.6	1.6	6.4

4.- FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCIÓN DEL VIAJE

El principal motivo de elección de Lanzarote como destino turístico para pasar las vacaciones continúa siendo el sol/clima. Más del 60 % de los visitantes señala este factor.

Tabla 4.1.- Factores que han influido en la elección del viaje (agosto 2001)

FACTOR	%
Sol/clima	63.5
Playas/mar	11.2
Descanso/relax	7.3
Paisaje	5.8
Diversión	4.3
Oferta deportiva	1.5
Cultura	1.2
Precios razonables	0.7
Aventura/exotismo	0.4
Otras	3.6

El factor climático es sobre todo importante para los visitantes de nacionalidades irlandesa y británica, y ejerce una especial atracción entre los turistas de edad más avanzada.

Las opción playas/mar es más citada por los procedentes de Holanda. Por otro lado, son principalmente los turistas españoles y escandinavos los que señalan el factor descanso/relax como motivo importante para disfrutar de sus vacaciones en la isla.

El factor paisajístico adquiere especial relevancia para el turismo español y alemán.

Como cierre a este epígrafe resulta interesante analizar la evolución temporal de los diferentes factores de visita señalados por los turistas para pasar sus vacaciones en Lanzarote.

Tabla 4.2.- Evolución de los factores de visita (1990-2001)

FUENTE	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Sol/clima	64.4	68.1	79.2	70.0	70.0	75.3	54.3	77.2	78.2	63.5
Playas/mar	8.2	7.9	2.0	2.6	4.7	2.8	6.5	5.5	3.5	11.2
Descanso/relax	10.7	9.7	5.4	7.3	8.4	8.6	16.1	6.3	6.9	7.3
Paisaje	9.6	10.0	4.7	10.5	9.2	5.4	15.0	4.9	4.2	5.8
Diversión	1.4	0.1	0.3	0.3	0.2	0.5	1.2	0.4	0.3	4.3
Oferta deportiva	0.9	1.0	2.0	1.0	2.5	1.8	0.8	1.2	1.6	1.5
Aventura/exotismo	1.1	0.0	0.7	0.3	0.2	0.5	0.8	0.4	0.6	0.4
Precios razonables	0.0	1.3	0.3	0.3	0.0	0.6	1.0	0.4	0.4	0.7
Otras	2.2	1.5	5.1	7.0	4.7	3.9	2.7	1.9	3.9	3.6

5.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

La organización del viaje a través de agencias continúa siendo de forma clara la principal modalidad.

Tabla 5.1.- Evolución de la organización del viaje (1990-2001)

ORGANIZACIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Agencia de viajes	76.3	74.5	87.7	86.7	89.2	77.2	75.1	77.2	85.4	76.5
Directamente	21.7	24.7	10.7	11.4	8.7	21.0	22.6	18.9	12.5	17.3
Otras	2.8	0.6	1.4	1.8	1.9	1.7	2.2	3.8	1.9	6.1

Las agencias de viaje siguen siendo más utilizadas por holandeses, alemanes y visitantes englobados en otras nacionalidades. Igualmente se observa que las agencias son más utilizadas por los turistas que visitan la isla por primera vez.

Los turistas españoles y británicos son los que más organizan sus vacaciones directamente. También esta fórmula de organización del viaje es más utilizada por turistas que han visitado Lanzarote con anterioridad.

5.1.- Forma de visita

Como cierre a este capítulo sobre organización del viaje, hay que decir que las vacaciones más características en verano son las disfrutadas en familia, tal como se puede observar en la tabla.

Tabla 5.1.1.- Evolución de la forma de visita (1993-2001)

FORMA DE VISITA	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Solo	6.2	7.2	8.7	2.9	15.6	6.4	5.3
Pareja	60.1	57.0	57.3	44.9	39.7	62.0	21.9
Familia	27.4	33.0	26.2	42.8	37.7	26.6	50.0
Asociación	0.8	0.7	1.0	4.6	1.5	1.3	9.6
Otras	5.1	1.5	6.5	4.6	5.3	3.6	12.5

En cuanto al número medio de acompañantes para las categorías de familia, asociación y otros (amigos) es el siguiente.

nº medio de acompañantes

Familia	2,7
Asociación	8,6
Otros	3,2

6.- EL ALOJAMIENTO

6.1.- Tipo de alojamiento

Los resultados sobre el tipo de alojamiento que utiliza la población turística que visita Lanzarote son los siguientes.

Tabla 6.1.1.- Tipo de alojamiento utilizado (agosto 2001)

TIPO DE ALOJAMIENTO	%
Apartamento 1-3 llaves	46.0
Hotel/Aparthotel 3-5 *	33.3
Casa de amigo/familiar	5.9
Time sharing	5.6
Apartamento propio	0.6
Pensión 1- 2 *	0.0
Otro	3.3
NS/NC	0.4

Los apartamentos siguen siendo la modalidad de alojamiento más utilizada, siguiéndole en importancia los hoteles de 3-5 estrellas.

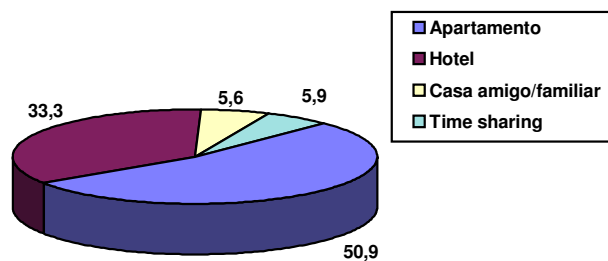
Apartamentos

Esta modalidad de alojamiento es más utilizada, en términos proporcionales, por turistas de nacionalidad irlandesa y holandesa. Esta forma alojativa predomina en los turistas que visitan la isla por primera vez.

Hoteles

Son más utilizados por españoles y turistas de otras nacionalidades⁴. Suelen ser turistas de clase media-alta y que visitan la isla por primera vez.

⁴ Agrupa a austríacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

Gráfico 6.1.1.- Tipo de alojamiento (agosto 2001)

Como cierre a este epígrafe sobre modalidad de alojamiento ofrecemos los datos de evolución.

Tabla 6.1.2.- Evolución de la modalidad de alojamiento (1990-2001)

TIPO DE ALOJAMIENTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Apartamento 1-3 llaves	68.6	64.9	72.0	65.6	68.0	65.9	65.1	62.2	58.6	46.0
Hotel/Aparthotel 3-5 *	12.1	19.4	19.1	27.9	26.1	21.2	20.5	24.5	31.6	33.3
Casa de amigo/familiar	4.7	4.8	4.5	2.9	1.5	4.7	3.0	2.5	3.0	5.9
Time sharing	2.8	3.4	1.6	2.3	2.3	4.0	4.9	5.4	2.7	5.6
Apartamento propio	4.9	5.7	1.4	0.5	0.7	2.0	2.7	2.5	1.6	0.6
Pensión 1- 2 *	0.6	0.3	0.3	0.5	0.7	0.6	0.3	0.3	0.6	0.0

6.2.- Opinión sobre el alojamiento

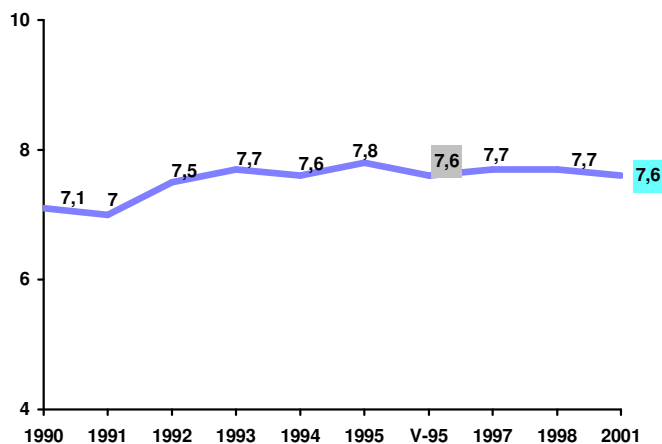
En el análisis sobre la valoración del alojamiento se ha considerado algunos aspectos diferenciales del mismo, como son: instalaciones y mantenimiento, profesionalidad del personal, relación calidad/precios y servicios en general.

En general, la valoración global del alojamiento es buena, alcanzando una puntuación media de 7,6.

Tabla 6.2.1.- Evolución de la valoración del alojamiento (1990-2001). Puntuación de 0 a10.

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Profesionalidad personal	7,2	6,6	7,6	7,8	7,7	7,9	7,7	7,8	7,8	7,7
Servicios en general	7,2	7,0	7,2	7,6	7,4	7,7	7,5	7,5	7,7	7,7
Relación calidad/precios	6,4	7,0	6,5	7,3	7,6	7,8	7,3	7,7	7,7	7,5
Instalaciones y mantenimiento	7,5	7,6	7,7	8,0	7,8	7,9	7,8	7,6	7,7	7,5
VALORACIÓN GLOBAL	7,1	7,0	7,5	7,7	7,6	7,8	7,6	7,7	7,7	7,6

Gráfico 6.2.1.- Evolución de la valoración del alojamiento (1990-98)



CUADRO I: VALORACIÓN DE ALOJAMIENTO

En el siguiente cuadro se expone la valoración del alojamiento atendiendo a las cuatro variables que aparecen en las columnas (nacionalidad del turista, zona de alojamiento, tipo de alojamiento y repetición del viaje). En las filas aparece una clasificación dicotómica: mejor y peor opinión, aunque conviene apuntar que en ningún caso dicha valoración es mala.

OPINIÓN	NACIONALIDAD	ZONA	ALOJAMIENTO	REPETICIÓN
PROFESIONALIDAD DEL PERSONAL (7,7)				
<i>Mejor opinión</i>	Alemán/Irlandés	Otras ⁵	T-sharing	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Escandinavos	Pto. Carmen	Apartamento	1ª vez
RELACIÓN CALIDAD/PRECIOS (7,5)				
<i>Mejor opinión</i>	Alemanes	P. Blanca/Otras	T-sharing	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otros	Pto. Carmen	Apartamento	1ª vez
SERVICIOS EN GENERAL (7,7)				
<i>Mejor opinión</i>	Alemanes	P. Blanca	T-sharing	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Escandinavos	Pto. Carmen	Apartamento	1ª vez
INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO (7,5)				
<i>Mejor opinión</i>	Alemanes	P. Blanca	T-sharing	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	Pto. Carmen	Apartamento	1ª vez

⁵ Zonas distintas a Puerto del Carmen, Playa Blanca y Costa Teguise.

7.- ESTANCIA MEDIA

Definición: *número de días que, como media, permanecen los visitantes en Lanzarote tanto en establecimientos turísticos como en residencias particulares.*

La estancia media global es de 10,9 días.

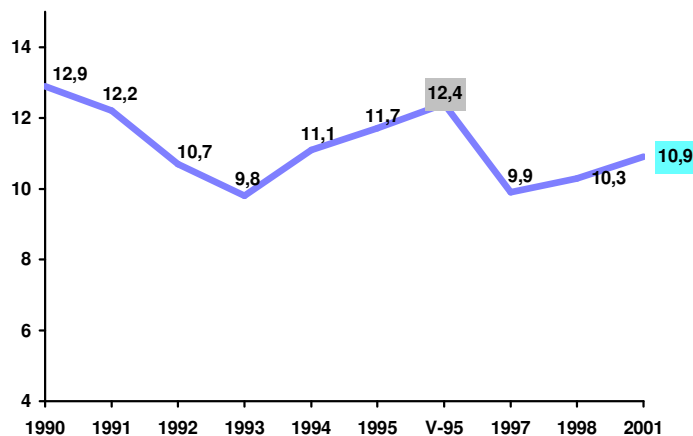
Tabla 7.1.- Evolución de la estancia media, en días (1990-2001)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Media (días)	12,9	12,2	10,7	9,8	11,1	11,7	12,4	9,9	10,3	10,9
Desviación típica	3,8	6,2	5,4	4,9	3,5	3,2	4,7	5,6	5,6	4,9

La estancia sigue prolongándose más entre los alemanes (11,8 días), los turistas de clase media-baja (11,1 días), los turistas de más edad (de hecho la estancia aumenta con la edad) y los que han visitado la isla en más de una ocasión.

En cambio es menor el número de días de permanencia en Lanzarote para los turistas holandeses (8,1 días), y para los turistas de clase media-baja que visitan la isla por primera vez. También, como se señaló en el párrafo anterior, los más jóvenes realizan estancias más cortas.

Gráfico 7.1.- Evolución de la estancia media, en días (1990-2001)

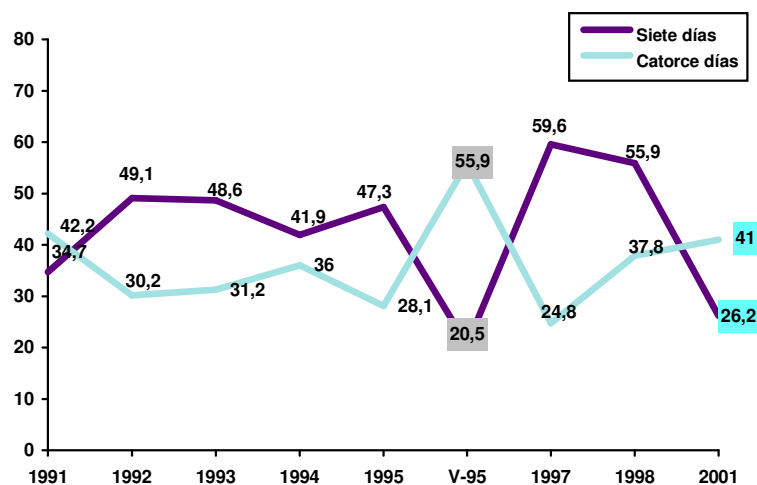


El hecho de que la estancia media se incremente ligeramente obedece a que la estancia tipo de 14 días aumenta con respecto a la Encuesta anterior.

Tabla 7.2.- Evolución del porcentaje de los que permanecen siete y catorce días (1991-2001)

CONCEPTO	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Siete días	34,7	49,1	48,6	41,9	47,3	20,5	59,6	55,9	26,2
Catorce días	42,2	30,2	31,2	36,0	28,1	55,9	24,8	37,8	41,0

Gráfico 7.2.- Evolución del porcentaje de los que permanecen siete y catorce



Por último se expone la estancia media según la nacionalidad de los visitantes.

Tabla 7.3.- Estancia media según nacionalidad (agosto 2001)

NACIONALIDAD	Días
Alemanes	11,8
Escandinavos	10,7
Británicos	11,8
Holandeses	8,1
Irlandeses	10,3
Españoles	8,3
Otras	9,5
MEDIA GLOBAL	10,9

8.- GASTO MEDIO DIARIO

Los resultados que se ofrecen a continuación se refieren al gasto medio diario efectuado por los visitantes. Dicho gasto es individual y del mismo están excluidos el alojamiento u otros posibles servicios –si es el caso- previamente contratados a través de agencias de viajes.

El gasto efectuado por la población turística es de 5.409 pesetas diarias (32,51 euros), recuperando así los niveles de gasto que se producían en 1997⁶.

Tabla 8.1.- Evolución del gasto medio diario, en pesetas (1990-2001)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Media (pesetas)	3.069	2.507	4.403	4.721	5.050	4.787	4.977	5.449	4.853	5.409
Desviación típica	1.019	1.329	2.157	1.520	1.947	1.864	2.257	2.476	2.827	2.345

El gasto efectuado sigue siendo mayor entre los turistas españoles (6.867 pesetas), en turistas de clase media-alta y los alojados en otras zonas (distintas a los núcleos turísticos). También el gasto es mayor entre aquellos turistas que realizan sus vacaciones sin intermediarios.

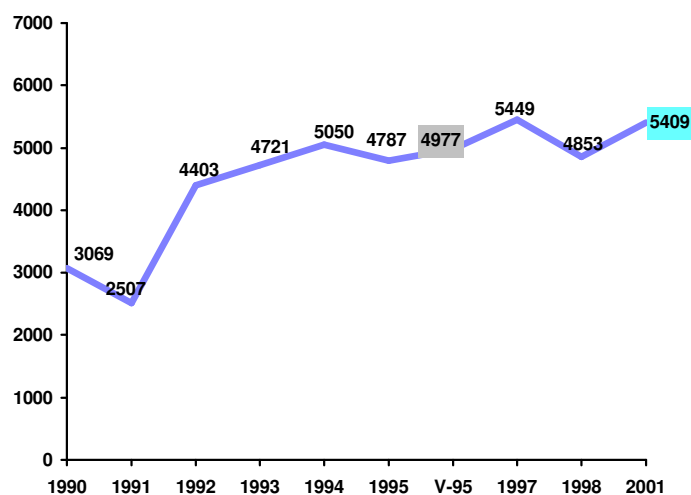
El gasto es menor, en cambio, en los turistas de nacionalidad alemana y los que visitan la isla a través de la organización del viaje por una agencia. Los alojados en Playa Blanca tienen un menor nivel de gasto.

Tabla 8.2.- Gasto medio según nacionalidad (agosto 2001)

NACIONALIDAD	Pesetas	Euros
Alemanes	4.055	24,37
Escandinavos	4.213	25,32
Británicos	5.961	35,83
Holandeses	4.189	25,18
Irlandeses	5.880	35,34
Espanoles	6.867	41,27
Otras⁷	5.473	32,89
MEDIA GLOBAL	5.409	32,51

⁶ La inflación (tasa media anual acumulada de IPC) entre 1997-2001 ha sido del 10.8 %.

⁷ Agrupa a austriacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

Gráfico 8.1.- Evolución del gasto, en pesetas (1990-98)**CAMBIO DE DIVISAS 1991-01(Pesetas)**

MONEDA	2-91	1-92	3-93	2-94	1-95	8-95	2-97	9-3-98	16-8-01
1 marco alemán	62,9	63,1	71,4	81,2	86,8	85,4	84,9	84,6	85,1
1 franco francés	18,8	18,5	21,0	23,9	25,0	24,7	25,1	25,2	25,3
1 libra esterlina	182,1	181,0	170,1	208,2	208,5	191,6	231,7	253,3	255,6
100 liras italianas	8,3	8,4	7,4	8,4	8,2	7,6	8,5	8,6	8,6
100 francos belgas	307,7	306,6	346,9	390,0	421,3	414,3	411,4	410,4	412,4
1 florín holandés	55,8	56,1	63,6	72,4	77,4	76,2	75,6	75,1	75,5
1 corona danesa	16,5	16,3	18,6	20,8	22,0	22,0	22,2	22,2	21,7
1 libra irlandesa	167,4	168,3	173,6	199,9	205,8	196,7	226,0	210,1	211,3
1 franco suizo	72,1	70,8	78,0	96,8	102,9	103,3	97,4	103,9	106,6
1 corona sueca	16,7	17,4	15,3	17,6	17,6	16,9	19,9	19,3	17,6
1 corona noruega	16,0	16,1	16,8	18,8	19,8	19,4	19,3	20,3	20,0
1 marco finlandés	25,7	23,2	19,6	25,1	27,7	28,4	28,5	27,9	27,9
1 chelín austríaco	8,9	8,9	10,1	11,5	-	12,1	12,0	12,0	12,1

9.- GRADO DE SATISFACCIÓN

En general los visitantes se muestran muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote.

Tabla 9.1.- Grado de satisfacción (agosto 2001)

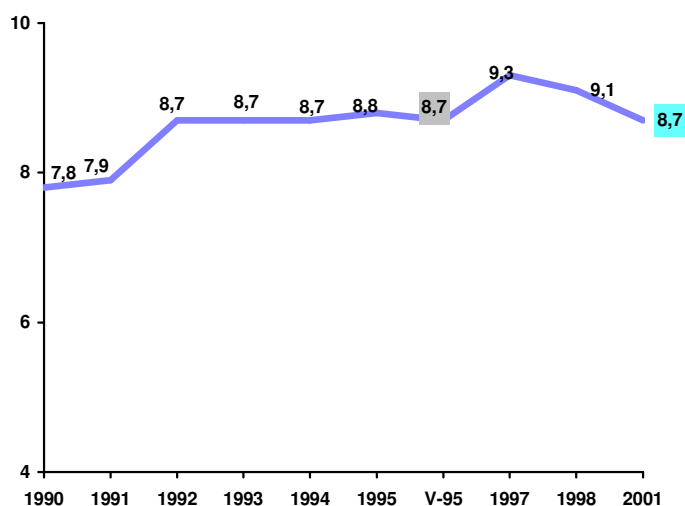
CONCEPTO	%
Muy satisfecho	60.8
Bastante satisfecho	29.5
Medianamente satisfecho	7.5
Poco satisfecho	1.0
Insatisfecho	0.9
NS/NC	0.1
PUNTUACIÓN	8,7

El grado de satisfacción continúa elevado, siendo más alto entre los turistas holandeses y de otras nacionalidades⁸; también el grado de satisfacción se incrementa con la edad y entre los que han visitado la isla en más de una ocasión.

Se muestran menos satisfechos los visitantes de nacionalidad británica, los más jóvenes y los alojados en la zona de Costa Teguise.

En la página siguiente se ofrece la evolución del grado de satisfacción.

⁸ Agrupa a austríacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

Gráfico 9.1.- Evolución del grado de satisfacción (1990-2001)**Tabla 9.2.- Evolución del grado de satisfacción (1990-2001)**

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Muy satisfecho	36.3	42.1	58.2	63.6	63.9	71.3	61.4	79.7	72.3	60.8
Bastante satisfecho	45.5	36.7	32.1	20.7	22.7	12.7	22.3	17.7	19.2	29.5
Medianamente satisfecho	15.5	18.4	7.9	14.7	10.7	14.9	14.1	4.5	7.5	7.5
Poco satisfecho	1.3	2.3	1.3	0.8	1.4	0.8	1.9	0.5	0.5	1.0
Insatisfecho	1.4	0.0	0.2	0.2	0.9	0.2	0.3	0.1	0.3	0.9
PUNTUACIÓN	7,8	7,9	8,7	8,7	8,7	8,8	8,6	9,3	9,1	8,7

9.1.- Grado de cumplimiento de expectativas

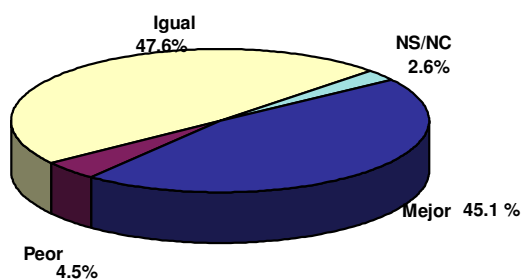
El cumplimiento de expectativas se refiere a la relación existente entre la oferta esperada y la oferta observada o real. Los resultados obtenidos son los siguientes.

Tabla 9.1.1.- Evolución del grado de cumplimiento de expectativas (1992-2001)

CONCEPTO	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Igual	47.8	53.1	47.0	45.6	63.1	55.5	59.8	47.6
Mejor	45.8	42.8	44.9	50.0	28.1	40.6	36.5	45.1
Peor	4.3	3.3	5.2	2.0	6.0	2.3	2.7	4.5
NS/NC	2.0	0.6	2.7	2.2	2.7	1.4	0.9	2.6

El grado de cumplimiento de expectativas se mantiene alto, aunque disminuye entre los españoles y los británicos.

Gráfico 9.1.1.- Grado de cumplimiento de expectativas (agosto 2001)



9.2.- Recomendación de Lanzarote

Al igual que en estudios anteriores, en esta ocasión se le pedía al entrevistado si recomendaría Lanzarote como lugar de vacaciones a sus amistades o familiares. Los resultados se exponen a continuación.

Tabla 9.2.1.- Evolución de la recomendación de Lanzarote (1992-2001)

CONCEPTO	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Sí	87.8	88.7	92.2	95.1	88.3	93.9	92.2	81.6
Posiblemente sí	10.6	9.3	3.7	4.1	8.6	5.4	6.8	13.9
No	0.4	1.3	2.3	0.2	2.2	0.2	0.8	1.9
Probablemente no	0.6	0.3	0.0	0.3	0.5	0.0	0.1	1.2
NS/NC	0.7	0.3	1.8	0.3	0.3	0.5	0.1	1.2

Como se observa, la gran mayoría de los visitantes recomendaría Lanzarote para disfrutar de unas vacaciones.

10.- INTENCIÓN DE VOLVER

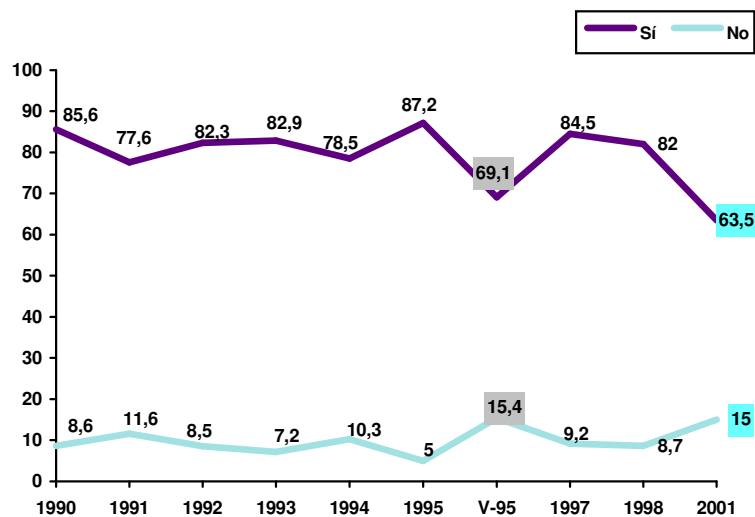
Seis de cada diez entrevistados manifiestan que tienen intención de regresar a Lanzarote para disfrutar de sus vacaciones.

Tabla 10.1.- Evolución de la intención de volver (1990-2001)

INTENCIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Sí	85.6	77.6	82.3	82.9	78.5	87.2	69.1	84.5	82.0	63.5
No	8.6	11.6	8.5	7.2	10.3	5.0	15.4	9.2	8.7	15.0
No sabe	5.8	10.7	9.1	9.7	11.1	7.6	15.4	6.2	9.3	21.4

Los más decididos a regresar son los turistas de nacionalidad británica e irlandesa, los segmentos de clase media-baja y que han estado en la isla anteriormente. En cambio, se muestran menos animados a repetir sus vacaciones los turistas escandinavos que han visitado Lanzarote por primera vez.

Gráfico 10.1.- Evolución de la intención de volver (1990-2001)



10.1.- Razones para no volver

Como se vio en la página anterior, el 15 % de los turistas no piensa escoger Lanzarote en futuras vacaciones. Los principales motivos señalados para actuar así son los de “una vez basta” y, en menor medida, la masificación turística.

Tabla 10.1.1.- Evolución de las razones para no repetir vacaciones en Lanzarote (1990-2001)

MOTIVO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Una vez basta	38.2	64.2	66.6	65.5	57.8	54.5	61.1	43.8	44.5	40.1
Masificación turística	1.8	5.7	7.8	1.7	1.7	5.4	3.3	19.3	12.8	14.0
Mala infraest. ocio	7.3	5.7	1.9	0.0	1.7	1.8	0.0	1.7	0.9	12.6
Relación calidad/precios	16.5	7.1	3.9	0.0	1.7	1.8	4.4	1.7	1.9	7.7
Deterioro paisaje	0.0	1.4	0.0	1.7	0.0	0.0	5.5	0.0	0.9	7.0
Deterioro playas	1.8	0.0	0.0	1.7	1.7	0.0	0.0	1.7	0.9	5.6
Ruido	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	4.2
Mal clima	9.1	7.1	9.8	17.2	10.5	5.4	4.4	0.0	5.9	1.4

11.- VALORACIÓN DE INSTALACIONES

En este capítulo se recoge la valoración que hace la población turística sobre una serie de instalaciones y establecimientos relacionados con el turismo como son: aeropuerto, puertos, restaurantes/bares, bancos, agencias de viaje, supermercados y comercios.

Tabla 11.1.- Evolución de la valoración de instalaciones (1990-2001)

INSTALACIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Aeropuerto	6,3	6,8	6,7	7,2	7,0	6,3	6,3	6,9	6,9	8,0
Restaurantes/bares	6,8	7,0	7,2	7,6	7,8	7,8	7,6	7,7	7,6	7,5
Puertos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,3
Bancos	7,1	6,5	7,0	7,2	7,4	7,3	7,1	7,3	7,4	7,0
Supermercados	6,6	6,7	7,1	7,2	7,8	7,3	7,1	7,5	7,3	7,0
Comercios										7,0
Agencias de viaje	6,9	5,9	7,2	7,3	7,4	7,4	7,4	7,4	7,3	6,7

En general se aprecia una buena valoración de los establecimientos relacionados con el turismo.

CUADRO II: VALORACIÓN DE INSTALACIONES

En el siguiente cuadro se expone la valoración de instalaciones atendiendo a las cuatro variables que aparecen en las columnas (nacionalidad del turista, zona de alojamiento, estatus socioeconómico y repetición del viaje). En las filas aparece una clasificación dicotómica: mejor y peor opinión, aunque conviene apuntar que en ningún caso dicha valoración es mala.

OPINIÓN	NACIONALIDAD	ZONA	ESTATUS	REPTICIÓN
RESTAURANTES/BARES (7,5)				
<i>Mejor opinión</i>	Alemanes	Playa Blanca	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	Otras	C. media-alta	1ª vez
BANCOS (7)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandeses	Otras	C. media-media	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otros	P. Carmen	C. media-baja	1ª vez
AGENCIAS DE VIAJES (6,7)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandeses	Playa Blanca	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	Carmen/Teguise	C. media-alta	1ª vez
SUPERMERCADOS (7,0)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandeses	P. Blanca/Otras	C. media-media	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otros	Pto. Carmen	C. media-alta	1ª vez
COMERCIOS (7,0)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandeses	Playa Blanca	C. media-media	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otros	P. Carmen	C. media-alta	1ª vez
PUERTOS (7,3)				
<i>Mejor opinión</i>	Escandinavos	Otras	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otros	Pto. Carmen	C. media-alta	1ª vez
AEROPUERTO (8,0)				
<i>Mejor opinión</i>	Alemanes	Playa Blanca	C. media-alta	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	Pto. Carmen	C. media-baja	1ª vez

11.1.- Porcentaje de utilización de instalaciones

Como información complementaria se incluye el porcentaje de utilización por la población turística de las instalaciones mencionadas.

Tabla 11.1.1.- Evolución del porcentaje de utilización de instalaciones (1993-2001)

INSTALACIÓN	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Aeropuerto	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Comercios	-	-	-	-	-	-	95.2
Restaurantes/bares	94.7	93.0	95.8	96.1	94.8	94.8	94.8
Supermercados	92.2	92.2	95.1	90.4	94.3	90.3	94.0
Bancos	57.8	48.2	47.0	55.1	54.0	43.5	58.1
Puertos	-	-	-	-	-	-	57.4
Agencias de viaje	45.1	41.6	29.5	30.0	32.4	22.2	45.1

12.- VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS

Al igual que en el anterior epígrafe, en éste se recoge las valoraciones efectuadas por la población turística de Lanzarote sobre una serie de temas y servicios relacionados con el turismo.

Tabla 12.1.- Evolución de la valoración de servicios y temas turísticos (1990-2001)

SERVICIO/TEMA	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Estado de las playas	7,7	7,7	7,9	7,9	8,0	7,9	7,7	7,9	7,8	8,0
Excursiones turísticas	7,1	7,0	7,7	7,6	8,1	7,9	7,8	7,8	8,0	7,9
Vehículos s/conductor	6,8	6,6	6,9	7,4	7,7	7,8	7,7	7,8	7,7	7,8
Seguridad ciudadana	6,4	7,0	7,4	7,6	7,6	7,2	7,2	7,4	7,1	7,8
Estado del paisaje	7,8	7,7	8,1	8,1	8,2	8,0	7,7	8,0	7,8	7,7
Asistencia sanitaria	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,7
Taxis	7,0	6,3	7,4	7,6	7,8	7,7	7,7	7,7	7,6	7,6
Oferta cultural	6,5	4,3	6,8	6,9	6,9	7,5	7,2	7,5	7,4	7,5
Información turística	6,6	5,7	6,9	7,0	7,4	7,3	7,3	7,4	7,3	7,4
Oferta de deportes	7,0	6,6	6,9	7,2	7,7	7,2	7,1	6,9	7,6	7,2
Estado de las calles	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0
Transporte público	5,8	5,3	5,7	5,6	6,7	6,2	6,3	6,8	6,9	6,6
Carreteras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5

CUADRO III: VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS

OPINIÓN	NACIONALIDAD	ZONA	ESTATUS	REPETICIÓN
EXCURSIONES TURÍSTICAS (7,9)				
<i>Mejor opinión</i>	Escandinavos	P. Blanca/Otras	C. media-media	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	P. Carmen	C. media-alta	+1 vez
ESTADO DEL PAISAJE (7,7)				
<i>Mejor opinión</i>	Españoles	Playa Blanca	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Escandinavos	C. Tegu/Carmen	C. media-alta	1ª vez
ESTADO DE LAS PLAYAS (8,0)				
<i>Mejor opinión</i>	Escandinavos	Playa Blanca	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	Pto. Carmen	C. media-alta	1ª vez
VEHÍCULOS DE ALQUILER SIN CONDUCTOR (7,8)				
<i>Mejor opinión</i>	Escandinavos	C. Teguisse	C. media-baja	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otros	Pto. Carmen	C. media-media	1ª vez
TAXIS (7,6)				
<i>Mejor opinión</i>	Británicos	Playa Blanca	C. media-baja	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Otros	C. Teguisse	C. media-media	+1 vez
OFERTA DE DEPORTES (7,2)				
<i>Mejor opinión</i>	Escandinavos	Otras ⁹	C. media-alta	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	C. Teguisse	C. media-baja	1ª vez
OFERTA CULTURAL (7,5)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandeses	Playa Blanca	C. media-media	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Holandeses	Pto. Carmen	C. alta-baja	1ª vez
INFORMACIÓN TURÍSTICA (7,4)				
<i>Mejor opinión</i>	Españoles	Otras	C. media-baja	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Escandinavos	Pto. Carmen	C. media-alta	1ª vez
TRANSPORTE PÚBLICO (6,6)				
<i>Mejor opinión</i>	Británicos	Otras	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Españoles	Playa Blanca	C. media-media	1ª vez
CARRETERAS (6,5)				
<i>Mejor opinión</i>	Británicos	Otras	C. alta-baja	1ª y + 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Escandinavos	Pto. Carmen	C. media-media	1ª y + 1 vez
ASISTENCIA SANITARIA (7,7)				
<i>Mejor opinión</i>	Britán/Irland.	Playa Blanca	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Españoles	Pto. Carmen	C. media-media	1ª vez
ESTADO DE LAS CALLES (7,0)				
<i>Mejor opinión</i>	Españoles	Playa Blanca	C. media-media	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Escandinavos	Pto. Carmen	C. alta-baja	+ 1 vez
SEGURIDAD CIUDADANA (7,8)				
<i>Mejor opinión</i>	Alemanes	Playa Blanca	C. Alta/med/baja	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Escandin./Otros	Pto. Carmen	C. Alta/med/baja	1ª vez

⁹ Zonas distintas a Puerto del Carmen, Playa Blanca y Costa Teguisse.

12.1.- Porcentaje de utilización de servicios y temas turísticos

Como información complementaria se incluye el porcentaje de utilización por la población turística de los servicios y temas mencionados.

Tabla 12.1.1.- Evolución del porcentaje de utilización de servicios y temas turísticos (1993-2001)

SERVICIO/TEMA	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Calles	-	-	-	-	-	-	97.7
Playas	92.9	92.6	95.4	93.8	96.3	92.9	96.3
Carreteras	-	-	-	-	-	-	92.5
Información turística	68.2	75.2	75.1	80.0	84.4	69.8	83.9
Oferta cultural	45.2	48.8	57.9	69.5	71.6	58.6	72.6
Excursiones turísticas	43.1	60.7	45.7	69.2	46.5	46.8	65.4
Taxis	55.5	47.8	46.2	63.3	42.2	44.8	64.6
Vehículos s/conductor	63.6	48.6	60.8	64.8	65.7	57.8	62.5
Oferta de deportes	34.9	37.1	37.1	46.2	28.1	25.3	51.6
Transporte público	39.4	45.7	31.4	36.9	33.7	34.7	49.8
Asistencia sanitaria	-	-	-	-	-	-	35.1

13.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS

También se incluyó en el cuestionario una pregunta abierta (esto es, sin categorías de respuesta definidas) sobre las deficiencias o elementos de desagrado que pudiera tener el visitante durante sus vacaciones en la isla. Hay que destacar que el 37.1 % de los entrevistados no señaló ningún elemento de desagrado. Los resultados de aquellos que emitieron respuesta son los siguientes.

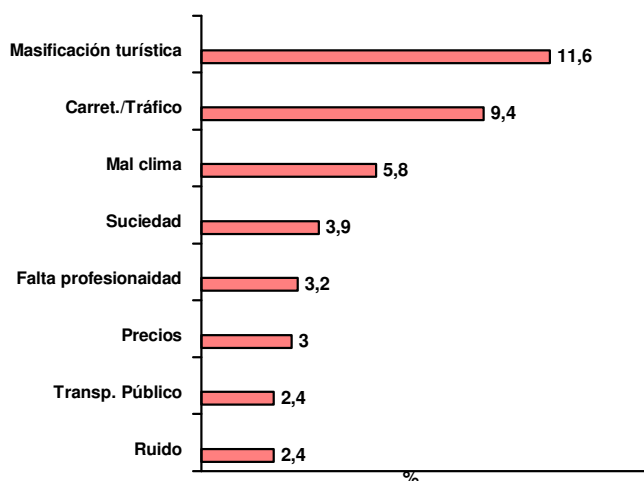
Tabla 13.1.- Principales deficiencias detectadas (agosto 2001)

DEFICIENCIA	%
Masificación/Construcción turística	11.6
Carreteras/Tráfico	9.4
Mal clima (viento)	5.8
Suciedad	3.9
Falta de profesionalidad	3.2
Precios	3.0
Falta oferta de ocio	2.9
Transporte público	2.4
Ruido	2.4
Falta de zonas verdes	1.9
Hotel/Alojamiento	1.8
Playas	1.6
Aeropuerto	1.6
Núcleos turísticos	1.0
Otros	5.5

La masificación y la construcción turística aparece como el principal elemento de desagrado percibido por los visitantes. Además, y en relación con este tema, también aparece el problema del exceso de tráfico y el estado de las carreteras.

En tercer lugar, el mal clima (especialmente el viento) es también un elemento de desagrado para un sector de la población turística que visita Lanzarote.

La suciedad es igualmente percibida de forma negativa por un porcentaje de visitantes así como la falta de profesionalidad.

Gráfico 13.1.- Principales deficiencias detectadas (agosto 2001)

Por último se ofrece la evolución de las distintas deficiencias detectadas.

Tabla 13.2.- Evolución de las deficiencias detectadas (1992-2001)

DEFICIENCIA	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Masificación turística	13.0	11.1	8.4	3.0	6.5	5.8	8.8	11.6
Carreteras/tráfico	3.0	5.7	1.1	1.0	2.0	3.0	3.2	9.4
Mal clima	20.3	18.3	33.4	7.3	12.3	8.4	15.1	5.8
Suciedad	2.3	2.8	1.3	1.0	3.4	-	-	3.9
Falta de profesionalidad	5.7	3.9	1.9	1.8	-	0.7	-	3.2
Precios	9.4	10.5	0.5	0.8	2.0	-	-	3.0
Falta oferta de ocio	-	-	-	-	-	-	-	2.9
Transporte público	-	-	-	-	-	-	-	2.4
Ruido	-	-	-	-	-	0.9	1.9	2.4
Falta vegetación/verde	-	-	-	1.8	-	0.9	2.7	1.9
Hotel/alojamiento	-	-	-	-	-	-	-	1.8
Playas	-	-	-	-	-	-	-	1.6
Aeropuerto	-	-	-	-	-	-	-	1.6
Núcleos turísticos	2.0	2.2	0.7	1.1	3.9	-	-	1.0

14.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO

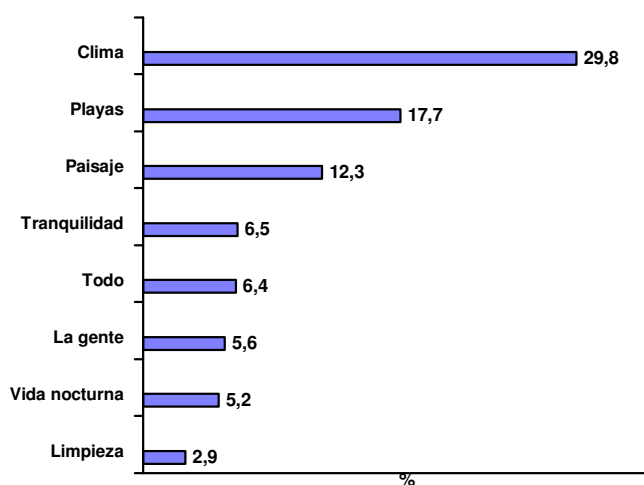
En este epígrafe se analiza el elemento opuesto al anterior, es decir, los elementos de agrado para la población turística que visita Lanzarote. Como se verá, aparece el clima (en este caso como factor de agrado) en primer lugar. Sólo un 3.9 % de los entrevistados no emitió respuesta.

Tabla 14.1.- Principales elementos de agrado (agosto 2001)

TEMA	%
Clima	29.8
Playas	17.7
Paisaje	12.3
Tranquilidad	6.5
Gente	5.6
Vida Nocturna	5.2
Limpieza	2.9
CACT¹⁰	2.2
Originalidad	1.5
Oferta de ocio	1.9
Alojamiento	1.6
Todo	6.4
Otros	6.4

El clima, las playas y el paisaje continúan siendo los elementos básicos del producto turístico de Lanzarote.

¹⁰ Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo de Lanzarote.

Gráfico 14.1.- Principales elementos de agrado (agosto 2001)

Por último se ofrece la evolución de los principales elementos de agrado de la isla para los visitantes.

Tabla 14.2.- Evolución de los principales elementos de agrado (1992-98)

TEMA	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	2001
Clima	34.4	19.8	25.5	43.6	26.5	41.8	47.7	29.8
Playas	10.0	8.4	10.7	7.8	14.0	13.0	8.8	17.7
Paisaje	16.2	19.2	16.9	15.7	20.1	14.7	14.3	12.3
Tranquilidad	10.7	12.7	12.8	9.4	6.2	6.5	6.6	6.5
Originalidad	-	-	-	-	-	-	-	1.5
La gente	4.2	2.1	4.3	5.0	7.3	2.7	4.5	5.6
Limpieza	2.5	4.8	4.4	4.5	3.0	2.9	3.1	2.9
CACT	-	-	-	-	-	-	-	2.2
Oferta de ocio	-	-	-	-	2.3	-	-	1.9
Alojamiento	-	-	-	-	-	-	-	1.6
Vida nocturna	-	-	-	-	-	-	-	5.2
Todo	6.5	11.4	9.5	5.6	10.6	8.9	5.0	6.4

15.- CONTACTO CON LA POBLACIÓN LOCAL

El 93 % de los visitantes ha tenido algún tipo de contacto con la población local. Y, en general, los turistas califican bien ese contacto.

El texto de la pregunta fue el siguiente: Y, en términos generales, ¿cómo calificaría la acogida y el trato con la población de la isla?

Tabla 15.1.- Calificación de acogida y trato con la población local (agosto 2001)

RESPUESTA	%
Bueno	62.4
Regular	22.6
Malo	2.9
NS/NC	4.9
No contacto	7.0

El 62.4 % de los visitantes opina que el trato ha sido bueno, mientras que un 22.6 % lo califican como regular. El 2.9 % manifiesta que el trato ha sido malo.

La mejor calificación la otorgan los españoles, siendo la peor la emitida por los holandeses.

16.- ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS ELABORADOS EN LANZAROTE

Por último, se recoge información relativa a la adquisición de productos elaborados en Lanzarote.

Tabla 16.1.- Adquisición de productos elaborados en Lanzarote (agosto 2001)

RESPUESTA	%
Sí	67.3
No	26.1
NS/NC	6.4

El 67.3 % de los turistas señala que adquiere productos elaborados en la isla¹¹ durante sus vacaciones. En proporción, compran más productos los irlandeses y alemanes. En cambio, el porcentaje de adquisición es menor entre los escandinavos.

A continuación se ofrece el tipo de producto adquirido y la zona de compra.

Tabla 16.2.- Tipos de productos adquiridos (agosto 2001)

PRODUCTOS	%
Vino	37.5
Artesanía	35.8
Queso	13.4
Productos agrícolas	4.1
Música (discos, etc.)	1.5
Otros	7.5

¹¹ Posiblemente el porcentaje sea inferior, ya que muchos de los visitantes incluyen como productos locales tipos de artesanía y *souvenirs* que no han sido elaborados en la isla.

Tabla 16.3.- Zona de adquisición de productos locales (agosto 2001)

ZONA TURÍSTICA	%
Puerto del Carmen	58.9
Playa Blanca	17.3
Costa Teguise	6.5
Otras	17.1

El vino y los objetos artesanales son los productos de mayor consumo. La zona turística de Puerto del Carmen aparece como lugar de mayor adquisición.

Como se señaló con anterioridad el 26 % de los visitantes no adquirió ningún producto. Los motivos argumentados son los siguientes.

Tabla 16.4.- Motivos por los que no se compran productos locales (agosto 2001)

MOTIVO	%
No quiere comprar	25.0
Falta de interés	23.1
Falta de información	14.8
Ya había comprado en otras visitas	12.9
Otros	24.0

Por último, se efectuó entre todos los entrevistados (hayan adquirido productos o no) una pregunta sobre el grado de información de la oferta de productos locales. Los resultados son los de la *Tabla 16.5*.

Tabla 16.5.- Opinión sobre la información de la oferta de productos locales (agosto 2001)

OPINIÓN	%
Buena	43.0
Regular	27.8
Mala	13.7
NS/NC	15.3

RESUMEN

- 1.- En general la fidelidad es menor en la temporada de verano que en la de invierno. El porcentaje de repetidores, es decir, aquellos turistas que han visitado anteriormente la isla como mínimo en una ocasión, es del 33.6 %. El promedio de visitas se sitúa en 3,4.
- 2.- En el análisis de la competencia en temporada de verano, la característica a destacar es que el 50.5 % de los entrevistados no se había planteado ninguna alternativa a Lanzarote antes de sus vacaciones. El resto de los visitantes a Lanzarote (principalmente escandinavos e irlandeses) sí había manejado previamente la opción de otros destinos, destacando Europa, otras islas del Archipiélago y España.
- 3.- Las agencias de viajes continúan siendo la fuente de información más utilizada por los turistas que visitan Lanzarote. También continúa alto el número de turistas que viajan a la isla *aconsejados* por sus familiares o amigos.
- 4.- El factor climático como elemento de atracción, aun siendo el principal, pierde importancia en verano. Cobra importancia las playas y el descanso.
- 5.- Las tres cuartas partes de los turistas organizan su viaje a través de agencias. La contratación directa es del 17 %. Los viajes en familia son los que más predominan el verano.
- 6.- El tipo de alojamiento más utilizado son los apartamentos, aunque pierde importancia a favor de los hoteles y apartoteles. En general, la valoración que se hace del alojamiento es buena en todos sus aspectos, obteniendo una puntuación global de 7,6 en una escala de 0 a 10.
- 7.- La estancia media es de 10,9 días. El paquete turístico de dos semanas de duración es mayoritario en verano.
- 8.- El gasto medio diario se sitúa en 5.409 pesetas (32,51 euros). El gasto sigue siendo más alto en turistas de nacionalidad española.
- 9.- El grado de satisfacción del turista con las vacaciones en la isla permanece alto y el grado de cumplimiento de expectativas (relación entre lo esperado y lo real) desciende, al igual que el todavía elevado porcentaje de recomendación de la isla.
- 10.- El 63 % de los turistas piensa repetir vacaciones en Lanzarote. Entre los que no piensan hacerlo señalan motivos como “*una vez basta*”, masificación turística y escasa oferta de ocio.
- 11.- Tanto las instalaciones como los servicios y temas turísticos aparecen bien valorados. Destaca la alta puntuación que se le otorga a las playas y a las excursiones turísticas.

12.- Entre los principales elementos de desagrado se señala la masificación turística y las carretas/tráfico.

13.- En cuanto a los elementos de agrado, el clima, las playas y el paisaje continúan siendo los elementos básicos del producto turístico de Lanzarote.

14.- El contacto de la población local con los turistas es calificado de bueno (62.4 %).

15.- El 67.3 % de los turistas señala que adquiere productos elaborados en la isla¹² durante sus vacaciones. El vino y los objetos artesanales son los productos de mayor consumo. La zona turística de Puerto del Carmen aparece como lugar de mayor adquisición.

¹² Posiblemente el porcentaje sea inferior, ya que muchos de los visitantes incluyen como productos locales tipos de artesanía y *souvenirs* que no han sido elaborados en la isla.