

ENCUESTA A TURISTAS

SEPTIEMBRE 2002

Centro de Datos



Presidencia
Cabildo de Lanzarote

www.cabildodelanzarote.com

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
 LA ECOTASA TURÍSTICA	
15.- CONOCIMIENTO DE LA ECOTASA TURÍSTICA	46
16.- OPINIÓN SOBRE LA IMPLANTACIÓN DE UNA ECOTASA TURÍSTICA EN LANZAROTE	47
17.- OPINIÓN SOBRE LOS EFECTOS DE LA ECOTASA	48
18.- OPINIÓN SOBRE LA CUANTÍA A PAGAR POR LA ECOTASA	49
19.- OPINIÓN SOBRE EL DESTINO DE LA ECOTASA TURÍSTICA	50
 RESUMEN	 51

PRESENTACIÓN

La **Encuesta a Turistas (Septiembre 2002)** ha sido realizada por el CENTRO DE DATOS (Presidencia) del Cabildo de Lanzarote 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 socio-profesional, 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, cumplimiento de expectativas e intención de volver.
- Valoración de elementos de la oferta: establecimientos, servicios, medioambiente, etc.
- Percepción y valoración de la ecotasa turística.

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, 2001 y 2002 se realizó en ambas temporadas (invierno y verano, apareciendo en este último caso los datos remarcados como V-95 y V-01).

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.

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. 2001*» 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 septiembre de 2002, 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	"
V-01:	650	"
2002:	658	"

- **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 %
V-01:	± 3,9 %
2002:	± 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. 2001*» 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

2002: Septiembre

- **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.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

NACIONALIDAD	ENTREVISTAS	%
Alemanes	123	18.7
Británicos	317	48.2
Escandinavos¹	28	4.3
Holandeses	27	4.1
Irlandeses	74	11.2
Españoles	72	10.9
Otros²	17	2.6
TOTAL	658	100.0

SEXO	ENTREVISTAS	%
Varón	308	46.8
Mujer	350	53.2
TOTAL	658	100.0

EDAD	ENTREVISTAS	%
17 - 30	238	36.2
31 - 45	221	33.6
46 - 60	160	24.3
+ 60	39	5.9
TOTAL	658	100.0

¹ Agrupa a daneses, noruegos y suecos.

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

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

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

NIVEL STUDIOS	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Primarios	19.9	13.0	21.4	20.7	23.3	19.2	17.0	17.9	28.9
Medios	46.4	49.0	46.1	46.8	46.6	47.3	44.0	51.8	47.6
Superiores	46.4	49.0	46.1	46.8	30.0	32.1	38.5	30.1	23.5

ESTATUS	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Clase alta	1.3	1.2	0.0	1.9	1.4	5.2	1.7	2.1	1.4
Clase media-alta	15.2	13.1	13.1	12.6	18.4	19.4	14.8	18.0	11.9
Clase media-media	59.5	68.5	65.8	63.5	40.3	47.9	62.9	46.9	43.0
Clase media-baja	16.4	10.9	17.2	18.2	32.1	20.2	17.3	22.1	25.4
Clase baja	4.7	2.7	2.7	3.1	7.7	4.3	2.0	2.2	4.0
NS/NC	2.9	3.7	1.2	0.7	0.2	3.0	1.2	8.4	14.4
PUNTUACIÓN	4,79	5,01	5,26	4,79	4,34	5,02	4,92	4,86	4,45

ZONA TURÍSTICA	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Puerto del Carmen	58.7	53.6	51.7	58.4	54.8	59.4	58.9	53.1	46.7
Playa Blanca	12.3	16.9	13.7	13.5	12.5	11.7	11.1	14.0	17.9
Costa Teguise	25.8	25.9	28.8	21.5	26.7	24.5	24.5	28.4	29.5
Otras	2.8	3.6	5.8	6.6	6.0	4.4	5.5	4.2	5.9

PROFESIONES	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Empleados por cuenta ajena								
Director de empresa, directivo	1.6	0.9	3.0	3.8	5.3	2.4	4.4	2.0
Empleados de nivel superior	3.6	1.9	2.3	3.3	5.7	7.8	11.4	5.2
Funcionarios de nivel superior	1.5	0.3	0.6	2.0	0.8	0.6	0.4	1.4
Oficiales de las fuerzas armadas	0.8	0.3	0.3	-	0.4	0.1	0.9	2.0
Técnicos medios	5.2	5.7	5.4	6.7	6.3	8.5	7.0	8.2
Funcionarios de nivel medio	6.7	3.7	5.2	3.4	1.4	1.8	2.6	2.0
Empleados de nivel medio (administrativos)	11.2	15.3	14.3	11.0	9.0	14.5	8.2	9.1
Vendedores, agentes comerciales	7.3	10.4	7.3	3.6	7.2	7.8	5.5	5.3
Capataces, encargados, contraмаestres	2.1	3.7	3.7	1.7	1.6	4.9	1.2	4.3
Suboficiales de las fuerzas armadas	-	-	-	0.5	0.1	0.1	0.0	0.0
Obreros cualificados, especialistas	4.7	3.7	4.0	4.5	3.9	2.1	4.7	2.1
Personal manual de servicios cualificados	4.5	3.5	5.9	6.7	7.3	4.8	1.6	4.4
Empleados subalternos, conserjes, etc.	1.5	2.5	1.5	0.6	0.1	2.4	1.6	1.8
Peones y obreros sin cualificar	1.6	1.1	1.0	3.7	1.7	0.7	0.7	1.2
Personal manual de servicios no cualificados	1.3	1.9	2.0	3.3	5.4	3.7	2.3	2.0
Jornaleros del campo	-	-	-	0.3	0.1	-	-	-
Otra ocupación por cuenta ajena	-	-	-	2.4	-	-	1.5	1.7
Empleados por cuenta propia								
Agricultor, empresario agrario con asalariados	-	-	-	-	-	-	-	0.2
Agricultor sin asalariados	0.6	0.2	1.1	-	-	0.9	0.1	0.6
Empresario grande /medio con asalariados	0.3	0.0	0.6	0.6	0.4	0.1	2.1	1.7
Empresario sin asalariados	4.7	5.7	3.5	2.0	2.4	3.1	1.3	2.6
Profesional liberal	6.3	9.6	6.6	9.1	8.6	4.1	4.1	5.5
Trabajador autónomo	5.7	3.7	4.9	2.9	1.9	3.4	3.3	2.9
Otra ocupación por cuenta propia	0.3	0.3	-	0.8	0.8	0.4	4.7	3.6
Otras situaciones								
Inactivo	0.6	-	1.0	0.3	-	-	0.1	0.9
Ama de casa	6.0	9.0	7.1	9.1	6.2	9.2	5.3	4.9
Parado	-	0.7	-	0.1	0.9	0.7	0.4	0.5
Jubilado	13.4	10.4	12.7	6.5	14.8	12.0	5.2	4.3
Estudiante	4.5	4.1	4.7	10.1	7.7	2.6	12.1	11.1

INFORME DE LOS RESULTADOS

1.- OCASIONES DE VISITA**Tabla 1.1.- Ocasiones de visita a Lanzarote (septiembre 2002)**

OCASIONES DE VISITA	%
Primera vez	62.3
Repetidor	37.7
Media de visitas	3,4

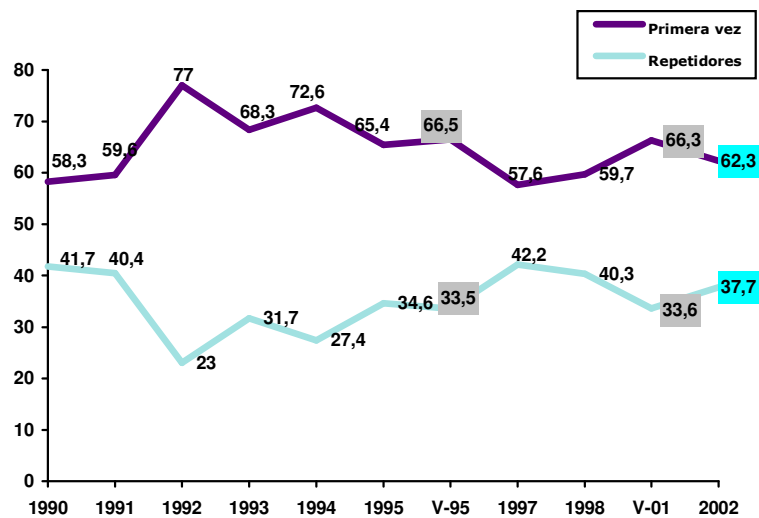
El porcentaje de repetidores, es decir, aquellos turistas que han visitado anteriormente la isla como mínimo en una ocasión, es del 37.7 %. El **promedio de visitas** anteriores se sitúa en 3,4. El número es más elevado en los irlandeses.

Entre los turistas que visitan Lanzarote por primera vez predominan los procedentes de España (70.7 %).

Tabla 1.2.- Evolución de las ocasiones de visita (1990-2002)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Primera vez	58.3	59.6	77.0	68.3	72.6	65.4	66.5	57.6	59.7	66.3	62.3
Repetidores	41.7	40.4	23.0	31.7	27.4	34.6	33.5	42.2	40.3	33.6	37.7

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 a los registrados anteriormente.

Gráfico 1.1.- Evolución de las ocasiones de visita (1990-2002)

2.- DESTINOS VACACIONALES ALTERNATIVOS

En el análisis de la competencia en temporada de verano, la característica a destacar es que el 59 % 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 (septiembre 2002)

RESPUESTA	%
Sí	33.0
No	59.0
NS/NC	8.0

Un tercio de los visitantes a Lanzarote (principalmente alemanes) sí había manejado previamente la opción de otros destinos. Los lugares barajados aparecen en el siguiente cuadro.

DESTINOS BARAJADOS	%
Otras islas de Canarias	28.1
Europa	27.7
España	15.2
Norte África/Asia	14.9
América/Caribe	2.9

Entre los destinos destaca, otras islas del Archipiélago Canario y Europa (sobre todo Grecia). Tienen menor importancia los destinos de España (especialmente Baleares), Norte de África y Asia (destacan las zonas de Chipre y Turquía); y la zona del Caribe y el continente americano.

3.- FUENTE DE INFORMACIÓN

La información que proporcionan los familiares y amigos de los turistas y las agencias de viajes son las fuentes más utilizadas por los visitantes de Lanzarote.

Tabla 3.1.- Fuente de información (septiembre 2002)

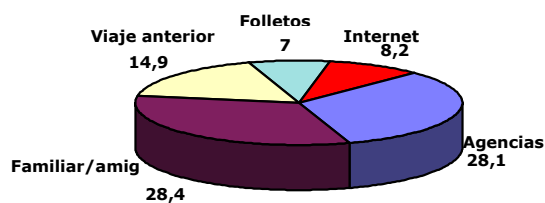
FUENTE	%
Familiar /amigo	28.4
Agencia de viajes	28.1
Experiencia viajes anteriores	14.9
Internet	8.2
Folletos	7.0
Catálogo de <i>tour</i> operador	5.0
Medios de comunicación	1.5
Ferias de turismo	0.9
Oficina de turismo	0.3
Otros	5.6

En esta ocasión se eleva bastante el número de turistas que viajan a la isla *aconsejados* por sus familiares o amigos. En los turistas irlandeses esta fuente se incrementa hasta un 39 por ciento.

Mientras que las agencias de viajes son utilizadas principalmente por turistas alemanes.

El motivo "*experiencia de viajes anteriores*" tiene su importancia para visitantes de nacionalidad británica.

Por último, resulta llamativo el porcentaje de turistas que utiliza internet para obtener información sobre la isla. Convirtiéndose ésta en la cuarta fuente, siendo utilizada sobre todo por turistas alemanes y españoles.

Gráfico 3.1.- Principales fuentes de información (septiembre 2002)

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 estos últimos años.

Tabla 3.2.- Evolución de las fuentes de información (1990-2002)

FUENTE	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Familiar/amigo	20.9	22.5	23.1	25.8	16.8	24.3	26.2	22.1	20.4	21.1	28.4
Agencias de viajes	45.0	33.4	48.1	38.7	56.8	42.8	37.2	40.3	45.8	41.0	28.1
Experiencia viajes anter.	8.3	17.8	7.1	11.7	3.5	9.6	17.1	9.0	8.5	13.4	14.9
Internet	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.2
Folletos	8.5	7.2	3.4	5.1	5.8	5.9	3.4	5.1	5.8	7.0	7.0
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	5.0
Medios de comunicación	2.0	1.9	1.8	5.3	3.5	3.9	1.7	4.8	3.2	1.2	1.5
Feria de turismo	0.9	1.2	0.3	0.3	0.2	0.1	0.1	2.0	0.3	0.9	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	0.3
Otras	1.7	1.7	5.6	2.9	2.3	3.9	3.4	3.6	1.6	6.4	5.6

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 40 % de los visitantes señala este factor.

Tabla 4.1.- Factores que han influido en la elección del viaje (septiembre 2002)

FACTOR	%
Sol /clima	44.1
Descanso /relax	16.2
Playas /mar	15.5
Paisaje	9.5
Precios razonables	5.6
Diversión	4.4
Cultura	1.0
Aventura /exotismo	0.8
Oferta deportiva	0.6
Otros	2.3

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

Las opción descanso/relax es más citada por los procedentes de Irlanda y España. Por otro lado, son principalmente los turistas holandeses y de otras nacionalidades³ los que señalan el factor playas/mar como motivo importante para disfrutar de sus vacaciones en la isla.

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

También llama la atención este año el factor "precios razonables". Causa bastante esgrimida por británicos e irlandeses.

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

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 (1990-2002)

FUENTE	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Sol/clima	64.4	68.1	79.2	70.0	70.0	75.3	54.3	77.2	78.2	63.5	44.1
Descanso/relax	10.7	9.7	5.4	7.3	8.4	8.6	16.1	6.3	6.9	7.3	16.2
Playas/mar	8.2	7.9	2.0	2.6	4.7	2.8	6.5	5.5	3.5	11.2	15.5
Paisaje	9.6	10.0	4.7	10.5	9.2	5.4	15.0	4.9	4.2	5.8	9.5
Precios razonables	0.0	1.3	0.3	0.3	0.0	0.6	1.0	0.4	0.4	0.7	5.6
Diversión	1.4	0.1	0.3	0.3	0.2	0.5	1.2	0.4	0.3	4.3	4.4
Oferta deportiva	0.9	1.0	2.0	1.0	2.5	1.8	0.8	1.2	1.6	1.5	0.6
Aventura/exotismo	1.1	0.0	0.7	0.3	0.2	0.5	0.8	0.4	0.6	0.4	0.8
Otras	2.2	1.5	5.1	7.0	4.7	3.9	2.7	1.9	3.9	3.6	3.3

5.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

La organización del viaje a través de agencias continúa siendo de forma clara la principal modalidad, sin embargo en esta ocasión ha perdido importancia a favor del viaje individualizado y, sobre todo, de la utilización de internet.

Tabla 5.1.- Evolución de la organización del viaje (1990-2002)

ORGANIZACIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Agencia de viajes	76.3	74.5	87.7	86.7	89.2	77.2	75.1	77.2	85.4	76.5	60.6
Directamente	21.7	24.7	10.7	11.4	8.7	21.0	22.6	18.9	12.5	17.3	24.2
Internet	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9.9
Otras	2.8	0.6	1.4	1.8	1.9	1.7	2.2	3.8	1.9	6.1	5.3

Las agencias de viaje siguen siendo más utilizadas por holandeses. Igualmente se observa que las agencias son más utilizadas por los turistas que visitan la isla por primera vez.

Los turistas 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.

En cuanto a la utilización de internet se realiza sobre todo por alemanes y británicos.

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	V-01	2002
Solo	6.2	7.2	8.7	2.9	15.6	6.4	5.3	3.3
Pareja	60.1	57.0	57.3	44.9	39.7	62.0	21.9	23.8
Familia	27.4	33.0	26.2	42.8	37.7	26.6	50.0	56.0
Asociación	0.8	0.7	1.0	4.6	1.5	1.3	9.6	5.8
Otras	5.1	1.5	6.5	4.6	5.3	3.6	12.5	13.7

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

nº medio de acompañantes

Familia	2,5
Asociación	5,3
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 (septiembre 2002)

TIPO DE ALOJAMIENTO	%
Apartamento 1-3 llaves	55.6
Hotel/Aparthotel 3-5 *	27.7
Time sharing	7.3
Casa de amigo/familiar	2.6
Apartamento propio	1.4
Casa rural	0.9
Pensión 1- 2 *	0.6
Otro	3.3
NS/NC	0.6

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

Apartamentos

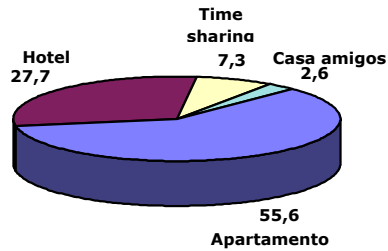
Esta modalidad de alojamiento es más utilizada, en términos proporcionales, por turistas escandinavos y de nacionalidad holandesa.

Hoteles

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

Time sharing

Es utilizado por británicos de clase media y media-baja.

Gráfico 6.1.1.- Tipo de alojamiento (septiembre 2002)

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

Tabla 6.1.2.- Evolución de la modalidad de alojamiento (1990-2002)

TIPO DE ALOJAMIENTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Apartamento 1-3 llaves	68.6	64.9	72.0	65.6	68.0	65.9	65.1	62.2	58.6	46.0	55.6
Hotel/Aparthotel 3-5 *	12.1	19.4	19.1	27.9	26.1	21.2	20.5	24.5	31.6	33.3	27.6
Time sharing	2.8	3.4	1.6	2.3	2.3	4.0	4.9	5.4	2.7	5.6	7.3
Casa de amigo/familiar	4.7	4.8	4.5	2.9	1.5	4.7	3.0	2.5	3.0	5.9	2.6
Apartamento propio	4.9	5.7	1.4	0.5	0.7	2.0	2.7	2.5	1.6	0.6	1.4
Casa rural (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.9
Pensión 1- 2 *	0.6	0.3	0.3	0.5	0.7	0.6	0.3	0.3	0.6	0.0	0.6

(*) Hasta 2002 no se había contemplado "casa rural" como categoría de respuesta.

6.2.- Opinión sobre el alojamiento

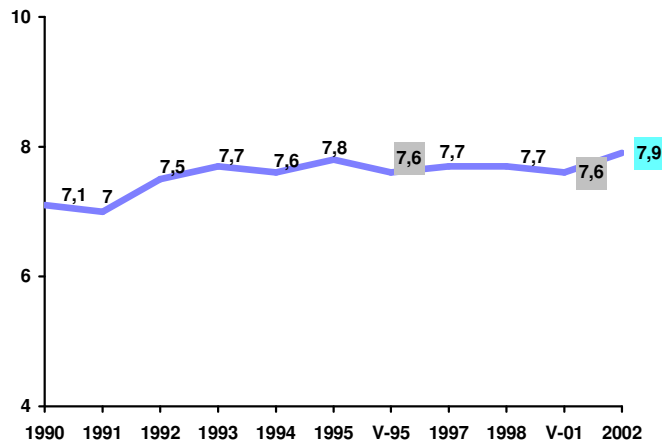
En el análisis sobre la valoración del alojamiento se ha considerado algunos aspectos diferenciales del mismo, como son: instalaciones y mantenimiento, profesionalidad del personal, relación calidad/precios y servicios en general.

En general, la valoración global del alojamiento es buena, alcanzando una puntuación media de 7,9.

Tabla 6.2.1.- Evolución de la valoración del alojamiento (1990-2002). Puntuación de 0 a10.

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2001
Profesionalidad personal	7,2	6,6	7,6	7,8	7,7	7,9	7,7	7,8	7,8	7,7	7,9
Servicios en general	7,2	7,0	7,2	7,6	7,4	7,7	7,5	7,5	7,7	7,7	8,0
Relación calidad/precios	6,4	7,0	6,5	7,3	7,6	7,8	7,3	7,7	7,7	7,5	7,9
Instalaciones y mantenimiento	7,5	7,6	7,7	8,0	7,8	7,9	7,8	7,6	7,7	7,5	8,0
VALORACIÓN GLOBAL	7,1	7,0	7,5	7,7	7,6	7,8	7,6	7,7	7,7	7,6	7,9

Gráfico 6.2.1.- Evolución de la valoración del alojamiento (1990-2002)



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 (7,9)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandesa	Pto. Carmen	T-sharing	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otras	Costa Teguisse	Apartamento	1ª vez
RELACIÓN CALIDAD/PRECIOS (7,9)				
<i>Mejor opinión</i>	Británicos	Otras	T-sharing	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Alemana	Costa Teguisse	Apart./Casa rural	1ª vez
SERVICIOS EN GENERAL (8,0)				
<i>Mejor opinión</i>	Británica	Otras	T-sharing	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Alemana	Costa Teguisse	Apartamento	1ª vez
INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO (8,0)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandesa	Otras	T-sharing	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Alemana	Costa Teguisse	Apartamento	1ª vez

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 días.

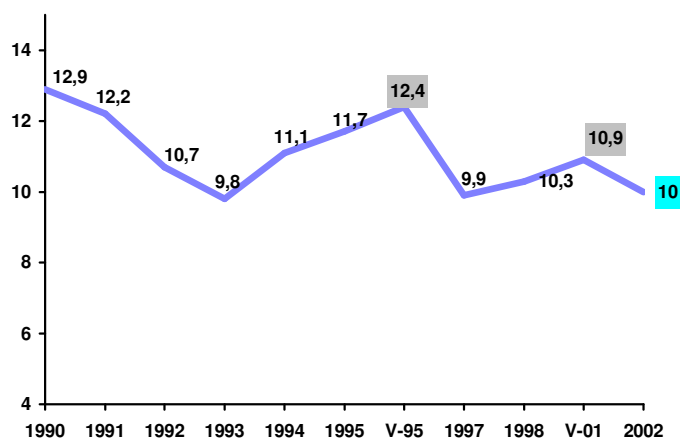
Tabla 7.1.- Evolución de la estancia media, en días (1990-2002)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Media (días)	12,9	12,2	10,7	9,8	11,1	11,7	12,4	9,9	10,3	10,9	10,0
Desviación típica	3,8	6,2	5,4	4,9	3,5	3,2	4,7	5,6	5,6	4,9	4,6

La estancia sigue prolongándose más entre los holandeses (12,2 días), los turistas de clase media-baja (10,9 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 españoles (8 días), y para los turistas de clase media-media que visitan la isla por primera vez. También, como se señaló en el párrafo anterior, los más jóvenes realizan estancias más cortas.

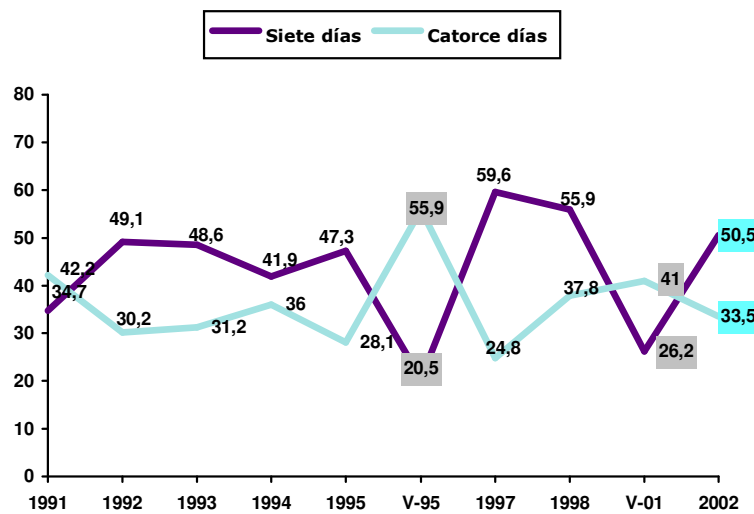
Gráfico 7.1.- Evolución de la estancia media, en días (1990-2002)



El hecho de que la estancia media disminuya ligeramente obedece a que la estancia tipo de 7 días aumenta con respecto a la Encuesta anterior.

Tabla 7.2.- Evolución del porcentaje de los que permanecen siete y catorce días (1991-2002)

CONCEPTO	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Siete días	34,7	49,1	48,6	41,9	47,3	20,5	59,6	55,9	26,2	50,5
Catorce días	42,2	30,2	31,2	36,0	28,1	55,9	24,8	37,8	41,0	33,5

Gráfico 7.2.- Evolución del porcentaje de los que permanecen siete y catorce días (1991-2002)

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

Tabla 7.3.- Estancia media según nacionalidad (septiembre 2002)

NACIONALIDAD	Días
Alemanes	11,0
Escandinavos	10,4
Británicos	10,0
Holandeses	12,2
Irlandeses	9,8
Españoles	8,0
Otras	10,3
MEDIA GLOBAL	10,0

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 38,91 euros.

Tabla 8.1.- Evolución del gasto medio diario, en euros (1990-2002)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Media (pesetas)	18,45	15,07	26,46	28,37	30,35	28,77	29,91	32,75	29,17	32,51	38,91
Desviación típica	6,12	7,99	12,96	9,14	11,70	11,20	13,56	14,88	16,99	14,09	21,48

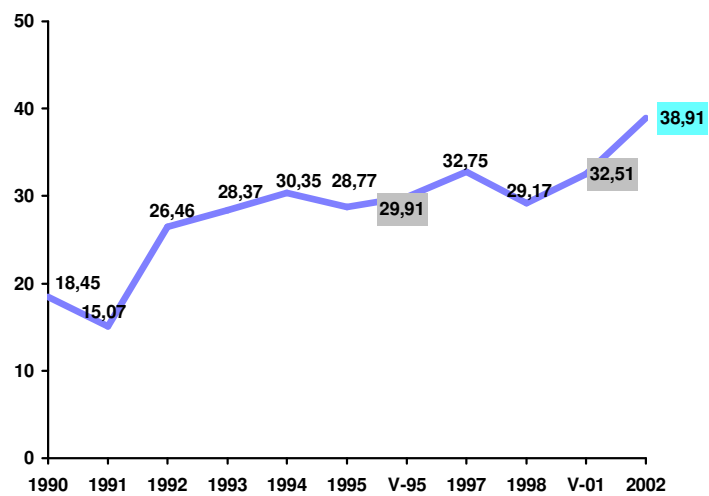
El gasto efectuado es mayor entre los turistas escandinavos (58,57 €) y los alojados en otras zonas (distintas a los núcleos turísticos). También el gasto es mayor entre aquellos turistas que realizan sus vacaciones sin intermediarios.

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 Costa Teguise tienen un menor nivel de gasto.

Tabla 8.2.- Gasto medio según nacionalidad (septiembre 2002)

NACIONALIDAD	Euros
Alemanes	25,32
Escandinavos	58,57
Británicos	39,09
Holandeses	50,00
Irlandeses	46,31
Espanoles	43,23
Otras ⁴	29,37
MEDIA GLOBAL	38,91

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

Gráfico 8.1.- Evolución del gasto, en euros(1990-2002)

9.- GRADO DE SATISFACCIÓN

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

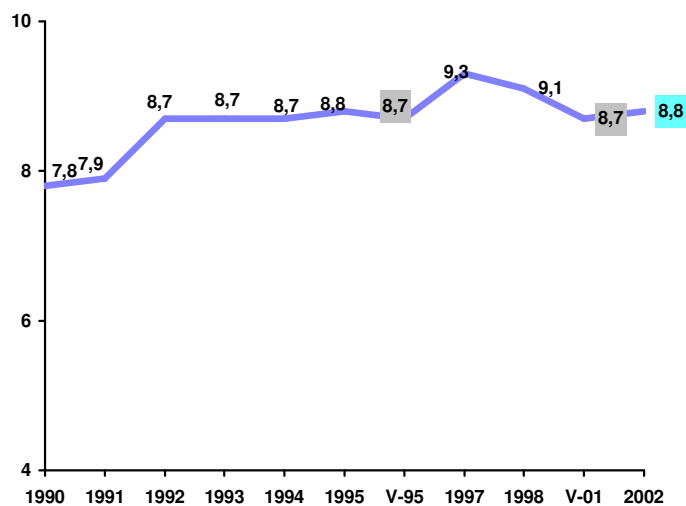
Tabla 9.1.- Grado de satisfacción (septiembre 2002)

CONCEPTO	%
Muy satisfecho	60.0
Bastante satisfecho	33.0
Medianamente satisfecho	5.6
Poco satisfecho	1.2
Insatisfecho	0.0
NS/NC	0.2
PUNTUACIÓN	8,8

El grado de satisfacción continúa elevado, siendo más alto entre los turistas británicos e irlandeses; 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 alemana, los más jóvenes y los alojados en las zonas de Costa Teguise y Playa Blanca.

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

Gráfico 9.1.- Evolución del grado de satisfacción (1990-2002)**Tabla 9.2.- Evolución del grado de satisfacción (1990-2002)**

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Muy satisfecho	36.3	42.1	58.2	63.6	63.9	71.3	61.4	79.7	72.3	60.8	60.0
Bastante satisfecho	45.5	36.7	32.1	20.7	22.7	12.7	22.3	17.7	19.2	29.5	33.3
Medianamente satisfecho	15.5	18.4	7.9	14.7	10.7	14.9	14.1	4.5	7.5	7.5	5.6
Poco satisfecho	1.3	2.3	1.3	0.8	1.4	0.8	1.9	0.5	0.5	1.0	1.2
Insatisfecho	1.4	0.0	0.2	0.2	0.9	0.2	0.3	0.1	0.3	0.9	0.0
PUNTUACIÓN	7,8	7,9	8,7	8,7	8,7	8,8	8,6	9,3	9,1	8,7	8,8

9.1.- Grado de cumplimiento de expectativas

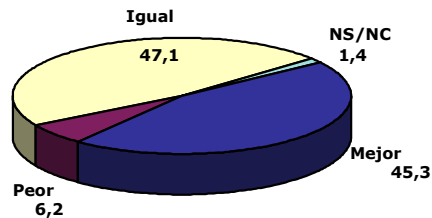
El cumplimiento de expectativas se refiere a la relación existente entre la oferta esperada y la oferta observada. Los resultados obtenidos son los siguientes.

Tabla 9.1.1.- Evolución del grado de cumplimiento de expectativas (1992-2002)

CONCEPTO	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Igual	47.8	53.1	47.0	45.6	63.1	55.5	59.8	47.6	47.1
Mejor	45.8	42.8	44.9	50.0	28.1	40.6	36.5	45.1	45.3
Peor	4.3	3.3	5.2	2.0	6.0	2.3	2.7	4.5	6.2
NS/NC	2.0	0.6	2.7	2.2	2.7	1.4	0.9	2.6	1.4

El grado de cumplimiento de expectativas se mantiene alto. Entre los españoles y alemanes el cumplimiento de expectativas es menor.

Gráfico 9.1.1.- Grado de cumplimiento de expectativas (septiembre 2002)



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	V-01	2002
Sí	87.8	88.7	92.2	95.1	88.3	93.9	92.2	81.6	81.9
Posiblemente sí	10.6	9.3	3.7	4.1	8.6	5.4	6.8	13.9	16.0
No	0.4	1.3	2.3	0.2	2.2	0.2	0.8	1.9	0.8
Probablemente no	0.6	0.3	0.0	0.3	0.5	0.0	0.1	1.2	0.6
NS/NC	0.7	0.3	1.8	0.3	0.3	0.5	0.1	1.2	0.8

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

10.- INTENCIÓN DE VOLVER

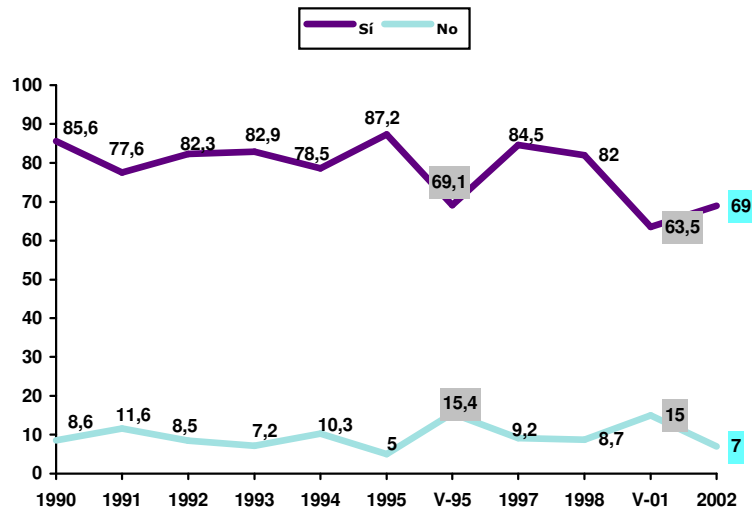
Siete de cada diez entrevistados manifiestan que tienen intención de regresar a Lanzarote para disfrutar de sus vacaciones.

Tabla 10.1.- Evolución de la intención de volver (1990-2002)

INTENCIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Sí	85.6	77.6	82.3	82.9	78.5	87.2	69.1	84.5	82.0	63.5	69.0
No	8.6	11.6	8.5	7.2	10.3	5.0	15.4	9.2	8.7	15.0	7.0
No sabe	5.8	10.7	9.1	9.7	11.1	7.6	15.4	6.2	9.3	21.4	24.0

Los más decididos a regresar son los turistas de nacionalidad 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 holandeses que han visitado Lanzarote por primera vez.

Gráfico 10.1.- Evolución de la intención de volver (1990-2002)



10.1.- Razones para no volver

Como se vio en la página anterior, el 7 % 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 falta de oferta de ocio.

Tabla 10.1.1.- Evolución de las razones para no repetir vacaciones en Lanzarote (1990-2002)

MOTIVO	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Una vez basta	38.2	64.2	66.6	65.5	57.8	54.5	61.1	43.8	44.5	40.1	38.2
Mala infraestructura de ocio	7.3	5.7	1.9	0.0	1.7	1.8	0.0	1.7	0.9	12.6	11.8
Relación calidad/precios	16.5	7.1	3.9	0.0	1.7	1.8	4.4	1.7	1.9	7.7	7.9
Masificación turística	1.8	5.7	7.8	1.7	1.7	5.4	3.3	19.3	12.8	14.0	6.6
Deterioro paisaje	0.0	1.4	0.0	1.7	0.0	0.0	5.5	0.0	0.9	7.0	6.6
Ruido	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.9	4.2	3.9
Mal clima	9.1	7.1	9.8	17.2	0.5	5.4	4.4	0.0	5.9	1.4	1.3
Deterioro playas	1.8	0.0	0.0	1.7	1.7	0.0	0.0	1.7	0.9	5.6	1.3

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 (1990-2002)

INSTALACIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Restaurantes/bares	6,8	7,0	7,2	7,6	7,8	7,8	7,6	7,7	7,6	7,5	8,1
Aeropuerto	6,3	6,8	6,7	7,2	7,0	6,3	6,3	6,9	6,9	8,0	7,9
Puertos (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,3	7,8
Supermercados	6,6	6,7	7,1	7,2	7,8	7,3	7,1	7,5	7,3	7,0	7,7
Comercios (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,0	7,6
Agencias de viaje	6,9	5,9	7,2	7,3	7,4	7,4	7,4	7,4	7,3	6,7	7,6
Bancos	7,1	6,5	7,0	7,2	7,4	7,3	7,1	7,3	7,4	7,0	7,5

(*) Esta instalación se incluyó en la Encuesta a partir de 2001.

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	REPETICIÓN
RESTAURANTES/BARES (8,1)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandesa	Pto. Carmen	C. media-baja	+ 1 vez
<i>Peor opinión</i>	Española	Playa Blanca	C. alta	1ª vez
BANCOS (7,5)				
<i>Mejor opinión</i>	Escandinava ⁵	Costa Teguisse	C. alta	+1 vez
<i>Peor opinión</i>	Otras ⁶	Otras ⁷	C.baja	1ª vez
AGENCIAS DE VIAJES (7,6)				
<i>Mejor opinión</i>	Británica	Costa Teguisse	C. alta	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Alemana	Otras	C. media-media	+ 1 vez
SUPERMERCADOS (7,7)				
<i>Mejor opinión</i>	Escandinava	P.Blanca/P.Carmen	C. media-baja	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Alemana	Otras	C. alta	+ 1 vez
COMERCIOS (7,6)				
<i>Mejor opinión</i>	Holandesa	Pto. Carmen	C. media-baja	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Otras	Otras	C. alta	+ 1 vez
PUERTOS (7,8)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandesa		C. media-baja	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Alemana		C. alta	+ 1 vez
AEROPUERTO (7,9)				
<i>Mejor opinión</i>	Irlandesa		C. media-baja	1ª vez
<i>Peor opinión</i>	Española		C. media-alta	+ 1 vez

⁵ Agrupa a daneses, noruegos y suecos.

⁶ Agrupa a austriacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

⁷ Zonas distintas a Puerto del Carmen, Playa Blanca y Costa Teguisse.

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 (1993-2002)

INSTALACIÓN	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Aeropuerto	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Comercios (*)	-	-	-	-	-	-	95.2	92.9
Restaurantes/bares	94.7	93.0	95.8	96.1	94.8	94.8	94.8	92.2
Supermercados	92.2	92.2	95.1	90.4	94.3	90.3	94.0	91.0
Puertos (*)	-	-	-	-	-	-	57.4	55.9
Bancos	57.8	48.2	47.0	55.1	54.0	43.5	58.1	46.0
Agencias de viaje	45.1	41.6	29.5	30.0	32.4	22.2	45.1	39.2

(*) Esta instalación se incluyó en la Encuesta a partir de 2001.

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 (1990-2002)

SERVICIO/TEMA	1990	1991	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Taxis	7,0	6,3	7,4	7,6	7,8	7,7	7,7	7,7	7,6	7,6	8,4
Seguridad ciudadana	6,4	7,0	7,4	7,6	7,6	7,2	7,2	7,4	7,1	7,8	8,3
Estado de las playas	7,7	7,7	7,9	7,9	8,0	7,9	7,7	7,9	7,8	8,0	8,2
Excursiones turísticas	7,1	7,0	7,7	7,6	8,1	7,9	7,8	7,8	8,0	7,9	8,1
Vehículos s/conductor	6,8	6,6	6,9	7,4	7,7	7,8	7,7	7,8	7,7	7,8	7,9
Estado del paisaje	7,8	7,7	8,1	8,1	8,2	8,0	7,7	8,0	7,8	7,7	7,9
Asistencia sanitaria (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,7	7,9
Oferta cultural	6,5	4,3	6,8	6,9	6,9	7,5	7,2	7,5	7,4	7,5	7,9
Información turística	6,6	5,7	6,9	7,0	7,4	7,3	7,3	7,4	7,3	7,4	7,7
Estado de las calles (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	--	7,0	7,7
Oferta de deportes	7,0	6,6	6,9	7,2	7,7	7,2	7,1	6,9	7,6	7,2	7,5
Transporte público	5,8	5,3	5,7	5,6	6,7	6,2	6,3	6,8	6,9	6,6	7,4
Carreteras (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,5	7,0

(*) Este servicio/tema se incluyó en la Encuesta a partir de 2001.

CUADRO III: VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS

OPINIÓN	NACIONALIDAD	ZONA	ESTATUS	REPETICIÓN
EXCURSIONES TURÍSTICAS (8,1)				
Mejor opinión	Británica	P. Carmen	C. media-baja	+1 vez
Peor opinión	Alemana	Otras ⁸	C. baja	1ª vez
ESTADO DEL PAISAJE (7,9)				
Mejor opinión	Española	Playa Blanca	C. alta	+ 1 vez
Peor opinión	Alemana	C.Teguisse/Carmen	C. media-baja	1ª vez
ESTADO DE LAS PLAYAS (8,2)				
Mejor opinión	Irlandesa	P. Carmen	C. media-alta	+ 1 vez
Peor opinión	Alemana	Costa Teguisse	C. baja	1ª vez
VEHÍCULOS DE ALQUILER SIN CONDUCTOR (7,9)				
Mejor opinión	Otra ⁹	C. Teguisse	C. media-baja	+1 vez
Peor opinión	Alemana	Otras	C. media-alta	1ª vez
TAXIS (8,4)				
Mejor opinión	Irlandesa	P. Carmen	C. media-alta	1ª vez
Peor opinión	Española	Otras	C. media-baja	+1 vez
OFERTA DE DEPORTES (7,5)				
Mejor opinión	Irlandesa	Otras	C. media-baja	+ 1 vez
Peor opinión	Alemana	C. Teguisse	C. media-alta	1ª vez
OFERTA CULTURAL (7,9)				
Mejor opinión	Británica	Playa Blanca	C. media-baja	+1 vez
Peor opinión	Alemana	Otras	C. media-alta	1ª vez
INFORMACIÓN TURÍSTICA (7,7)				
Mejor opinión	Británica	P. Carmen	C. media-alta	+1 vez
Peor opinión	Alemana	Playa Blanca	C. alta	1ª vez
TRANSPORTE PÚBLICO (7,4)				
Mejor opinión	Británica	Costa Teguisse	C. media-alta	+ 1 vez
Peor opinión	Otra	Playa Blanca	C. media-media	1ª vez
CARRETERAS (7,0)				
Mejor opinión	Irlandesa	P. Carmen	C. alta-baja	+ 1 vez
Peor opinión	Española	Otras	C. media-alta	1ª vez
ASISTENCIA SANITARIA (7,9)				
Mejor opinión	Británica	Costa Teguisse	C. media-baja	1ª vez
Peor opinión	Holandesa	Otras	C. baja	+ 1 vez
ESTADO DE LAS CALLES (7,7)				
Mejor opinión	Irlandesa	Costa Teguisse	C. media-baja	1ª vez
Peor opinión	Española	Playa Blanca/Otras	C. media-alta	+ 1 vez
SEGURIDAD CIUDADANA (8,3)				
Mejor opinión	Irlandesa	Costa Teguisse	C. alta	+1 vez
Peor opinión	Española	Otras	C. media-baja	1ª vez

⁸ Zonas distintas a Puerto del Carmen, Playa Blanca y Costa Teguisse

⁹ Agrupa a austriacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

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 (1993-2002)

SERVICIO/TEMA	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Calles (*)	-	-	-	-	-	-	97.7	92.7
Playas	92.9	92.6	95.4	93.8	96.3	92.9	96.3	91.0
Carreteras (*)	-	-	-	-	-	-	92.5	85.0
Taxis	55.5	47.8	46.2	63.3	42.2	44.8	64.6	62.8
Información turística	68.2	75.2	75.1	80.0	84.4	69.8	83.9	65.0
Vehículos s/conductor	63.6	48.6	60.8	64.8	65.7	57.8	62.5	58.2
Excursiones turísticas	43.1	60.7	45.7	69.2	46.5	46.8	65.4	56.1
Oferta cultural	45.2	48.8	57.9	69.5	71.6	58.6	72.6	52.3
Transporte público	39.4	45.7	31.4	36.9	33.7	34.7	49.8	46.0
Oferta de deportes	34.9	37.1	37.1	46.2	28.1	25.3	51.6	34.0
Asistencia sanitaria (*)	-	-	-	-	-	-	35.1	33.0

(*) Este servicio/tema se incluyó en la Encuesta a partir de 2001.

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 45.4 % de los entrevistados no señaló ningún elemento de desagrado. Los resultados de aquellos que emitieron respuesta son los siguientes.

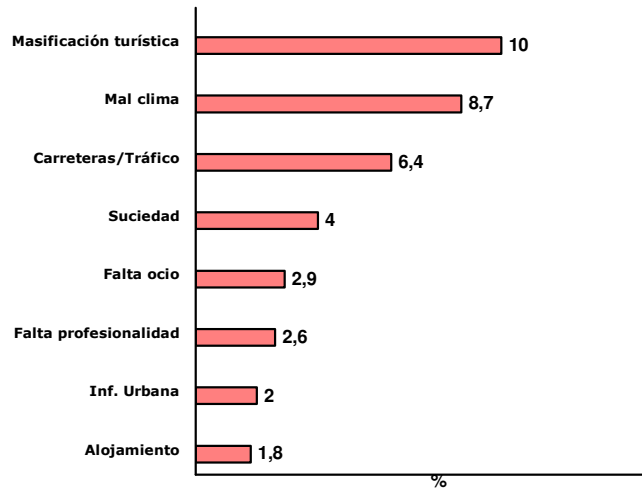
Tabla 13.1.- Principales deficiencias detectadas (septiembre 2002)

DEFICIENCIA	%
Masificación/Construcción turística	10.0
Mal clima (viento)	8.7
Carreteras/Tráfico	6.4
Suciedad	4.0
Falta oferta de ocio	2.9
Falta de profesionalidad	2.6
Infraestructura urbana	2.0
Hotel/Alojamiento	1.8
Playas	1.7
Precios	1.7
Aeropuerto	1.5
Comercios	1.2
Falta de vegetación	1.2
Otros (varios)	9.4

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.

El mal clima (especialmente el viento y las nubes) 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 oferta de ocio.

Gráfico 13.1.- Principales deficiencias detectadas (septiembre 2002)

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

Tabla 13.2.- Evolución de las deficiencias detectadas (1992-2002)

DEFICIENCIA	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Masificación turística	13.0	11.1	8.4	3.0	6.5	5.8	8.8	11.6	10.0
Mal clima	20.3	18.3	33.4	7.3	12.3	8.4	15.1	5.8	8.7
Carreteras/tráfico	3.0	5.7	1.1	1.0	2.0	3.0	3.2	9.4	6.4
Suciedad	2.3	2.8	1.3	1.0	3.4	-	-	3.9	4.0
Falta oferta de ocio	-	-	-	-	-	-	-	2.9	2.9
Falta de profesionalidad	5.7	3.9	1.9	1.8	-	0.7	-	3.2	2.6
Hotel/alojamiento	-	-	-	-	-	-	-	1.8	1.8
Infraestructura urbana	-	-	-	-	-	-	-	-	2.0
Playas	-	-	-	-	-	-	-	1.6	1.7
Precios	9.4	10.5	0.5	0.8	2.0	-	-	3.0	1.7
Aeropuerto	-	-	-	-	-	-	-	1.6	1.5
Comercios	2.7	1.4	-	-	-	-	-	-	1.2
Falta vegetación/verde	-	-	-	1.8	-	0.9	2.7	1.9	1.2
Núcleos turísticos	2.0	2.2	0.7	1.1	3.9	-	-	1.0	0.9

14.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO

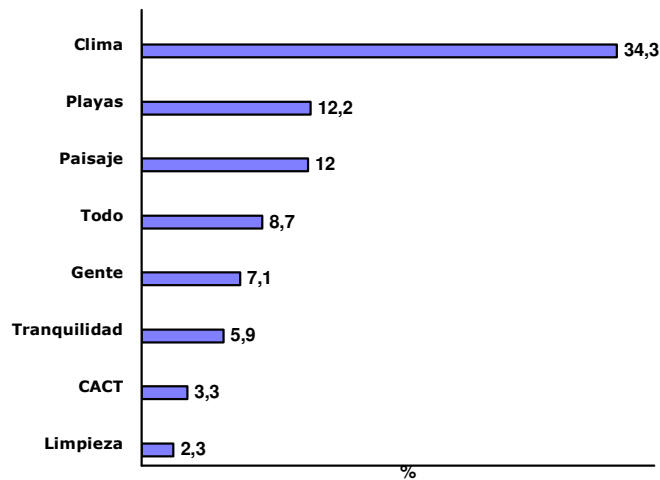
En este epígrafe se analiza el elemento opuesto al anterior, es decir, los elementos de agrado para la población turística que visita Lanzarote. Como se verá, aparece el clima (en este caso como factor de agrado) en primer lugar. Sólo un 6.5 % de los entrevistados no emitió respuesta.

Tabla 14.1.- Principales elementos de agrado (septiembre 2002)

TEMA	%
Clima	34.3
Playas	12.2
Paisaje	12.0
Gente	7.1
Tranquilidad	5.9
CACT¹⁰	3.3
Limpieza	2.3
Originalidad	1.5
Vida Nocturna	1.1
Restaurantes	1.2
Todo	8.7
Otros	3.9

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 (septiembre 2002)

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 (1992-2002)

TEMA	1992	1993	1994	1995	V-95	1997	1998	V-01	2002
Clima	34.4	19.8	25.5	43.6	26.5	41.8	47.7	29.8	34.3
Playas	10.0	8.4	10.7	7.8	14.0	13.0	8.8	17.7	12.2
Paisaje	16.2	19.2	16.9	15.7	20.1	14.7	14.3	12.3	12.0
La gente	4.2	2.1	4.3	5.0	7.3	2.7	4.5	5.6	7.1
Tranquilidad	10.7	12.7	12.8	9.4	6.2	6.5	6.6	6.5	5.9
CACT	-	-	-	-	-	-	-	2.2	3.3
Limpieza	2.5	4.8	4.4	4.5	3.0	2.9	3.1	2.9	2.3
Alojamiento	-	-	-	-	-	-	-	1.6	1.6
Originalidad	-	-	-	-	-	-	-	1.5	1.5
Vida nocturna	-	-	-	-	-	-	-	5.2	1.1
Todo	6.5	11.4	9.5	5.6	10.6	8.9	5.0	6.4	8.7

LA ECOTASA TURÍSTICA

15.- CONOCIMIENTO DE LA ECOTASA TURÍSTICA

El 56.2 % de los visitantes señala que no ha oído hablar del concepto "ecotasa turística".

Tabla 15.1.- Conocimiento de la ecotasa turística (septiembre 2002)

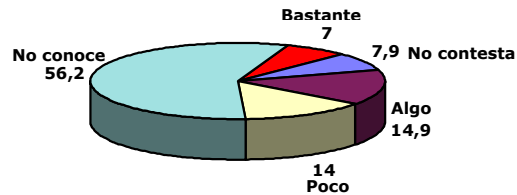
Pregunta.- ¿CONOCE O HA OÍDO USTED HABLAR DE LA ECOTASA TURÍSTICA?

RESPUESTA	%
Conoce bastante	7.9
Conoce algo	14.9
Conoce poco	14.0
No conoce	56.2
No contesta	7.0

Sólo el 22.8 % conoce bastante o algo sobre el tema, mientras que el 14 % ha oído hablar un poco sobre ello.

Los españoles y los alemanes son quienes mayor conocimiento tienen. En cambio entre los holandeses e irlandeses el desconocimiento es bastante alto (las tres cuartas partes de estos turistas no han oído hablar nunca del tema).

Gráfico 15.1.- Conocimiento de la ecotasa turística (septiembre 2002)



16.- OPINIÓN SOBRE LA IMPLANTACIÓN DE UNA ECOTASA TURÍSTICA EN LANZAROTE

A pesar de que se le explicó al entrevistado en qué consistía una ecotasa turística, la indefinición a la hora de emitir una respuesta sobre su implantación es alta.

Tabla 16.1.- Opinión sobre la implantación de una ecotasa turística en Lanzarote (septiembre 2002)

Pregunta.- EN CUALQUIER CASO LE INDICO QUE LA ECOTASA ES UN IMPUESTO QUE TENDRÍAN QUE PAGAR LOS TURISTAS QUE VISITAN LANZAROTE Y CUYA RECAUDACIÓN SE DESTINARÍA A MEJORAR EL MEDIOAMBIENTE DE LA ISLA. ¿CUÁL ES SU OPINIÓN SOBRE LA IMPLANTACIÓN DE UNA ECOTASA PARA VISITAR LANZAROTE?

RESPUESTA	%
A favor	36.5
En contra	28.0
NS/NC	35.6

El 36.5 % de los turistas estaría a favor de la implantación de una ecotasa en la isla, mientras que un 28 % se manifiesta en contra.

Se muestran más partidarios con el impuesto aquellos que lo conocen más, es decir, los españoles y los alemanes. Mientras que los irlandeses y los englobados en otras nacionalidades¹¹ son más reacios a pagar esta tasa.

¹¹ Agrupa a austriacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

17.- OPINIÓN SOBRE EFECTOS DE LA ECOTASA

No existe una opinión clara de los visitantes sobre los **efectos de la ecotasa en la actividad turística** de la isla.

Tabla 17.1.- Efecto general sobre el turismo de Lanzarote (septiembre 2002)

Pregunta.- ¿Y CREE USTED QUE LA IMPLANTACIÓN DE UNA ECOTASA BENEFICIARÍA O PERJUDICARÍA EL TURISMO EN LANZAROTE?

RESPUESTA	%
Beneficiaría	29.5
Perjudicaría	30.4
Ni lo uno ni lo otro	14.4
NS/NC	25.7

La opinión aparece dividida: el porcentaje de los que opinan que beneficiaría es prácticamente idéntico al de aquellos que señalan que perjudicaría.

También es destacable el alto número de indecisos.

En cuanto a la opinión del **efecto de la ecotasa sobre la afluencia turística**, los resultados son los siguientes.

Tabla 17.2.- Efecto sobre la afluencia turística a Lanzarote (septiembre 2002)

Pregunta.- ¿Y CREE USTED QUE LA IMPLANTACIÓN DE UNA ECOTASA DISMINUIRÍA LA AFLUENCIA DE TURISTAS A LANZAROTE?

RESPUESTA	%
Sí, mucho	17.6
Bastante	17.0
Poco	30.4
Nada	11.2
NS/NC	23.7

La mayor parte, el 41.6 %, opina que los efectos del impuesto turístico sobre la afluencia apenas se van a notar. En cambio, el 34.6 % cree que afectará mucho o bastante.

18.- OPINIÓN SOBRE LA CUANTÍA A PAGAR POR LA ECOTASA TURÍSTICA

También se indagó a los visitantes sobre la posibilidad de pagar un euro diario por la ecotasa.

Tabla 18.1.- Opinión sobre la cuantía a pagar por la ecotasa turística (septiembre 2002)

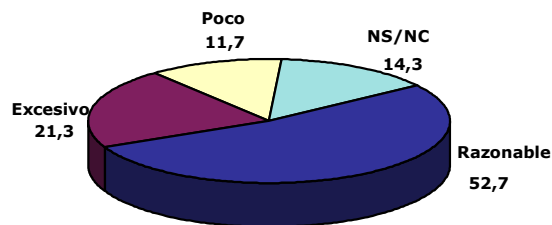
Pregunta.- ¿QUÉ LE PARECERÍA A USTED QUE PARA VISITAR LANZAROTE TUVIERA QUE PAGAR UN EURO POR DÍA?

RESPUESTA	%
Razonable	52.7
Excesivo	21.3
Poco	11.7
NS/NC	14.3

La mayoría de los entrevistados (52.7 %) estima que el importe de un euro por día es razonable, incluso algunos de ellos (el 11.7 %) manifiesta que la cuantía es escasa. Los irlandeses y, en menor medida, los españoles se incluyen en esta postura.

En cambio el 21.3 % de los turistas opina que la cantidad es excesiva. Aquí se incluyen los englobados en otras nacionalidades, es decir, austriacos, belgas, franceses, suizos e italianos.

Gráfico 18.1.- Opinión sobre la cuantía a pagar por la ecotasa turística (septiembre 2002)



19.- OPINIÓN SOBRE EL DESTINO DE LA ECOTASA TURÍSTICA

Por último, se incluye una pregunta sobre cuál sería el destino, a juicio de los visitantes, de los fondos recaudados por la ecotasa.

Tabla 19.1.- Opinión sobre el destino de la ecotasa turística (septiembre 2002)

Pregunta.- Y A SU JUICIO, ¿A QUÉ TÉMAs SE DEBEN DESTINAR LOS FONDOS DE LA ECOTASA?

RESPUESTA	%
Medioambiente	41.5
No construir más hoteles	16.4
Playas	12.7
Servicios turísticos	11.3
Mejora de carreteras	10.3
Urbanización de zonas turísticas	3.6
Otros	4.2

El cuidado del medioambiente, en términos genéricos, es la prioridad para destinar los fondos recaudados con este impuesto turístico. Un 41 % de las respuestas se dirige en ese sentido.

En cuanto a la dedicación de los fondos a temas concretos destaca, en primer lugar, impedir que se construyan más hoteles.

Otros temas que los turistas consideran prioritarios son el cuidado de las playas, el desarrollo de los servicios turísticos y la mejora de las carreteras.

RESUMEN

1.- El **nivel de fidelidad** a Lanzarote como destino turístico se mantiene similar a los registrados anteriormente. El porcentaje de repetidores es del 37.7 % y el promedio de visitas anteriores se sitúa en 3,4. Entre los turistas que visitan Lanzarote por primera vez predominan los procedentes de España (70.7 %).

2.- En el **análisis de la competencia** en temporada de verano, la característica a destacar es que el 59 % de los entrevistados no se había planteado ninguna alternativa a Lanzarote antes de sus vacaciones. Un tercio de los visitantes (principalmente alemanes) sí había manejado previamente la opción de otros destinos, destacando otras islas del Archipiélago Canario y Europa (sobre todo Grecia).

3.- La **información** que proporcionan los familiares y amigos de los turistas y las agencias de viajes son las fuentes de información más utilizadas por los visitantes de Lanzarote. Destaca en esta ocasión el hecho de que se eleve bastante el número de turistas que viajan a la isla *aconsejados* por sus familiares o amigos. También resulta llamativo el porcentaje de turistas que utiliza internet para obtener información sobre la isla. Convirtiéndose en la cuarta fuente de información, siendo utilizada sobre todo por turistas alemanes y españoles.

4.- El factor climático como **elemento de atracción**, aun siendo el principal, pierde importancia en verano. Cobra importancia las playas y el descanso. En cuarto lugar, el factor paisajístico adquiere especial relevancia para el turismo español y alemán. También llama la atención este año el factor "precios razonables". Causa bastante esgrimida por británicos e irlandeses.

5.- La **organización del viaje** a través de agencias continúa siendo de forma clara la principal modalidad, sin embargo en esta ocasión ha perdido importancia a favor del viaje individualizado y, sobre todo, de la utilización de internet.

6.- Los apartamentos siguen siendo la modalidad de **alojamiento** más utilizada, siguiéndole en importancia los hoteles de 3-5 estrellas. En general, la valoración que se hace del alojamiento es buena en todos sus aspectos, obteniendo una puntuación global de 7,9 en una escala de 0 a 10.

7.- La **estancia media** es de 10 días. El hecho de que la estancia media disminuya ligeramente obedece a que la estancia tipo de 7 días aumenta con respecto a la Encuesta anterior.

8.- El **gasto medio** diario se sitúa en 38,91 €, seis euros más que el verano anterior. En esta ocasión el mayor nivel de gasto se produce entre los turistas escandinavos (noruegos, suecos y daneses).

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 obtenido) es similar al registrado el año pasado, al igual que el elevado porcentaje de recomendación de la isla.

10.- Siete de cada diez entrevistados manifiestan que tienen **intención de regresar** a Lanzarote para disfrutar de sus vacaciones.

Entre los que no piensan hacerlo (el 7 %) señalan motivos como "una vez basta" y la 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 los taxis, la seguridad ciudadana y las playas.

12.- Entre los principales **elementos de desagrado** de Lanzarote para los turistas se señala la masificación turística y las carreteras/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.

LA ECOTASA TURÍSTICA

14.- El 56.2 % de los visitantes señala que no ha oído hablar del concepto "ecotasa turística". Sólo el 22.8 % conoce bastante o algo sobre el tema, mientras que el 14 % ha oído hablar un poco sobre ello.

15.- El 36.5 % de los turistas estaría a favor de la implantación de una ecotasa en la isla, mientras que un 28 % se manifiesta en contra. A pesar de que se le explicó al entrevistado en qué consistía una ecotasa turística, la indefinición a la hora de emitir una respuesta sobre su implantación es alta.

16.- No existe una **opinión** clara de los visitantes **sobre los efectos de la ecotasa** en la actividad turística de la isla. La opinión aparece dividida: el porcentaje de los que opinan que beneficiaría es prácticamente idéntico al de aquellos que señalan que perjudicaría. También es destacable el alto número de indecisos.

En cuanto a la opinión del efecto de la ecotasa sobre la afluencia turística, los resultados son los siguientes. La mayor parte, el 41.6 %, opina que los efectos del impuesto turístico sobre la afluencia apenas se van a notar. En cambio, el 34.6 % cree que afectará mucho o bastante.

17.- La mayoría de los entrevistados (52.7 %) estima que el **importe de la ecotasa** (un euro por día) es razonable, incluso algunos de ellos (el 11.7 %) manifiesta que la cuantía es escasa. En cambio el 21.3 % de los turistas opina que la cantidad es excesiva.

18.- El cuidado del medioambiente, en términos genéricos, es la **prioridad para destinar los fondos recaudados** con este impuesto turístico. Un 41 % de las respuestas se dirige en ese sentido.

En cuanto a la dedicación de los fondos a temas concretos destaca, en primer lugar, impedir que se construyan más hoteles.

Otros temas que los turistas consideran prioritarios son el cuidado de las playas, la calificación de los servicios turísticos y la mejora de las carreteras.