



CENTRO DE DATOS

ENCUESTA TURÍSTICA

Perfil y características del viaje

LANZAROTE 2017
Estimación anual

www.datosdelanzarote.com

istac

INSTITUTO CANARIO
DE ESTADÍSTICA



CABILDO DE LANZAROTE

ÍNDICE

	Página
PRESENTACIÓN	3
1.- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA	4
2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE	6
3.- ASPECTOS QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCIÓN DEL VIAJE	7
4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	9
5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO	10
6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO	12
7.- ESTANCIA MEDIA	14
8.- VALORACIÓN DEL DESTINO	16

PRESENTACIÓN

El presente informe recoge los datos para Lanzarote de la **Encuesta Turística 2017. Perfil y características del viaje**. Con el fin de facilitar la lectura e incrementar la difusión de los resultados para Lanzarote, el **Centro de Datos** del Cabildo Insular ha realizado el presente documento con comentarios y gráficos de los datos estadísticos facilitados por el ISTAC.

La información se ha estructurado en los siguientes apartados:

- Perfil sociodemográfico del turista: edad, género, nivel de ingresos y relación con la actividad económica.
- Formas de conocer Lanzarote y aspectos de elección de la isla.
- Conceptos contratados en origen, características del vuelo y del alojamiento.
- Grado de satisfacción y valoración de aspectos del destino.

En el documento se ofrecen los resultados del año 2017 y su comparación con los datos para el periodo 2010-16.

1.- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

Durante 2017 predomina el porcentaje de mujeres sobre el de hombres. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje (62,7 %) se encuentra en el grupo de turistas de más de 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad (2010-17)</i>								
SEXO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hombres	55,6	60,7	60,1	61,9	58,2	51,4	45,7	47,6
Mujeres	44,4	39,3	39,9	38,1	41,8	48,6	54,3	52,4
EDAD	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
De 16 a 24 años	6,9	7,4	6,1	8,3	7,0	5,8	4,5	5,3
De 25 a 44 años	46,6	52,9	50,5	47,2	46,1	41,3	29,2	32,0
Mayor de 44 años	46,5	39,7	43,4	44,5	46,9	52,9	66,3	62,7

Según la relación con la **actividad económica**, el 30,1 % son empleados de cargo alto o medio y un 22,8 % de los turistas son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica (2010-17)</i>								
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Empresarios con o sin asalariados	24,3	24,0	23,3	23,6	23,7	23,0	20,0	22,8
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	35,2	37,6	34,9	34,4	33,9	32,0	28,8	30,1
Funcionarios o empleados auxiliares u otros trabajadores y obreros	17,5	18,2	17,0	17,0	15,7	14,3	12,7	12,2
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	6,6	5,9	5,1	6,7	5,8	5,2	4,2	4,5
Jubilados	8,9	8,3	10,6	10,5	14,0	16,6	26,1	22,4
No contesta	7,6	5,9	9,0	7,9	6,9	8,8	8,2	8,0

El **nivel de ingresos** que más sobresale es el comprendido entre 24.0001 y 36.000 euros, seguido por aquellos cuya renta anual está entre 36.001 y 48.000 €.

NIVEL DE INGRESOS	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
De 12.000 a 24.000 €	13,5	13,9	12,6	13,2	13,4	12,1	12,1	11,9
De 24.001 a 36.000 €	16,4	17,0	15,9	15,9	16,3	14,0	15,6	14,9
De 36.001 a 48.000 €	15,5	15,6	13,9	13,9	13,6	13,6	14,0	13,4
De 48.001 a 60.000 €	12,9	13,5	12,1	13,0	12,5	11,7	12,5	12,5
De 60.001 a 72.000 €	8,3	8,5	7,9	7,1	7,3	8,7	7,8	7,5
De 72.001 a 84.000 €	4,8	5,5	5,1	5,5	5,2	5,2	4,8	5,2
Más de 84.000 €	10,2	10,9	10,8	11,3	12,0	13,0	12,6	13,2
No contesta	18,3	15,0	21,8	20,2	19,6	21,7	20,6	21,3

2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El **70,6 %** de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un **36,2 %** ha realizado su viaje motivado por la recomendación de amigos o familiares. También es relevante los que utilizan internet como fuente de información (28,4 %).

<i>Formas de conocer Lanzarote (2017)</i>	% ¹
Conocía Canarias por visitas anteriores	70,6
Recomendación de amigos o familiares	36,2
Folleto o catálogo del tour operador	8,1
Recomendación de agencia de viajes	8,5
La información obtenida a través de Internet	28,4
Otros	9,7
No contesta	34,5

En la siguiente tabla puede verse la evolución de las distintas fuentes de información para conocer Lanzarote.

<i>Evolución de las formas de conocer Lanzarote (2010-17)</i>								
FUENTE DE INFORMACIÓN	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %	2016 %	2017 %
Conocía Canarias por visitas anteriores	67,1	66,5	67,4	68,9	67,9	67,6	70,4	70,6
Recomendación de amigos o familiares	36,7	37,4	35,9	39,0	37,9	36,4	35,3	36,2
Folleto o catálogo del tour operador	11,1	11,0	10,3	8,7	10,0	9,7	10,4	8,1
Recomendación de agencia de viajes	11,3	10,4	9,6	8,8	9,0	9,8	8,9	8,5
La información obtenida a través de Internet	31,3	31,8	29,6	32,1	33,4	29,9	26,8	28,4
Otros	12,0	11,5	10,0	11,2	10,1	10,1	10,3	9,7
No contesta	28,2	29,2	35,2	29,2	29,9	32,3	36,1	34,5

¹ Los turistas encuestados podían elegir hasta dos opciones. Lo que se expresa en la columna es el porcentaje de turistas que eligieron esa forma concreta, de ahí que la suma no sea 100.

3.- ASPECTOS QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCIÓN DEL VIAJE

El 93 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante 2017 citan el clima o sol como el principal motivo de visita. El segundo lugar lo ocupa la tranquilidad/relax (citada por un 41,4 %) y en tercer puesto están las playas (26,8 %).

Otros motivos son los paisajes, que es citado por un 24,9 % de los visitantes, conocer nuevos lugares (16,4) el precio (15,1 %), y la facilidad de traslado (13,4 %).

<i>Aspectos de elección (2017)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% ²
Clima o sol	93,0
Playas	26,8
Paisajes	24,9
Calidad del entorno ambiental	9,9
Tranquilidad, descanso, relax	41,4
Seguridad	10,0
Oferta cultural	4,2
Oferta de turismo rural	1,3
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventura)	4,2
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.)	0,5
Parques de ocio	0,6
Actividades náuticas	1,5
Golf	0,4
Otra oferta deportiva	2,0
Ambiente nocturno, diversión	2,4
Compras	2,0
Conocer nuevos lugares	16,4
Facilidades de traslado	13,4
Precio	15,1
Un lugar adecuado para niños	10,0
Sensación de seguridad frente a catástrofes natura	0,6
Otros	3,3
No lo ha elegido usted	0,8
No contesta	7,6

² Los turistas encuestados podían elegir hasta tres opciones, es decir, un mismo turista podía elegir por ejemplo clima, precio y playas. Lo que se expresa en la columna es el porcentaje de turistas que eligieron ese motivo concreto, de ahí que la suma de todos los motivos no sea 100.

Si se compara los motivos de elección de Lanzarote con el conjunto de Canarias, se puede comprobar como en la isla sobresalen aspectos como la tranquilidad, el precio, la facilidad de traslado y la calidad del entorno ambiental. En cambio, el factor playas como aspecto de elección es 8,2 puntos más bajo en Lanzarote que en el conjunto regional.

4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

Los paquetes turísticos que incluyen “todo incluido” y “vuelo alojamiento” y el ocupan los primeros lugares durante 2017, con el 33,7 % y 30,5 % respectivamente.

En tercer lugar, con un 18,1 % de los turistas, aparece el concepto que engloba el ‘vuelo, alojamiento y media pensión’.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen (2010-17)</i>								
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %	2016 %	2017 %
Vuelo	7,5	9,2	7,5	6,9	4,9	4,1	4,1	4,9
Vuelo y alojamiento	32,7	33,1	31,1	31,7	31,0	30,2	27,5	30,5
Vuelo, aloj. y desayuno	5,2	6,4	7,1	7,1	7,8	7,4	7,6	7,8
Vuelo, aloj. y media pensión	19,3	17,2	16,9	16,8	16,9	16,5	18,4	18,1
Vuelo, aloj. y pensión completa	2,8	1,9	1,9	2,5	2,7	3,0	3,6	3,1
Vuelo, aloj. y <i>todo incluido</i>	30,6	30,6	32,9	33,2	35,3	37,0	37,4	33,7
Alojamiento y otros conceptos	1,2	0,5	0,4	0,3	0,2	0,3	0,4	0,4
No procede	0,7	1,1	2,2	1,5	1,1	1,4	1,0	1,6
TOTAL	7,5	9,2	7,5	6,9	4,9	4,1	4,1	4,9

Según países, destaca que el 42,1 % de los alemanes utiliza “todo incluido” y un 34,9 % de británicos también. En los británicos la modalidad que predomina es el ‘vuelo y alojamiento’ (36 % lo usan).

<i>Conceptos contratados en origen según país (2017)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	3,8	10,1	4,6	4,5	4,9
Vuelo y alojamiento	11,9	21,9	36,0	31,2	30,5
Vuelo, alojamiento y desayuno	5,7	7,4	6,8	10,4	7,8
Vuelo, alojamiento y media pensión	32,8	22,4	14,8	16,2	18,1
Vuelo, alojamiento y pensión completa	2,3	5,2	1,2	5,9	3,1
Vuelo, alojamiento y <i>todo incluido</i>	42,1	29,9	34,9	29,5	33,7
Alojamiento y otros conceptos	0,1	0,1	0,4	0,5	0,4
No procede	1,3	3,0	1,3	1,7	1,6

5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (42,1 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un (28,9 %), y en tercer lugar las agencias de viajes (16,8 %).

Por último, los portales de internet son usados por el 10,5% de los turistas para comprar el vuelo.

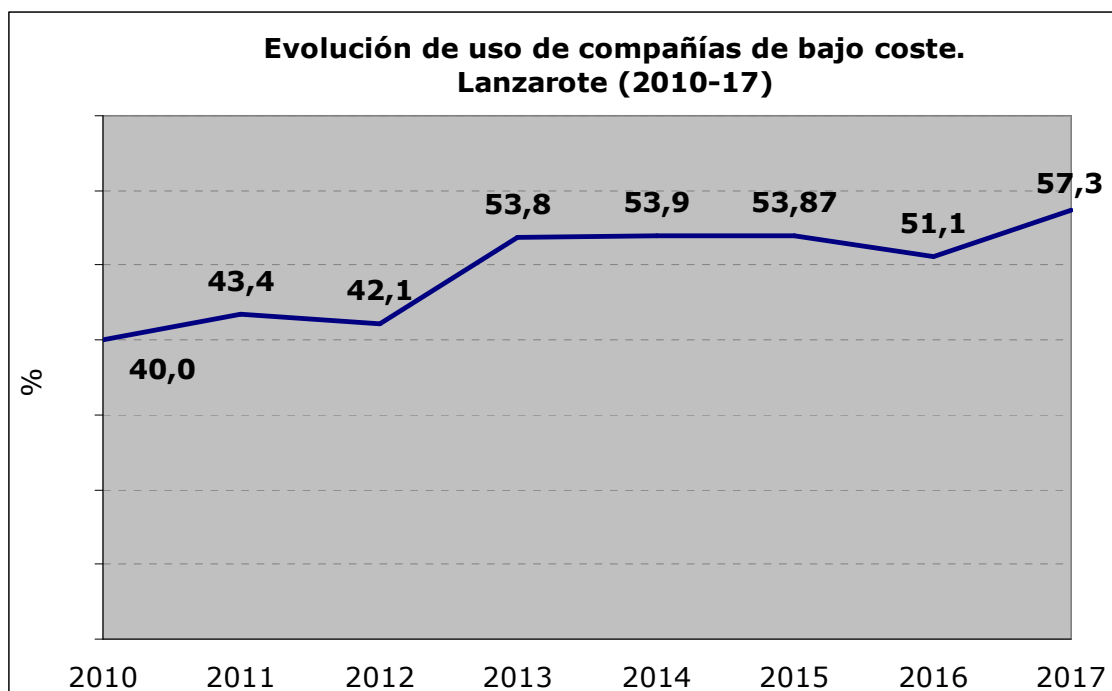
<i>Evolución de la compra de vuelo (2010-17)</i>								
FORMA	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %	2016 %	2017 %
Tour operadores	52,5	54,8	50,5	45,07	47,9	47,8	46,4	42,1
Compañías aéreas	22,0	22,2	22,8	26,64	24,9	25,3	25,7	28,9
Agencias de viajes	14,4	12,6	16,7	15,29	15,3	15,9	17,6	16,8
Portales de Internet	9,2	9,2	8,5	11,18	10,7	9,4	9,3	10,5
No lo sabe	1,1	0,9	1,3	1,55	1,1	1,1	0,8	1,2
No contesta	0,6	0,3	0,2	0,28	0,2	0,5	0,2	0,5
TOTAL	100,	100	100	100	100	100	100	100

5.2.- Bajo Coste

El **57,3 %** de los turistas que visitaron Lanzarote durante el 2017 volaron en **compañías aéreas de bajo coste**. Esta cifra es de 8,9 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

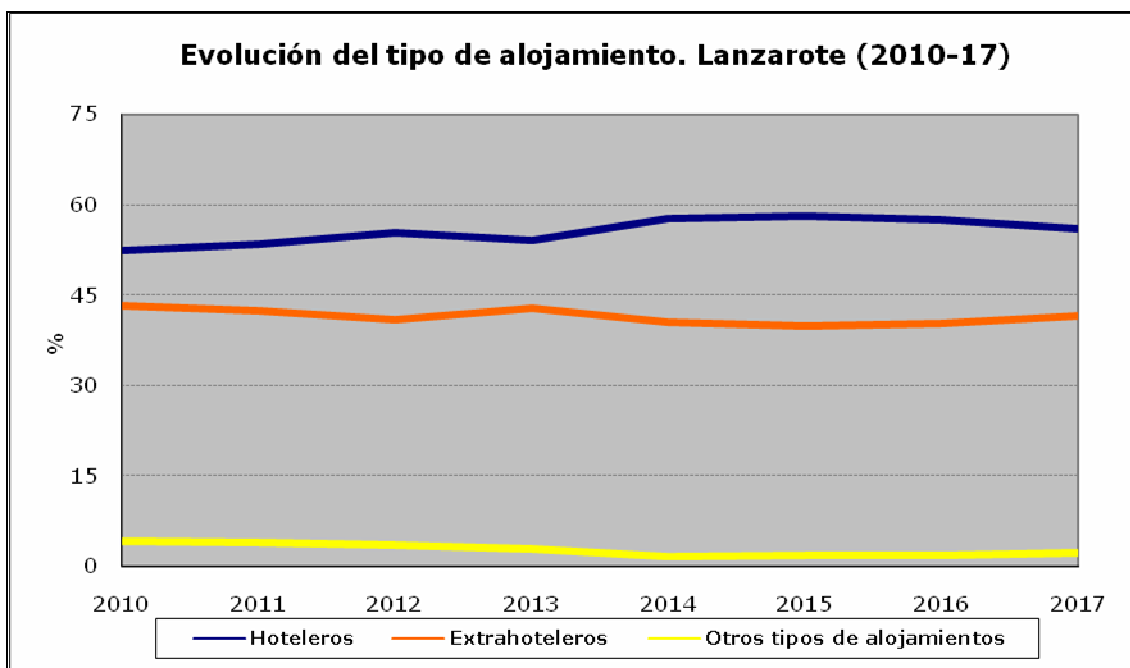
El bajo coste es utilizado principalmente por españoles (70,5 %) y por ingleses (64,4%).

<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 2017. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	48,4	57,3
No voló en bajo coste	46,9	39,8
No contesta	4,7	2,9



6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante 2017 el 56,2 % de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 41,6 % lo hizo en extrahoteleros.



6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (39 %). En segundo lugar aparecen los portales de internet (18,2%) seguido muy de cerca por los alojamientos directamente (17,6 %) y las agencias de viajes (17,5 %).

<i>Evolución de la reserva de alojamiento (2010-17)</i>								
FORMA	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %	2016 %	2017 %
Tour operadores	43,5	44,9	43,3	40,9	44,8	44,2	42,9	39,0
Alojamientos directamente	14,7	15,4	16,9	17,2	16,2	16,4	17,6	17,6
Agencias de viajes	18,9	15,8	18,3	17,0	16,1	17,1	18,3	17,5
Portales de Internet	14,6	16,4	13,9	16,7	16,7	15,4	15,2	18,2
No lo sabe	2,0	1,8	1,8	2,2	2,2	1,9	1,3	2,8
No le hacía falta	3,8	3,7	3,4	2,9	1,7	1,9	2,4	2,8
No contesta	2,4	2,0	2,4	3,0	2,5	3,2	2,3	2,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

7.- ESTANCIA MEDIA

La estancia media de los turistas que visitaron Lanzarote durante 2017 fue de **8,8 noches**.

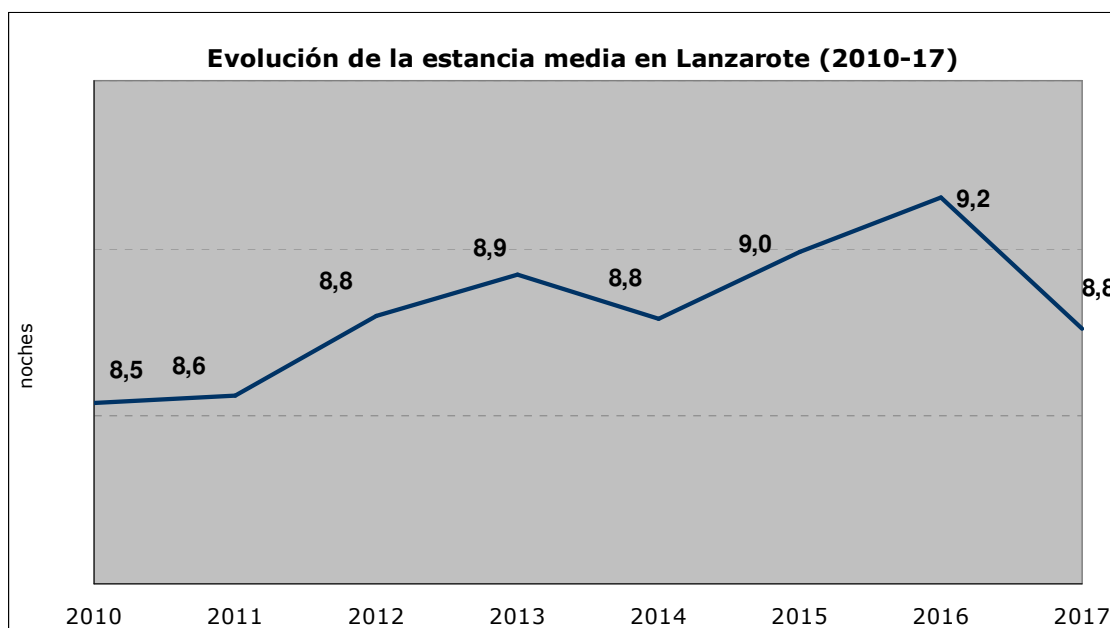
La estancia fue más alta entre los alemanes (10,3 noches), holandeses y nórdicos (ambos con 9,2 % y 9,1%), mientras que la más corta se registró entre los turistas españoles y fue de 7,5 noches.

<i>Estancia media según país de residencia (2017)</i>	
PAÍS	Noches
Alemania	10,3
España	7,5
Holanda	9,2
Países Nórdicos	9,1
Reino Unido	8,8
Otros países	8,1
TOTAL PAÍSES	8,8

En cuanto a la **comparación con el resto de las Islas Canarias**, Lanzarote registra en 2017 la estancia más baja del archipiélago.

<i>Estancia media según isla (2017)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	9,2
Lanzarote	8,8
Fuerteventura	9,2
Gran Canaria	9,4
Tenerife	9,1
La Palma	10,5

La estancia media en Lanzarote desciende levemente en 2017 tal como expresa el siguiente gráfico.



8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 83,7 % de los visitantes entrevistados durante 2017 se ha llevado una impresión buena o muy buena sobre el viaje a Lanzarote.

Esta valoración ha permanecido más o menos constante a lo largo de estos últimos años y es similar a la del conjunto de Canarias.

<i>Evolución de la impresión general sobre el viaje (2010-17)</i>								
OPINIÓN	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %	2016 %	2017 %
Muy buena o buena	85,9	84,6	85,3	85,9	86,1	83,3	85,1	83,7
Normal	4,9	4,7	3,8	3,5	2,7	3,5	3,4	3,6
Mala o muy mala	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,4	0,6
Sin especificar	8,8	10,2	10,4	10,2	10,7	12,8	11,1	12,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

8.1.- Valoración de aspectos del destino

Los factores ambientales (tranquilidad, calidad, paisajes, etc.) son los mejor valorados, así como los servicios generales (hospitalidad, seguridad, servicio de taxi...) y los factores alojativos (sobre todo el trato recibido en el alojamiento).

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
FACTORES ALOJATIVOS	7,7	7,9	8,0	8,0	8,0	8,1	8,2	8,3
Calidad del alojamiento	7,7	7,9	8,0	7,9	8,0	8,1	8,2	8,3
Trato en el alojamiento	8,1	8,2	8,4	8,3	8,4	8,4	8,6	8,6
Calidad de comida en alojamiento	7,3	7,4	7,6	7,5	7,7	7,7	7,8	7,9
FACTORES AMBIENTALES	8,2	8,3	8,4	8,3	8,4	8,4	8,5	8,5
Clima	8,2	8,3	8,4	8,4	8,6	8,2	8,5	8,6
Zonas de baño	8,0	8,1	8,2	8,2	8,3	8,2	8,3	8,3
Paisajes	8,3	8,4	8,3	8,4	8,4	8,5	8,5	8,4
Calidad del medio ambiente	8,3	8,4	8,4	8,4	8,4	8,5	8,5	8,5
Tranquilidad	8,4	8,5	8,6	8,4	8,5	8,5	8,5	8,5
Limpieza	8,3	8,3	8,4	8,3	8,4	8,5	8,5	8,5
FACTORES DE RESTAURACIÓN	7,6	7,7	7,9	7,9	8,0	8,1	8,1	8,1
Calidad de los restaurantes	7,8	7,8	8,0	7,9	8,0	8,1	8,1	8,1
Oferta de gastronomía local	7,3	7,4	7,6	7,5	7,7	7,8	7,8	7,8
Trato del personal en restaurantes	8,1	8,2	8,3	8,3	8,3	8,4	8,5	8,4
Precio en los restaurantes	7,3	7,5	7,8	7,7	7,9	8,1	8,0	8,0
ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE	7,1	7,4	7,5	7,4	7,5	7,5	7,7	7,6
Actividades culturales	7,4	7,6	7,7	7,6	7,7	7,8	7,9	7,6
Actividades deportivas	7,2	7,5	7,7	7,7	7,8	7,8	7,8	7,8
Golf	6,3	6,6	6,7	6,6	6,7	6,7	6,8	6,7
Parques de ocio	6,5	6,8	6,9	6,9	7,0	7,0	7,2	7,3
Ambiente nocturno / diversión	6,8	7,1	7,2	7,2	7,3	7,3	7,4	7,3
Excursiones organizadas	7,6	7,8	7,8	7,9	7,9	7,9	8,0	7,9
Diversión / recreo para niños	7,1	7,4	7,5	7,4	7,5	7,5	7,6	7,6
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,1	7,5	7,6	7,6	7,6	7,6	7,8	7,8
SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS	7,9	8,0	8,1	8,0	8,1	8,3	8,4	8,4
Servicios de autobús	7,5	7,7	7,8	7,8	7,9	8,0	8,1	8,2
Servicios de Taxi	8,3	8,4	8,5	8,5	8,5	8,6	8,6	8,6
Alquiler de vehículos	7,9	8,2	8,1	8,1	8,1	8,2	8,4	8,5
Seguridad	8,3	8,4	8,5	8,5	8,5	8,6	8,7	8,7
Estado de las carreteras	7,8	7,8	7,9	7,9	7,9	8,3	8,5	8,5
Calidad y variedad del comercio	7,1	7,1	7,3	7,2	7,4	7,7	7,7	7,7
Hospitalidad	8,3	8,5	8,6	8,5	8,6	8,7	8,7	8,7