



CENTRO DE DATOS

ENCUESTA TURÍSTICA

Perfil y características del viaje

LANZAROTE 2012
Segundo Trimestre

www.datosdelanzarote.com

istac

INSTITUTO CANARIO
DE ESTADÍSTICA



CABILDO DE LANZAROTE
Área de Transportes y Centro de Datos

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	8
5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO	9
6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO	11
7.- ESTANCIA MEDIA	13
8.- VALORACIÓN DEL DESTINO	15
FICHA TÉCNICA	17

PRESENTACIÓN

El presente informe recoge los datos para Lanzarote de la ***Encuesta Turística segundo trimestre 2012. 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 segundo trimestre de 2012 y su comparación con los datos para el periodo correspondiente a cada trimestre 2006-11.

1.- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

Durante el segundo trimestre de 2012 predomina el porcentaje de hombres sobre el de mujeres. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje (47,66 %) se encuentra en el grupo entre 25 y 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
SEXO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Hombres	42,71	44,90	41,35	48,58	53,54	59,70	58,99
Mujeres	57,29	55,10	58,65	51,41	46,46	40,30	41,01
EDAD	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
De 16 a 24 años	4,32	6,96	7,52	4,69	6,55	7,33	7,34
De 25 a 44 años	49,11	48,90	48,68	41,71	45,91	49,43	47,66
Mayor de 44 años	46,57	44,14	43,80	53,59	47,54	43,25	45,01

Según la relación con la **actividad económica**, el 36,56 % son empleados de cargo alto o medio y un 23,18 % de los turistas son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Empresarios con o sin asalariados	19,60	17,69	21,58	21,06	22,17	22,70	23,18
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	31,55	29,98	33,88	33,92	31,72	37,74	36,56
Funcionarios o empleados auxiliares u otros trabajadores y obreros	9,98	12,10	17,11	14,27	14,66	15,79	15,26
Jubilados	6,39	10,79	8,32	8,59	4,15	5,90	5,64
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	15,78	15,02	12,87	17,57	16,06	11,85	13,53
No contesta	16,71	14,41	6,25	4,59	11,24	6,02	5,84

El **nivel de ingresos** que más sobresale es el comprendido entre 24.0001 y 36.000 euros, seguido por aquellos cuya renta anual es de 48.001 a 60.000 €.

<i>Evolución de los turistas según nivel de ingresos 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
NIVEL DE INGRESOS	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
De 12.000 a 24.000 €	11,23	13,29	9,77	9,82	12,05	14,01	13,51
De 24.001 a 36.000 €	10,17	14,87	14,65	14,84	15,14	15,03	17,33
De 36.001 a 48.000 €	12,07	13,53	14,25	18,13	13,15	15,49	12,43
De 48.001 a 60.000 €	10,61	7,32	13,94	11,19	12,00	13,77	13,79
De 60.001 a 72.000 €	8,45	6,87	7,28	6,15	6,89	8,90	8,49
De 72.001 a 84.000 €	5,07	4,00	4,28	3,70	4,68	5,39	4,67
Más de 84.000 €	7,30	9,40	8,40	10,44	11,86	12,85	12,04
No contesta	35,10	30,72	27,45	25,72	2,423	14,56	17,73

2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El 68,7 % de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un 38,8 % ha realizado su viaje motivado por la recomendación de familiares o amigos. También es relevante los que utilizan internet como fuente de información.

<i>Formas de conocer Lanzarote 2º TRIMESTRE (2012)</i>		% ¹
Conocía Canarias por visitas anteriores		68,7
Recomendación de amigos o familiares		38,8
Folleto o catálogo del tour operador		9,4
Recomendación de agencia de viajes		8,1
La información obtenida a través de Internet		29,1
Otros		12,5
No contesta		31,6

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 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
FUENTE DE INFORMACIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %
Conocía Canarias por visitas anteriores	63,7	65,1	71,2	74,7	69,9	66,9	68,7
Recomendación de amigos o familiares	35,9	38,1	38,6	38,3	35,1	33,3	38,8
Folleto o catálogo del tour operador	16,1	19,1	11,4	13,2	10,6	8,9	9,4
Recomendación de agencia de viajes	28,9	15,1	10,6	10,5	11,2	10,1	8,1
La información obtenida a través de Internet	25,1	22,5	22,8	20,9	26,0	32,0	29,1
Otros	14,4	16,3	14,5	14,0	12,3	13,3	12,5
No contesta	15,1	20,5	28,8	26,6	32,4	29,5	31,6

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 92,2 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el segundo trimestre de 2012 citan **el clima o sol como el principal motivo de visita**. El segundo lugar lo ocupa **la tranquilidad, descanso y relax**, (citada por un 47,3%) y en tercer puesto están las **playas** (27,2 %).

Otros motivos son los paisajes, que es citado por un 24,9 % de los visitantes, el precio (17,8 %) y conocer nuevos lugares (15,7 %).

<i>Aspectos de elección 2º TRIMESTRE (2012)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% ²
Clima o sol	92,2
Playas	27,2
Paisajes	24,9
Calidad del entorno ambiental	9,4
Tranquilidad, descanso, relax	47,3
Seguridad	6,2
Oferta cultural	4,2
Oferta de turismo rural	0,8
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventura)	2,6
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.)	1,1
Parques de ocio	0,2
Actividades náuticas	1,5
Golf	0,3
Otra oferta deportiva	1,8
Ambiente nocturno, diversión	3,4
Compras	1,8
Conocer nuevos lugares	15,7
Facilidades de traslado	11,4
Precio	17,8
Un lugar adecuado para niños	8,7
Sensación de seguridad frente a catástrofes natura	0,3
Otros	3,0
No lo ha elegido usted	0,9
No contesta	8,3

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.

4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

Los paquetes turísticos que incluyen “vuelo y alojamiento” y el “todo incluido” ocupan los primeros lugares durante el segundo trimestre de 2012, con el 34 % y 29,9 % respectivamente.

En tercer lugar, con un 17,4% de los turistas, aparece el concepto que engloba el ‘vuelo, alojamiento y media pensión’.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %
Vuelo	12,8	12,8	11,7	10,1	5,6	10,4	8,2
Vuelo y alojamiento	30,5	44,3	36,7	30,8	32,7	35,8	34,0
Vuelo, aloj. y desayuno	7,8	3,0	5,7	4,6	5,4	6,0	5,6
Vuelo, aloj. y media pensión	20,6	16,8	18,5	20,1	19,9	16,8	17,4
Vuelo, aloj. y pensión completa	9,5	3,4	3,1	5,9	3,5	2,3	2,9
Vuelo, aloj. y <i>todo incluido</i>	18,4	18,9	17,0	22,7	30,6	27,4	29,9
Alojamiento y otros conceptos	.	0,1	6,0	3,6	1,5	0,3	0,4
No procede	0,3	0,7	1,3	2,1	0,8	1,0	1,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Según países, destaca que el 51,8 % de los alemanes utiliza “todo incluido” y un 31 % de británicos también. En los españoles las modalidades que predominan son el ‘vuelo, alojamiento y media pensión’ (31,6 % lo usan) y el todo incluido (23,3 %).

<i>Conceptos contratados en origen según país 2º TRIMESTRE (2012)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	4,5	11,7	7,9	8,5	8,2
Vuelo y alojamiento	11,7	11,9	44,2	40,4	34,0
Vuelo, alojamiento y desayuno	2,3	6,2	5,1	7,7	5,6
Vuelo, alojamiento y media pensión	26,3	31,6	9,1	19,5	17,4
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1,2	13,3	0,6	1,8	2,9
Vuelo, alojamiento y <i>todo incluido</i>	51,8	23,3	31,0	19,8	29,9
Alojamiento y otros conceptos	0,8	.	0,5	0,1	0,4
No procede	1,3	2,2	1,5	2,0	1,7

5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (54,5 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 22,7 %. Y en tercer lugar las agencias de viajes.

Por último, los portales de internet prácticamente han mantenido su uso en los últimos tres años: son usados por el 7,1 % de los turistas para comprar el vuelo.

<i>Evolución de la compra de vuelo 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %
Tour operadores	35,7	41,0	46,1	59,4	58,1	54,9	54,5
Compañías aéreas	9,5	13,7	19,5	15,6	15,3	24,3	22,7
Agencias de viajes	47,0	36,4	21,4	17,3	15,7	12,8	15,1
Portales de Internet	4,9	5,4	9,9	5,5	8,2	7,3	7,1
No lo sabe	2,9	3,5	2,5	1,5	1,9	0,6	0,5
No contesta	.	.	0,6	0,7	0,8	0,2	0,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

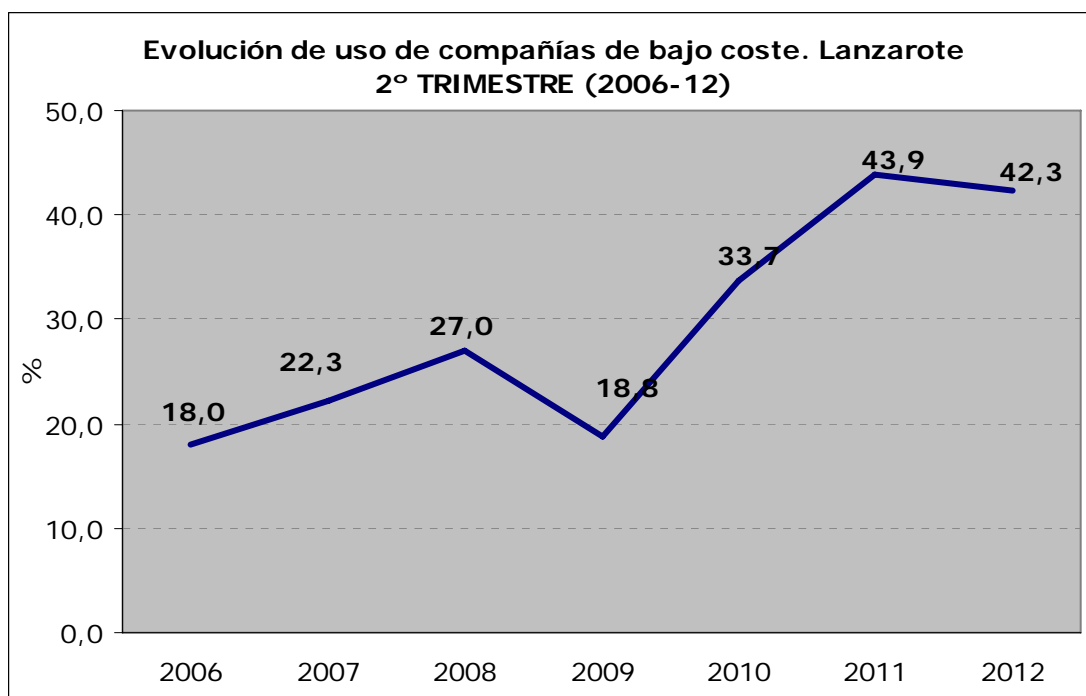
5.2.- Bajo Coste

El 42,3 % de los turistas que visitaron Lanzarote durante el segundo trimestre de 2012 volaron en compañías aéreas de bajo coste. Esta cifra es seis puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

El bajo coste es utilizado principalmente por británicos y por españoles.

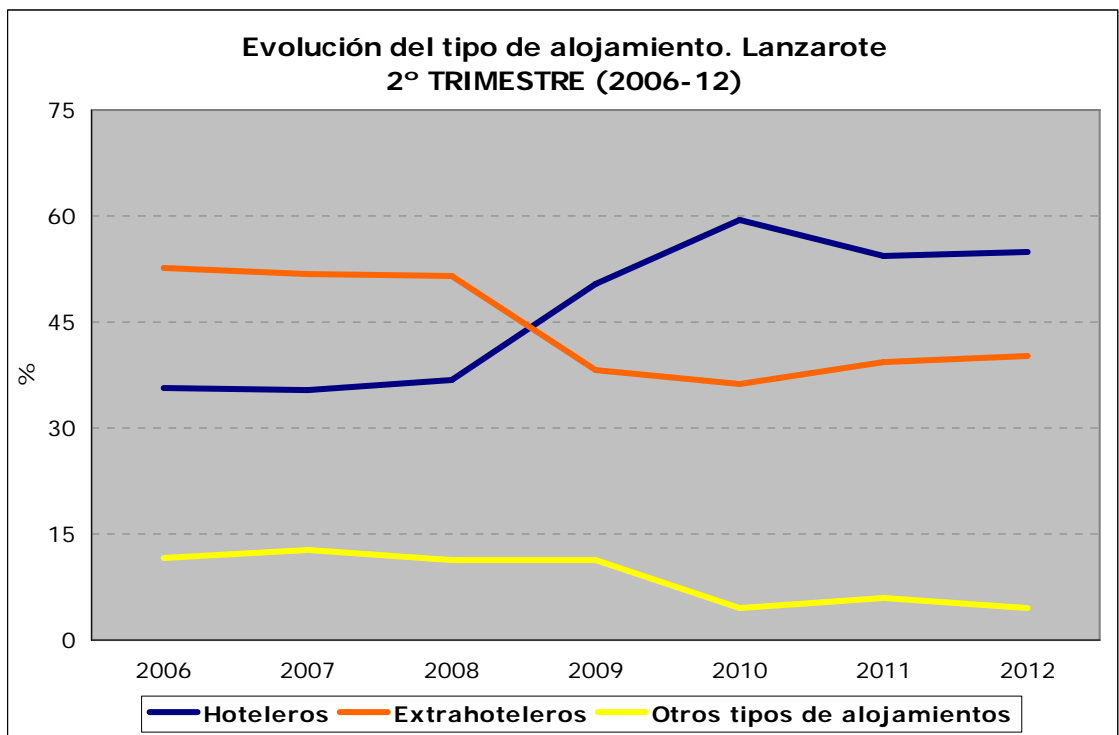
<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 2º TRIMESTRE de 2012. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	36,2	42,3
No voló en bajo coste	60,1	55,4
No contesta	3,6	2,3

Tras el aumento registrado entre 2009 y 2011, el uso de compañías de bajo coste desciende levemente a 42,3 % en el segundo trimestre de 2012.



6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante el segundo trimestre de 2012 el 55 % de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 40,3 % lo hizo en extrahoteleros. A lo largo de estos años el porcentaje se ha invertido tal como refleja el gráfico siguiente.



6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (43,1%), En segundo lugar aparecen las agencias de viajes, que son utilizadas por un 18,1%.

<i>Evolución de la reserva de alojamiento 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %
Tour operadores	29,9	37,0	37,3	49,2	47,7	42,4	43,1
Alojamientos directamente	10,2	13,5	15,6	11,2	11,9	17,4	16,3
Agencias de viajes	42,0	28,8	22,5	20,1	19,4	16,0	18,1
Portales de Internet	4,0	7,2	10,4	6,5	11,1	14,9	14,2
No lo sabe	4,4	5,1	3,4	1,8	3,0	1,7	1,1
No le hacía falta	9,4	8,3	6,1	6,8	3,6	4,9	4,1
No contesta	.	.	4,7	4,5	3,3	2,7	3,1
TOTAL	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 el segundo trimestre de 2012 fue de **8,71 noches**.

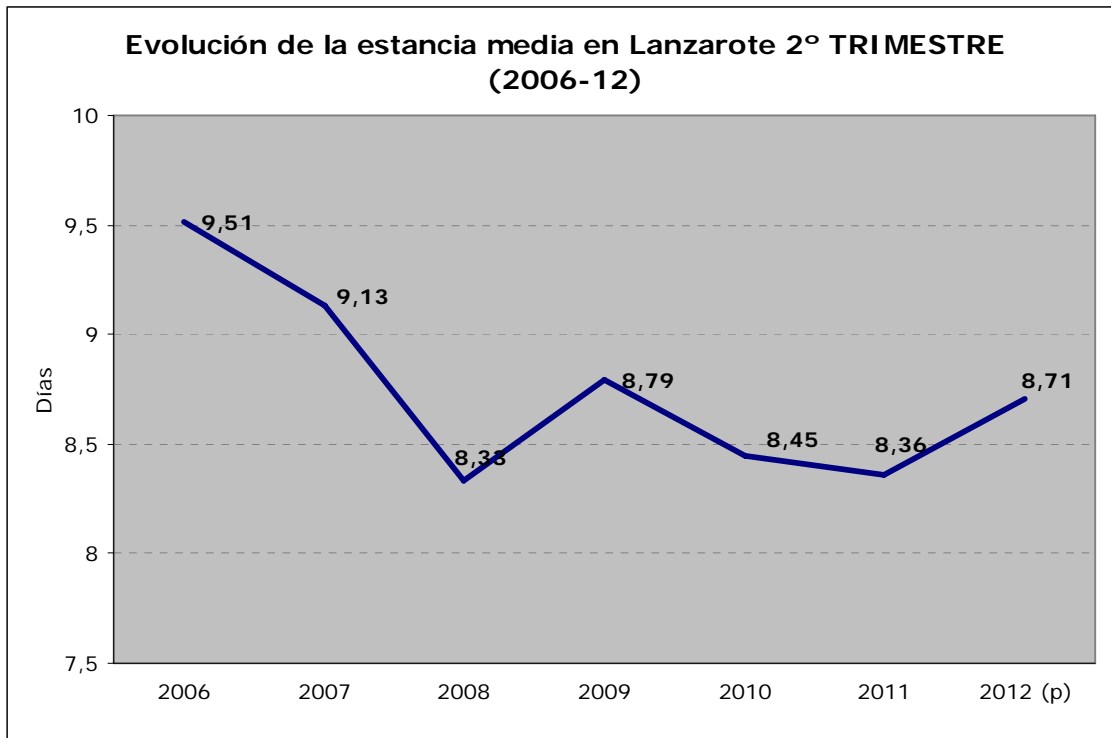
La estancia fue más alta entre los alemanes (9,70 noches) y holandeses (9,25 noches), mientras que la más corta se registró entre los turistas españoles y fue de 6,43 noches.

<i>Estancia media según país de residencia 2º TRIMESTRE (2012)</i>	
PAÍS	Noches
Alemania	9,70
España	6,43
Holanda	9,25
Países Nórdicos	7,89
Reino Unido	8,82
Otros países	9,59
TOTAL PAÍSES	8,71

En cuanto a la **comparación con el resto de las Islas Canarias**, Lanzarote registra en el segundo trimestre de 2012 la estancia más baja del archipiélago.

<i>Estancia media según isla 2º TRIMESTRE (2012)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	9,31
Lanzarote	8,71
Fuerteventura	9,40
Gran Canaria	9,61
Tenerife	9,30
La Palma	9,48

La estancia media en Lanzarote aumenta en el segundo trimestre de 2012, después de un descenso progresivo de los últimos tres años, tal como expresa el siguiente gráfico.



8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 86,6 % de los visitantes entrevistados durante el segundo trimestre de 2012 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 2º TRIMESTRE (2006-12)</i>							
OPINIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %
Muy buena o buena	91,9	88,6	94,0	90,9	81,5	84,2	86,6
Normal	5,4	8,5	4,5	5,2	5,6	5,7	2,8
Mala o muy mala	0,3	0,5	0,3	0,3	0,5	0,6	0,3
Sin especificar	2,4	2,4	1,3	3,6	12,4	9,6	10,3
TOTAL	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, clima, limpieza, etc.) son los mejor valorados, así como los servicios generales e infraestructuras (sobre todo la seguridad y la hospitalidad) y factores alojativos (trato y calidad en el alojamiento).

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	2T 2012
FACTORES ALOJATIVOS	8,18
Calidad del alojamiento	8,16
Trato en el alojamiento	8,60
Calidad de comida en alojamiento	7,69
FACTORES AMBIENTALES	8,52
Clima	8,57
Zonas de baño	8,34
Paisajes	8,50
Calidad del medio ambiente	8,54
Tranquilidad	8,66
Limpieza	8,53
FACTORES DE RESTAURACIÓN	7,96
Calidad de los restaurantes	8,01
Oferta de gastronomía local	7,65
Trato del personal en restaurantes	8,38
Precio en los restaurantes	7,77
ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE	7,51
Actividades culturales	7,86
Actividades deportivas	7,68
Golf	6,77
Parques de ocio	7,12
Ambiente nocturno / diversión	7,21
Excursiones organizadas	7,83
Diversión / recreo para niños	7,35
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,48
SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS	8,18
Servicios de autobús	8,03
Servicios de Taxi	8,57
Alquiler de vehículos	8,26
Seguridad	8,67
Estado de las carreteras	7,95
Calidad y variedad del comercio	7,30
Hospitalidad	8,65

FICHA TÉCNICA

- **Universo:** población turística de Lanzarote durante el segundo trimestre de 2012.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 1.358 entrevistas realizadas durante el segundo trimestre de 2012.
- **Error muestral máximo:** la muestra definida para un nivel de confianza del 95 por ciento y de probabilidades ($p=q=50$), supone un error para datos globales de $\pm 2,71$ %.
- **Tipo de muestreo:** Para el conjunto de Canarias se ha utilizado un muestreo bietápico de conglomerados con estratificación de las unidades de primera etapa. Las unidades de primera etapa (o unidades primarias de muestreo, UPM) son los aeropuertos canarios con tráfico internacional/comunitario y las de segunda etapa (o unidades secundarias de muestreo, USM) las constituyen los países de destino de los vuelos. La estratificación de las UPM se produce mediante el cruce de las variables *nacionalidad* y *aeropuerto*. Dentro de estas unidades de segunda etapa se realiza una selección aleatoria de las unidades informantes. La última unidad de selección es el país de destino y la unidad de observación son los turistas mayores de 16 años.
- **Lugar de la entrevista:** Aeropuerto de Lanzarote.