



CENTRO DE DATOS

# ENCUESTA TURÍSTICA

## Perfil y características del viaje

---

# LANZAROTE 2014

## Primer Trimestre

[www.datosdelanzarote.com](http://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	9
5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO	10
6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO	12
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 primer trimestre 2014. 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 primer trimestre de 2014 y su comparación con los datos para el periodo correspondiente a cada trimestre 2006-13.**

## 1.- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

Durante el primer trimestre de 2014 predomina el porcentaje de hombres sobre el de mujeres. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje (49,30 %) se encuentra en el grupo mayor de 25 a 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad 1º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
SEXO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hombres	44,38	46,40	44,89	46,28	55,24	61,43	64,78	60,31	<b>58,67</b>
Mujeres	55,62	53,60	55,11	53,72	44,76	38,57	35,22	39,69	<b>41,33</b>
EDAD	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
De 16 a 24 años	4,74	5,97	9,48	4,05	7,61	8,01	6,21	6,42	<b>6,00</b>
De 25 a 44 años	37,08	38,09	40,99	39,91	42,49	53,52	55,28	46,11	<b>49,30</b>
Mayor de 44 años	58,19	55,94	49,53	59,04	49,90	38,47	38,51	47,47	<b>44,70</b>

Según la relación con la **actividad económica**, el 35,18 % son empleados de cargo alto o medio y un 24,58 % de los turistas son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica 1º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Empresarios con o sin asalariados	22,88	20,75	24,48	21,33	22,62	26,97	25,27	21,37	<b>24,58</b>
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	27,58	23,26	27,78	24,48	32,77	35,58	37,48	32,10	<b>35,18</b>
Funcionarios o empleados auxiliares u otros trabajadores y obreros	10,80	10,28	12,10	16,42	12,23	14,43	15,62	13,04	<b>13,49</b>
Jubilados	8,20	10,63	11,00	6,95	6,32	5,28	4,19	4,89	<b>4,66</b>
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	21,62	21,21	16,59	27,36	16,32	11,48	10,96	16,18	<b>15,68</b>
No contesta	8,93	13,86	8,06	3,45	9,74	6,25	6,47	12,42	<b>6,42</b>

El **nivel de ingresos** que más sobresale es el comprendido entre 36.000€ y 48.000 euros, seguido por aquellos cuya renta anual es de más de 84.000 €.

<i>Evolución de los turistas según nivel de ingresos 1º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
<b>NIVEL DE INGRESOS</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
<b>De 12.000 a 24.000 €</b>	10,69	15,15	9,21	11,30	14,02	12,24	12,22	13,65	<b>11,57</b>
<b>De 24.001 a 36.000 €</b>	14,06	16,64	13,03	14,69	14,60	15,60	16,94	14,48	<b>13,34</b>
<b>De 36.001 a 48.000 €</b>	11,77	10,36	12,05	20,83	13,76	15,26	13,93	10,60	<b>15,48</b>
<b>De 48.001 a 60.000 €</b>	11,86	9,43	11,82	13,48	11,84	14,97	13,63	12,19	<b>13,33</b>
<b>De 60.001 a 72.000 €</b>	6,50	6,46	5,14	6,01	7,31	7,74	9,39	5,89	<b>6,47</b>
<b>De 72.001 a 84.000 €</b>	4,57	3,68	4,70	3,00	4,22	6,25	6,33	6,68	<b>7,27</b>
<b>Más de 84.000 €</b>	8,12	6,33	10,17	7,65	11,09	10,55	12,30	9,26	<b>13,68</b>
<b>No contesta</b>	31,17	31,95	33,87	23,04	21,68	17,39	15,26	27,25	<b>18,86</b>

## 2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El 71,7 % de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un 35,2 % ha realizado su viaje motivado por la recomendación de familiares o amigos. También es muy relevante los que utilizan internet como fuente de información: un 33,7%.

<i>Formas de conocer Lanzarote 1º TRIMESTRE (2014)</i>	<i>%<sup>1</sup></i>
Conocía Canarias por visitas anteriores	71,7
Recomendación de amigos o familiares	35,2
Folleto o catálogo del tour operador	8,6
Recomendación de agencia de viajes	6,5
La información obtenida a través de Internet	33,7
Otros	12,2
No contesta	29,6

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 1º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>	<b>2006 %</b>	<b>2007 %</b>	<b>2008 %</b>	<b>2009 %</b>	<b>2010 %</b>	<b>2011 %</b>	<b>2012 %</b>	<b>2013 %</b>	<b>2014 %</b>
Conocía Canarias por visitas anteriores	70,9	69,0	69,4	79,0	72,2	68,4	70,7	70,6	<b>71,7</b>
Recomendación de amigos o familiares	33,2	37,2	38,6	38,9	32,9	34,0	32,7	36,8	<b>35,2</b>
Folleto o catálogo del tour operador	16,9	15,9	11,3	9,3	11,8	9,1	9,3	6,6	<b>8,6</b>
Recomendación de agencia de viajes	11,4	11,5	11,5	8,7	10,2	10,3	9,8	7,1	<b>6,5</b>
La información obtenida a través de Internet	22,4	20,7	23,6	25,4	32,7	32,7	33,6	29,1	<b>33,7</b>
Otros	17,3	16,2	15,9	12,2	16,3	13,6	11,4	12,8	<b>12,2</b>
No contesta	25,2	27,7	27,6	25,6	21,4	30,1	29,5	34,3	<b>29,6</b>

<sup>1</sup> 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 95,6 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el primer trimestre de 2014 citan **el clima o sol como el principal motivo de visita**. El segundo lugar lo ocupa la **tranquilidad**, (citada por un 43,9%) y en tercer puesto están las **playas** (23,8%) y **los paisajes** (23,4 %).

Otros motivos son el **precio**, que es citado por un 19,7 % de los visitantes, **conocer nuevos lugares** y las **facilidades de traslado** (ambas con un 14%).

<i>Aspectos de elección 1º TRIMESTRE (2014)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% <sup>2</sup>
Clima o sol	95,6
Playas	23,8
Paisajes	23,4
Calidad del entorno ambiental	8,0
Tranquilidad, descanso, relax	43,9
Seguridad	6,1
Oferta cultural	3,6
Oferta de turismo rural	0,6
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventur	6,3
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.	0,5
Parques de ocio	0,3
Actividades náuticas	1,4
Golf	0,8
Otra oferta deportiva	3,2
Ambiente nocturno, diversión	3,7
Compras	1,8
Conocer nuevos lugares	14,0
Facilidades de traslado	14,0
Precio	19,7
Un lugar adecuado para niños	7,4
Sensación de seguridad frente a catástrofes natura	0,0
Otros	3,0
No lo ha elegido usted	0,6
No contesta	8,9

<sup>2</sup> 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 **el precio, la tranquilidad**, la calidad ambiental y las actividades deportivas. En cambio, el factor playas como aspecto de elección es 6,4 puntos más bajo en Lanzarote que en el conjunto regional.



#### 4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

El paquete turístico que incluye “vuelo, alojamiento y todo incluido” ocupa el primer lugar durante el primer trimestre de 2014, con 32,4 %. En segundo lugar aparece el “vuelo y alojamiento” y en tercer lugar, con un 17 % de los turistas, aparece el concepto que engloba el ‘vuelo, alojamiento y media pensión’.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen 1º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %
Vuelo	8,2	18,4	11,8	10,2	9,4	11,0	7,1	9,7	<b>6,0</b>
Vuelo y alojamiento	41,5	33,6	36,7	38,7	32,4	33,6	29,1	30,0	<b>27,7</b>
Vuelo, alojamiento y desayuno	4,1	5,4	5,9	4,5	5,5	7,7	7,5	5,4	<b>9,9</b>
Vuelo, alojamiento. y media pensión	26,5	21,6	19,6	19,9	20,0	16,3	19,1	20,0	<b>17,0</b>
Vuelo, alojamiento y pensión completa	3,2	4,5	3,5	6,7	4,8	3,8	1,8	3,5	<b>4,6</b>
Vuelo, alojamiento y todo incluido	12,8	15,9	14,9	14,9	25,4	25,5	32,6	29,2	<b>32,4</b>
Alojamiento y otros conceptos	0,3	0,1	5,4	4,0	1,9	0,6	0,3	0,4	<b>0,2</b>
No procede	2,6	0,5	2,3	1,0	0,5	1,5	2,4	1,8	<b>2,3</b>
<b>TOTAL</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>

Según países, destaca que el 42,9 % de los alemanes utiliza “todo incluido” y un 33,6 % de británicos también.

<i>Conceptos contratados en origen según país 1º TRIMESTRE (2014)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	2,2	9,4	7,1	5,7	<b>6,0</b>
Vuelo y alojamiento	4,8	16,9	32,8	35,7	<b>27,7</b>
Vuelo, alojamiento y desayuno	7,7	9,1	10,1	10,9	<b>9,9</b>
Vuelo, alojamiento y media pensión	32,6	17,2	13,4	13,4	<b>17,0</b>
Vuelo, alojamiento y pensión completa	7,1	18,7	1,2	4,0	<b>4,6</b>
Vuelo, alojamiento y todo incluido	42,9	20,8	33,6	28,6	<b>32,4</b>
Alojamiento y otros conceptos	0,0	0,2	0,2	0,1	<b>0,2</b>
No procede	2,7	7,7	1,6	1,7	<b>2,3</b>

## 5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

### 5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (49,3 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 23,3 %. Y en tercer lugar las agencias de viajes (14,6 %).

Por último, los portales de internet bajan ligeramente su uso en comparación con el último año (11,3%).

<i>Evolución de la compra de vuelo 1º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %
<b>Tour operadores</b>	52,1	43,1	51,1	52,8	52,8	53,1	57,2	42,6	<b>49,3</b>
<b>Compañías aéreas</b>	11,0	15,9	20,7	20,3	24,5	25,3	18,9	26,8	<b>23,3</b>
<b>Agencias de viajes</b>	31,4	31,8	18,8	18,3	11,3	10,7	11,6	15,8	<b>14,6</b>
<b>Portales de Internet</b>	3,0	5,7	6,2	6,6	8,4	9,7	9,9	13,0	<b>11,3</b>
<b>No lo sabe</b>	2,5	3,6	3,0	1,2	1,6	0,8	2,2	1,7	<b>1,1</b>
<b>No contesta</b>	0,0	0,0	0,4	0,7	1,4	0,4	0,1	0,1	<b>0,4</b>
<b>TOTAL</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>

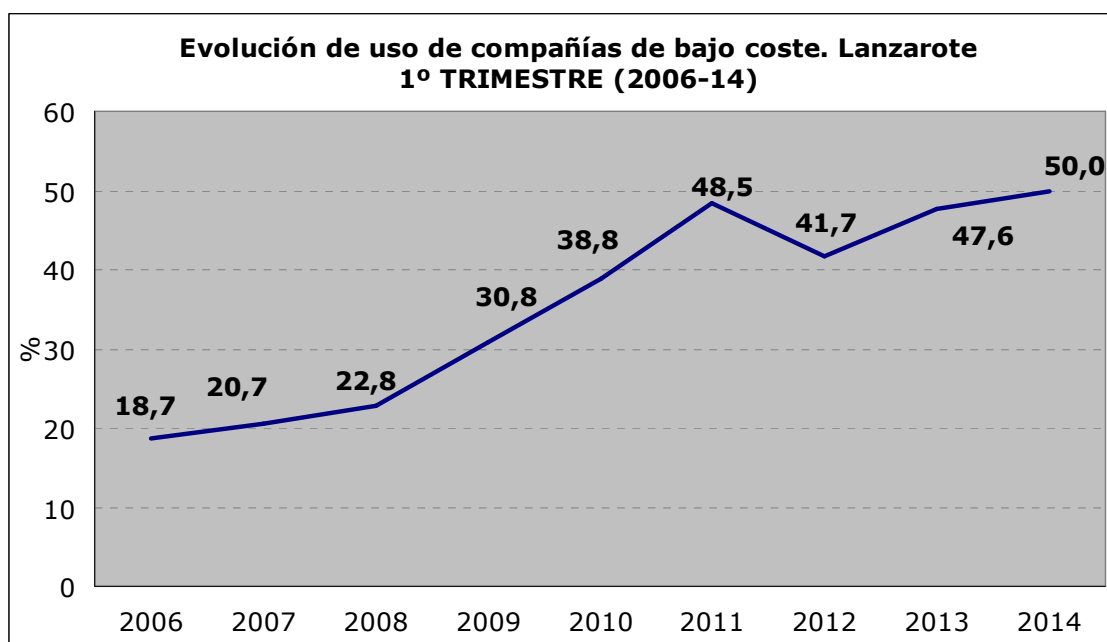
## 5.2.- Bajo Coste

**El 50 % de los turistas que visitaron Lanzarote durante el primer trimestre de 2014 volaron en compañías aéreas de bajo coste.** Esta cifra es 11,5 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

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

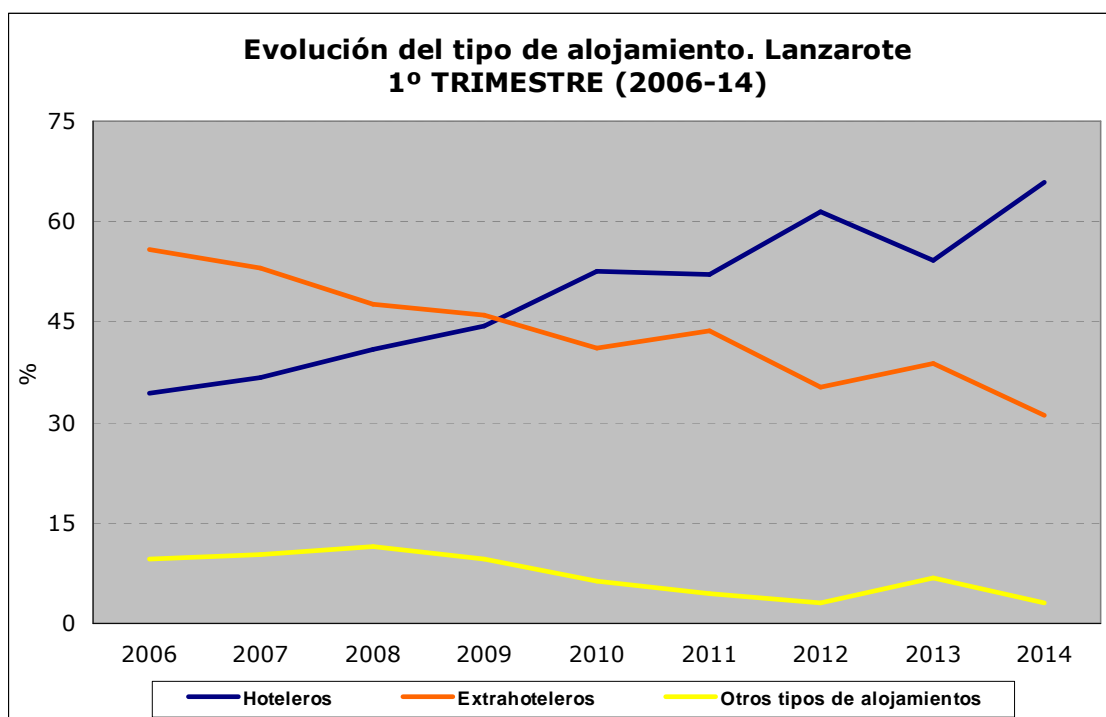
<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 1º TRIMESTRE de 2014. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	38,5	50,0
No voló en bajo coste	56,9	47,0
No contesta	4,6	3,0

El uso de las compañías aéreas de bajo coste asciende en el primer trimestre con respecto al año anterior.



## 6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante el primer trimestre de 2014 el 66 % de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 31,1 % lo hizo en extrahoteleros.



### 6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (45,1%). En segundo lugar aparecen los portales de internet, que son utilizados por un 17,3%.

<b>Evolución de la reserva de alojamiento 1º TRIMESTRE (2006-14)</b>									
<b>FORMA</b>	<b>2006 %</b>	<b>2007 %</b>	<b>2008 %</b>	<b>2009 %</b>	<b>2010 %</b>	<b>2011 %</b>	<b>2012 %</b>	<b>2013 %</b>	<b>2014 %</b>
<b>Tour operadores</b>	45,6	39,2	42,0	42,6	42,6	44,1	47,6	38,8	<b>45,1</b>
<b>Alojamientos directamente</b>	12,8	14,1	15,3	13,4	17,0	16,0	14,5	16,7	<b>14,6</b>
<b>Agencias de viajes</b>	29,2	28,7	21,6	22,0	16,4	14,1	14,8	17,7	<b>15,1</b>
<b>Portales de Internet</b>	3,0	6,2	7,7	9,4	13,9	17,7	14,1	15,8	<b>17,3</b>
<b>No lo sabe</b>	3,6	4,2	2,3	1,6	3,2	2,3	2,9	4,0	<b>2,6</b>
<b>No le hacía falta</b>	5,8	7,5	9,9	5,9	4,8	4,0	3,3	4,3	<b>2,9</b>
<b>No contesta</b>	0,0	0,0	1,3	5,0	2,2	1,8	2,8	2,7	<b>2,4</b>
<b>TOTAL</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>

## 7.- ESTANCIA MEDIA

La estancia media de los turistas que visitaron Lanzarote durante el primer trimestre de 2014 fue de **8,67 noches**.

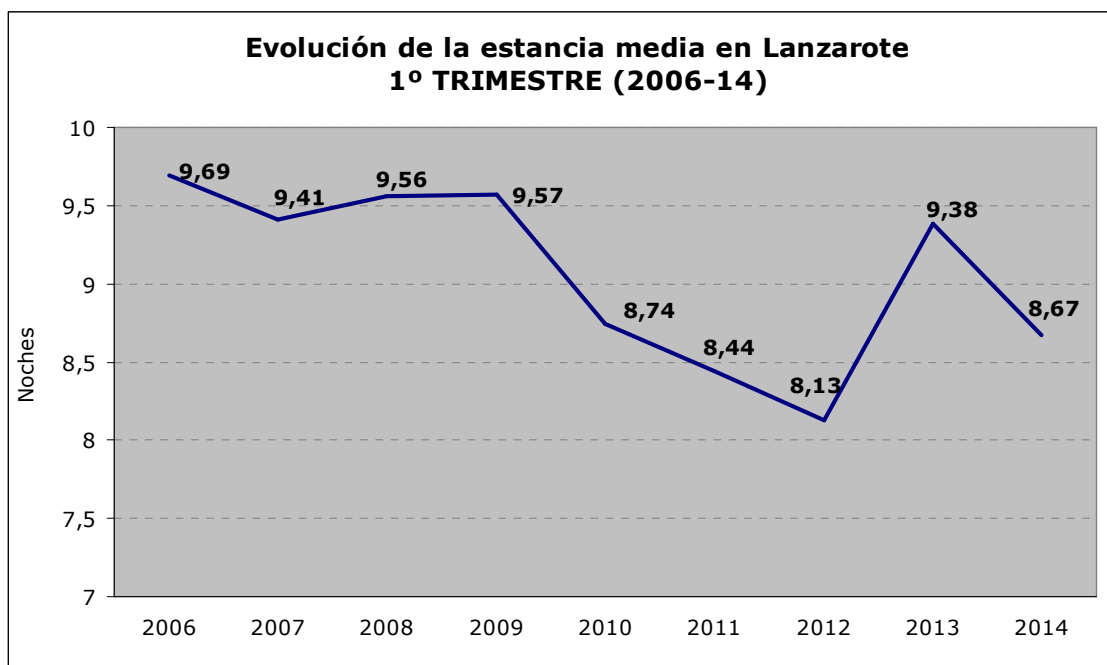
La estancia fue más alta entre los alemanes (10,28 noches), mientras que la más corta se registró entre los turistas españoles y fue de 7,65 noches.

<i>Estancia media según país de residencia 1º TRIMESTRE (2014)</i>	
<b>PAÍS</b>	<b>Noches</b>
<b>Alemania</b>	10,28
<b>España</b>	7,65
<b>Holanda</b>	8,73
<b>Países Nórdicos</b>	8,20
<b>Reino Unido</b>	8,32
<b>Otros países</b>	8,72
<b>TOTAL PAÍSES</b>	<b>8,67</b>

En cuanto a la **comparación con el resto de las Islas Canarias**, Lanzarote registra en el primer trimestre de 2014 la estancia más baja del archipiélago.

<i>Estancia media según isla 1º TRIMESTRE (2014)</i>	
<b>ISLA</b>	<b>Noches</b>
<b>CANARIAS</b>	9,22
<b>Lanzarote</b>	<b>8,67</b>
<b>Fuerteventura</b>	9,24
<b>Gran Canaria</b>	9,43
<b>Tenerife</b>	9,24
<b>La Palma</b>	10,43

La estancia media en Lanzarote baja el primer trimestre de 2014 con respecto al mismo trimestre del año anterior (8,67 noches). Y lo hace después de un pico alto en el último año, tal como expresa el siguiente gráfico.



## 8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 85,9 % de los visitantes entrevistados durante el primer trimestre de 2014 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 1º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
OPINIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %
<b>Muy buena o buena</b>	88,4	87,8	92,2	90,7	90,2	83,8	82,2	83,1	<b>85,9</b>
<b>Normal</b>	7,5	8,1	5,0	6,0	6,3	4,3	5,7	3,1	<b>3,7</b>
<b>Mala o muy mala</b>	1,0	0,4	0,2	1,1	0,4	0,5	0,4	0,2	<b>0,2</b>
<b>Sin especificar</b>	3,1	3,6	2,6	2,2	3,1	11,4	11,7	13,6	<b>10,2</b>
<b>TOTAL</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>

## 8.1.- Valoración de aspectos del destino

Los factores ambientales (tranquilidad, paisajes, calidad del medioambiente, etc.) son los mejor valorados, así como los servicios generales e infraestructuras (sobre todo la hospitalidad y la seguridad).

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	1T 2014
<b>FACTORES ALOJATIVOS</b>	<b>7,88</b>
Calidad del alojamiento	7,86
Trato en el alojamiento	8,22
Calidad de comida en alojamiento	7,50
<b>FACTORES AMBIENTALES</b>	<b>8,28</b>
Clima	8,32
Zonas de baño	7,94
Paisajes	8,33
Calidad del medio ambiente	8,32
Tranquilidad	8,42
Limpieza	8,31
<b>FACTORES DE RESTAURACIÓN</b>	<b>7,85</b>
Calidad de los restaurantes	7,85
Oferta de gastronomía local	7,58
Trato del personal en restaurantes	8,18
Precio en los restaurantes	7,75
<b>ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE</b>	<b>7,27</b>
Actividades culturales	7,30
Actividades deportivas	7,59
Golf	6,49
Parques de ocio	6,87
Ambiente nocturno / diversión	7,23
Excursiones organizadas	7,66
Diversión / recreo para niños	7,13
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,30
<b>SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS</b>	<b>7,94</b>
Servicios de autobús	7,51
Servicios de taxi	8,32
Alquiler de vehículos	7,94
Seguridad	8,34
Estado de las carreteras	7,84
Calidad y variedad del comercio	7,20
Hospitalidad	8,42



## FICHA TÉCNICA

- **Universo:** población turística de Lanzarote durante el primer trimestre de 2014.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 1.445 entrevistas realizadas durante el primer trimestre de 2014.
- **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  $\pm 2,58$  %.
- **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.