



CENTRO DE DATOS

ENCUESTA TURÍSTICA

Perfil y características del viaje

LANZAROTE 2014
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	12
8.- VALORACIÓN DEL DESTINO	13
FICHA TÉCNICA	15

PRESENTACIÓN

El presente informe recoge los datos para Lanzarote de la **Encuesta Turística segundo 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 segundo 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 segundo trimestre de 2014 predomina el porcentaje de hombres sobre el de mujeres. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje (47,44 %) se encuentra en el grupo de mayores de 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad 2º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
SEXO (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hombres	42,71	44,90	41,35	48,58	53,54	59,70	58,99	62,13	58,96
Mujeres	57,29	55,10	58,65	51,41	46,46	40,30	41,01	37,87	41,04
EDAD (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
De 16 a 24 años	4,32	6,96	7,52	4,69	6,55	7,33	7,34	8,32	9,12
De 25 a 44 años	49,11	48,90	48,68	41,71	45,91	49,43	47,66	45,45	43,44
Mayor de 44 años	46,57	44,14	43,80	53,59	47,54	43,25	45,01	46,23	47,44

Según la relación con la **actividad económica**, el 32,76 % son funcionarios o empleados de cargo alto o medio; seguido por el 23,51 % de los turistas que son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica 2º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
ACTIVIDAD ECONÓMICA (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Empresarios con o sin asalariados	19,60	17,69	21,58	21,06	22,17	22,70	23,18	23,45	23,51
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	31,55	29,98	33,88	33,92	31,72	37,74	36,56	33,41	32,76
Funcionarios o empleados auxiliares u otros trabajadores y obreros	9,98	12,10	17,11	14,27	14,66	15,79	15,26	16,24	16,08
Jubilados	6,39	10,79	8,32	8,59	4,15	5,90	5,64	6,29	6,30
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	15,78	15,02	12,87	17,57	16,06	11,85	13,53	14,49	15,81
No contesta	16,71	14,41	6,25	4,59	11,24	6,02	5,84	6,12	5,53

El **nivel de ingresos** que más sobresale es el comprendido entre 24.001 y 36.000 euros, seguido por aquellos cuya renta anual está por encima o debajo de ésta.

<i>Evolución de los turistas según nivel de ingresos 2º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
NIVEL DE INGRESOS (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
De 12.000 a 24.000 €	11,23	13,29	9,77	9,82	12,05	14,01	13,51	12,74	13,80
De 24.001 a 36.000 €	10,17	14,87	14,65	14,84	15,14	15,03	17,33	16,42	17,32
De 36.001 a 48.000 €	12,07	13,53	14,25	18,13	13,15	15,49	12,43	13,62	13,76
De 48.001 a 60.000 €	10,61	7,32	13,94	11,19	12,00	13,77	13,79	12,33	12,99
De 60.001 a 72.000 €	8,45	6,87	7,28	6,15	6,89	8,90	8,49	7,11	6,92
De 72.001 a 84.000 €	5,07	4,00	4,28	3,70	4,68	5,39	4,67	5,50	4,71
Más de 84.000 €	7,30	9,40	8,40	10,44	11,86	12,85	12,04	12,98	10,47
No contesta	35,10	30,72	27,45	25,72	24,23	14,56	17,73	19,29	20,02

2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El 68,6 % de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un 39,5 % 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 (2014)</i>	% ¹
Conocía Canarias por visitas anteriores	68,6
Recomendación de amigos o familiares	39,5
Folleto o catálogo del tour operador	10,3
Recomendación de agencia de viajes	8,5
La información obtenida a través de Internet	30,5
Otros	10,7
No contesta	30,0

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 (2006-14)</i>									
FUENTE DE INFORMACIÓN (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Conocía Canarias por visitas anteriores	63,7	65,1	71,2	74,7	69,9	66,9	68,7	69,2	68,6
Recomendación de amigos o familiares	35,9	38,1	38,6	38,3	35,1	33,3	38,8	39,2	39,5
Folleto o catálogo del tour operador	16,1	19,1	11,4	13,2	10,6	8,9	9,4	9,2	10,3
Recomendación de agencia de viajes	28,9	15,1	10,6	10,5	11,2	10,1	8,1	9,4	8,5
La información obtenida a través de Internet	25,1	22,5	22,8	20,9	26,0	32,0	29,1	29,8	30,5
Otros	14,4	16,3	14,5	14,0	12,3	13,3	12,5	11,9	10,7
No contesta	15,1	20,5	28,8	26,6	32,4	29,5	31,6	29,6	30,0

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

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

El 92,54 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el segundo trimestre de 2014 citan **el clima o sol como el principal motivo de visita**. El segundo lugar lo ocupa **la tranquilidad, descanso y relax** (citada por un 45,89%) y en tercer puesto están las **playas** (27,66 %).

Otros motivos son los paisajes, que es citado por un 23,58 % de los visitantes, el precio (22,39 %) y conocer nuevos lugares (16,72 %).

<i>Aspectos de elección 2º TRIMESTRE (2014)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% ²
Clima o sol	92,54
Tranquilidad, descanso, relax	45,89
Playas	27,66
Paisajes	23,58
Precio	22,39
Conocer nuevos lugares	16,72
Facilidades de traslado	12,50
Calidad del entorno ambiental	9,70
No contesta	6,51
Un lugar adecuado para niños	6,49
Seguridad	4,99
Oferta cultural	4,00
Otros	3,86
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventur	3,74
Ambiente nocturno, diversión	3,31
Compras	2,53
Otra oferta deportiva	1,64
Actividades náuticas	1,59
Oferta de turismo rural	1,47
No lo ha elegido usted	0,66
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.	0,45
Sensación de seguridad frente a catástrofes natura	0,24
Golf	0,16
Parques de ocio	1,59

² Los turistas encuestados podían elegir hasta tres opciones. Lo que se expresa en la columna es el porcentaje de turistas que eligieron cada forma concreta, de ahí que la suma no sea 100.

4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

Los paquetes turísticos que incluyen “vuelo y alojamiento” y los de “todo incluido” ocupan los primeros lugares durante el segundo trimestre de 2014, con el 36,0 % y 31,7 % respectivamente.

En tercer lugar, con un 15,7% de los turistas, aparece el concepto que engloba el ‘vuelo, alojamiento y media pensión’.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen 2º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Vuelo	12,8	12,8	11,7	10,1	5,6	10,4	8,2	10,5	8,1
Vuelo y alojamiento	30,5	44,3	36,7	30,8	32,7	35,8	34,0	29,9	36,0
Vuelo, aloj. y desayuno	7,8	3,0	5,7	4,6	5,4	6,0	5,6	6,2	5,7
Vuelo, aloj. y media pensión	20,6	16,8	18,5	20,1	19,9	16,8	17,4	16,8	15,7
Vuelo, aloj. y pensión completa	9,5	3,4	3,1	5,9	3,5	2,3	2,9	2,9	1,5
Vuelo, aloj. y todo incluido	18,4	18,9	17,0	22,7	30,6	27,4	29,9	32,4	31,7
Alojamiento y otros conceptos	.	0,1	6,0	3,6	1,5	0,3	0,4	0,1	0,2
No procede	0,3	0,7	1,3	2,1	0,8	1,0	1,7	1,2	1,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Según países, destaca que el 41,8 % de los alemanes utiliza “todo incluido” y un 35,6 % de españoles también.

<i>Conceptos contratados en origen según país 2º TRIMESTRE (2014)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN (%)	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	6,2	9,9	8,2	8,2	8,1
Vuelo y alojamiento	12,6	10,1	42,2	44,3	36,0
Vuelo, alojamiento y desayuno	6,0	10,8	4,7	5,7	5,7
Vuelo, alojamiento y media pensión	32,3	25,6	11,7	11,9	15,7
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1,1	5,9	0,4	2,4	1,5
Vuelo, alojamiento y todo incluido	41,8	35,7	31,4	26,4	31,7
Alojamiento y otros conceptos		1,5	0,2		0,2
No procede		0,5	1,2	1,1	1,0

5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (41,8 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 31,4 %. Y en tercer lugar las agencias de viajes.

<i>Evolución de la compra de vuelo 2º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
FORMA (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tour operadores	35,7	41,0	46,1	59,4	58,1	54,9	54,5	43,4	41,8
Compañías aéreas	9,5	13,7	19,5	15,6	15,3	24,3	22,7	28,7	31,4
Agencias de viajes	47,0	36,4	21,4	17,3	15,7	12,8	15,1	16,0	15,6
Portales de Internet	4,9	5,4	9,9	5,5	8,2	7,3	7,1	10,1	9,8
No lo sabe	2,9	3,5	2,5	1,5	1,9	0,6	0,5	1,5	1,3
No contesta	.	.	0,6	0,7	0,8	0,2	0,1	0,2	0,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

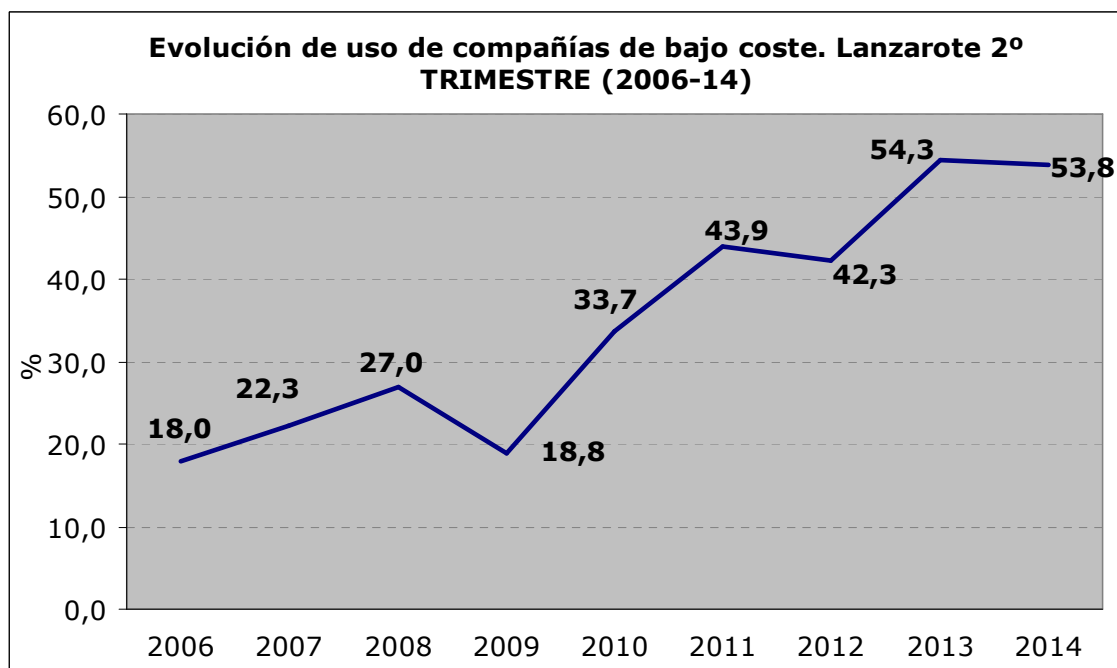
5.2.- Bajo Coste

El **53,8 %** de los turistas que visitaron Lanzarote durante el segundo trimestre de 2014 volaron en compañías aéreas de bajo coste. Esta cifra es 10,5 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

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

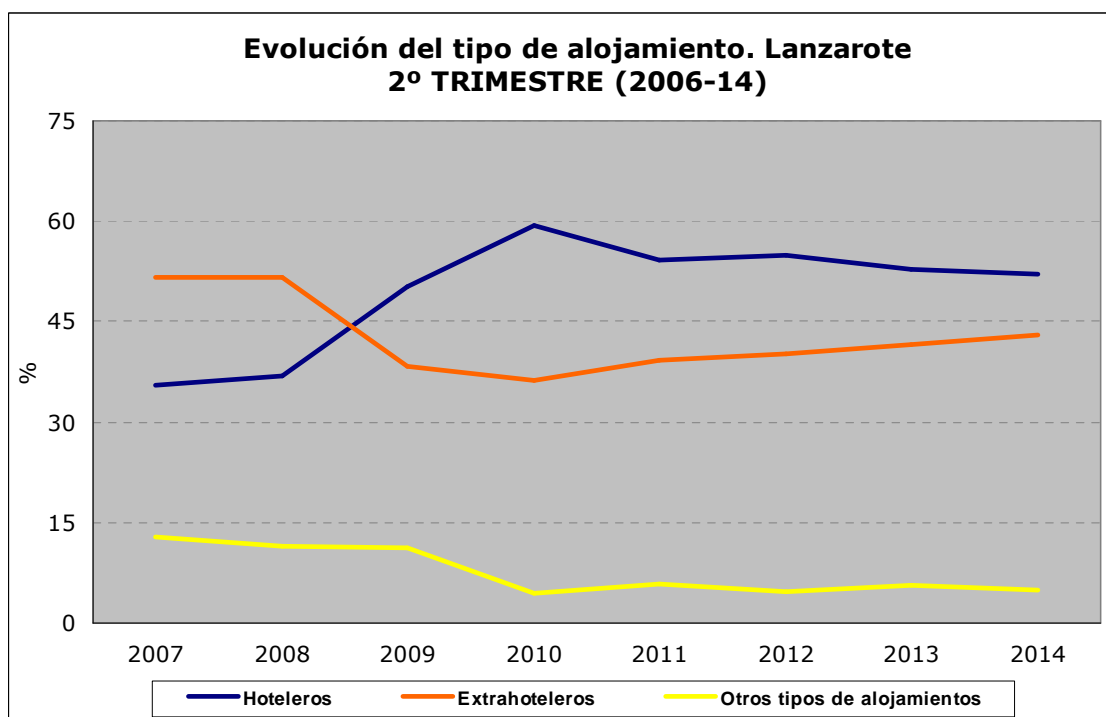
<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 2º TRIMESTRE de 2014. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	43,3	53,8
No voló en bajo coste	52,7	43,2
No contesta	3,9	3,0

El uso de compañías de bajo coste se mantiene en el segundo trimestre de 2014.



6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante el segundo trimestre de 2014 el 52% de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 43 % lo hizo en extrahoteleros.



6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (38,6%), En segundo lugar aparecen los alojamientos directamente, que son utilizadas por un 19%.

<i>Evolución de la reserva de alojamiento 2º TRIMESTRE (2006-14)</i>									
FORMA (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tour operadores	29,9	37,0	37,3	49,2	47,7	42,4	43,1	38,3	38,6
Alojamientos directamente	10,2	13,5	15,6	11,2	11,9	17,4	16,3	17,8	19,0
Agencias de viajes	42,0	28,8	22,5	20,1	19,4	16,0	18,1	16,3	16,4
Portales de Internet	4,0	7,2	10,4	6,5	11,1	14,9	14,2	14,9	15,4
No lo sabe	4,4	5,1	3,4	1,8	3,0	1,7	1,1	1,8	2,2
No le hacía falta	9,4	8,3	6,1	6,8	3,6	4,9	4,1	5,7	4,5
No contesta	.	.	4,7	4,5	3,3	2,7	3,1	5,3	3,8
TOTAL	100,0	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 el segundo trimestre de 2014 fue de **8,5 noches**.

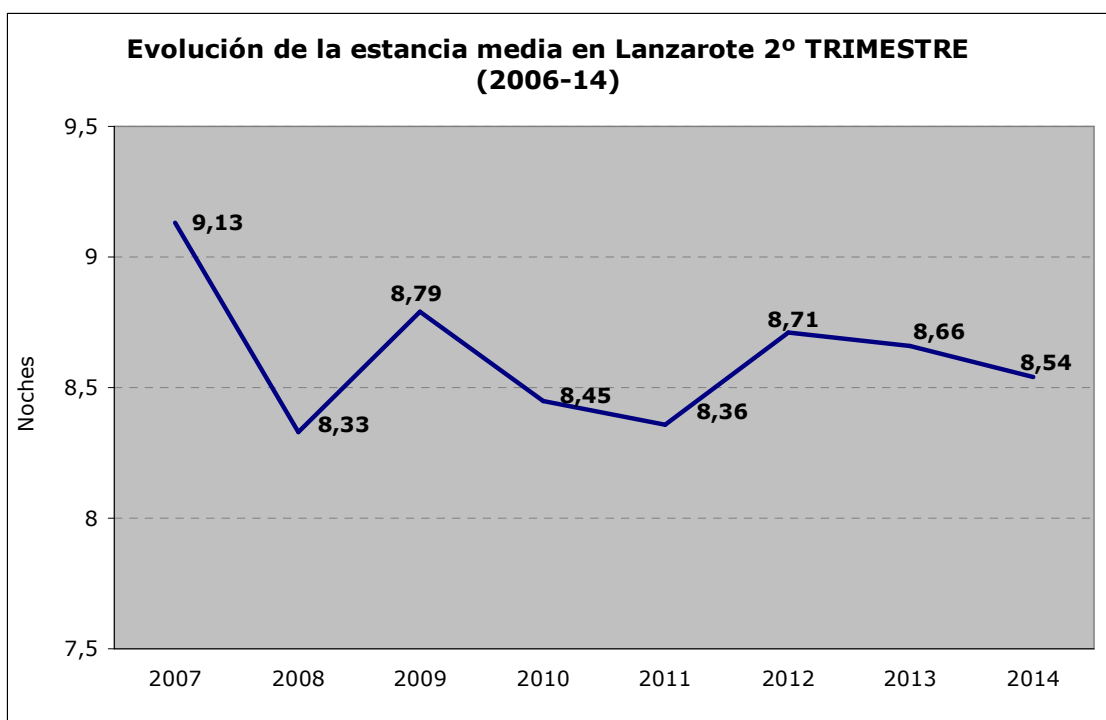
La estancia fue más alta entre los holandeses (10,8 noches) y alemanes (10 noches), mientras que la más corta se registró entre los turistas españoles y fue de 6 noches.

<i>Estancia media según país de residencia 2º TRIMESTRE (2014)</i>	
PAÍS	Noches
Alemania	10,0
España	6,0
Holanda	10,8
Países Nórdicos	8,8
Reino Unido	8,6
Otros países	8,4
TOTAL PAÍSES	8,5

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

<i>Estancia media según isla 2º TRIMESTRE (2014)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	9,1
Lanzarote	8,5
Fuerteventura	9,1
Gran Canaria	9,7
Tenerife	8,8
La Palma	11,5

La estancia media en Lanzarote en este segundo trimestre de 2014, nos ofrece una cifra algo más baja que en el segundo trimestre de 2013.



8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 86,7 % de los visitantes entrevistados durante el segundo 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.

Evolución de la impresión general sobre el viaje 2º TRIMESTRE (2006-14)

OPINIÓN (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Muy buena o buena	91,9	88,6	94,0	90,9	81,5	84,2	86,6	83,7	86,7
Normal	5,4	8,5	4,5	5,2	5,6	5,7	2,8	4,1	3,5
Mala o muy mala	0,3	0,5	0,3	0,3	0,5	0,6	0,3	0,2	0,8
Sin especificar	2,4	2,4	1,3	3,6	12,4	9,6	10,3	12,0	9,0
TOTAL	100,0	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, clima, limpieza, etc.) son los mejor valorados, así como los factores alojativos y los servicios generales e infraestructuras (sobre todo la seguridad y la hospitalidad).

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	2T 2014
FACTORES ALOJATIVOS	8,14
Calidad del alojamiento	8,16
Trato en el alojamiento	8,47
Calidad de comida en alojamiento	7,71
FACTORES AMBIENTALES	8,48
Clima	8,76
Zonas de baño	8,29
Paisajes	8,36
Calidad del medio ambiente	8,42
Tranquilidad	8,53
Limpieza	8,48
FACTORES DE RESTAURACIÓN	8,04
Calidad de los restaurantes	8,06
Oferta de gastronomía local	7,73
Trato del personal en restaurantes	8,41
Precio en los restaurantes	7,92
ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE	7,62
Actividades culturales	7,80
Actividades deportivas	7,91
Golf	6,96
Parques de ocio	7,04
Ambiente nocturno / diversión	7,39
Excursiones organizadas	8,00
Diversión / recreo para niños	7,51
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,67
SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS	8,12
Servicios de autobús	7,88
Servicios de Taxi	8,55
Alquiler de vehículos	8,15
Seguridad	8,53
Estado de las carreteras	7,88
Calidad y variedad del comercio	7,36
Hospitalidad	8,64

FICHA TÉCNICA

- **Universo:** población turística de Lanzarote durante el segundo trimestre de 2014.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 1.549 entrevistas realizadas durante el segundo 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 $\pm 2,53$ %.
- **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.