



CENTRO DE DATOS

ENCUESTA TURÍSTICA

Perfil y características del viaje

LANZAROTE 2015

Primer Trimestre

www.datosdelanzarote.com

istac

INSTITUTO CANARIO
DE ESTADÍSTICA



CABILDO DE LANZAROTE
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 2015. 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 2015 y su comparación con los datos para el periodo correspondiente a cada trimestre 2006-14.

1.- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

Durante el primer trimestre de 2015 predomina el porcentaje de hombres sobre el de mujeres. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje (50,12 %) se encuentra en el grupo mayor de 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad 1º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
SEXO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hombres	44,38	46,40	44,89	46,28	55,24	61,43	64,78	60,31	58,67	56,65
Mujeres	55,62	53,60	55,11	53,72	44,76	38,57	35,22	39,69	41,33	43,35
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	6,00	5,88
De 25 a 44 años	37,08	38,09	40,99	39,91	42,49	53,52	55,28	46,11	49,30	44,00
Mayor de 44 años	58,19	55,94	49,53	59,04	49,90	38,47	38,51	47,47	44,70	50,12

Según la relación con la **actividad económica**, el 31,21 % son empleados de cargo alto o medio y un 23,11 % de los turistas son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica 1º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Empresarios con o sin asalariados	22,88	20,75	24,48	21,33	22,62	26,97	25,27	21,37	24,58	23,11
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	27,58	23,26	27,78	24,48	32,77	35,58	37,48	32,10	35,18	31,21
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	13,49	16,04
Jubilados	8,20	10,63	11,00	6,95	6,32	5,28	4,19	4,89	4,66	4,88
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	21,62	21,21	16,59	27,36	16,32	11,48	10,96	16,18	15,68	17,31
No contesta	8,93	13,86	8,06	3,45	9,74	6,25	6,47	12,42	6,42	7,45

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>										
NIVEL DE INGRESOS	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
De 12.000 a 24.000 €	10,69	15,15	9,21	11,30	14,02	12,24	12,22	13,65	11,57	11,96
De 24.001 a 36.000 €	14,06	16,64	13,03	14,69	14,60	15,60	16,94	14,48	13,34	13,81
De 36.001 a 48.000 €	11,77	10,36	12,05	20,83	13,76	15,26	13,93	10,60	15,48	15,52
De 48.001 a 60.000 €	11,86	9,43	11,82	13,48	11,84	14,97	13,63	12,19	13,33	11,53
De 60.001 a 72.000 €	6,50	6,46	5,14	6,01	7,31	7,74	9,39	5,89	6,47	9,14
De 72.001 a 84.000 €	4,57	3,68	4,70	3,00	4,22	6,25	6,33	6,68	7,27	5,19
Más de 84.000 €	8,12	6,33	10,17	7,65	11,09	10,55	12,30	9,26	13,68	14,66
No contesta	31,17	31,95	33,87	23,04	21,68	17,39	15,26	27,25	18,86	18,20

2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El 70,7 % de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un 36,2 % ha realizado su viaje motivado por la recomendación de familiares o amigos. También es relevante los que utilizan internet como fuente de información: un 29,9%.

<i>Formas de conocer Lanzarote 1º TRIMESTRE (2015)</i>	<i>%¹</i>
Conocía Canarias por visitas anteriores	70,7
Recomendación de amigos o familiares	36,2
Folleto o catálogo del tour operador	5,9
Recomendación de agencia de viajes	8,8
La información obtenida a través de Internet	29,9
Otros	9,9
No contesta	36,2

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 (2006-15)</i>										
FUENTE DE INFORMACIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Conocía Canarias por visitas anteriores	70,9	69,0	69,4	79,0	72,2	68,4	70,7	70,6	71,7	70,7
Recomendación de amigos o familiares	33,2	37,2	38,6	38,9	32,9	34,0	32,7	36,8	35,2	36,2
Folleto o catálogo del tour operador	16,9	15,9	11,3	9,3	11,8	9,1	9,3	6,6	8,6	5,9
Recomendación de agencia de viajes	11,4	11,5	11,5	8,7	10,2	10,3	9,8	7,1	6,5	8,8
La información obtenida a través de Internet	22,4	20,7	23,6	25,4	32,7	32,7	33,6	29,1	33,7	29,9
Otros	17,3	16,2	15,9	12,2	16,3	13,6	11,4	12,8	12,2	9,9
No contesta	25,2	27,7	27,6	25,6	21,4	30,1	29,5	34,3	29,6	36,2

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 93,1 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el primer trimestre de 2015 citan **el clima o sol como el principal motivo de visita**. El segundo lugar lo ocupa la **tranquilidad**, (citada por un 39,6%) y en tercer y cuarto puesto están los **paisajes** (26%) y **las playas** (20,2 %).

Otros motivos son el **precio**, que es citado por un 18,5 % de los visitantes, **conocer nuevos lugares** y las **facilidades de traslado** (ambas con algo más de un 14%).

<i>Aspectos de elección 1º TRIMESTRE (2015)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% ²
Clima o sol	93,1
Playas	20,2
Paisajes	26,0
Calidad del entorno ambiental	9,2
Tranquilidad, descanso, relax	39,6
Seguridad	6,3
Oferta cultural	5,4
Oferta de turismo rural	1,4
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventura)	5,6
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.)	0,4
Parques de ocio	0,6
Actividades náuticas	1,2
Golf	0,8
Otra oferta deportiva	2,5
Ambiente nocturno, diversión	3,4
Compras	2,5
Conocer nuevos lugares	14,8
Facilidades de traslado	14,5
Precio	18,5
Un lugar adecuado para niños	6,6
Sensación de seguridad frente a catástrofes natura	0,1
Otros	4,4
No lo ha elegido usted	1,3
No contesta	10,1

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 **el precio, la facilidad de traslado**, la calidad ambiental y la oferta cultural. En cambio, el factor playas como aspecto de elección es 8,3 puntos más bajo en Lanzarote que en el conjunto regional.

4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

El paquete turístico que incluye "vuelo y alojamiento" ocupa el primer lugar durante el primer trimestre de 2015, con 33,7 %. En segundo lugar aparece el "vuelo, alojamiento y *todo incluido*" con un 29,8% y en tercer lugar, con un 15 % de los turistas, aparece el concepto que engloba el 'vuelo, alojamiento y media pensión'.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen 1º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Vuelo	8,2	18,4	11,8	10,2	9,4	11,0	7,1	9,7	6,0	6,8
Vuelo y alojamiento	41,5	33,6	36,7	38,7	32,4	33,6	29,1	30,0	27,7	33,7
Vuelo, alojamiento y desayuno	4,1	5,4	5,9	4,5	5,5	7,7	7,5	5,4	9,9	8,5
Vuelo, alojamiento y media pensión	26,5	21,6	19,6	19,9	20,0	16,3	19,1	20,0	17,0	15,0
Vuelo, alojamiento y pensión completa	3,2	4,5	3,5	6,7	4,8	3,8	1,8	3,5	4,6	4,1
Vuelo, alojamiento y <i>todo incluido</i>	12,8	15,9	14,9	14,9	25,4	25,5	32,6	29,2	32,4	29,8
Alojamiento y otros conceptos	0,3	0,1	5,4	4,0	1,9	0,6	0,3	0,4	0,2	0,2
No procede	2,6	0,5	2,3	1,0	0,5	1,5	2,4	1,8	2,3	1,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	6,8

Según países, destaca que el 33,6 % de los alemanes utiliza "vuelo, alojamiento y media pensión" y un 43,6 % de británicos "vuelo y alojamiento".

<i>Conceptos contratados en origen según país 1º TRIMESTRE (2015)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	5,8	8,0	6,6	7,4	6,8
Vuelo y alojamiento	13,7	18,3	43,6	33,1	33,7
Vuelo, alojamiento y desayuno	9,7	11,1	6,6	10,0	8,5
Vuelo, alojamiento y media pensión	33,6	16,5	10,8	11,7	15,0
Vuelo, alojamiento y pensión completa	2,1	23,9	1,0	4,7	4,1
Vuelo, alojamiento y <i>todo incluido</i>	31,4	19,7	30,5	30,2	29,8
Alojamiento y otros conceptos	0,0	0,0	0,3	0,3	0,2
No procede	3,6	2,6	0,7	2,7	1,9

5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (46,8 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 28,5 %. Y en tercer lugar las agencias de viajes (13,9 %).

Por último, los portales de internet bajan ligeramente su uso en comparación con el último año (9,7%).

<i>Evolución de la compra de vuelo 1º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Tour operadores	52,1	43,1	51,1	52,8	52,8	53,1	57,2	42,6	49,3	46,8
Compañías aéreas	11,0	15,9	20,7	20,3	24,5	25,3	18,9	26,8	23,3	28,5
Agencias de viajes	31,4	31,8	18,8	18,3	11,3	10,7	11,6	15,8	14,6	13,9
Portales de Internet	3,0	5,7	6,2	6,6	8,4	9,7	9,9	13,0	11,3	9,7
No lo sabe	2,5	3,6	3,0	1,2	1,6	0,8	2,2	1,7	1,1	0,9
No contesta	0,0	0,0	0,4	0,7	1,4	0,4	0,1	0,1	0,4	0,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

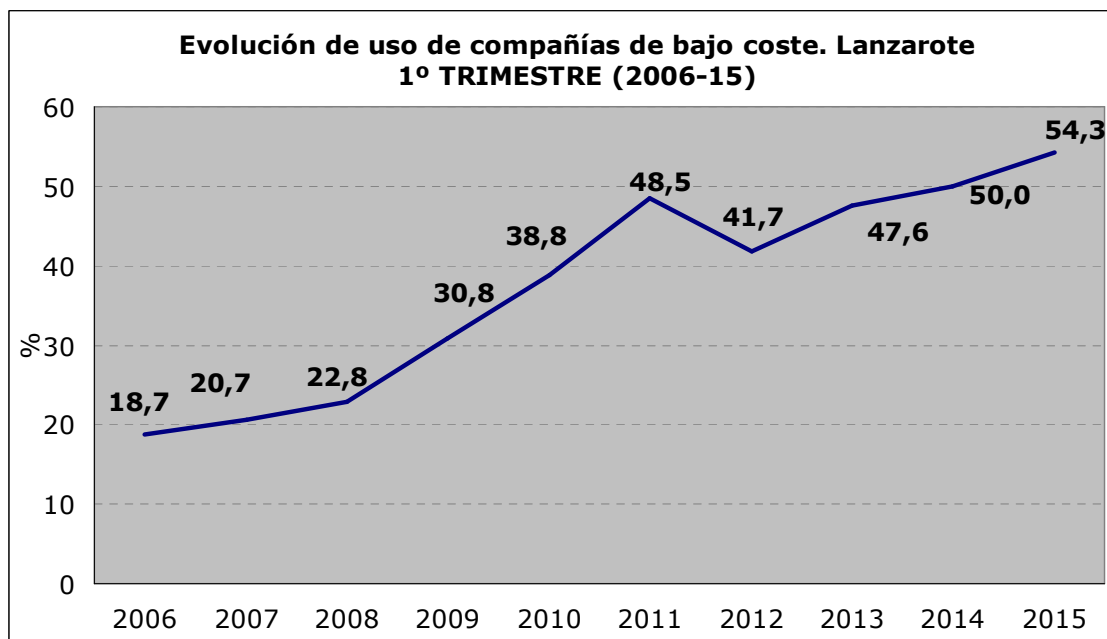
5.2.- Bajo Coste

El 54 % de los turistas que visitaron Lanzarote durante el primer trimestre de 2015 volaron en compañías aéreas de bajo coste. Esta cifra es 13 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

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

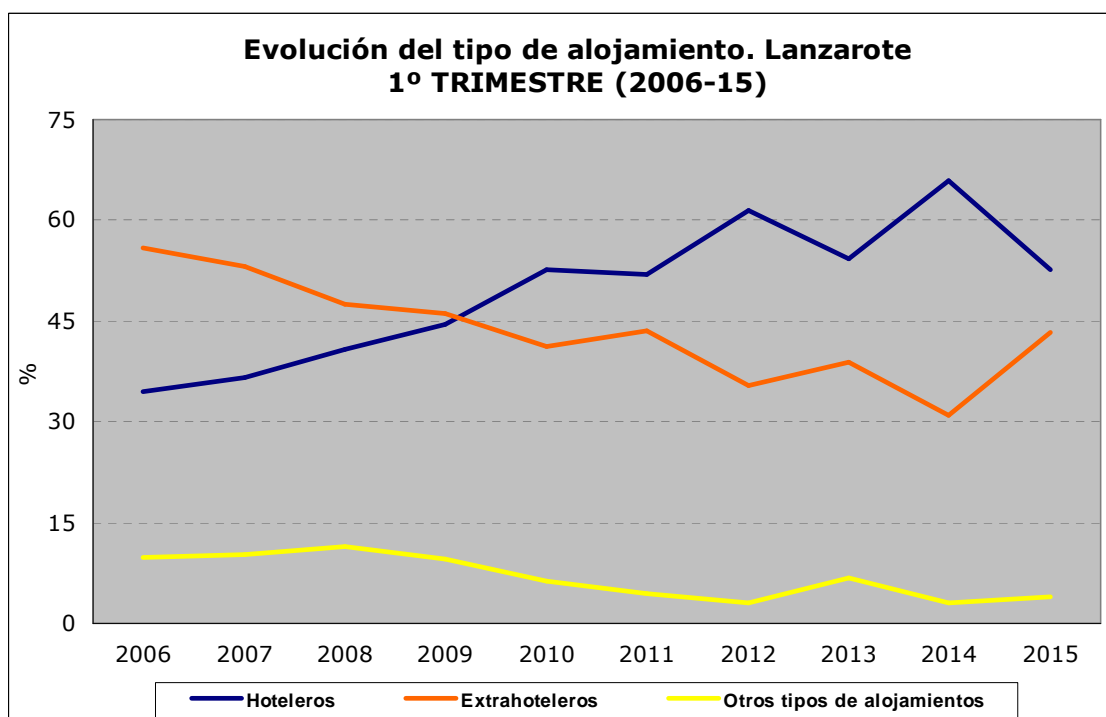
<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 1º TRIMESTRE de 2015. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	41,3	54,3
No voló en bajo coste	54,0	43,2
No contesta	4,7	2,5

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 2015 el 52,7 % de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 43,4 % lo hizo en extrahoteleros.



6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (42,4%). En segundo lugar aparecen los alojamientos directamente, que son utilizados por un 17,9%.

<i>Evolución de la reserva de alojamiento 1º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Tour operadores	45,6	39,2	42,0	42,6	42,6	44,1	47,6	38,8	45,1	42,4
Alojamientos directamente	12,8	14,1	15,3	13,4	17,0	16,0	14,5	16,7	14,6	17,9
Agencias de viajes	29,2	28,7	21,6	22,0	16,4	14,1	14,8	17,7	15,1	15,3
Portales de Internet	3,0	6,2	7,7	9,4	13,9	17,7	14,1	15,8	17,3	16,4
No lo sabe	3,6	4,2	2,3	1,6	3,2	2,3	2,9	4,0	2,6	1,9
No le hacía falta	5,8	7,5	9,9	5,9	4,8	4,0	3,3	4,3	2,9	3,5
No contesta	0,0	0,0	1,3	5,0	2,2	1,8	2,8	2,7	2,4	2,5
TOTAL	100,0	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 primer trimestre de 2015 fue de **8,84 noches**.

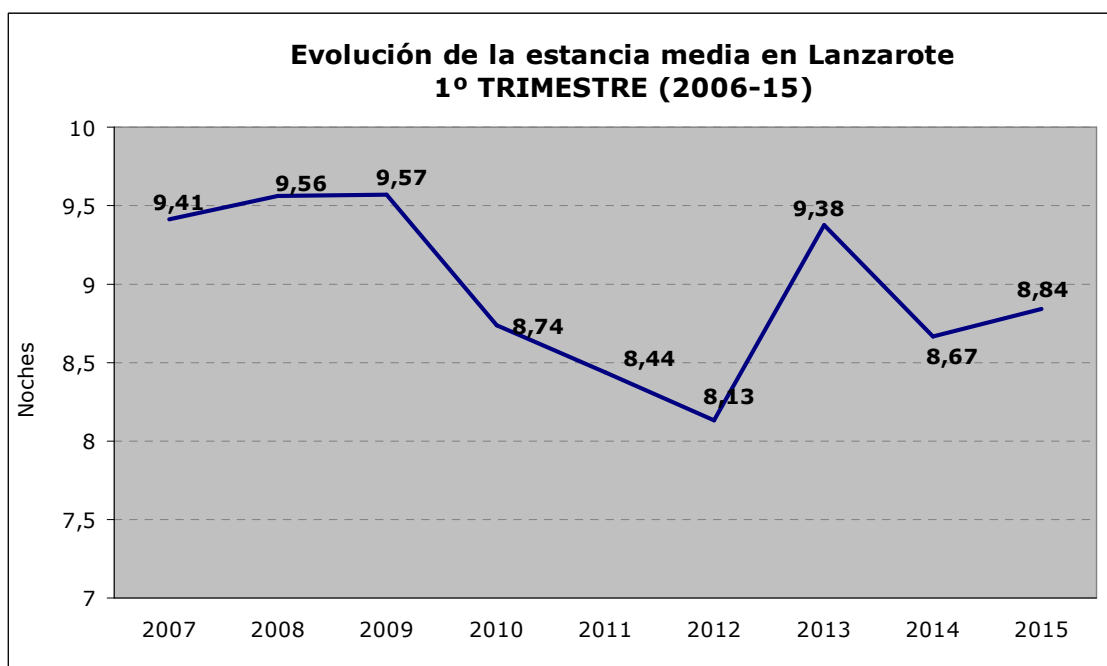
La estancia fue más alta entre los alemanes (10,77 noches), mientras que la más corta se registró entre los turistas españoles y fue de 7,11 noches.

<i>Estancia media según país de residencia 1º TRIMESTRE (2015)</i>	
PAÍS	Noches
Alemania	10,77
España	7,11
Holanda	8,89
Países Nórdicos	8,92
Reino Unido	8,76
Otros países	8,11
TOTAL PAÍSES	8,84

En cuanto a la **comparación con el resto de las Islas Canarias**, Lanzarote registra en el primer trimestre de 2015 la estancia más baja del archipiélago.

<i>Estancia media según isla 1º TRIMESTRE (2015)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	9,60
Lanzarote	8,84
Fuerteventura	9,65
Gran Canaria	10,12
Tenerife	9,41
La Palma	10,10

La estancia media en Lanzarote sube levemente en el primer trimestre de 2015 con respecto al mismo trimestre del año anterior (8,84 noches).



8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 84,2 % de los visitantes entrevistados durante el primer trimestre de 2015 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 (2006-15)</i>										
OPINIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Muy buena o buena	88,4	87,8	92,2	90,7	90,2	83,8	82,2	83,1	85,9	84,2
Normal	7,5	8,1	5,0	6,0	6,3	4,3	5,7	3,1	3,7	5,0
Mala o muy mala	1,0	0,4	0,2	1,1	0,4	0,5	0,4	0,2	0,2	0,5
Sin especificar	3,1	3,6	2,6	2,2	3,1	11,4	11,7	13,6	10,2	10,2
TOTAL	100,0	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 servicios generales e infraestructuras son los aspectos mejor valorados (sobre todo la hospitalidad y la seguridad), así como los factores ambientales (tranquilidad, paisajes, calidad del medioambiente, etc.).

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	1T 2015
FACTORES ALOJATIVOS	7,88
Calidad del alojamiento	7,82
Trato en el alojamiento	8,21
Calidad de comida en alojamiento	7,53
FACTORES AMBIENTALES	7,98
Clima	6,88
Zonas de baño	7,59
Paisajes	8,37
Calidad del medio ambiente	8,32
Tranquilidad	8,34
Limpieza	8,40
FACTORES DE RESTAURACIÓN	7,98
Calidad de los restaurantes	7,96
Oferta de gastronomía local	7,68
Trato del personal en restaurantes	8,33
Precio en los restaurantes	7,94
ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE	7,31
Actividades culturales	7,65
Actividades deportivas	7,52
Golf	6,40
Parques de ocio	6,67
Ambiente nocturno / diversión	7,08
Excursiones organizadas	7,77
Diversión / recreo para niños	7,08
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,44
SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS	8,12
Servicios de autobús	7,64
Servicios de taxi	8,40
Alquiler de vehículos	8,17
Seguridad	8,48
Estado de las carreteras	8,05
Calidad y variedad del comercio	7,45
Hospitalidad	8,60

FICHA TÉCNICA

- **Universo:** población turística de Lanzarote durante el primer trimestre de 2015.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 1.524 entrevistas realizadas durante el primer trimestre de 2015.
- **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 $\pm 2,5$ %.
- **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.