



CENTRO DE DATOS

# **ENCUESTA TURÍSTICA** **Perfil y características del** **viaje**

---

LANZAROTE **2015**  
**Segundo Trimestre**

[www.datosdelanzarote.com](http://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	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 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 segundo 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 segundo trimestre de 2015 predomina el porcentaje de mujeres sobre el de hombres. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje (47,46 %) se encuentra en el grupo de mayores de 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad 2º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
SEXO (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hombres	42,71	44,90	41,35	48,58	53,54	59,70	58,99	62,13	58,96	<b>47,18</b>
Mujeres	57,29	55,10	58,65	51,41	46,46	40,30	41,01	37,87	41,04	<b>52,82</b>
EDAD (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
De 16 a 24 años	4,32	6,96	7,52	4,69	6,55	7,33	7,34	8,32	9,12	<b>7,52</b>
De 25 a 44 años	49,11	48,90	48,68	41,71	45,91	49,43	47,66	45,45	43,44	<b>45,02</b>
Mayor de 44 años	46,57	44,14	43,80	53,59	47,54	43,25	45,01	46,23	47,44	<b>47,46</b>

Según la relación con la **actividad económica**, el 31,21 % son funcionarios o empleados de cargo alto o medio; seguido por el 21,62 % de los turistas que son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica 2º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
ACTIVIDAD ECONÓMICA (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Empresarios con o sin asalariados	19,60	17,69	21,58	21,06	22,17	22,70	23,18	23,45	23,51	<b>21,62</b>
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	<b>31,21</b>
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	<b>13,02</b>
Jubilados	6,39	10,79	8,32	8,59	4,15	5,90	5,64	6,29	6,30	<b>6,55</b>
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	<b>16,82</b>
No contesta	16,71	14,41	6,25	4,59	11,24	6,02	5,84	6,12	5,53	<b>10,78</b>

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 (2006-15)</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>2015</b>
<b>De 12.000 a 24.000 €</b>	11,23	13,29	9,77	9,82	12,05	14,01	13,51	12,74	13,80	<b>11,65</b>
<b>De 24.001 a 36.000 €</b>	10,17	14,87	14,65	14,84	15,14	15,03	17,33	16,42	17,32	<b>13,39</b>
<b>De 36.001 a 48.000 €</b>	12,07	13,53	14,25	18,13	13,15	15,49	12,43	13,62	13,76	<b>13,32</b>
<b>De 48.001 a 60.000 €</b>	10,61	7,32	13,94	11,19	12,00	13,77	13,79	12,33	12,99	<b>11,52</b>
<b>De 60.001 a 72.000 €</b>	8,45	6,87	7,28	6,15	6,89	8,90	8,49	7,11	6,92	<b>8,51</b>
<b>De 72.001 a 84.000 €</b>	5,07	4,00	4,28	3,70	4,68	5,39	4,67	5,50	4,71	<b>5,26</b>
<b>Más de 84.000 €</b>	7,30	9,40	8,40	10,44	11,86	12,85	12,04	12,98	10,47	<b>11,59</b>
<b>No contesta</b>	35,10	30,72	27,45	25,72	24,23	14,56	17,73	19,29	20,02	<b>24,77</b>

## 2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El **64,7 %** de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un **39,3 %** 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 (2015)</i>		% <sup>1</sup>
Conocía Canarias por visitas anteriores		<b>64,7</b>
Recomendación de amigos o familiares		<b>39,3</b>
Folleto o catálogo del tour operador		<b>9,7</b>
Recomendación de agencia de viajes		<b>9,6</b>
La información obtenida a través de Internet		<b>30,0</b>
Otros		<b>11,7</b>
No contesta		<b>32,5</b>

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 (2006-15)</i>										
FUENTE DE INFORMACIÓN (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Conocía Canarias por visitas anteriores	63,7	65,1	71,2	74,7	69,9	66,9	68,7	69,2	68,6	<b>64,7</b>
Recomendación de amigos o familiares	35,9	38,1	38,6	38,3	35,1	33,3	38,8	39,2	39,5	<b>39,3</b>
Folleto o catálogo del tour operador	16,1	19,1	11,4	13,2	10,6	8,9	9,4	9,2	10,3	<b>9,7</b>
Recomendación de agencia de viajes	28,9	15,1	10,6	10,5	11,2	10,1	8,1	9,4	8,5	<b>9,6</b>
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	<b>30,0</b>
Otros	14,4	16,3	14,5	14,0	12,3	13,3	12,5	11,9	10,7	<b>11,7</b>
No contesta	15,1	20,5	28,8	26,6	32,4	29,5	31,6	29,6	30,0	<b>32,5</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 cada forma concreta, de ahí que la suma no sea 100.

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

El 91,48 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el segundo trimestre de 2015 citan **el clima o sol como el principal motivo de visita**. El segundo lugar lo ocupa **la tranquilidad, descanso y relax** (citada por un 40,12 %) y en tercer puesto están las **playas** (25,42 %).

Otros motivos son los paisajes, que es citado por un 20,78 % de los visitantes, el precio (21,94 %) y conocer nuevos lugares (15,53 %).

<i>Aspectos de elección 2º TRIMESTRE (2015)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% <sup>2</sup>
Clima o sol	91,48
Tranquilidad, descanso, relax	40,12
Playas	25,42
Paisajes	20,78
Precio	21,94
Conocer nuevos lugares	15,53
Facilidades de traslado	14,82
Calidad del entorno ambiental	9,04
No contesta	7,91
Un lugar adecuado para niños	10,29
Seguridad	7,06
Oferta cultural	3,94
Otros	4,19
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventura)	4,35
Ambiente nocturno, diversión	2,63
Compras	2,08
Otra oferta deportiva	2,49
Actividades náuticas	1,7
Oferta de turismo rural	1,28
No lo ha elegido usted	1,13
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.	0,75
Sensación de seguridad frente a catástrofes naturales	0,11
Golf	0,54
Parques de ocio	0,37

<sup>2</sup> 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 2015, con el 33,8 % y 34,4 % respectivamente.

En tercer lugar, con un 15,1% de los turistas, aparece el concepto que engloba el 'vuelo, alojamiento y media pensión'.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen 2º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Vuelo	12,8	12,8	11,7	10,1	5,6	10,4	8,2	10,5	8,1	6,5
Vuelo y alojamiento	30,5	44,3	36,7	30,8	32,7	35,8	34,0	29,9	36,0	33,8
Vuelo, aloj. y desayuno	7,8	3,0	5,7	4,6	5,4	6,0	5,6	6,2	5,7	6,0
Vuelo, aloj. y media pensión	20,6	16,8	18,5	20,1	19,9	16,8	17,4	16,8	15,7	15,1
Vuelo, aloj. y pensión completa	9,5	3,4	3,1	5,9	3,5	2,3	2,9	2,9	1,5	2,3
Vuelo, aloj. y todo incluido	18,4	18,9	17,0	22,7	30,6	27,4	29,9	32,4	31,7	34,4
Alojamiento y otros conceptos	.	0,1	6,0	3,6	1,5	0,3	0,4	0,1	0,2	0,3
No procede	0,3	0,7	1,3	2,1	0,8	1,0	1,7	1,2	1,0	1,6
<b>TOTAL</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Según países, destaca que el 44,2 % de los alemanes utiliza "todo incluido".

<i>Conceptos contratados en origen según país 2º TRIMESTRE (2015)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN (%)	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	3,6	11,9	6,0	6,7	6,5
Vuelo y alojamiento	11,3	17,0	40,7	36,5	33,8
Vuelo, alojamiento y desayuno	5,9	7,5	5,1	7,0	6,0
Vuelo, alojamiento y media pensión	30,5	23,9	10,8	13,4	15,1
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1,1	1,7	0,9	4,9	2,3
Vuelo, alojamiento y todo incluido	44,2	34,9	34,5	30,7	34,4
Alojamiento y otros conceptos	0,0	0,8	0,3	0,0	0,3
No procede	3,37	2,4	1,6	0,7	1,6



## 5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

### 5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (46,07 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 26,99 %. Y en tercer lugar las agencias de viajes.

<i>Evolución de la compra de vuelo 2º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FORMA (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tour operadores	35,7	41,0	46,1	59,4	58,1	54,9	54,5	43,4	41,8	<b>46,07</b>
Compañías aéreas	9,5	13,7	19,5	15,6	15,3	24,3	22,7	28,7	31,4	<b>26,99</b>
Agencias de viajes	47,0	36,4	21,4	17,3	15,7	12,8	15,1	16,0	15,6	<b>15,2</b>
Portales de Internet	4,9	5,4	9,9	5,5	8,2	7,3	7,1	10,1	9,8	<b>9,13</b>
No lo sabe	2,9	3,5	2,5	1,5	1,9	0,6	0,5	1,5	1,3	<b>1,56</b>
No contesta	.	.	0,6	0,7	0,8	0,2	0,1	0,2	0,2	<b>1,06</b>
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>

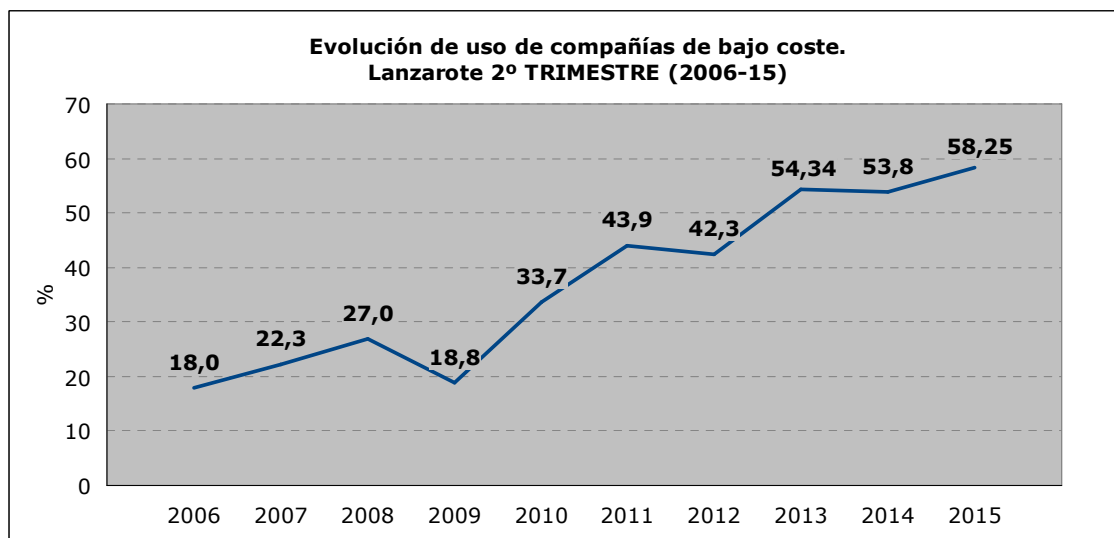
### 5.2.- Bajo Coste

El 58,25 % de los turistas que visitaron Lanzarote durante el segundo trimestre de 2015 volaron en compañías aéreas de bajo coste. Esta cifra es 9,62 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

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

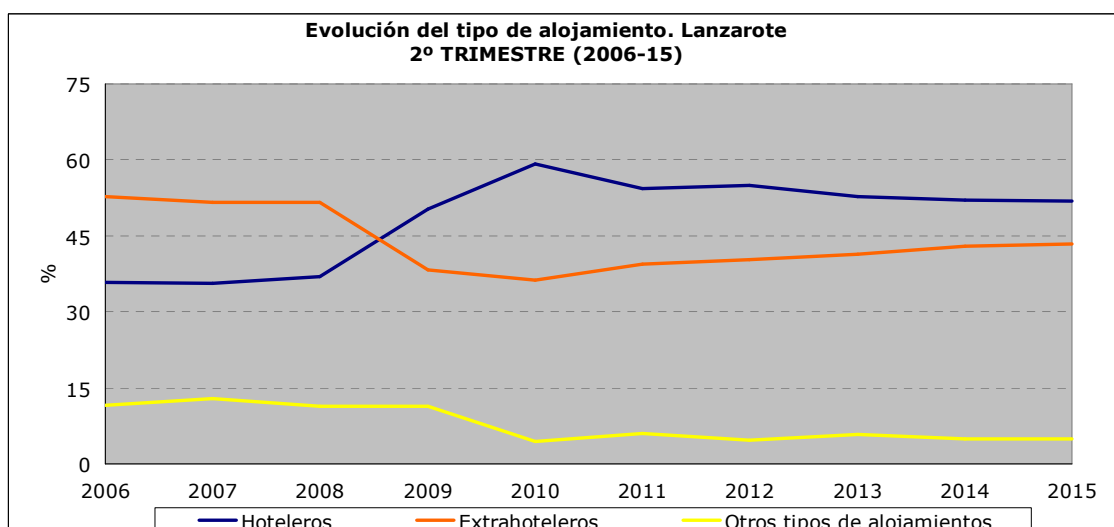
<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 2º TRIMESTRE de 2015. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	48,63	<b>58,25</b>
No voló en bajo coste	46,89	<b>38,06</b>
No contesta	4,47	<b>3,69</b>

El uso de compañías de bajo coste asciende en el segundo trimestre de 2015, respecto al segundo trimestre del año anterior.



## 6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante el segundo trimestre de 2015 el 51,8% de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 43,39 % lo hizo en extrahoteleros.



### 6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (37,78%). En segundo lugar aparecen los portales de Internet, que son utilizados por un 17,42%.

<i>Evolución de la reserva de alojamiento 2º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FORMA (%)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Tour operadores</b>	29,9	37,0	37,3	49,2	47,7	42,4	43,1	38,3	38,6	<b>37,78</b>
<b>Alojamientos directamente</b>	10,2	13,5	15,6	11,2	11,9	17,4	16,3	17,8	19,0	<b>16,72</b>
<b>Agencias de viajes</b>	42,0	28,8	22,5	20,1	19,4	16,0	18,1	16,3	16,4	<b>16,38</b>
<b>Portales de Internet</b>	4,0	7,2	10,4	6,5	11,1	14,9	14,2	14,9	15,4	<b>17,42</b>
<b>No lo sabe</b>	4,4	5,1	3,4	1,8	3,0	1,7	1,1	1,8	2,2	<b>2,19</b>
<b>No le hacía falta</b>	9,4	8,3	6,1	6,8	3,6	4,9	4,1	5,7	4,5	<b>4,37</b>
<b>No contesta</b>	.	.	4,7	4,5	3,3	2,7	3,1	5,3	3,8	<b>5,15</b>
<b>TOTAL</b>	100,0	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 segundo trimestre de 2015 fue de **8,44 noches**.

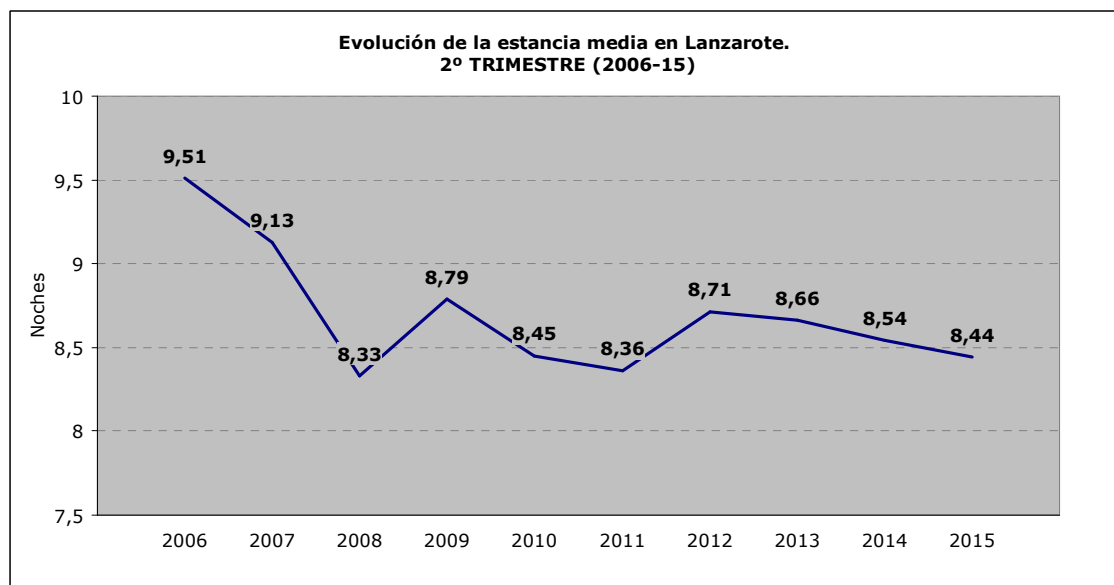
La estancia fue más alta entre los alemanes (9,38 noches) y holandeses (9,05 noches), mientras que la más corta se registró entre los turistas españoles y fue de 7,12 noches.

<i>Estancia media según país de residencia 2º TRIMESTRE (2015)</i>	
PAÍS	Noches
Alemania	9,38
España	7,12
Holanda	9,05
Países Nórdicos	7,37
Reino Unido	8,76
Otros países	7,96
<b>TOTAL PAÍSES</b>	<b>8,44</b>

En cuanto a la **comparación con el resto de las Islas Canarias**, Lanzarote registra en el segundo trimestre de 2015 una de las estancias más baja del archipiélago, situándose solo por encima de Tenerife.

<i>Estancia media según isla 2º TRIMESTRE (2015)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	8,84
Lanzarote	<b>8,44</b>
Fuerteventura	9,36
Gran Canaria	9,32
Tenerife	8,36
La Palma	11,03

La estancia media en Lanzarote en este segundo trimestre de 2015, nos ofrece una cifra algo más baja que en el segundo trimestre de 2014.



## 8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 83,12 % de los visitantes entrevistados durante el segundo 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 2º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
<b>OPINIÓN (%)</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>2015</b>
<b>Muy buena o buena</b>	91,9	88,6	94,0	90,9	81,5	84,2	86,6	83,7	86,7	83,12
<b>Normal</b>	5,4	8,5	4,5	5,2	5,6	5,7	2,8	4,1	3,5	3,03
<b>Mala o muy mala</b>	0,3	0,5	0,3	0,3	0,5	0,6	0,3	0,2	0,8	0,40
<b>Sin especificar</b>	2,4	2,4	1,3	3,6	12,4	9,6	10,3	12,0	9,0	13,45
<b>TOTAL</b>	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 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 2015
<b>FACTORES ALOJATIVOS</b>	<b>8,17</b>
Calidad del alojamiento	8,19
Trato en el alojamiento	8,47
Calidad de comida en alojamiento	7,76
<b>FACTORES AMBIENTALES</b>	<b>8,47</b>
Clima	8,46
Zonas de baño	8,27
Paisajes	8,55
Calidad del medio ambiente	8,51
Tranquilidad	8,50
Limpieza	8,51
<b>FACTORES DE RESTAURACIÓN</b>	<b>8,09</b>
Calidad de los restaurantes	8,10
Oferta de gastronomía local	7,79
Trato del personal en restaurantes	8,39
Precio en los restaurantes	8,07
<b>ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE</b>	<b>7,56</b>
Actividades culturales	7,78
Actividades deportivas	7,85
Golf	6,67
Parques de ocio	7,12
Ambiente nocturno / diversión	7,38
Excursiones organizadas	7,87
Diversión / recreo para niños	7,61
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,59
<b>SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS</b>	<b>8,28</b>
Servicios de autobús	7,86
Servicios de Taxi	8,53
Alquiler de vehículos	8,20
Seguridad	8,60
Estado de las carreteras	8,38
Calidad y variedad del comercio	7,65
Hospitalidad	8,66

## FICHA TÉCNICA

- **Universo:** población turística de Lanzarote durante el segundo trimestre de 2015.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 1.485 entrevistas realizadas durante el segundo 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  $\pm 2,49$  %.
- **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.