



CENTRO DE DATOS

ENCUESTA TURÍSTICA

Perfil y características del viaje

LANZAROTE 2015
Tercer Trimestre

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	13
8.- VALORACIÓN DEL DESTINO	15
FICHA TÉCNICA	17

PRESENTACIÓN

El presente informe recoge los datos para Lanzarote de la **Encuesta Turística tercer 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 tercer 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 tercer trimestre de 2015 los porcentajes de sexo son similares. En cuanto a la edad, el porcentaje más alto (52,96 %) se encuentra en el grupo mayor de 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad 3º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
SEXO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hombres	46,82	45,89	45,63	48,01	54,81	58,40	57,82	64,72	52,72	49,73
Mujeres	53,18	54,11	54,37	51,99	45,19	41,60	42,18	35,28	47,28	50,27
EDAD	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
De 16 a 24 años	10,45	13,44	10,58	9,44	7,01	6,35	5,67	8,62	6,29	5,12
De 25 a 44 años	56,17	49,45	54,69	50,08	45,95	50,77	47,46	46,47	44,41	41,92
Mayor de 44 años	33,38	37,11	34,73	40,48	47,04	42,88	46,87	44,91	49,30	52,96

Según la relación con la **actividad económica**, el 33,89 % de los turistas son funcionarios o empleados de cargo alto o medio y un 22,09 % de los turistas son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica 3º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Empresarios con o sin asalariados	20,25	21,05	24,47	18,12	24,53	23,11	21,42	24,11	22,08	22,09
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	35,87	32,04	37,41	35,02	37,08	36,13	32,94	34,49	33,18	33,89
Funcionarios o empleados auxiliares u otros trabajadores y obreros	15,48	13,82	18,23	17,34	20,36	19,82	18,58	17,54	17,25	15,09
Jubilados	10,02	11,99	10,80	11,40	8,18	5,72	5,14	7,77	6,42	5,10
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	4,57	7,48	2,55	10,37	4,84	9,04	11,42	9,31	12,74	14,63
No contesta	13,82	13,62	6,54	7,75	5,01	6,17	10,50	6,78	8,32	9,20

El **nivel de ingresos** que más sobresale es el comprendido entre 24.0001 y 36.000 euros, seguido por aquellos cuya renta anual está entre 36.000 y 48.000 €.

<i>Evolución de los turistas según nivel de ingresos 3º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
NIVEL DE INGRESOS	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
De 12.000 a 24.000 €	11,39	12,24	10,92	9,96	12,85	14,56	13,34	13,99	14,33	12,34
De 24.001 a 36.000 €	16,09	13,20	15,14	13,99	16,77	18,69	16,72	17,53	19,17	14,35
De 36.001 a 48.000 €	12,46	12,90	13,64	19,71	16,75	15,59	14,01	13,77	12,48	13,03
De 48.001 a 60.000 €	10,83	11,85	12,33	10,41	13,35	12,85	11,59	14,51	10,95	10,67
De 60.001 a 72.000 €	6,88	5,60	6,77	4,69	9,40	8,15	7,44	7,18	7,50	9,37
De 72.001 a 84.000 €	3,18	4,77	4,55	2,98	5,17	4,38	3,89	4,61	4,16	5,51
Más de 84.000 €	7,66	8,67	9,49	7,52	9,98	9,81	8,33	9,35	9,53	11,22
No contesta	31,52	30,77	27,15	30,74	15,74	15,97	24,66	19,06	21,89	23,52

2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El **62,2 %** de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un 35,7 % ha realizado su viaje motivado por la recomendación de familiares o amigos.

<i>Formas de conocer Lanzarote 3º TRIMESTRE (2015)</i>		<i>%¹</i>
Conocía Canarias por visitas anteriores		62,2
Recomendación de amigos o familiares		35,7
Folleto o catálogo del tour operador		12,1
Recomendación de agencia de viajes		10,5
La información obtenida a través de Internet		29,4
Otros		9,8
No contesta		38,2

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 3º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FUENTE DE INFORMACIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Conocía Canarias por visitas anteriores	59,2	58,1	62,7	66,7	63,9	73,9	63,4	67,0	63,2	62,2
Recomendación de amigos o familiares	43,3	45,3	48,3	41,7	37,3	48,5	38,8	38,7	44,5	35,7
Folleto o catálogo del tour operador	25,2	16,8	13,0	14,4	12,1	15,8	12,1	10,1	10,8	12,1
Recomendación de agencia de viajes	19,6	16,9	14,3	13,7	12,0	14,0	11,4	11,5	10,8	10,5
La información obtenida a través de Internet	19,8	20,0	25,3	19,7	32,0	33,6	27,8	31,7	29,9	29,4
Otros	16,9	26,9	15,4	11,1	10,6	13,3	9,2	11,3	9,4	9,8
No contesta	15,4	13,5	20,1	31,0	30,0	34,0	35,7	27,4	29,6	38,2

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 89,5 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el tercer 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 36,3%) y en tercer puesto están las **playas** (31,5 %).

Otros motivos son los **paisajes**, que es citado por un 25,1 % de los visitantes, **conocer nuevos lugares** (17,7 %) y el **precio** (16,2 %).

<i>Aspectos de elección 3º TRIMESTRE (2015)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% ²
Clima o sol	89,5
Playas	31,5
Paisajes	25,1
Calidad del entorno ambiental	9,2
Tranquilidad, descanso, relax	36,3
Seguridad	8,6
Oferta cultural	4,9
Oferta de turismo rural	1,2
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventura, etc.)	2,8
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.)	0,3
Parques de ocio	1,0
Actividades náuticas	2,3
Golf	0,3
Otra oferta deportiva	1,9
Ambiente nocturno, diversión	3,1
Compras	2,2
Conocer nuevos lugares	17,7
Facilidades de traslado	8,3
Precio	16,2
Un lugar adecuado para niños	15,6
Sensación de seguridad frente a catástrofes natura	0,9
Otros	4,0
No lo ha elegido usted	0,7
No contesta	8,1

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.

4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN

Los paquetes turísticos que incluyen el “todo incluido” y el que incluye “vuelo y alojamiento” ocupan los primeros lugares durante el tercer trimestre de 2015, con el 41,3 % y el 27,8 % respectivamente. En tercer lugar, con un 13,6 % de los turistas, aparece el concepto que engloba ‘vuelo, alojamiento y media pensión’.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen 3º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Vuelo	14,7	18,1	15,0	10,6	11,3	10,8	7,1	8,7	7,8	6,9
Vuelo y alojamiento	29,7	24,3	29,3	22,1	23,4	24,3	33,2	31,7	34,8	27,8
Vuelo, aloj. y desayuno	3,9	4,0	4,6	4,3	4,6	4,7	4,6	6,0	4,5	5,3
Vuelo, aloj. y media pensión	27,2	25,5	23,2	24,0	25,0	23,2	14,9	16,8	14,3	13,6
Vuelo, aloj. y pensión completa	5,7	5,8	4,9	6,7	3,0	3,7	2,3	2,4	2,6	3,2
Vuelo, aloj. y todo incluido	14,8	17,9	17,4	27,0	30,7	31,6	34,2	32,9	34,8	41,3
Alojamiento y otros conceptos	0,2	0,4	2,8	2,7	0,9	0,3	0,4	0,6	0,4	0,2
No procede	3,9	3,9	2,8	2,6	1,2	1,4	3,3	1,0	0,7	1,8
TOTAL	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 46,8 % de los alemanes utiliza “todo incluido”, un 43,5% de los ingleses y un 40,9 % de españoles también.

<i>Conceptos contratados en origen según país 3º TRIMESTRE (2015)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	6,0	6,4	6,9	7,5	6,9
Vuelo y alojamiento	12,9	17,0	32,3	32,0	27,8
Vuelo, alojamiento y desayuno	4,6	6,4	3,2	8,5	5,3
Vuelo, alojamiento y media pensión	27,0	23,2	9,6	9,3	13,6
Vuelo, alojamiento y pensión completa	1,8	4,6	2,1	5,0	3,2
Vuelo, alojamiento y todo incluido	46,8	40,9	43,5	35,4	41,3
Alojamiento y otros conceptos	0,2	0,3	0,3	0,0	0,2
No procede	0,6	1,2	2,0	2,3	1,8

5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (43,9 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 26,7 %, y en tercer lugar las agencias de viajes (18,2 %).

Por último, los portales de internet los utilizan el 9,5 % de los turistas para comprar el vuelo.

<i>Evolución de la compra de vuelo 3º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Tour operadores	43,3	40,1	43,8	54,0	47,7	55,0	44,4	41,0	42,5	43,9
Compañías aéreas	12,6	16,8	16,6	15,2	23,1	19,2	22,9	30,7	28,2	26,7
Agencias de viajes	37,9	34,4	28,0	24,0	17,8	15,1	22,6	17,9	16,9	18,2
Portales de Internet	5,6	6,4	8,6	3,8	9,8	9,4	8,8	9,0	10,7	9,5
No lo sabe	0,6	2,3	1,8	2,5	1,3	0,9	0,9	1,0	1,1	1,5
No contesta	.	.	1,2	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,6	0,2
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

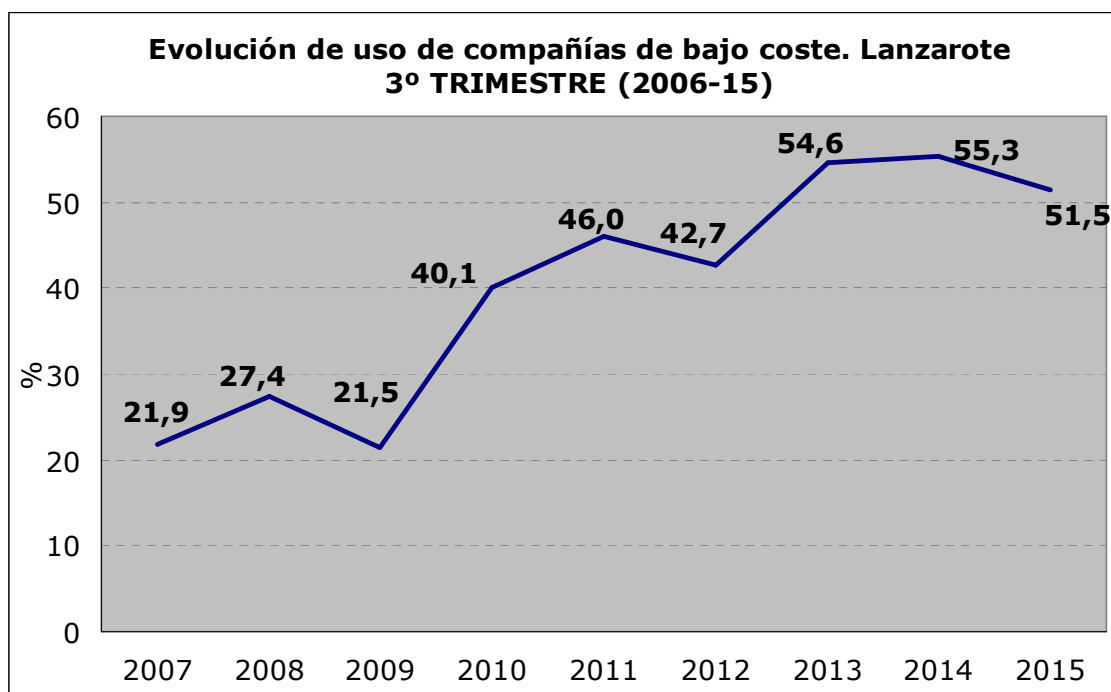
5.2.- Bajo Coste

El 51,5 % de los turistas que visitaron Lanzarote durante el tercer trimestre de 2015 volaron en compañías aéreas de bajo coste. Esta cifra es 4 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

El bajo coste es utilizado principalmente por españoles y británicos.

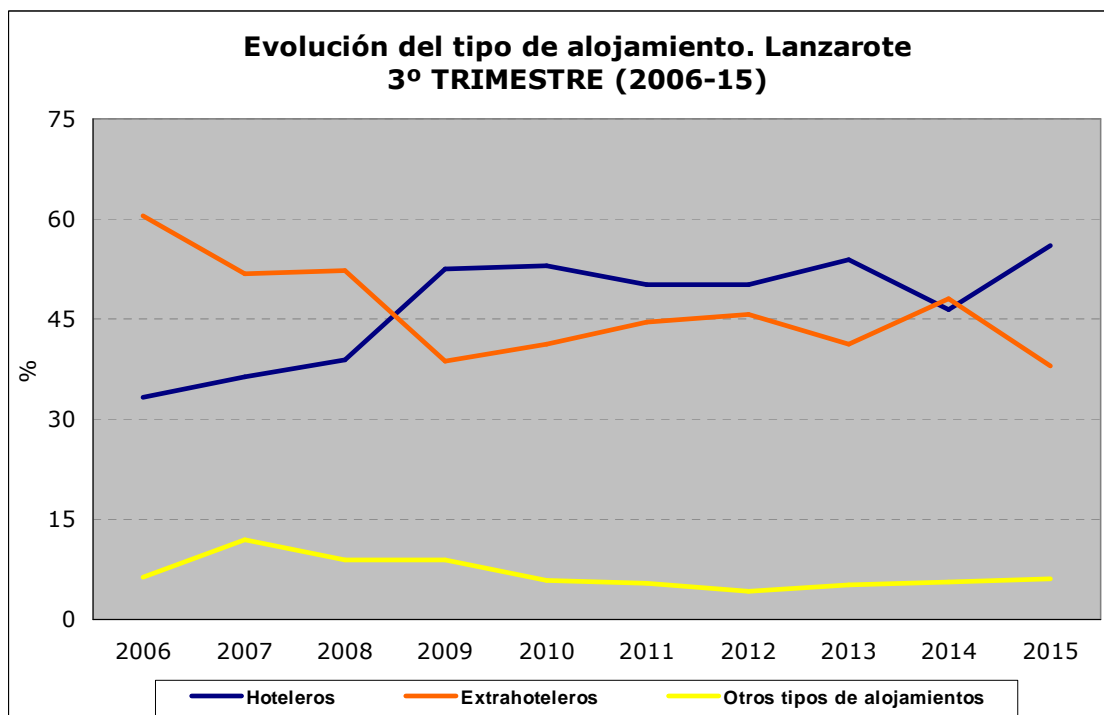
<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 3º TRIMESTRE de 2015. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	47,5	51,5
No voló en bajo coste	48,6	45,6
No contesta	3,9	2,8

El uso de compañías de bajo coste desciende levemente en el último año.



6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante el tercer trimestre de 2015 el 56 % de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 38 % lo hizo en extrahoteleros.



6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (40,2%). En segundo lugar aparece las agencias de viajes, que son utilizadas por un 19,5%.

Evolución de la reserva de alojamiento 3º TRIMESTRE (2006-15)

FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Tour operadores	38,1	33,5	33,0	38,9	39,4	44,1	38,7	36,6	38,7	40,2
Alojamientos directamente	12,0	14,5	12,8	12,4	14,1	13,3	15,5	16,9	16,2	15,8
Agencias de viajes	37,3	31,6	31,6	28,4	22,1	18,9	24,1	20,6	17,7	19,5
Portales de Internet	5,2	5,6	10,9	6,5	15,2	15,2	13,3	16,2	16,0	13,9
No lo sabe	2,7	5,8	2,6	2,9	1,7	1,3	1,6	1,3	3,0	2,0
No le hacía falta	4,7	8,9	5,0	6,6	4,9	4,2	4,3	4,8	4,8	5,3
No contesta	.	.	4,2	4,3	2,6	2,9	2,5	3,5	3,5	3,3
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 tercer trimestre de 2015 fue de **9,81 noches**.

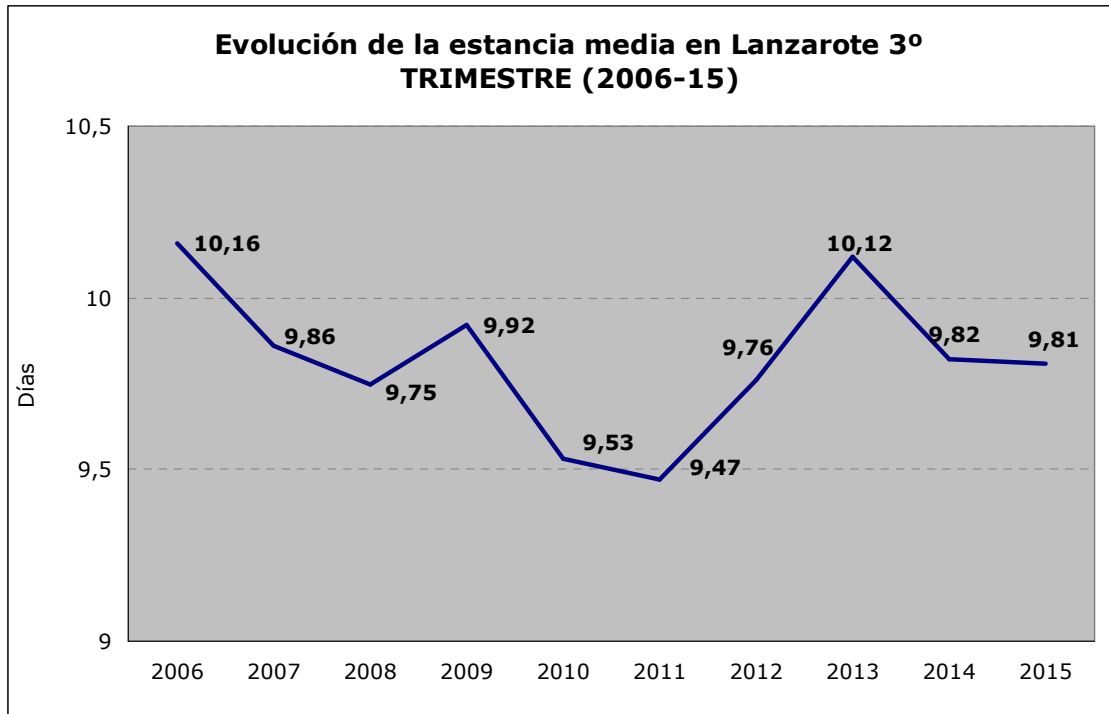
La estancia fue más alta entre los alemanes (11,7 noches) y países nórdicos (11,1 noches), mientras que la más baja se registró entre los turistas españoles y fue de 7,8 noches.

<i>Estancia media según país de residencia 3º TRIMESTRE (2015)</i>	
PAÍS	Noches
Alemania	11,7
España	7,8
Holanda	10,1
Países Nórdicos	11,1
Reino Unido	10,3
Otros países	9,16
TOTAL PAÍSES	9,81

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

<i>Estancia media según isla 3º TRIMESTRE (2015)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	10,16
Lanzarote	9,81
Fuerteventura	9,97
Gran Canaria	10,57
Tenerife	10,11
La Palma	10,72

La estancia media en Lanzarote disminuye ligeramente en el tercer trimestre de 2015 con respecto al año anterior.



8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 83,8 % de los visitantes entrevistados durante el tercer 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 más alta que la del conjunto de Canarias.

Evolución de la impresión general sobre el viaje 3º TRIMESTRE (2006-15)

OPINIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Muy buena o buena	86,5	88,3	91,7	91,3	85,2	83,8	86,1	86,0	85,0	83,8
Normal	7,3	7,6	5,8	4,6	4,5	3,9	2,7	3,6	2,3	2,7
Mala o muy mala	0,5	0,9	0,9	0,8	0,5	0,8	0,5	0,4	0,7	0,6
Sin especificar	5,7	3,2	1,6	3,3	9,8	11,5	10,6	9,9	12,0	12,9
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 factores ambientales (clima, tranquilidad, etc.) son los mejor valorados. También lo son la hospitalidad, la seguridad y el servicio de taxi.

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	3T 2015
FACTORES ALOJATIVOS	8,19
Calidad del alojamiento	8,18
Trato en el alojamiento	8,54
Calidad de comida en alojamiento	7,79
FACTORES AMBIENTALES	8,62
Clima	8,91
Zonas de baño	8,51
Paisajes	8,59
Calidad del medio ambiente	8,65
Tranquilidad	8,57
Limpieza	8,50
FACTORES DE RESTAURACIÓN	8,14
Calidad de los restaurantes	8,08
Oferta de gastronomía local	7,89
Trato del personal en restaurantes	8,48
Precio en los restaurantes	8,09
ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE	7,70
Actividades culturales	7,91
Actividades deportivas	7,85
Golf	6,91
Parques de ocio	7,27
Ambiente nocturno / diversión	7,43
Excursiones organizadas	8,07
Diversión / recreo para niños	7,74
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,76
SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS	8,36
Servicios de autobús	8,10
Servicios de Taxi	8,64
Alquiler de vehículos	8,23
Seguridad	8,63
Estado de las carreteras	8,34
Calidad y variedad del comercio	7,81
Hospitalidad	8,75

FICHA TÉCNICA

- **Universo:** población turística de Lanzarote durante el tercer trimestre de 2015.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 1.998 entrevistas realizadas durante el tercer 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 $\pm 2,2$ %.
- **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.