



CENTRO DE DATOS

ENCUESTA TURÍSTICA

Perfil y características del viaje

LANZAROTE 2015
Cuarto Trimestre

www.datosdelanzarote.com



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 cuarto 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 cuarto trimestre de 2015 y su comparación con los datos para el periodo correspondiente a cada trimestre de 2006-14.

1.- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

Durante el cuarto trimestre de 2015 predomina el porcentaje de hombres sobre el de mujeres. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje (60,95 %) se encuentra en el grupo de mayor de 44 años.

<i>Evolución de turistas según sexo y edad 4º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
SEXO	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Hombres	44,93	52,47	42,82	53,13	58,47	63,81	59,30	60,32	63,62	52,40
Mujeres	55,07	47,86	57,18	46,87	41,53	36,19	40,70	39,68	36,38	47,60
EDAD	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
De 16 a 24 años	5,30	3,75	5,11	8,89	6,59	8,03	5,33	9,34	6,88	4,68
De 25 a 44 años	43,54	41,98	42,89	39,35	51,48	58,25	52,10	50,47	47,50	34,38
Mayor de 44 años	51,16	54,27	51,99	51,76	41,93	33,73	42,56	40,19	45,62	60,95

Según la relación con la **actividad económica**, el 29,97 % son empleados de cargo alto o medio y un 23,33 % de los turistas son empresarios.

<i>Evolución de los turistas según actividad económica 4º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Empresarios con o sin asalariados	21,65	26,35	22,88	22,04	25,86	23,60	21,85	26,77	26,99	23,33
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	29,65	35,70	33,86	32,15	33,28	39,26	33,37	34,35	30,79	29,87
Funcionarios o empleados auxiliares u otros trabajadores y obreros	11,65	11,60	16,61	15,64	16,95	18,37	15,50	16,21	13,63	12,37
Jubilados	9,17	6,67	6,87	8,68	5,50	5,93	5,02	4,73	6,82	5,02
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	16,24	15,97	14,74	13,97	12,18	7,24	10,29	11,87	14,14	21,03
No contesta	11,64	3,72	5,05	7,51	6,22	5,60	13,96	6,06	7,63	8,38

El **nivel de ingresos** que más sobresale es el comprendido entre 24.001 y 36.000 euros, seguido por aquellos cuya renta anual es entre 36.001 y 48.000 €.

Evolución de los turistas según nivel de ingresos 4º TRIMESTRE (2006-15)										
NIVEL DE INGRESOS	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
De 12.000 a 24.000 €	10,98	11,05	9,94	15,47	15,58	14,39	9,95	13,85	13,85	13,01
De 24.001 a 36.000 €	14,00	17,38	13,53	15,98	18,20	17,32	13,01	15,76	14,80	15,91
De 36.001 a 48.000 €	12,76	19,44	15,26	14,02	15,16	14,98	13,09	14,96	12,55	13,37
De 48.001 a 60.000 €	10,45	11,92	13,41	10,98	13,15	12,39	10,38	11,83	12,19	11,39
De 60.001 a 72.000 €	6,45	8,57	9,09	7,28	8,98	9,97	6,10	7,45	7,26	7,81
De 72.001 a 84.000 €	4,76	5,62	4,05	4,45	4,29	5,85	5,22	5,19	6,75	4,58
Más de 84.000 €	11,65	11,99	8,91	9,65	9,65	11,18	11,42	12,30	13,78	12,77
No contesta	28,96	14,03	25,82	22,18	14,99	13,93	30,82	18,65	18,83	21,16

2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El **72,31 %** de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un **35,37 %** 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 4º TRIMESTRE (2015)</i>	% ¹
Conocía Canarias por visitas anteriores	72,31
Recomendación de amigos o familiares	35,37
Folleto o catálogo del tour operador	8,29
Recomendación de agencia de viajes	9,72
La información obtenida a través de Internet	28,64
Otros	10,12
No contesta	25,55

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 4º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FUENTE DE INFORMACIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Conocía Canarias por visitas anteriores	69,5	70,6	71,7	73,5	66,7	67,7	65,4	68,8	68,7	72,31
Recomendación de amigos o familiares	35,5	37,6	44,7	35,6	37,1	38,6	36,0	39,8	38,6	35,37
Folleto o catálogo del tour operador	17,9	16,4	8,1	10,9	10,0	9,7	9,3	6,4	7,3	8,29
Recomendación de agencia de viajes	14,7	9,2	8,8	9,9	10,4	9,6	10,5	7,6	8,7	9,72
La información obtenida a través de Internet	17,0	26,5	25,1	29,5	29,0	33,4	24,7	33,9	33,0	28,64
Otros	17,8	18,8	13,7	17,4	14,0	11,1	9,9	12,2	11,1	10,12
No contesta	25,5	19,3	26,0	21,2	30,5	27,6	41,6	28,7	30,0	25,55

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 95,95 % de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el cuarto 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 40,69%) y en tercer puesto están las **playas** (26,70 %).

Otros motivos son los **paisajes**, que es citado por un 25,09 % de los visitantes, **el precio** (17,60 %) y las **facilidades de traslado** (14,94 %).

<i>Aspectos de elección 4º TRIMESTRE (2015)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% ²
Clima o sol	95,95
Playas	26,70
Paisajes	25,09
Calidad del entorno ambiental	8,97
Tranquilidad, descanso, relax	40,69
Seguridad	12,06
Oferta cultural	4,05
Oferta de turismo rural	0,72
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventura)	3,96
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.	0,34
Parques de ocio	0,22
Actividades náuticas	1,53
Golf	0,28
Otra oferta deportiva	1,89
Ambiente nocturno, diversión	1,64
Compras	2,13
Conocer nuevos lugares	14,87
Facilidades de traslado	14,94
Precio	17,60
Un lugar adecuado para niños	7,55
Sensación de seguridad frente a catástrofes naturales	0,74
Otros	3,38
No lo ha elegido usted	0,63
No contesta	7,04

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 "vuelo y alojamiento" ocupan los primeros lugares durante el cuarto trimestre de 2015, con el 33,74 % y 31,47 % respectivamente.

En tercer lugar, con un 17,61 % de los turistas, aparece el concepto que engloba el 'vuelo, alojamiento y media pensión'.

<i>Evolución de los conceptos contratados en origen 4º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Vuelo	8,5	13,1	13,0	8,7	10,2	8,0	11,0	7,5	8,6	4,89
Vuelo y alojamiento	41,9	32,0	37,4	35,4	32,8	30,5	31,0	34,4	32,1	31,47
Vuelo, aloj. y desayuno	6,1	4,6	5,5	5,9	5,6	7,6	8,5	8,3	7,7	7,46
Vuelo, aloj. y media pensión	24,1	18,4	15,3	16,4	18,0	16,5	14,9	14,3	15,7	17,61
Vuelo, aloj. y pensión completa	3,8	5,7	4,7	5,1	3,7	2,0	1,2	2,6	3,0	3,40
Vuelo, aloj. y todo incluido	14,4	18,0	16,1	25,4	28,2	33,0	29,3	31,1	30,9	33,74
Alojamiento y otros conceptos	0,4	6,2	5,8	2,3	0,4	0,7	0,6	0,3	0,3	0,34
No procede	0,9	2,0	2,1	0,7	1,2	1,7	3,5	1,5	1,8	1,09
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 34,41 % de británicos utiliza "todo incluido" y un 37,95 % de alemanes también. En los británicos las modalidades que predominan son el 'vuelo, alojamiento y todo incluido' (34,41 % lo usan) y el 'vuelo y alojamiento' (39,34 %).

<i>Conceptos contratados en origen según país 4º TRIMESTRE (2015)</i>					
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	Alemania	España	Reino Unido	Otros países	TOTAL
Vuelo	2,68	7,93	4,17	6,23	4,89
Vuelo y alojamiento	14,59	17,99	39,34	30,22	31,47
Vuelo, alojamiento y desayuno	6,07	8,24	5,85	10,42	7,46
Vuelo, alojamiento y media pensión	35,25	28,91	12,96	14,02	17,61
Vuelo, alojamiento y pensión completa	2,89	5,68	2,30	4,74	3,40
Vuelo, alojamiento y todo incluido	37,95	28,44	34,41	32,20	33,74
Alojamiento y otros conceptos	0,41	1,55	0,16	0,26	0,34
No procede	0,14	1,26	0,80	1,91	1,09

5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (47,39 %). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 26,28 %. Y en tercer lugar las agencias de viajes (15,90 %).

Por último, los portales de internet disminuyeron su uso en el último trimestre: son usados por el 9,10 % de los turistas para comprar el vuelo.

<i>Evolución de la compra de vuelo 4º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Tour operadores	42,5	47,5	41,9	54,4	53,0	56,3	44,7	43,2	47,6	47,39
Compañías aéreas	15,7	17,8	25,1	24,7	24,4	19,6	26,8	27,8	27,1	26,28
Agencias de viajes	34,6	20,7	20,1	11,6	12,2	13,5	19,2	14,2	14,2	15,90
Portales de Internet	4,9	8,2	8,8	6,2	8,7	9,1	7,3	12,7	9,0	9,10
No lo sabe	2,3	5,6	3,4	2,1	1,1	1,3	1,9	1,6	1,9	1,03
No contesta	.	0,3	0,8	0,9	0,5	0,1	0,2	0,4	0,1	0,31
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

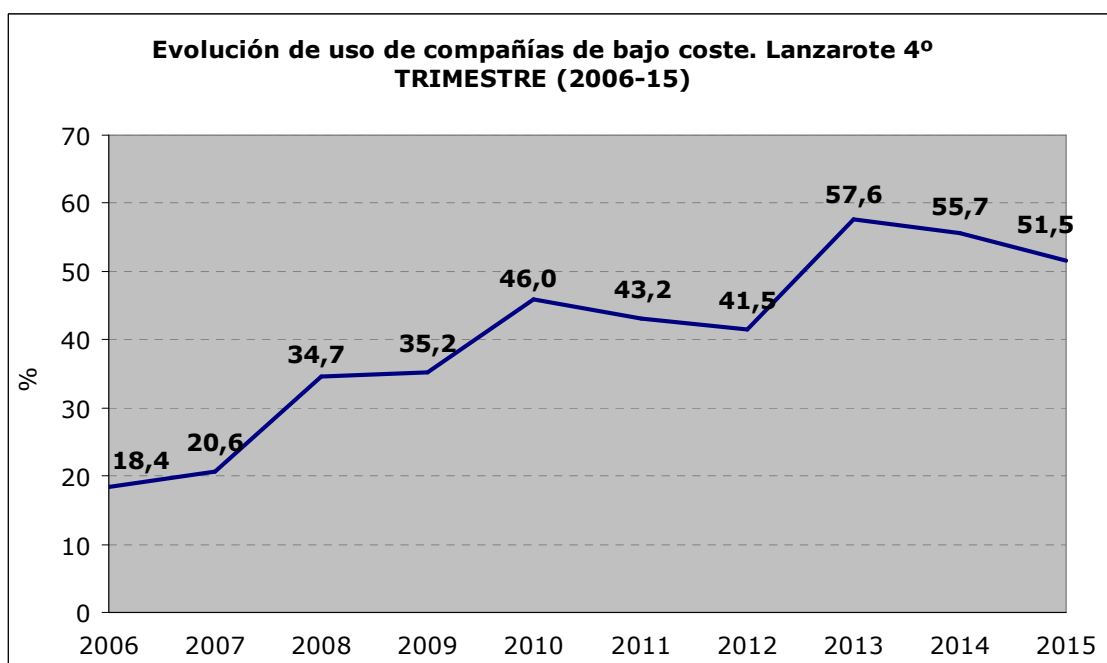
5.2.- Bajo coste

El **51,54 %** de los turistas que visitaron Lanzarote durante el cuarto trimestre de 2015 volaron en compañías aéreas de bajo coste. Esta cifra es 8,11 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

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

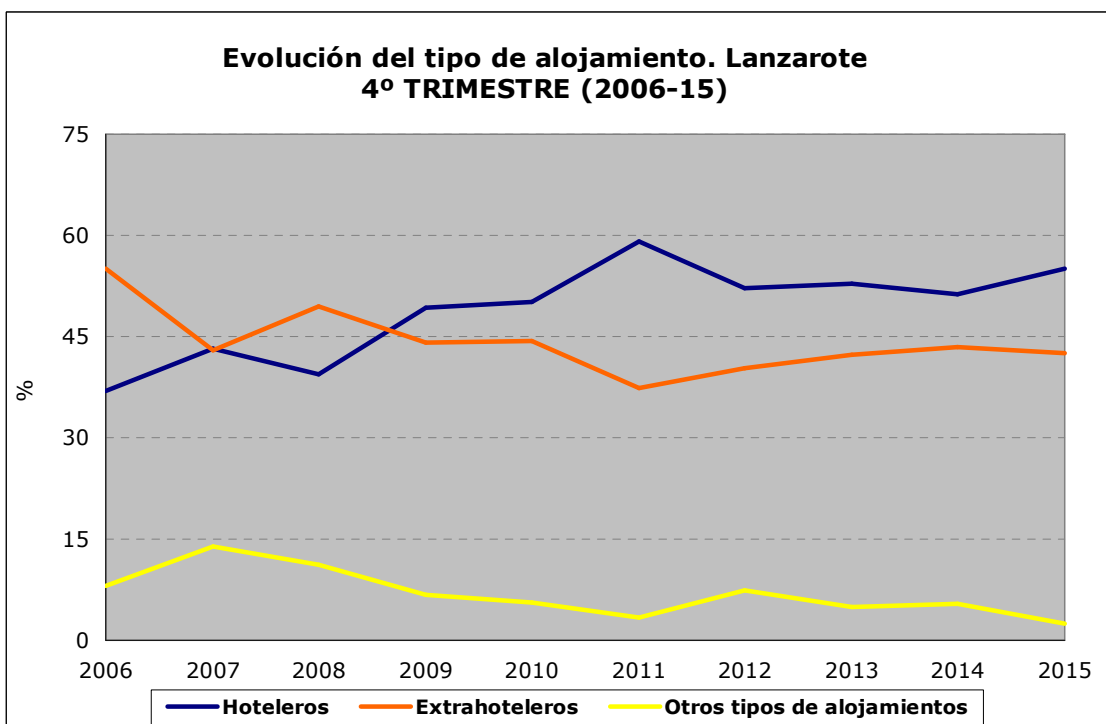
<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 4º TRIMESTRE de 2015. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	43,43	51,54
No voló en bajo coste	51,55	45,46
No contesta	5,02	3,00

El uso de compañías de bajo coste bajó ligeramente en el cuarto trimestre de 2015 con respecto al año anterior.



6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante el cuarto trimestre de 2015 el 54,98 % de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 42,56 % lo hizo en extrahoteleros. A lo largo de estos años el porcentaje se ha invertido tal como refleja el gráfico siguiente.



6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (45,36%), En segundo lugar aparecen las agencias de viajes (16,22%) y los alojamientos directamente, que son utilizados por un 15,95%.

<i>Evolución de la reserva de alojamiento 4º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
FORMA	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Tour operadores	37,3	37,7	35,6	43,0	43,9	46,3	39,3	38,9	42,2	45,36
Alojamientos directamente	13,8	10,3	18,1	16,9	15,7	14,0	18,8	16,9	17,0	15,95
Agencias de viajes	34,9	21,2	19,1	15,9	15,9	16,1	18,6	14,9	14,5	16,22
Portales de Internet	5,1	10,8	11,1	13,2	14,4	15,4	12,1	19,1	15,8	14,79
No lo sabe	3,1	9,2	4,1	2,7	2,1	2,2	2,0	2,4	3,1	1,98
No le hacía falta	5,8	9,7	6,5	5,2	5,5	3,8	7,0	4,5	4,2	2,28
No contesta	0,0	1,6	5,4	3,0	2,6	2,2	2,1	3,5	3,3	3,42
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 cuarto trimestre de 2015 fue de **8,86 noches**.

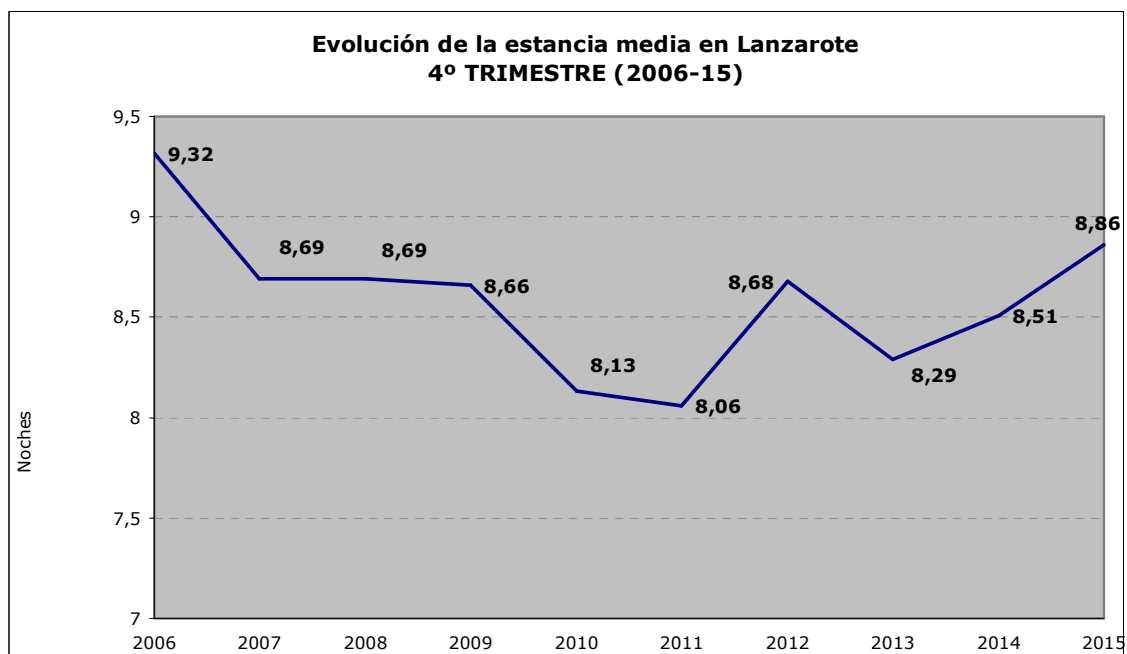
La estancia fue más alta entre los alemanes (10,11 noches) y británicos (9,09 noches), mientras que la más corta se registró entre los turistas españoles.

<i>Estancia media según país de residencia</i>		<i>4º</i>
<i>TRIMESTRE (2015)</i>		
PAÍS	Noches	
Alemania	10,11	
España	6,90	
Holanda	8,73	
Países Nórdicos	8,08	
Reino Unido	9,09	
Otros países	8,56	
TOTAL PAÍSES	8,86	

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

<i>Estancia media según isla 4º TRIMESTRE (2015)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	9,16
Lanzarote	8,86
Fuerteventura	9,23
Gran Canaria	9,65
Tenerife	8,79
La Palma	9,99

La estancia media en Lanzarote aumentó en el cuarto trimestre de 2015.



8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 82,44 % de los visitantes entrevistados durante el cuarto 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 4º TRIMESTRE (2006-15)</i>										
OPINIÓN	2006 %	2007 %	2008 %	2009 %	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2015 %
Muy buena o buena	89,8	93,9	92,7	92,2	86,2	86,6	86,8	89,0	85,4	82,44
Normal	7,2	4,2	4,8	4,3	3,5	3,9	3,7	2,8	1,9	2,96
Mala o muy mala	0,7	0,1	0,9	0,6	0,2	0,3	0,4	0,6	0,4	0,27
Sin especificar	2,3	1,7	1,6	2,9	10,1	9,2	9,1	7,7	12,3	14,33
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, paisajes, etc.) son los mejor valorados, así como servicios generales e infraestructuras (hospitalidad, seguridad, servicio de taxi, etc.).

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	4T 2015
FACTORES ALOJATIVOS	8,09
Calidad del alojamiento	8,05
Trato en el alojamiento	8,48
Calidad de comida en alojamiento	7,66
FACTORES AMBIENTALES	8,48
Clima	8,60
Zonas de baño	8,34
Paisajes	8,49
Calidad del medio ambiente	8,51
Tranquilidad	8,48
Limpieza	8,47
FACTORES DE RESTAURACIÓN	8,10
Calidad de los restaurantes	8,07
Oferta de gastronomía local	7,79
Trato del personal en restaurantes	8,46
Precio en los restaurantes	8,07
ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE	7,60
Actividades culturales	7,88
Actividades deportivas	7,82
Golf	6,71
Parques de ocio	7,06
Ambiente nocturno / diversión	7,38
Excursiones organizadas	7,93
Diversión / recreo para niños	7,62
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,63
SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS	8,37
Servicios de autobús	8,10
Servicios de Taxi	8,57
Alquiler de vehículos	8,28
Seguridad	8,68
Estado de las carreteras	8,46
Calidad y variedad del comercio	7,73
Hospitalidad	8,76

FICHA TÉCNICA

- **Universo:** población turística de Lanzarote durante el cuarto trimestre de 2015.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 1.722 entrevistas realizadas durante el cuarto 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 $\pm 2,35$ %.
- **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.