



CENTRO DE DATOS

ENCUESTA TURÍSTICA

Perfil y características del viaje

LANZAROTE 2017
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	5
3.- ASPECTOS QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCIÓN DEL VIAJE	6
4.- CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	7
5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO	8
6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO	10
7.- ESTANCIA MEDIA	11
8.- VALORACIÓN DEL DESTINO	13

PRESENTACIÓN

Este informe recoge los datos para Lanzarote de la **Encuesta Turística tercer trimestre 2017. 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, siguiendo la *metodología de 2016* para series trimestrales.

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 2017 y su comparación con los datos para el periodo correspondiente a cada trimestre 2010-16.

1.- PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA

El 51,8% de los turistas que visitaron Lanzarote fueron mujeres, y en cuanto a la edad, el porcentaje más alto (53,3%) se encuentra en el grupo de mayores de 44 años.

<i>Evolución según sexo y edad 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
SEXO	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
Hombres	54,7	59,4	56,7	64,7	52,1	49,5	43,9	48,2
Mujeres	45,3	40,6	43,3	35,3	47,9	50,5	56,1	51,8
EDAD	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
De 16 a 24 años	10,2	10,5	11,0	15,3	11,4	8,6	7,4	8,9
De 25 a 44 años	54,5	55,2	51,8	49,4	50,7	48,1	36,5	37,8
Mayor de 44 años	35,3	34,3	37,3	35,4	37,8	43,3	56,1	53,3

Según la relación con la **actividad económica**, el 32,8% de los turistas son empleados de cargo alto o medio, seguidos por aquellos que son empresarios (25,7%).

<i>Evolución según actividad económica 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
Empresarios con o sin asalariados	24,1	23,0	22,4	23,6	23,2	24,1	21,1	25,7
Funcionarios o empleados de cargo alto o medio	36,4	37,9	35,7	35,0	36,1	37,3	31,9	32,8
Funcionarios o empleados auxiliares u otros trabajadores y obreros	21,7	22,0	20,3	19,5	19,4	17,4	16,8	13,6
Parados, estudiantes o trabajadores domésticos no remunerados	9,2	7,4	7,2	11,6	8,5	6,2	6,0	6,5
Jubilados	3,9	3,6	4,1	3,5	4,7	5,9	15,1	13,0
No contesta	4,8	6,1	10,3	6,9	8,1	9,2	9,0	8,4

Los **niveles de ingresos** que más sobresalen son los comprendidos entre 24.001 y 36.000 euros, y el intervalo entre 36.001 y 48.000 €.

<i>Evolución según nivel de ingresos 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
ACTIVIDAD ECONÓMICA	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
De 12.000 a 24.000 €	13,3	14,9	14,1	14,4	15,0	11,6	13,7	13,8
De 24.001 a 36.000 €	16,7	19,1	15,8	17,8	19,7	13,2	15,8	15,4
De 36.001 a 48.000 €	17,2	16,1	14,8	14,1	12,6	12,7	13,1	12,8
De 48.001 a 60.000 €	13,2	12,6	11,2	14,5	11,4	11,6	13,1	12,3
De 60.001 a 72.000 €	9,5	7,8	7,6	7,4	7,1	9,7	9,3	7,8
De 72.001 a 84.000 €	5,8	4,7	4,4	4,3	3,7	5,6	4,4	5,2
Más de 84.000 €	9,7	9,9	8,8	8,4	9,9	13,6	12,4	11,8
No contesta	14,7	14,9	23,3	19,1	20,6	21,9	18,2	20,8

2.- FORMAS DE CONOCER LANZAROTE

El **64,7%** de los turistas conocía la isla por visitas anteriores, mientras que un 39,8% ha realizado su viaje motivado por la recomendación de familiares o amigos y un 30% por la información obtenida a través de internet.

<i>Evolución según formas de conocer Lanzarote 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
FUENTE DE INFORMACIÓN	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
Conocía Canarias por visitas anteriores	62,1	61,7	60,3	63,7	59,3	60,2	63,2	64,7
Recomendación de amigos o familiares	38,8	42,1	39,6	41,7	44,8	37,5	40,9	39,8
Folleto o catálogo del tour operador	11,9	13,2	12,4	10,7	11,7	12,7	10,9	10,4
Recomendación de agencia de viajes	12,5	13,0	11,6	11,6	12,0	10,8	10,9	10,1
La información obtenida a través de internet	32,1	29,4	30,6	32,6	34,8	31,6	27,1	30,0
Otros	10,9	10,3	8,4	11,6	8,1	9,1	9,3	9,1
No contesta	29,2	28,4	35,4	26,2	28,1	36,3	35,8	34,0

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

El 89,4% de los turistas que viajaron a Lanzarote durante el tercer trimestre de 2017 citan el **clima o sol como el principal motivo de visita**. El segundo lugar lo ocupa la **tranquilidad, descanso y relax** (citada por un 37%) y en tercer puesto están las **playas** (32,9%).

Otros motivos son los **paisajes**, que son citados por un 25,9% de los visitantes, **conocer nuevos lugares** (19,5%) y el **precio** (16,7%).

<i>Aspectos de elección 3º TRIMESTRE (2017)</i>	
ASPECTOS DE ELECCIÓN	% ¹
Clima o sol	89,4
Playas	32,9
Paisajes	25,9
Calidad del entorno ambiental	9,8
Tranquilidad, descanso, relax	37,0
Seguridad	9,9
Oferta cultural	4,8
Oferta de turismo rural	1,3
Oferta de turismo activo (senderismo, multiaventura, etc.)	2,7
Turismo de salud (spa, talasoterapia, etc.)	0,4
Parques de ocio	1,4
Actividades náuticas	2,1
Golf	0,2
Otra oferta deportiva	1,9
Ambiente nocturno, diversión	2,8
Compras	2,4
Conocer nuevos lugares	19,5
Facilidades de traslado	10,5
Precio	16,7
Un lugar adecuado para niños	13,6
Sensación de seguridad frente a catástrofes natura	0,5
Otros	3,0
No lo ha elegido usted	0,5
No contesta	5,3

¹ 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 de “todo incluido” y el de “vuelo y alojamiento” ocupan los primeros lugares durante el tercer trimestre de 2017, con el 36,5% y el 30,7% respectivamente. En tercer lugar, un 16,4% de los turistas escoge el paquete ‘vuelo, alojamiento y media pensión’.

<i>Evolución de turistas según conceptos contratados en origen 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
Vuelo	7,3	7,2	5,7	5,8	4,1	3,2	3,7	4,9
Vuelo y alojamiento	33,2	31,8	30,4	30,9	28,7	26,0	28,3	30,7
Vuelo, aloj. y desayuno	4,0	4,2	5,3	6,4	5,8	6,4	6,4	6,9
Vuelo, aloj. y media pensión	18,5	18,1	16,4	16,0	16,1	14,2	17,1	16,4
Vuelo, aloj. y pensión completa	1,9	1,6	2,3	2,6	2,7	3,2	3,4	2,8
Vuelo, aloj. y <i>todo incluido</i>	34,0	36,1	37,5	35,6	41,4	45,3	39,3	36,5
Alojamiento y otros conceptos	0,9	0,2	0,2	0,6	0,4	0,3	0,4	0,4
No procede	0,4	0,8	2,2	2,1	0,8	1,5	1,2	1,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Según países, destaca que el porcentaje de uso del “todo incluido” es más alto en los alemanes y, en menor medida, británicos durante este trimestre.

<i>Conceptos contratados en origen según país 3º TRIMESTRE (2017)</i>							
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	TOTAL PAÍSES %	Alemania %	España %	Holanda %	Países Nórdicos %	Reino Unido %	Otros países %
Vuelo	4,9	1,7	10,5	4,8	4,0	7,3	9,5
Vuelo y alojamiento	30,7	6,7	24,0	36,4	31,6	30,5	26,4
Vuelo, alojamiento y desayuno	6,9	3,6	8,7	5,6	9,7	7,6	7,0
Vuelo, alojamiento y media pensión	16,4	29,4	20,4	14,4	13,8	15,8	18,8
Vuelo, alojamiento y pensión completa	2,8	3,1	4,7	1,0	5,2	2,0	8,1
Vuelo, alojamiento y <i>todo incluido</i>	36,5	54,5	30,8	36,2	33,0	33,2	26,2
Alojamiento y otros conceptos	0,4	0,0	0,0	0,3	0,8	0,8	0,8
No procede	1,5	1,0	1,1	1,3	2,0	2,7	3,2
TOTAL RESPUESTA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

5.- CARACTERÍSTICAS DEL VUELO

5.1.- Compra de vuelo

La compra de vuelo se realiza en su mayoría a tour operadores (40,8%). En segundo lugar aparecen las compañías aéreas, que son utilizadas por un 27,2%, y en tercer lugar las agencias de viajes (19,8%).

Por último, los portales de internet lo utilizan el 10,7% de los turistas para comprar el vuelo.

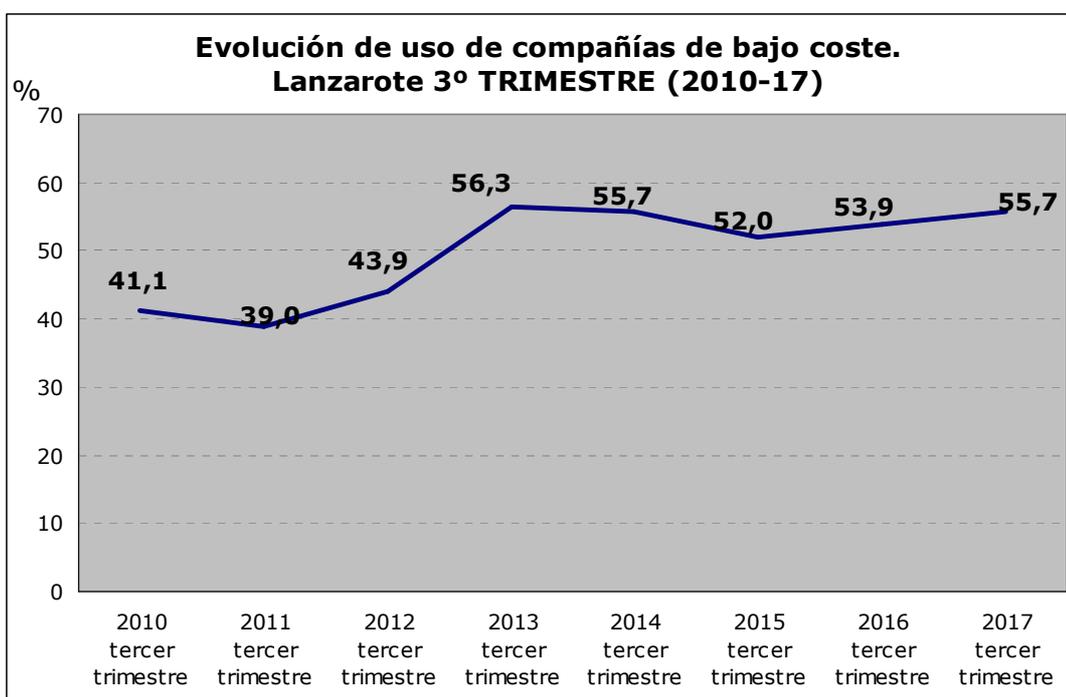
<i>Evolución de la compra de vuelo 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
CANALES DE VENTA DE VUELO	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
Tour operadores	48,7	55,2	43,1	42,3	45,5	47,6	44,6	40,8
Compañías aéreas	22,1	17,0	23,1	27,9	23,3	23,2	27,5	27,2
Agencias de viajes	18,2	16,0	22,8	17,1	18,4	17,5	18,4	19,8
Portales de internet	9,6	10,3	9,6	10,1	11,6	10,4	9,0	10,7
No lo sabe	1,2	1,0	0,9	2,2	1,0	1,2	0,4	1,3
No contesta	0,3	0,5	0,5	0,4	0,2	0,1	0,1	0,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

5.2.- Bajo Coste

El 55,7% de los turistas que visitaron Lanzarote durante el tercer trimestre de 2017 volaron en compañías aéreas de bajo coste. Esta cifra es 5 puntos más alta que la que se registra en el conjunto de Canarias.

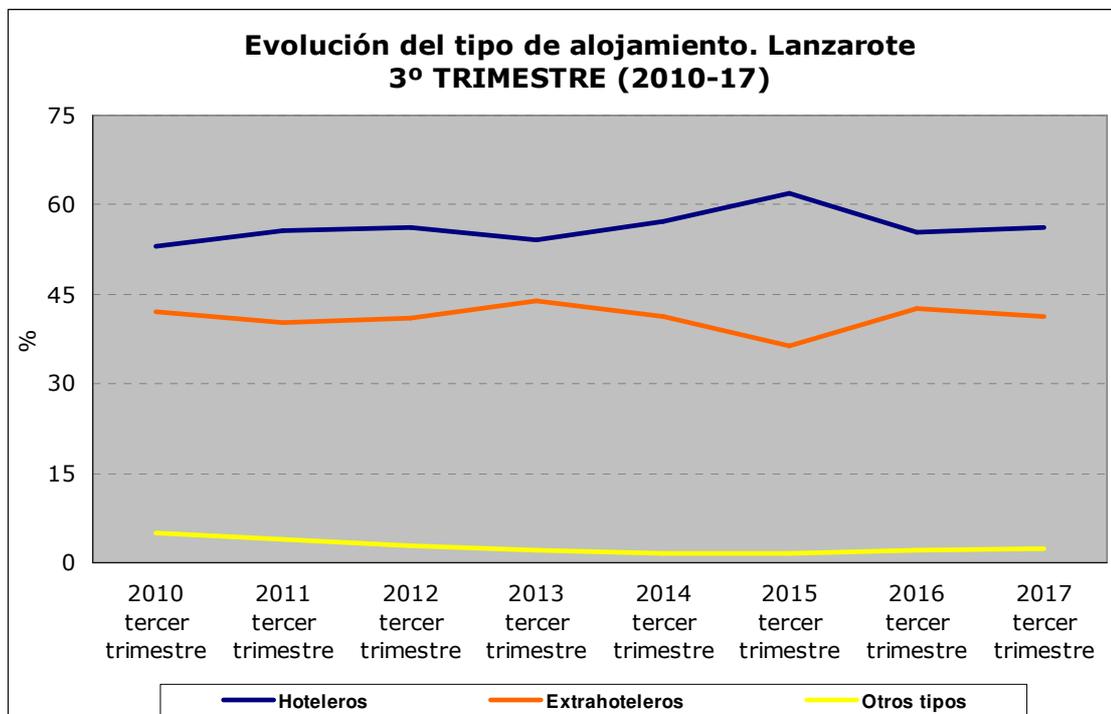
El bajo coste es utilizado principalmente por españoles y británicos.

<i>Uso de compañías aéreas de bajo coste durante el 3º TRIMESTRE de 2017. Comparación con Canarias</i>		
FORMA DE VUELO	CANARIAS	Lanzarote
Sí voló en bajo coste	50,4	55,7
No voló en bajo coste	45,3	41,3
No contesta	4,2	3,0



6.- CARACTERÍSTICAS DEL ALOJAMIENTO

Durante el tercer trimestre de 2017 el 56,2% de los turistas se alojaron en establecimientos hoteleros y el 41,4% lo hizo en extrahoteleros.



6.1.- Reserva de alojamiento

La reserva de alojamiento se realiza en su mayoría a tour operadores (37,2%). En segundo lugar aparecen las agencias de viaje, que son utilizados por un 19,7% en este trimestre.

<i>Evolución de la compra reserva de alojamiento 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
CANALES DE RESERVA DE ALOJAMIENTO	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
Tour operadores	40,6	45,2	39,1	38,6	42,5	44,4	41,4	37,2
Alojamientos directamente	13,4	12,8	15,9	16,6	13,9	15,7	17,7	17,7
Agencias de viajes	22,3	20,0	24,5	19,6	20,4	19,0	20,0	19,7
Portales de internet	15,4	15,7	13,8	17,8	17,4	14,8	15,1	17,1
No lo sabe	1,6	1,3	1,6	1,6	2,1	2,0	1,2	3,0
No le hacía falta	4,3	3,3	2,7	2,3	1,6	1,6	2,3	2,9
No contesta	2,4	1,7	2,3	3,5	2,1	2,6	2,5	2,4
TOTAL	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 2017 fue de **8,89 noches**.

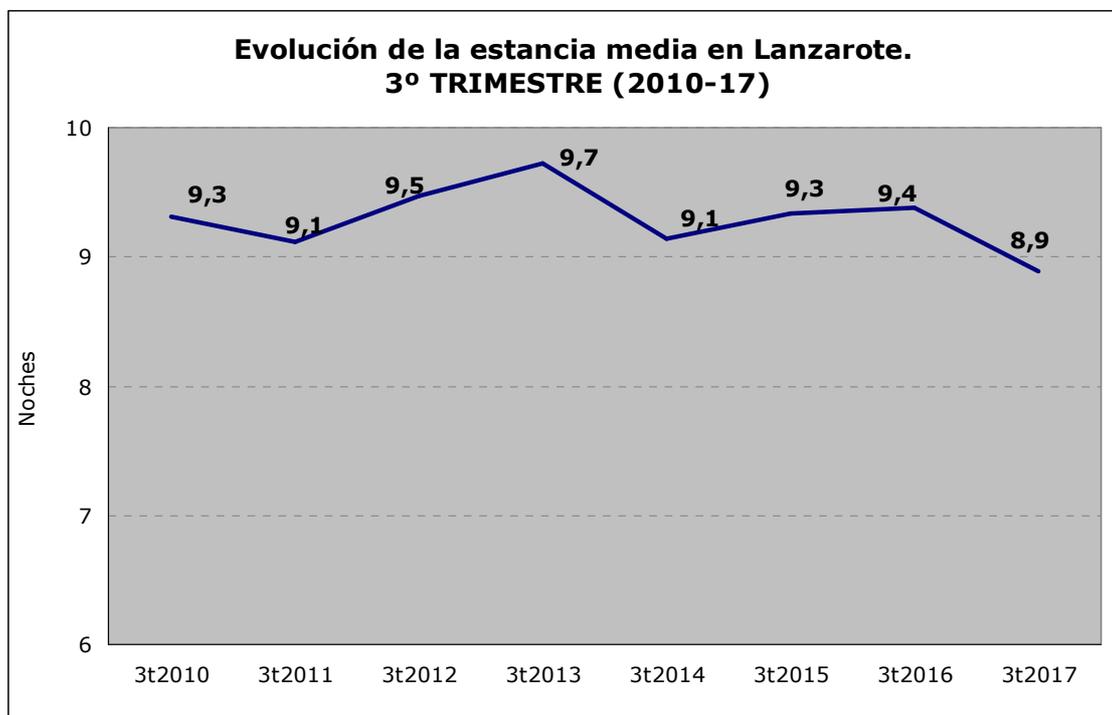
La estancia fue más alta entre los alemanes (9,6 noches), mientras que la más baja se registró entre los turistas nórdicos y fue de 7,3 noches.

<i>Estancia media según país de residencia 3º TRIMESTRE (2017)</i>	
PAÍS	Noches
TOTAL PAÍSES	8,89
Alemania	9,58
España	8,65
Holanda	9,52
Países Nórdicos	7,28
Reino Unido	9,00
Otros países	8,47

En cuanto a la **comparación con el resto de las Islas Canarias**, Lanzarote registra en el tercer trimestre de 2017 la estancia más baja del conjunto del archipiélago.

<i>Estancia media según isla 3º TRIMESTRE (2017)</i>	
ISLA	Noches
CANARIAS	9,46
Lanzarote	8,89
Fuerteventura	9,74
Gran Canaria	9,27
Tenerife	9,69
La Palma	10,98

La estancia media en Lanzarote disminuye ligeramente en el tercer trimestre de 2017 con respecto al mismo trimestre del año anterior.



8.- VALORACIÓN DEL DESTINO

El 82% de los visitantes entrevistados durante el tercer trimestre de 2017 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.

<i>Evolución de la impresión general sobre el viaje 3º TRIMESTRE (2010-17)</i>								
CONCEPTOS CONTRATADOS EN ORIGEN	2010 %	2011 %	2012 %	2013 %	2014 %	2014 %	2016 %	2017 %
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100
Muy buena o buena	85,3	84,1	86,0	86,7	85,0	84,4	86,7	82,0
Normal	5,3	4,3	3,3	3,8	2,7	2,7	2,2	5,3
Mala o muy mala	0,4	0,7	0,6	0,5	0,6	0,6	0,3	0,8
Sin especificar	9,1	10,9	10,1	8,9	11,7	12,2	10,9	12,0
PUNTUACIÓN (De 0 a 10)	9,7	9,7	9,8	9,7	9,8	9,8	9,8	9,6

8.1.- Valoración de aspectos del destino

Los servicios generales (hospitalidad, seguridad, servicios de taxi, etc.) son los mejor valorados junto con los factores ambientales.

Valoración de aspectos del destino (de 0 a 10)	3T 2010	3T 2011	3T 2012	3T 2013	3T 2014	3T 2015	3T 2016	3T 2017
FACTORES ALOJATIVOS	7,78	7,88	7,98	7,9	8,09	8,12	8,2	8,27
Calidad del alojamiento	7,79	7,89	7,95	7,89	8,07	8,11	8,19	8,27
Trato en el alojamiento	8,09	8,21	8,36	8,27	8,44	8,49	8,58	8,57
Calidad de comida en alojamiento	7,39	7,45	7,57	7,49	7,71	7,72	7,78	7,92
FACTORES AMBIENTALES	8,31	8,38	8,52	8,4	8,48	8,6	8,62	8,49
Clima	8,66	8,53	9,04	8,79	8,83	8,93	8,97	8,72
Zonas de baño	8,15	8,19	8,44	8,36	8,35	8,48	8,56	8,43
Paisajes	8,28	8,4	8,33	8,34	8,42	8,58	8,56	8,43
Calidad del medio ambiente	8,26	8,4	8,39	8,36	8,46	8,6	8,59	8,44
Tranquilidad	8,32	8,46	8,57	8,36	8,5	8,54	8,6	8,49
Limpieza	8,16	8,26	8,34	8,2	8,35	8,48	8,45	8,4
FACTORES DE RESTAURACIÓN	7,65	7,78	7,93	7,86	8	8,15	8,17	8,11
Calidad de los restaurantes	7,8	7,9	8,03	7,92	8,04	8,1	8,19	8,15
Oferta de gastronomía local	7,3	7,44	7,59	7,55	7,66	7,86	7,87	7,86
Trato del personal en restaurantes	8,06	8,22	8,31	8,26	8,36	8,49	8,54	8,43
Precio en los restaurantes	7,4	7,54	7,76	7,68	7,92	8,12	8,03	7,97
ACTIVIDADES OCIO/TIEMPO LIBRE	7,16	7,49	7,49	7,44	7,54	7,63	7,83	7,34
Actividades culturales	7,43	7,79	7,7	7,7	7,85	7,86	8,1	7,03
Actividades deportivas	7,21	7,54	7,67	7,63	7,73	7,85	7,92	7,78
Golf	6,38	6,73	6,66	6,42	6,59	6,79	7,04	6,52
Parques de ocio	6,68	7,04	6,92	6,85	7,05	7,13	7,52	7,19
Ambiente nocturno / diversión	6,85	7,27	7,21	7,28	7,17	7,32	7,49	7,21
Excursiones organizadas	7,66	7,95	7,88	7,89	8,06	8,04	8,22	7,64
Diversión / recreo para niños	7,2	7,46	7,59	7,5	7,61	7,65	7,86	7,46
Actividades de salud / <i>wellness</i>	7,21	7,44	7,59	7,47	7,57	7,68	7,84	7,6
SERVICIOS GENERALES	7,83	7,94	8,02	7,94	8,08	8,32	8,44	8,36
Servicios de autobús	7,52	7,7	7,74	7,67	7,83	8,01	8,13	8,09
Servicios de taxi	8,28	8,4	8,48	8,48	8,45	8,62	8,6	8,6
Alquiler de vehículos	7,82	8,07	8,08	7,97	8,13	8,17	8,34	8,45
Seguridad	8,22	8,36	8,39	8,35	8,48	8,58	8,7	8,67
Estado de las carreteras	7,7	7,65	7,72	7,58	7,8	8,33	8,57	8,4
Calidad y variedad del comercio	7,05	7,1	7,25	7,17	7,31	7,73	7,83	7,64
Hospitalidad	8,29	8,47	8,58	8,48	8,63	8,71	8,81	8,73