



---

**«ENCUESTA DE TURISMO»**  
**FEBRERO 1992**

---

---

**MIGUEL ANGEL MARTIN ROSA**

A3  
15



**INDICE**

	<u>Pag.</u>
<b>PRESENTACION.....</b>	<b>1</b>
0.- CONSIDERACIONES PREVIAS.....	2
1.- AFLUENCIA TURISTICA.....	3
2.- FICHA TECNICA.....	4
3.- DISTRIBUCION DE LA MUESTRA.....	6
4.- CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA.....	7
<b>INFORME DE LOS RESULTADOS.....</b>	<b>10</b>
I.- CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR.....	11
II.- OCASIONES DE VISITA A LANZAROTE.....	12
III.- FUENTE DE INFORMACION.....	14
IV.- FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCION DEL VIAJE.....	16
V.- ORGANIZACION DEL VIAJE.....	17
V.1.- Contratación de servicios a través de Agencias.....	18
V.2.- Coste medio del servicio contratado.....	19
V.3.- Forma de visita.....	21
VI. TIPO DE ALOJAMIENTO.....	22
VI.1.- Opiniones sobre el alojamiento.....	23
VII.- ESTANCIA MEDIA.....	25
VIII.- GASTO MEDIO DIARIO.....	26



IX.- GRADO DE SATISFACCION.....	28
IX.1.- Grado de cumplimiento de expectativas....	29
IX.2.- Recomendación de Lanzarote como destino..	29
X.- INTENCION DE VOLVER.....	30
X.1.- Razones para no volver.....	30
XI.- VALORACION DE INSTALACIONES.....	32
XII.- VALORACION DE SERVICIOS Y TEMAS TURISTICOS.....	35
XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS.....	39
XIV.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO.....	41
XV.- VISITA A CENTROS A CENTROS TURISTICOS.....	42
XVI.- SINTESIS.....	45



## PRESENTACION

La presente ENCUESTA DE TURISMO 1992 ha sido realizada por el Excmo. Cabildo Insular de Lanzarote, al objeto de conocer las características actuales de la demanda turística, así como las peculiaridades y el grado de aceptación del producto turístico ofrecido en la isla de Lanzarote.

Este objetivo genérico se concreta en los siguientes aspectos:

- Perfil sociológico de la demanda actual: procedencia de los turistas, situación socioprofesional, nivel de estudios, etc.
- Organización y motivos del viaje, fuente de información, tipo de alojamiento y opiniones sobre el mismo.
- Grado de satisfacción, intención de volver y cumplimiento de expectativas.
- Valoración de los elementos de la oferta: establecimientos, servicios, medioambiente, etc.

Asimismo, se realiza un análisis comparativo, mediante series temporales, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en Encuestas de características similares realizadas en la isla por este Cabildo durante los años 1990 y 1991.



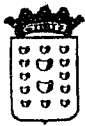
**0.- CONSIDERACIONES PREVIAS**

Este apartado hace referencia a una serie de consideraciones importantes que han de ser contempladas al analizar los resultados y conclusiones de la Encuesta.

- A la hora de definir la composición de la muestra disponemos como única fuente de información la nacionalidad de los turistas que visitan la isla.

- Además de esta información utilizamos el censo de población de la CE con igual porcentaje para las mujeres y para los hombres, es decir, establecimos cuotas según edad, tomando un 50% de mujeres y un 50% de hombres en cada uno de los estratos de edad definida.

- Por último, los resultados hacen referencia, por el período de su obtención, al turismo de temporada de invierno.

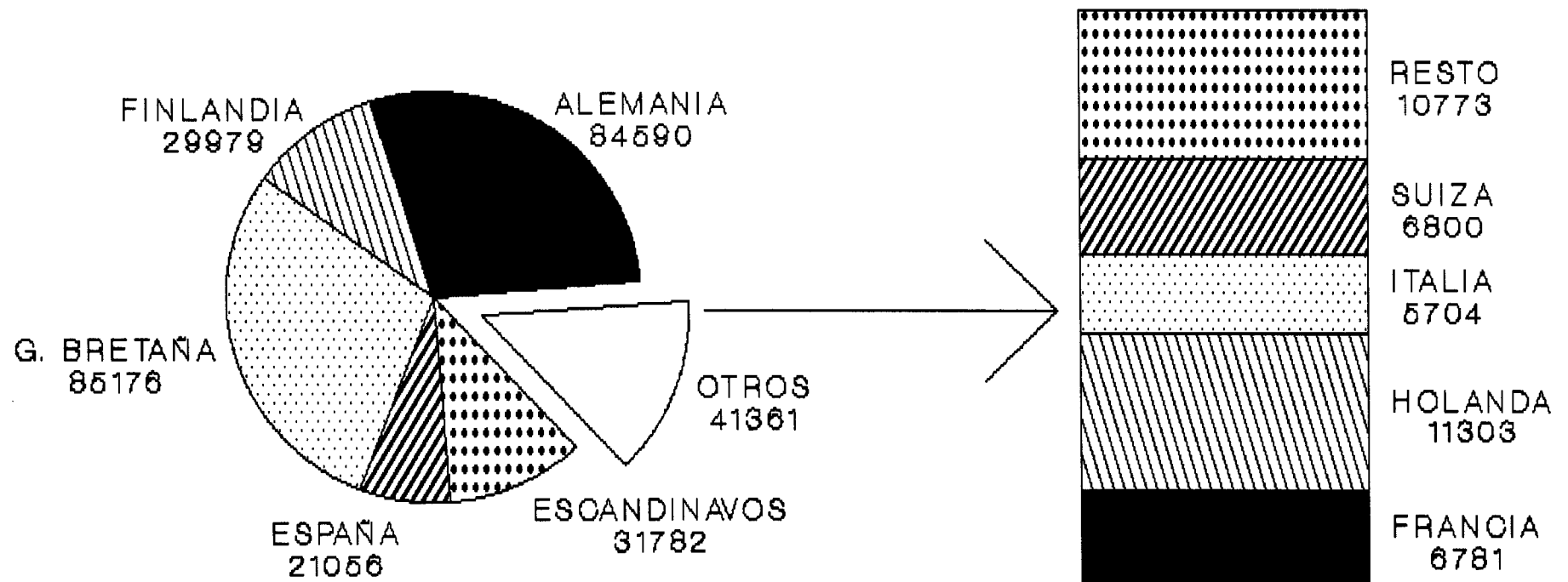
**1.- AFLUENCIA TURISTICA**

NUMERO DE TURISTAS ENTRADOS EN LANZAROTE DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DE 1992 (según nacionalidad). COMPARACION CON 1991.

	1991	1992	VARIACION %
ALEMANIA	72.244	84.590	17.1
AUSTRIA	1.424	3.154	121.5
BELGICA	3.956	4.436	12.1
DINAMARCA	3.989	3.892	- 2.4
FINLANDIA	39.239	29.979	- 23.6
FRANCIA	4.915	6.781	37.9
G. BRETAÑA	60.071	85.176	41.8
HOLANDA	6.153	11.303	83.7
IRLANDA	1.969	2.042	3.7
ITALIA	2.731	5.704	108.9
NORUEGA	7.855	9.055	43.9
SUECIA	12.734	18.835	47.9
SUIZA	6.306	6.800	7.8
OTROS	110	1.141	937.3
ESPAÑA	22.513	21.056	- 6.5
<b>TOTAL</b>	<b>246.209</b>	<b>293.944</b>	<b>19.4</b>

FUENTE: Consejería de Transferencias. U.T.A. Dpto. Turismo.

# AFLUENCIA TURISTICA PRIMER TRIMESTRE 1992





**1.- FICHA TECNICA**

El informe que se presenta a continuación está referido a la Encuesta de Turismo efectuada en Febrero de 1.992, además se hace una comparación, mediante series temporales, con las Encuestas de Turismo realizadas en Lanzarote en los años 1990 y 1991. El diseño de la muestra es similar y las características técnicas son las siguientes:

•**Universo:** población turística mayor de 18 años de la isla de Lanzarote.

•**Determinación del universo:** se tomó como referencia la afluencia turística registrada en Lanzarote durante los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre de 1991.

•**Ambito de estudio:** isla de Lanzarote.

•**Tamaño de la muestra:** los tamaños de las muestras para los diferentes años son los siguientes:

1990:	637	entrevistas
1991:	577	"
1992:	548	"

•**Error muestral máximo:** la muestra definida con un nivel de confianza del 95%, para  $p=q=50$  (máxima indeterminación), supone un error de:

1990:	± 3,9 %
1991:	± 4,1 %
1992:	± 4,2 %

•**Tipo de muestreo:** estratificado según cuotas de sexo, edad y nacionalidad. Estableciéndose estas dos últimas variables en base al censo de la CE.

•**Procedimiento de muestreo:** al azar: selección aleatoria de los individuos mediante cuotas de sexo, edad y nacionalidad.





• **Tipo de entrevista:** personal mediante cuestionario estructurado, cuya duración era de 10-12 minutos. Las entrevistas se efectuaron utilizando la lengua vernácula de los entrevistados.

• **Fecha de realización del trabajo de campo:**

1990: Enero  
1991: Marzo  
1992: Febrero

• **Dirección de los Estudios:** MIGUEL ANGEL MARTIN ROSA (Colegiado nº 3.345 del Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en CC.PP. y Sociología).



**2.- DISTRIBUCION DE LA MUESTRA**

La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

**Nacionalidad:**

	%
Alemania	31.0
Finlandia	5.8
Gran Bretaña	29.7
Holanda	4.0
Noruega	2.1
Suecia	6.3
Suiza	3.1
España	11.3
Otros (*)	6.3

(\*) Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia.

**Edad:**

	%
Entre 18 y 34 años	37.5
Entre 35 y 49 años	29.3
Entre 50 y 64 años	20.8
Más de 65 años	12.2

**Sexo:**

	%
Hombres	51
Mujeres	49



### 3.- CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA

Una vez efectuada la Encuesta, las características de los turistas entrevistados son las siguientes:

#### Nivel de estudios:

	%
Estudios primarios	19.9
Estudios medios	46.4
Estudios superiores	33.6

Se produce una evolución positiva, aunque prácticamente imperceptible, en el nivel de estudios a lo largo de estos tres años.

#### Estatus: (\*)

	%
Clase alta	1.3
Clase media-alta	15.2
Clase media-media	59.5
Clase media-baja	16.4
Clase baja	4.7
NS/NC	2.9

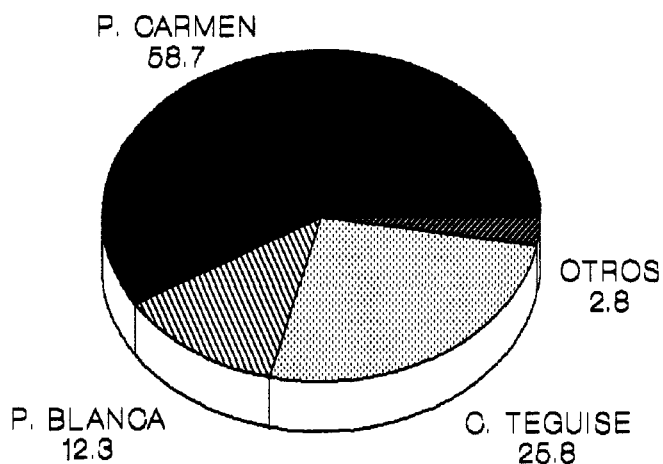
(\*) Debido a la escasa representatividad de los dos extremos (clases alta y baja), en posteriores análisis se utilizarán sólo las variables clases media-alta (fusionada con clase alta), media-media y media-baja (fusionada con clase baja). También cabe señalar un leve incremento del estatus de los turistas a lo largo de estos tres años.

#### Zonas Turísticas:

	%
Puerto del Carmen	58.7
Playa Blanca	12.3
Costa Teguise	25.8
Otras (*)	2.8

(\*) Zonas distintas a las tres mencionadas. Señalar también que los datos se aproximan a la distribución de la oferta turística de Lanzarote.

# LUGAR DE ALOJAMIENTO EN %



Posiblemente a corto o medio plazo el incremento del número de visitantes se canalizará hacia la zona de Playa Blanca, por motivos tales como: ampliación y mejora de la oferta alojativa, mejoras de comunicaciones, mejor clima, proximidad a la isla de Fuerteventura, etc.



**Profesiones:**

**EMPLEADOS POR CUENTA AJENA**

Director de empresa, directivo.....	1.4
Empleados de nivel superior.....	2.9
Funcionarios de nivel superior (título superior).....	2.1
Jefes Generales de las Fuerzas Armadas.....	-
Oficiales de las Fuerzas Armadas.....	-
Técnicos medios.....	5.8
Funcionarios de nivel medio.....	3.8
Empleados de nivel medio (administrativos).....	12.9
Vendedores, agentes comerciales, etc. (dependientes).....	8.5
Capataces, encargados, contra maestres.....	2.0
Obreros cualificados, especialistas.....	4.5
Empleados subalternos, conserjes, etc.....	1.4
Peones y obreros sin cualificar.....	2.9
Personal manual de servicios no cualificados.....	1.0
Jornaleros del campo.....	-

**TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA**

Agricultor, empresario agrario con asalariados.....	-
Agricultor sin asalariados.....	0.5
Empresario de industria, comercio u otra actividad de servicio de tipo medio o grande con asalariados.....	0.3
Industrial, comerciante o empresario de otra actividad de servicios de tipo pequeño sin asalariados.....	5.4
Profesional liberal.....	7.3
Trabajador independiente, autónomo, artesano (vendedor autónomo).....	3.8
Otra ocupación por cuenta propia.....	0.9
Inactivo.....	-
Ama de casa, sus labores.....	7.3
Parado.....	1.2
Jubilado.....	14.2
Estudiante.....	6.7
NS/NC.....	2.0



I N F O R M E  
D E        L O S  
R E S U L T A D O S



I.- CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR

Podemos calificar de alto (89 %) el número de turistas que afirman que se conoce Lanzarote como destino turístico en su lugar de procedencia. Además, se produce una evolución positiva en relación con los datos obtenidos en años anteriores.

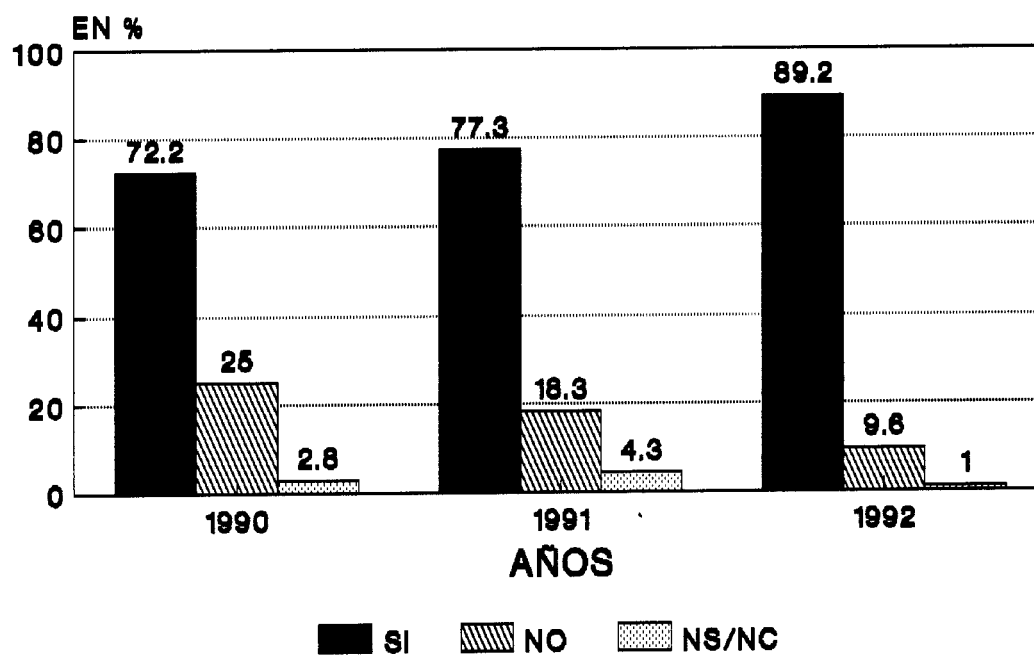
Cuadro 1: Conocimiento de Lanzarote en el exterior (en %)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Sí se conoce	72.2	77.3	89.2
No se conoce	25.0	18.3	9.6
NS/NC	2.8	4.3	1.0

De nuevo son británicos y alemanes los que mayoritariamente afirman que se conoce Lanzarote como destino turístico en su país, mientras que la isla es poco conocida - aunque en menor medida- en países como Holanda, Suiza y Finlandia. Como dato complementario, señalar que el conocimiento que se tiene de Lanzarote como destino turístico en la Península se ha elevado, si bien aún continúa por debajo de la media europea.

Respecto al cruce con otras variables, aumenta el conocimiento de Lanzarote con la elevación del estatus.

# CONOCIMIENTO DE LANZAROTE COMO DESTINO TURISTICO EN EL EXTERIOR







II.- OCASIONES EN QUE HA VISITADO LANZAROTE

Cuadro 2: Ocasiones en que ha visitado Lanzarote 1992 (%)

Primera vez	77.0
Una vez	2.4
Dos veces	10.6
Más de dos veces	10.0

Como se observa, el 23 % de los turistas son repetidores, mientras que el 77 % visitan la isla por primera vez. Con respecto a las anteriores Encuestas los resultados han variado: se aprecia un incremento -en términos proporcionales- de turistas que visitan la isla por primera vez.

Cuadro 3: Comparación con años anteriores (%).

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Primera vez	58.3	59.6	77.0
Repetidores	41.7	40.4	22.0

Continúan siendo los alemanes los que mayormente repiten su visita, con la incorporación en el presente año de los turistas de nacionalidad española. Sin embargo, es de destacar la elevada proporción de finlandeses (90 %), holandeses (86 %) y suizos (88 %) que visitan Lanzarote por primera vez.

El número de repetidores aumenta con la edad. En este sentido, obtenemos que el 43 % de los turistas mayores de 64 años han visitado la isla en más de dos ocasiones, mientras que el 86 % de los más jóvenes visitan la isla por vez primera.

En la clase media-alta el número de visitas es más alto.



A la vista de estos resultados, podemos afirmar que si bien es cierto que se produce un elevado nivel de fidelidad a Lanzarote como destino turístico, también es verdad el incremento durante este año -en términos proporcionales- de los turistas que visitan Lanzarote por primera vez.



**III.- FUENTE DE INFORMACION**

Las agencias de viajes continúan siendo la fuente de información más utilizada por los turistas que visitan Lanzarote.

**Cuadro 4: Fuente de información (%)**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Agencia de viajes	45.0	33.4	48.1
Catálogo TT.OO.	11.8	12.4	9.6
Folletos	8.5	7.2	3.4
Ferias Turismo	0.9	1.2	0.3
Familiar/amigo	20.9	22.5	23.1
Oficina de Turismo	0.9	1.3	0.5
Exper. viajes anteriores	8.3	17.8	7.1
Prensa/Radio/TV	2.0	1.9	1.8
Otras	1.7	1.7	5.6

Resalta el descenso de personas que visitan la isla como fruto de experiencia de viajes anteriores. Fenómeno motivado por la disminución -en términos proporcionales- de los repetidores, que antes mencionábamos. Como contrapartida se eleva la proporción de agencias turísticas como fuente de información, siendo estas entidades en la actualidad la principal fuente de información de los consumidores de viajes. Las Agencias son utilizadas principalmente por holandeses y británicos, turistas de clase media-baja y los que visitan por primera vez Lanzarote.

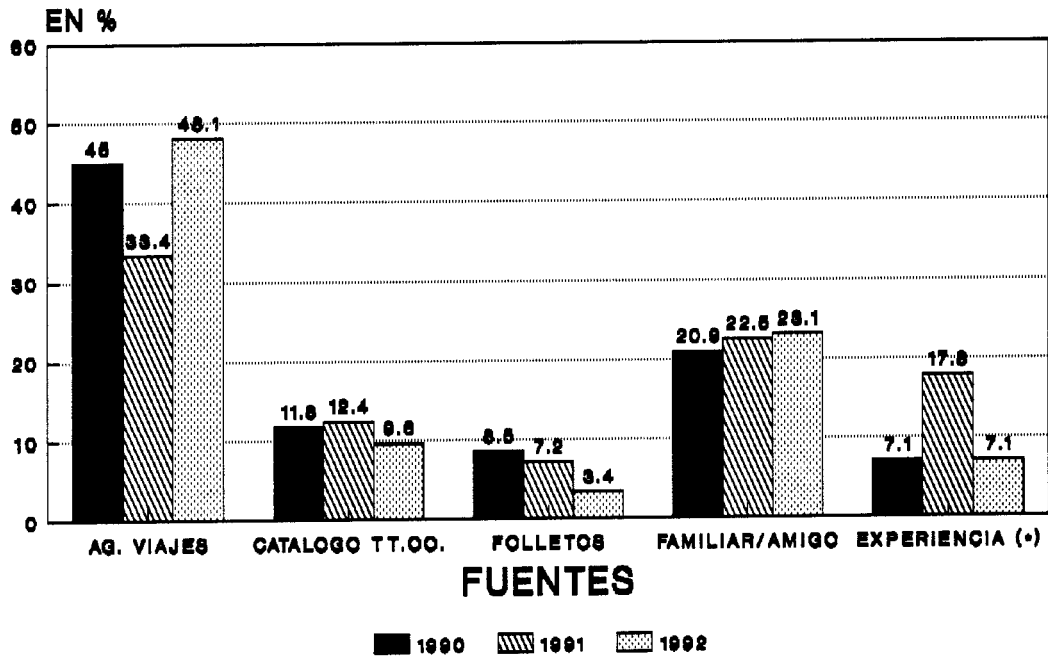
También es un dato importante, y que se repite, el alto número de turistas que viajan a Lanzarote "aconsejados" por sus familiares o amigos. Más del 23 % de los turistas que nos visitan utilizan esta fuente. En los turistas de nacionalidad española esta fuente se incrementa hasta el 43.5 %, constituyendo, para los visitantes de esta procedencia, la principal fuente de información. Este hecho nos puede dar una idea de la importancia que tiene esta publicidad "boca-oreja". Convirtiéndose, a veces, los propios turistas en los principales propagadores-vendedores de la isla en el exterior.



A este respecto, como más adelante se verá, la recomendación de la isla por los propios turistas esta prácticamente asegurada.

Por último, los Catálogos de TT.OO. los utilizan en mayor medida los finlandeses y turistas de clase media-baja.

# FUENTES DE INFORMACION PRINCIPALES



(\*) EXPERIENCIA DE VIAJES ANTERIORES



**IV.- FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCION DEL VIAJE**

Los motivos de elección de Lanzarote como destino, ordenados por nivel de importancia, son: el sol/clima (convertido en factor indiscutible de influencia a la hora de elegir Lanzarote como destino de vacaciones), el descanso/relax, el paisaje y las playas/mar.

**Cuadro 5: Factores que han influido en la elección del viaje.**  
(En %)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Sol/clima	64.4	68.1	79.2
Playas/mar	8.2	7.9	2.0
Paisaje	9.6	10.0	4.7
Precios razonables	0.0	1.3	0.3
Diversión	1.4	0.1	0.3
Descanso/relax	10.7	9.7	5.4
Oferta deportiva	0.9	1.0	2.0
Aventura/exotismo	1.1	0.0	0.7
Oferta cultural	0.1	0.0	0.0
Otras	2.2	1.5	5.1

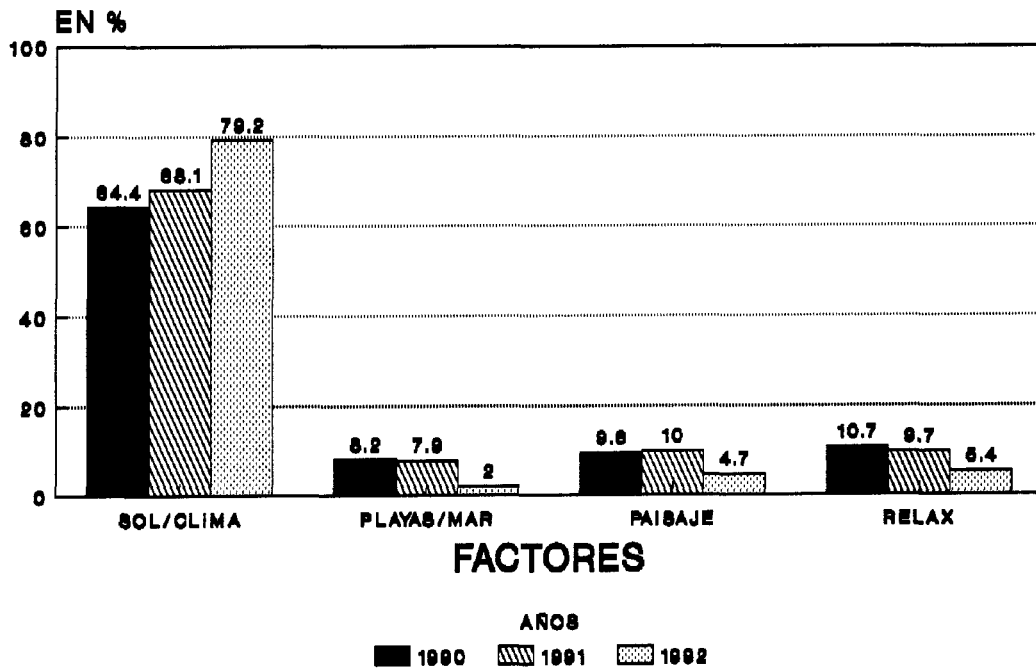
Más de las tres cuartas partes de los turistas que visitan Lanzarote señalan el sol/clima como factor más influyente, sobre todo para turistas suecos, suizos y británicos.

El paisaje adquiere especial relevancia para alemanes y turistas españoles. Si bien el paisaje como reclamo ha perdido importancia, aparece -como posteriormente se verá- como el segundo elemento de agrado de la oferta turística de Lanzarote.

Por otro lado, son principalmente noruegos y suecos los que señalan el factor descanso/relax como motivo de sus vacaciones.

Por último, resalta el incremento (aunque como factor de influencia es leve) de la oferta deportiva como atracción. Son los deportes náuticos como windsurfing y surf los que atraen esta demanda turística.

# FACTORES DE VISITA PRINCIPALES





V.- ORGANIZACION DEL VIAJE

La mayor parte de los turistas reservan el viaje a través de agencias. Existiendo una baja proporción que organiza el viaje directamente. Y que este año es menor debido a la disminución, en términos proporcionales, del número de repetidores.

Cuadro 6: Organización del viaje (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Agencia de viajes	76.3	74.5	87.7
Directamente	21.7	24.7	10.7
Otras	2.8	0.6	1.4

Las Agencias de Viajes siguen siendo más utilizadas por finlandeses, suecos y otras nacionalidades (el 100 % utiliza esta modalidad), por los turistas de clase media-baja y, sobre todo, por los turistas que visitan Lanzarote por primera vez.

Los españoles y alemanes siguen siendo los que más organizan sus vacaciones sin intermediarios. En el caso de los primeros esta modalidad se eleva hasta el 61 %. También esta fórmula de organización del viaje es más utilizada por turistas que ya han visitado anteriormente la isla y por aquellos de edad avanzada.





**V.1.- Contratación de servicios a través de Agencias de Viajes**  
(Composición del "package")

La mayor parte de los viajes realizados en la actualidad se caracterizan por estar sometidos a las ofertas de las agencias turísticas; tanto los lugares que se visitan, como las características de los viajes se sirven "enlatados"; son los conocidos "packages".

Como se vio en el epígrafe anterior, casi el 90 % de los turistas contrataban sus vacaciones con Agencias de Viajes. No obstante hay algunas modalidades del paquete contratado, predominando la contratación de transporte y alojamiento.

**Cuadro 7: Composición del "package" (%)**

	<u>1991</u>	<u>1992</u>
P1: Sólo transporte.....	14.3	7.7
P2: Transporte y alojamiento.....	63.8	59.5
P3: Transporte, alojamiento y comida.....	17.1	26.8
P4: Transporte, alojamiento, comida y excursiones	4.5	5.7

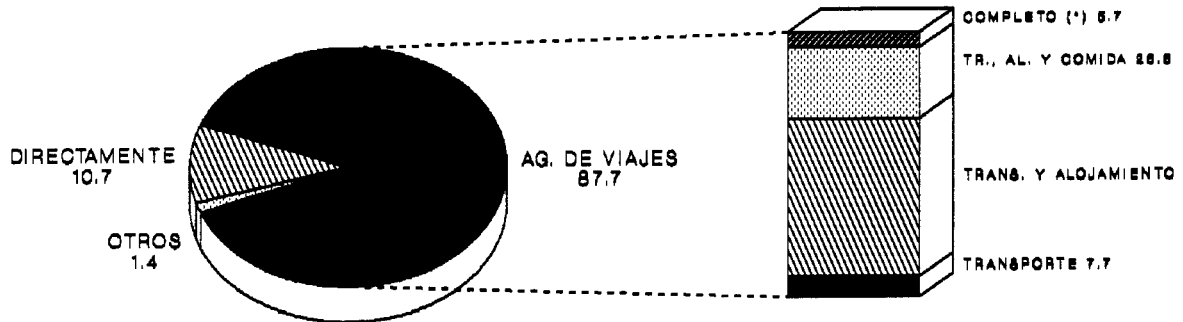
La primera modalidad es contratada en su mayoría por españoles y británicos, por turistas de clase media y que han viajado a la isla en más de una ocasión.

El segundo paquete es mayormente contratado por noruegos, suizos y finlandeses y turistas que visitan la isla por primera vez. El tercer tipo es utilizado principalmente por turistas alemanes, convirtiéndose para esta nacionalidad en la modalidad preferente de contratación.

Para la contratación del cuarto tipo, aunque baja en términos globales, hay que señalar que un tercio de los turistas españoles contratan esta fórmula.

# ORGANIZACION DEL VIAJE (EN %)

# CONTRATACION DE SERVICIOS A TRAVES DE AGENCIAS (%)



(\*) TRANSP., ALQJAM., COMIDA Y EXCURSION



**V.2.- Coste medio del "package"**

Si bien no era un objetivo prioritario de este Estudio, hemos considerado importante la inclusión de la pregunta sobre el coste del paquete contratado con Agencia de Viajes. Hay que indicar que los precios están promediados según el coste por persona.

**Cuadro 8: Coste medio del "package" (Ptas.)**

	<u>Media</u>	<u>Desv. típica</u>
P1.....	35.924	13.005
P2.....	56.717	20.338
P3.....	88.127	24.045
P4.....	81.532	37.629

El coste de estos servicios sufre variaciones según nacionalidad. Así, para los que contrataron el primer tipo (sólo transporte) el precio oscila entre las 25.551 ptas. para los británicos y las 53.050 ptas. para los suecos. El precio del transporte para los turistas españoles es de 36.000 pesetas.

En el segundo tipo (contratación de transporte y alojamiento), aparte de la variable nacionalidad, influyen otras como tipo de alojamiento y días de estancia. En este sentido, este paquete es más económico (43.451 ptas.) para los británicos; mientras que para los alemanes es más costoso, siendo la nacionalidad que más prolonga su estancia en la isla. También el precio del paquete contratado sufre variaciones según el alojamiento sea en hoteles (72.541 ptas.) o apartamentos (54.178 ptas.). Si analizamos el coste de este paquete utilizando la variable días de estancia obtenemos que:

Menos de 8 días.....	50.273
Entre 8 y 14 días.....	63.820
Más de 14 días.....	80.184



En el tercer tipo de paquete las diferencias van desde las 64.300 ptas. que supone a los holandeses a las 112.783 ptas para los turistas de otras nacionalidades. Nuevamente el tipo de alojamiento y los días de estancia son variables que han de ser tenidas en cuenta en el análisis:

Menos de 8 días.....	76.766
Entre 8 y 14 días.....	90.659
Más de 14 días.....	108.468

En cuanto al tipo de alojamiento:

Hotel 3/5 *.....	94.132
Apartamento.....	84.347

El paquete completo (transporte, alojamiento, comida y excursiones) sólo es contratado por un 5.7 % de los turistas, siendo el coste medio de 81.532 ptas. Como se puede observar y, aunque pueda parecer paradójico, el coste es menor que el del tipo P3. No obstante, conviene apuntar que las variables nacionalidad, tipo de alojamiento y número de días producen este fenómeno.

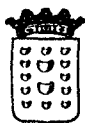


V.2.- Forma de visita

Como cierre a este capítulo sobre organización del viaje, decir que las vacaciones más características continúan siendo las disfrutadas con la familia o pareja, tal como se puede observar en el cuadro.

Cuadro 9: Forma de visita. (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Solos	11.2	14.6	12.2
Familia/pareja	75.5	74.7	81.2
Asociación	8.6	8.0	3.8
Otras	4.7	2.8	1.5



**VI.- TIPO DE ALOJAMIENTO Y OPINIONES SOBRE EL MISMO**

Los resultados sobre el tipo de alojamiento utilizado por la población turística que visita Lanzarote son los siguientes:

**Cuadro 10: Tipo de alojamiento utilizado (%)**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Hotel 3/5 *	12.1	19.4	19.1
Apto. 3/5 *	68.6	64.9	72.0
Pensión	0.6	0.3	0.3
Apto. propio	4.9	5.7	1.4
Time-sharing	2.8	3.4	1.6
Casa amigos/familiares	4.7	4.8	4.5
Otros	0.3	0.6	0.3
NS/NC	6.0	0.5	0.3

Casi las tres cuartas partes de los turistas se establece en apartamentos de 3/5 \*, siguiéndole en importancia los hoteles 3/5 \* y las residencias particulares.

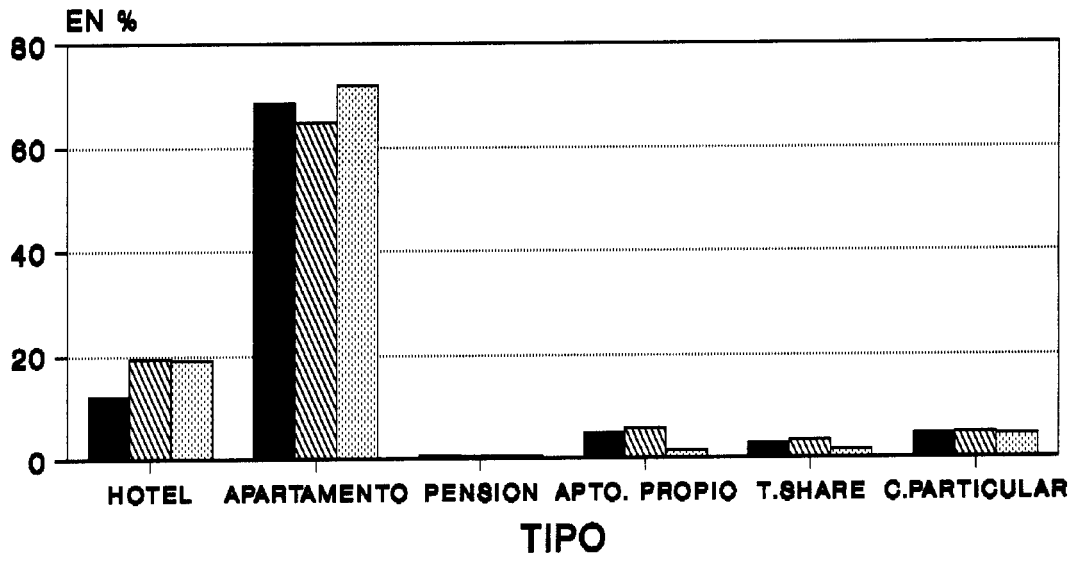
**Apartamentos 3/5 \***

Continúa siendo más utilizados por suecos y finlandeses, alojados en Puerto del Carmen, de clase media-media y los que visitan la isla por primera vez.

**Hoteles 3/5 \***

Son utilizados sobre todo por españoles y, en menor medida, por alemanes. Nuevamente son los alojados en Costa Teguise, los turistas de clase media-alta y que han visitado la isla en más de una ocasión los principales usuarios de este tipo de establecimientos.

# ALOJAMIENTO UTILIZADO





**VI.1.- Opiniones sobre el alojamiento**

En el análisis sobre la valoración del alojamiento, hemos considerado algunos aspectos diferenciales del mismo, como son: instalaciones y mantenimiento, profesionalidad del personal, relación calidad/precios y servicios en general.

Las valoraciones que aparecen, están confeccionadas a partir de bases numéricas. A continuación indicamos la interpretación de dichas bases:

Intervalos de opinión:

<u>Concepto</u>	<u>En base 10</u>
Muy buena	8 - 10
Buena	6 - 8
Regular	4 - 6
Mala	2 - 4
Muy Mala	0 - 2

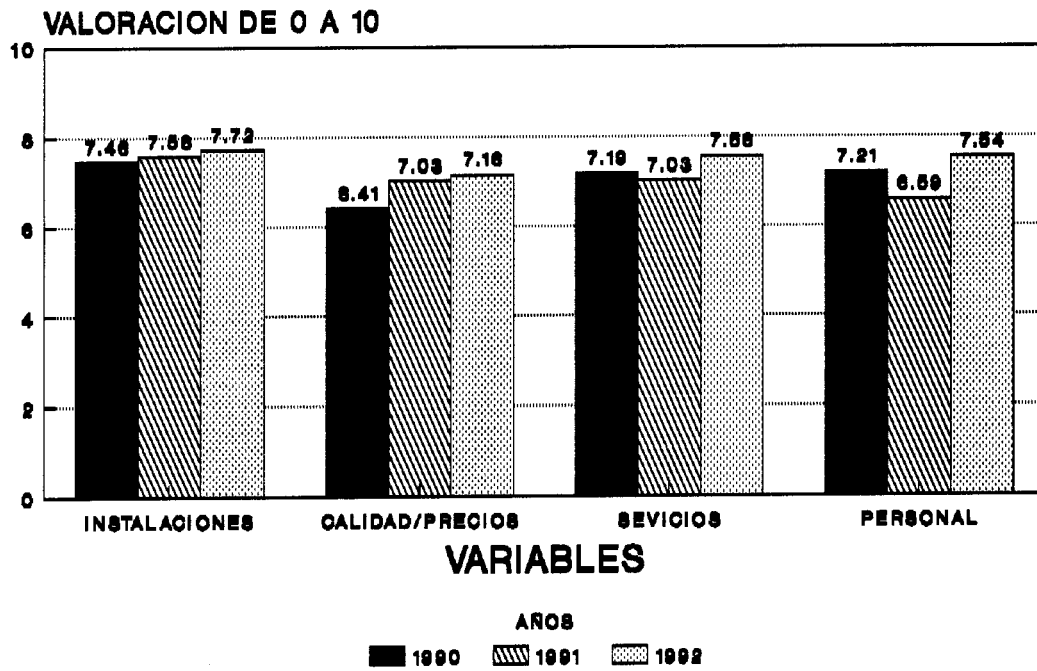
En general, la valoración global del alojamiento es buena.

**Cuadro 11: Opinión sobre alojamiento (De 0 a 10)**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Instalaciones y mantenimiento	7,46	7,58	7,72
Servicios en general	7,19	7,03	7,16
Profesionalidad del personal	7,21	6,59	7,56
Relación calidad/precios	6,41	7,03	6,54
VALORACION GLOBAL	7,06	7,00	7,49



# VALORACION DEL ALOJAMIENTO DE 0 A 10





## CUADRO I: VALORACION DEL ALOJAMIENTO

En el presente cuadro se expone la valoración del alojamiento atendiendo a las cuatro variables que aparecen en las columnas (nacionalidad del turista, zona de alojamiento, tipo de alojamiento utilizado y repetitividad del viaje). En las filas aparece una clasificación dicotómica: mejor y peor opinión, aunque en referencia a esta última conviene apuntar que en ningún caso dicha valoración es mala.

	Nacionalidad	Zona	Alojamiento	Repetitiv.
<b>Instalaciones y mantenimiento (7,72)</b>				
mejor opinión	Espanoles	Costa Teguis	time-shar.	1ª vez
peor opinión	Holandeses	Otras (*)	Apto. alq.	+ 1 vez
<b>Profesionalidad del personal (7,54)</b>				
mejor opinión	Espanoles	P. Blanca	Hotel 3/5*	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Pto. Carmen	Apto. alq.	1ª vez
<b>Relación calidad/precios (7,16)</b>				
mejor opinión	Otros (**)	Pl. Blanca	time-shar.	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	Apto. 3/5*	1ª vez
<b>Servicios en general (7,56)</b>				
mejor opinión	Otros (**)	Pl. Blanca	time-shar.	1ª vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	Apto. alq.	+ de 1 vez

(\*) Zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguisse y Playa Blanca.

(\*\*) Austriacos, Belgas, Daneses, Franceses, Irlandeses e Italianos.



**VII.- ESTANCIA MEDIA**

Definición: número de días que, como media, permanecen los turistas en Lanzarote tanto en establecimientos turísticos como en residencias particulares.

La estancia media global es de 10,7 días, algo inferior que en años anteriores.

**Cuadro 12: Estancia media**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Media (días)	12,9	12,2	10,7
Desv. típica	3,8	6,2	5,4

Este fenómeno obedece a que la estancia-tipo de una semana, al contrario que en años anteriores, es la que predomina durante este año. La siguiente tabla nos exime de cualquier comentario.

	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Siete días	34.7	49.1
Catorce días	42.2	30.2

La estancia es más larga para los alemanes, los turistas de clase media-baja y los que han visitado la isla en más de una ocasión; además, se prolonga más la estancia en turistas de edad avanzada que organizan su viaje directamente.

Es menor el número de días de permanencia en Lanzarote para los turistas españoles y para los de clase media-alta que visitan la isla por primera vez.



**VIII.- GASTO MEDIO DIARIO**

Los resultados que se ofrecen a continuación se refieren al gasto medio diario efectuado por los visitantes. Dicho gasto es individual y del mismo están excluidos el alojamiento u otros posibles servicios previamente contratados a través de las Agencias.

**Cuadro 13: Gasto diario (%)**

	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Menos de 1.500 ptas.	19.4	5.1
Entre 1.500 - 3.000 ptas.	50.4	28.9
Entre 3.000 - 5.000 ptas.	21.1	41.6
Más de 5.000 ptas.	8.0	24.1

Como se observa el gasto efectuado por la población turística es considerablemente superior en el presente año. Quizá la siguiente tabla, donde se refleja la media de gasto en estos últimos tres años resulte más clarificadora.

**Cuadro 14: Evolución del gasto medio diario (en ptas.)**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Media	3.069	2.507	4.403
Desv. típica	1.019	1.329	2.157

El gasto medio diario se sitúa en las 4.403 pesetas, siendo mayor en aquellos visitantes de nacionalidad española y noruega, en turistas de clase media-alta, que han visitado la isla en más de una ocasión y se alojan en zonas distintas a Puerto del Carmen y Playa Blanca.

Es menor, en cambio, en alemanes, de clase media-baja y alojados en Playa Blanca.



C A M B I O   D E   D I V I S A S

	PTAS.	
	-----	-----
	26/2/91	30/1/92
1 marco alemán.....	62,9 ...	63,1
1 franco francés.....	18,8 ...	18,5
1 libra esterlina.....	182,1 ...	181,0
100 liras italianas.....	8,3 ...	8,4
100 francos belgas.....	307,7 ...	306,6
1 florín holandés.....	55,8 ...	56,1
1 corona danesa.....	16,5 ...	16,3
1 libra irlandesa.....	167,4 ...	168,3
1 franco suizo.....	72,1 ...	70,8
1 corona sueca.....	16,7 ...	17,4
1 corona noruega.....	16,0 ...	16,1
1 marco finlandés.....	25,7 ...	23,2
100 chelines austriacos.....	893,0 ...	897,6



**IX.- GRADO DE SATISFACION**

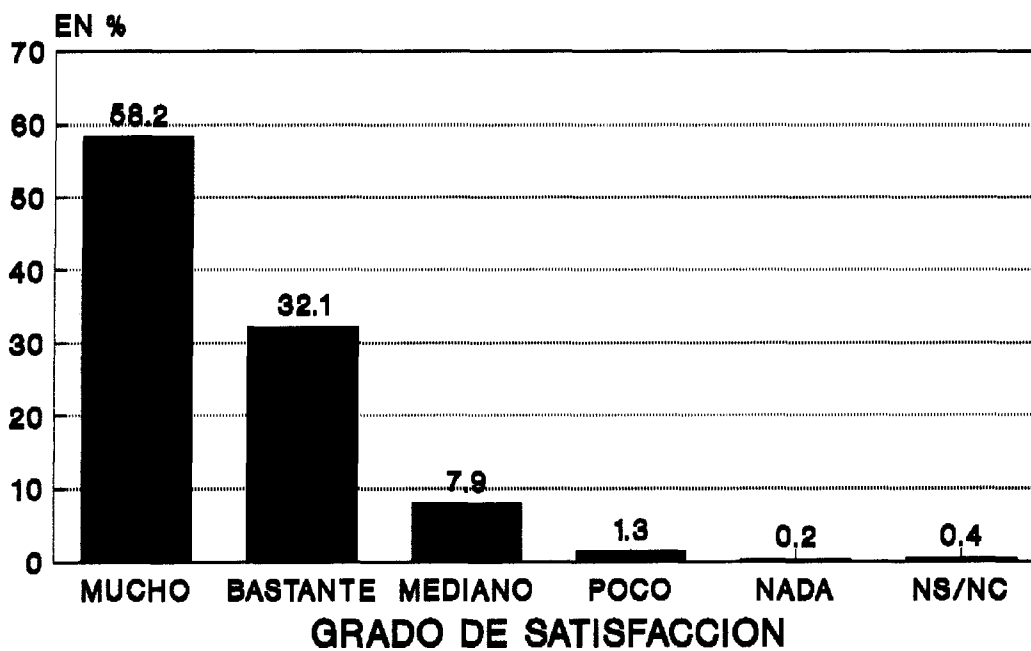
El grado de satisfacción del turista con sus vacaciones en Lanzarote es bastante elevado y superior que el apreciado en las Encuestas efectuadas en año anteriores.

**Cuadro 15: Grado de satisfacción. (%)**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Muy satisfecho	36.3	42.1	58.2
Bastante satisfecho	45.5	36.7	32.1
Medianamente satisfecho	15.5	18.4	7.9
Poco satisfecho	1.3	2.3	1.3
Insatisfecho	1.4	0.0	0.2
PUNTUACION (0 a 10).....	7,85	... 7,97	... 8,69

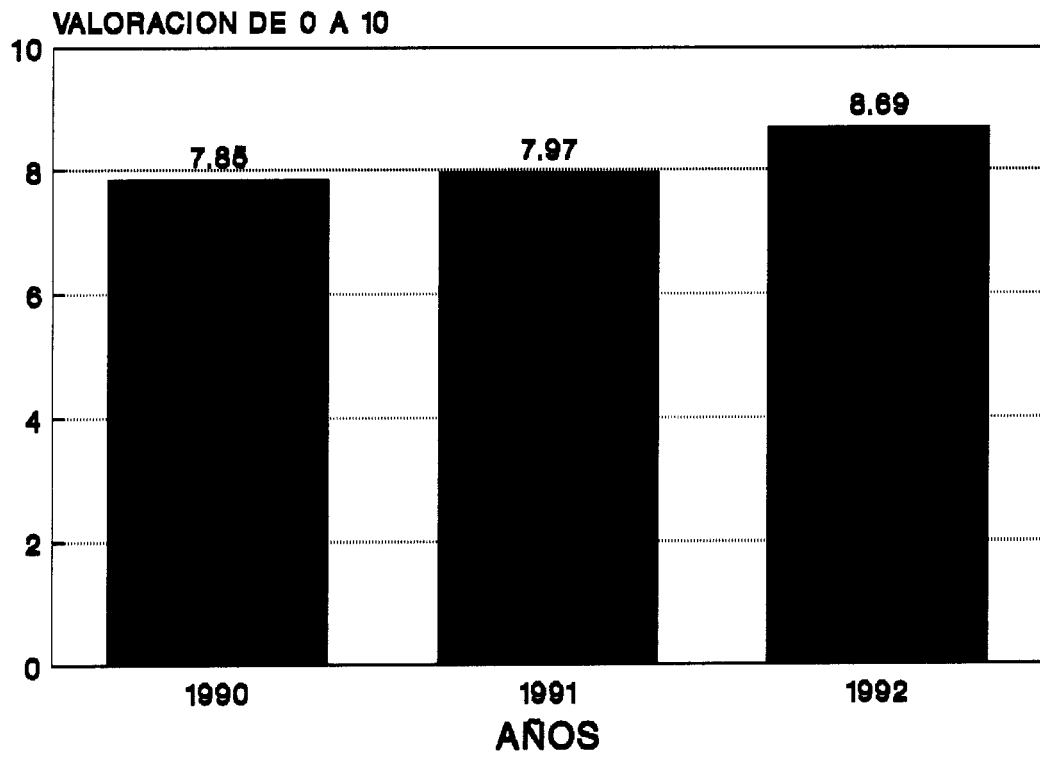
En general, los turistas se muestran muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote. Siendo los más satisfechos los españoles y británicos; los de clase media-alta, los que han visitado la isla en más de una ocasión y los mayores de 64 años.

# GRADO DE SATISFACCION DE VACACIONES EN LANZAROTE



1992

# EVOLUCION DEL GRADO DE SATISFACCION







**IX.1.- Grado de cumplimiento de expectativas**

El cumplimiento de expectativas se refiere a la relación existente entre la oferta esperada y la observada o real. Los resultados obtenidos son los siguientes:

**Cuadro 16: Grado de cumplimiento de expectativas (%)**

En relación con lo que esperaba, Lanzarote es...

Igual	47.8
Mejor	45.8
Peor	4.3
NS/NC	2.0

Más del 90 % de los turistas opina que Lanzarote es mejor o igual que lo esperado. En este sentido, podemos hablar de un alto grado de cumplimiento de expectativas. Tan sólo un 4.3 % señala que la isla es peor de lo esperado.

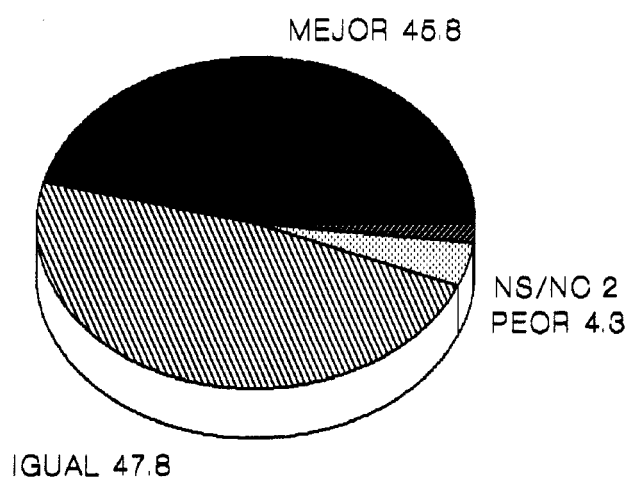
**IX.2.- Recomedación de Lanzarote**

Durante la Encuesta efectuada se le pedía al entrevistado si recomendaría Lanzarote como lugar de vacaciones a sus amistades o familiares. Los resultados obtenidos son los siguientes:

**Cuadro 17: Recomendación de Lanzarote (%)**

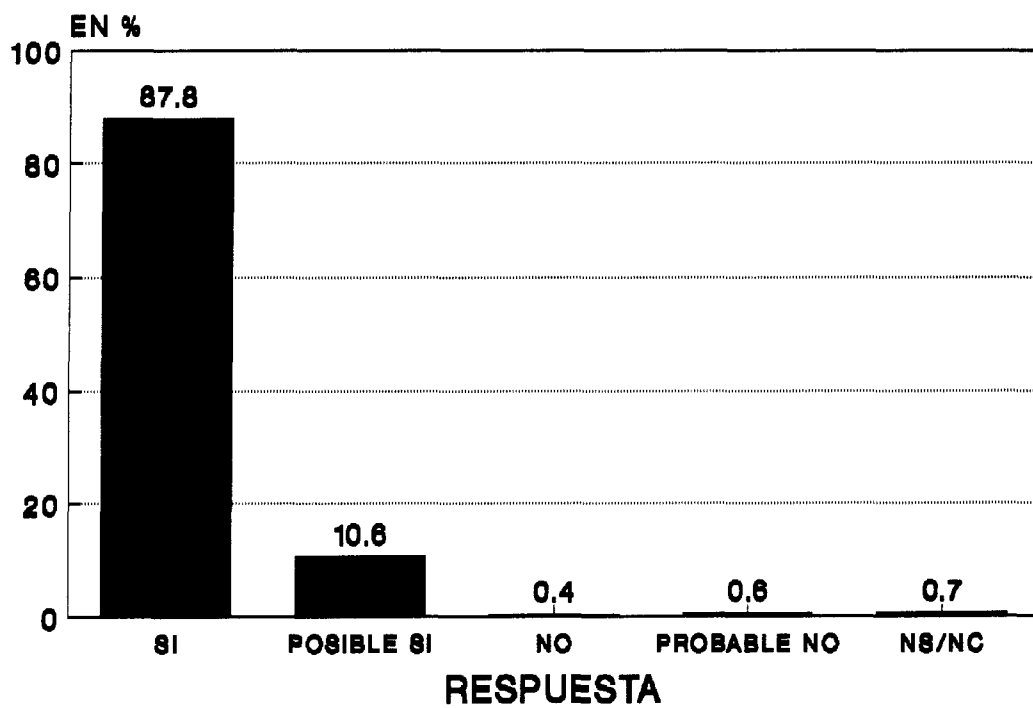
Sí recomendaría	87.8
Posiblemente sí	10.6
No recomendaría	0.4
Posiblemente no	0.6
NS/NC	0.7

# GRADO DE CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS EN RELACION CON LO QUE ESPERABA ES...



1992

# RECOMENDACION DE LANZAROTE A AMISTADES





**X.- INTENCION DE VOLVER**

El alto grado de satisfacción alcanzado y el elevado grado de cumplimiento de expectativas hace que más del 80 % de los turistas que visitan Lanzarote tengan la intención de volver.

**Cuadro 18: Intención de volver (%)**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Sí	85.6	77.6	82.3
No	8.6	11.6	8.5
NS/NC	5.8	10.7	9.1

Los más animados a volver son los noruegos y británicos, los segmentos de clase media-baja y los que han repetido visita anteriormente. Se muestran menos animados a volver los suizos y holandeses, los turistas de clase media-alta y los que vienen por primera vez.

**X.1.- Razones para no volver**

Como se vio anteriormente, el 8.5 % de los turistas no piensa escoger Lanzarote en futuras vacaciones. Los principales motivos señalados para ello son los de que "una vez basta" y, en menor medida, el mal clima (que es a su vez señalado como el principal elemento de desagrado como más adelante veremos) y la masificación turística (señalado como segundo elemento de desagrado).



He aquí el cuadro de resultados que, por su claridad, nos exime de mayores comentarios.

**Cuadro 19: Razones para no volver (%)**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>
Una vez basta	38.2	64.2	66.6
Mal clima	9.1	7.1	9.8
Masificación turística	1.8	5.7	7.8
Relación calidad/precios	16.5	7.1	3.9
Mala infraest. ocio	7.3	5.7	1.9
Ruido	3.6	2.8	0.0
Deterioro playas	1.8	0.0	0.0
Deterioro paisaje	0.0	1.4	0.0
Otras	14.5	5.7	9.8



**XI.- VALORACION DE INSTALACIONES**

En el presente epígrafe se recogerá la valoración que hace la población turística sobre una serie de instalaciones o establecimientos relacionados con el turismo como son: aeropuerto, restaurantes/bares, bancos, agencias de viajes y supermercados.

Las valoraciones que aparecen, están confeccionadas a partir de bases numéricas. A continuación indicamos la interpretación de dichas bases:

Intervalos de opinión:

<u>Concepto</u>	<u>En base 10</u>
Muy buena	8 - 10
Buena	6 - 8
Regular	4 - 6
Mala	2 - 4
Muy Mala	0 - 2

**Cuadro 20: Valoración de instalaciones.**

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>% utilizac.</u> <u>1992</u>
Restaurantes/bares	6,76	7,00	7,25	94.2
Aeropuerto	6,32	6,82	6,75	100.0
Supermercados	6,57	6,67	7,09	90.1
Bancos	7,15	6,53	7,03	61.5
Agencias de viajes	6,95	5,89	7,20	46.2

Se aprecia una buena valoración de los establecimientos relacionados con el turismo y una evolución positiva, excepto para el Aeropuerto.

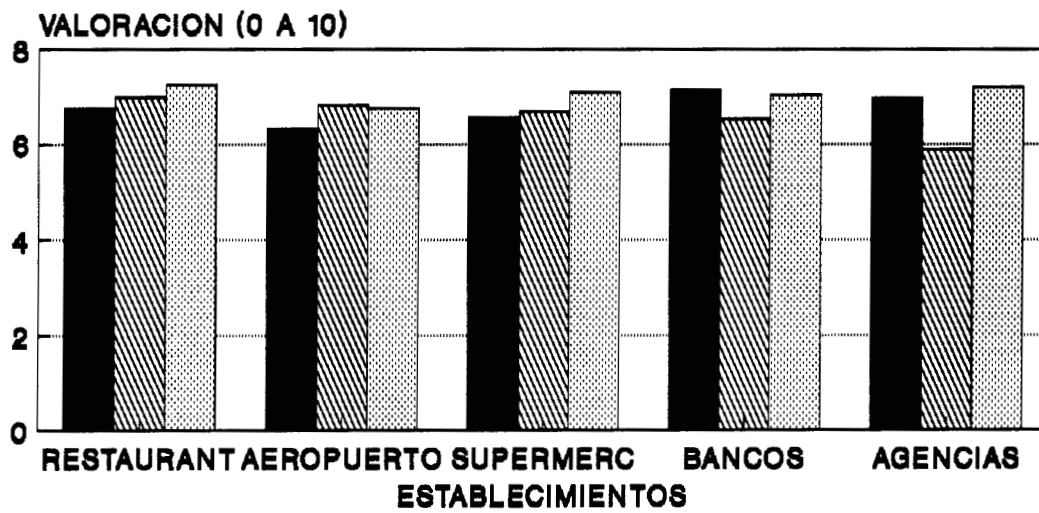


Durante el desarrollo de la Encuesta los entrevistados demostraron observaciones negativas sobre el Aeropuerto, tales como: grandes esperas en facturación de equipaje, pequeñez de la instalación, aglomeraciones, etc.

Sería conveniente una ampliación o reestructuración, previa negociación, del horario de vuelos. Ya que se producen grandes aglomeraciones durante determinados días (jueves y domingos principalmente) y a determinadas horas.

Creemos necesaria una actuación inmediata, en vista de la tendencia de incremento del número de visitantes. Según los datos de afluencia turística del primer trimestre, el incremento es de un 20 %.

# VALORACION DE ESTABLECIMIENTOS EVOLUCION







## CUADRO II: VALORACION DE INSTALACIONES

En el presente cuadro se expone la valoración de instalaciones atendiendo a las cuatro variables que aparecen en las columnas (nacionalidad del turista, zona de alojamiento, tipo de alojamiento utilizado y repetitividad del viaje). En las filas aparece una clasificación dicotómica: mejor y peor opinión, aunque en referencia a esta última conviene apuntar que en ningún caso dicha valoración es mala.

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
<b>Aeropuerto (6,75)</b>				
mejor opinión	Otras (**)		m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos		m-alta	1ª vez
<b>Restaurantes/bares (7,25)</b>				
mejor opinión	Británicos	Pl. Blanca	m-media	+ 1 vez
peor opinión	Holandeses	Otras (*)	m-alta	1ª vez
<b>Bancos (7,03)</b>				
mejor opinión	Suecos	Pl. Blanca	m-alta	1ª vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-media	+ 1 vez
<b>Agencias de viajes (7,20)</b>				
mejor opinión	Británicos	Pl Blanca	m-media	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-baja	1ª vez
<b>Supermercados (7,09)</b>				
mejor opinión	Suizos	Pl. Blanca	m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-alta	1ª vez

(\*) Zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguisse y Playa Blanca.

(\*\*) Austria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia y Bélgica.

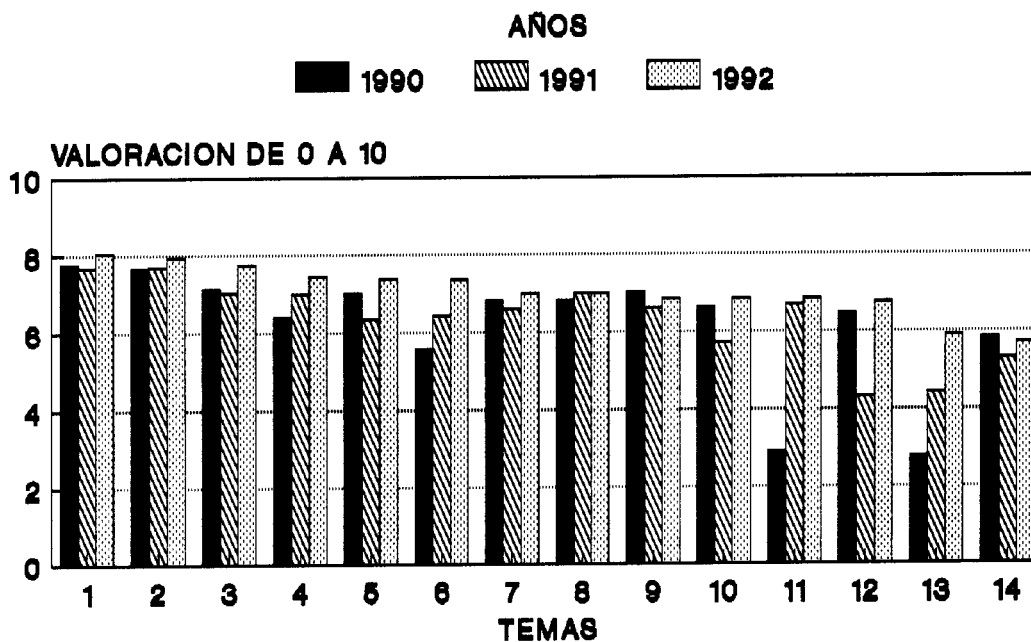
**XII.- VALORACION DE SERVICIOS Y TEMAS TURISTICOS**

Al igual que en el anterior epígrafe, en este se recogerán las valoraciones efectuadas por la población turística de Lanzarote sobre una serie de temas y servicios relacionados con el turismo. La interpretación de dichas valoraciones se hará siguiendo el baremo ya señalado.

**Cuadro 21: Valoración de servicios y temas turísticos y porcentaje de utilización de los mismos**

	1992 % utiliz.	VALORACION		
		1990	1991	1992
Estado del paisaje	-	7,77	7,69	8,06
Estado de las playas	93.1	7,66	7,70	7,93
Excursiones	50.2	7,12	7,04	7,75
Seguridad ciudadana	-	6,38	7,00	7,44
Taxis	56.2	7,01	6,35	7,39
Sanidad/Higiene	-	5,58	6,43	7,36
Vehículos s/cond.	65.7	6,80	6,60	6,99
Servicio de agua	-	6,80	6,98	6,98
Oferta deportiva	42.0	7,01	6,61	6,86
Información turística	70.6	6,64	5,72	6,86
Servicio de teléfono	73.7	2,89	6,71	6,84
Oferta cultural	39.1	6,47	4,31	6,76
Servicio de correos	26.3	2,78	4,42	5,90
Guaguas	49.8	5,84	5,30	5,69

# EVOLUCION DE LA VALORACION DE TEMAS TURISTICOS (DE 0 A 10)



- 1.- Paisaje
- 2.- Playas
- 3.- Excursión
- 4.- Seguridad Ciudadana
- 5.- Taxis
- 6.- Higiene
- 7.- Vehículos
- 8.- Agua
- 9.- Deportes
- 10.- Información
- 11.- Teléfono
- 12.- Cultura
- 13.- Correos
- 14.- Gugas



CUADRO III: VALORACION DE SERVICIOS Y TEMAS TURISTICOS (I)

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
<b>Estado de las playas (7,93)</b>				
mejor opinión	Alemanes	Pto. Carmen	m-baja	1ª vez
peor opinión	Suizos	Otras (*)	m-alta	+ 1 vez
<b>Estado del paisaje (8,06)</b>				
mejor opinión	Espanoles		m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Holandeses		m-media	1ª vez
<b>Excursiones (7,75)</b>				
mejor opinión	Británicos		m-alta	1ª vez
peor opinión	Suecos		m-baja	+ 1 vez
<b>Seguridad ciudadana (7,44)</b>				
mejor opinión	Alemanes	Pl. Blanca	idem.	1ª vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	idem.	+ 1 vez
<b>Servicio de agua (6,98)</b>				
mejor opinión	Espanoles	Pl. Blanca	m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-alta	1ª vez

(\*) Zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguisse y Playa Blanca.

(\*\*) Austria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Bélgica e Italia.



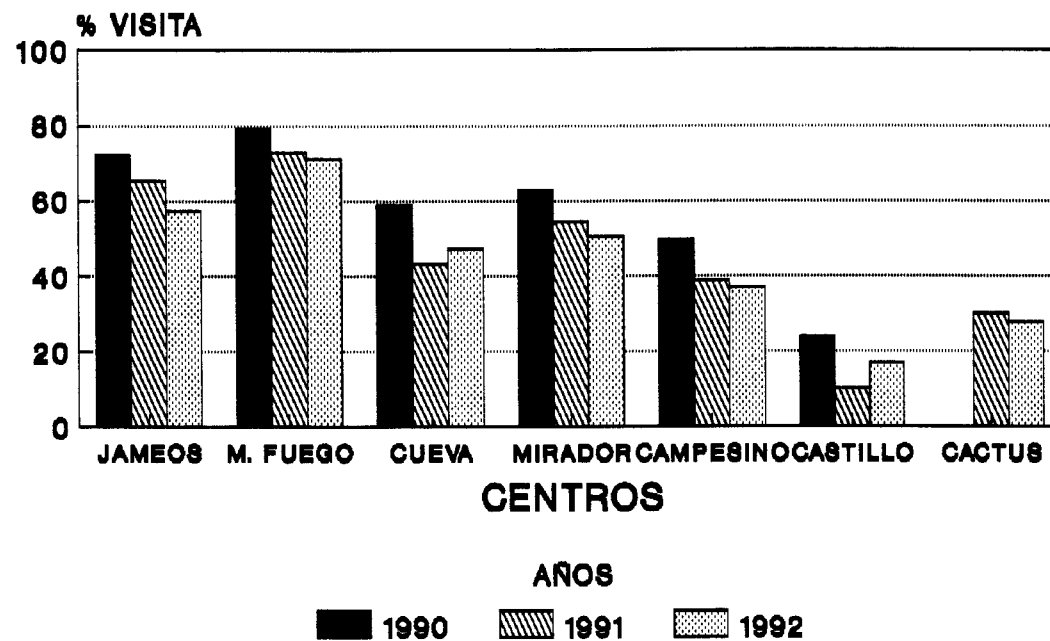
CUADRO IV: VALORACION DE SERVICIOS Y TEMAS TURISTICOS (II)

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
<b>Servicio de teléfono (6,84)</b>				
mejor opinión	Espanoles	Otras (*)	m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Otras (**)	Pl. Blanca	m-baja	1ª vez
<b>Oferta deportiva (6,86)</b>				
mejor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Finlandeses	Pto. Carmen	m-media	1ª vez
<b>Vehículos s/conductor (6,99)</b>				
mejor opinión	Espanoles		m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos		m-media	1ª vez
<b>Sanidad (7,36)</b>				
mejor opinión	Otras (**)	Pl. Blanca	m-baja	idem.
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-alta	idem.
<b>Taxis (7,39)</b>				
mejor opinión	Británicos	Pto. Carmen	m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Espanoles	Otras (*)	m-media	1ª vez

(\*) Zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguisse y Playa Blanca.

(\*\*) Austria, Dinamarca, Francia, Irlanda, Bélgica e Italia.

# EVOLUCION DEL % DE VISITA A LOS CENTROS TURISTICOS





**Cuadro 24: Valoración de los Centros Turísticos (0 a 10)**

Jameos del Agua.....	8,81
Montañas del Fuego.....	8,98
Cueva de Los Verdes.....	8,55
Mirador del Río.....	8,46
Momumento al Campesino.....	7,50
Castillo San José.....	8,23
Jardín de Cactus.....	8,60

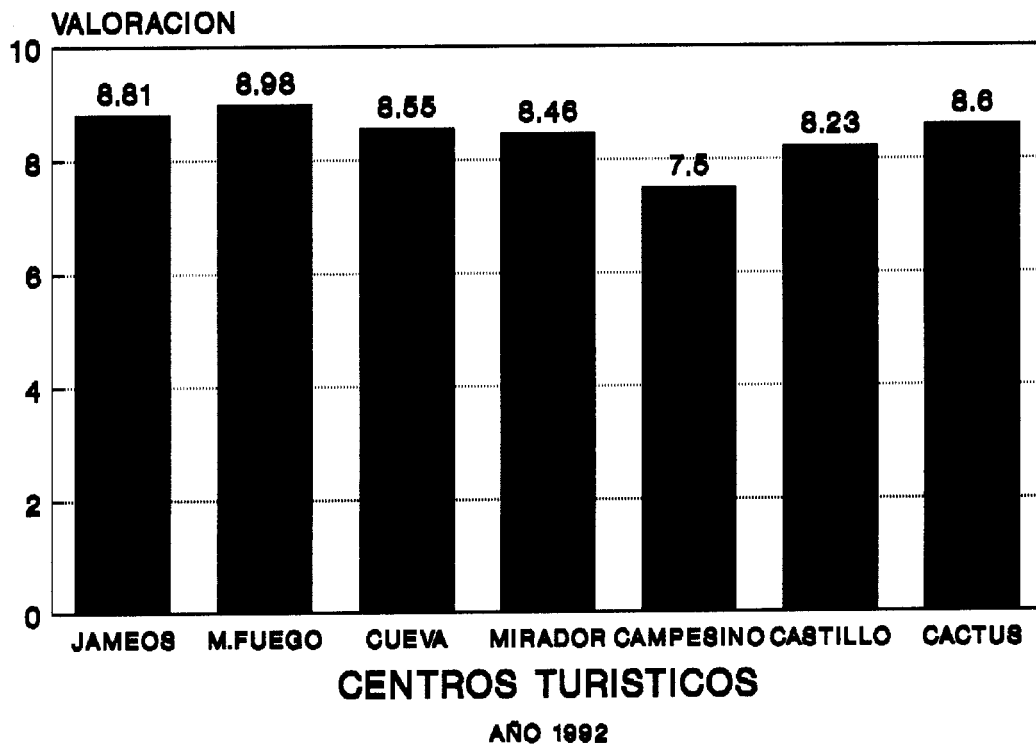
La valoración de los Centros Turísticos del Cabildo es muy buena. No obstante, a pesar de esta óptima valoración, los entrevistados mostraron algunas observaciones sobre los Centros que, por su interés, sintetizaremos aquí:

- Masificación en algunos Centros (Montañas del Fuego principalmente).
- Carestía de las entradas.
- Falta de información y de explicaciones en distintos idiomas sobre el contenido de los Centros.
- Falta de calidad de las comidas en algunos Centros.

Sería recomendable desarrollar una mejor información sobre el contenido de estos Centros: edición de folletos o dípticos explicativos sobre las peculiaridades y valores culturales de los mismos. Tales dípticos podrían tener una difusión gratuita al ser adquirida la entrada por el visitante.

Otra idea que podría desarrollarse es la explotación gastronómica del tuno en el Jardín de Cactus.

# VALORACION DE LOS CENTROS TURISTICOS DE 0 A 10







# EXCMO CABILDO INSULAR DE LANZAROTE

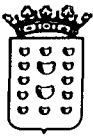
## ENCUENTRO DE LOS CUERPOS PARTICIPANTES

CUERPO	PLAZAS DE VACANTE	PLAZAS DE RESERVA
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 2 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 De vacaciones, ..... 17.6 Reserva, ..... 11.1
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 1 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 Reserva, ..... 11.1 Folva de tiempo, ..... 17.6
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 1 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 De vacaciones, ..... 17.6 Reserva, ..... 11.1
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 2 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 De vacaciones, ..... 17.6 Reserva, ..... 11.1
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 1 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 Folva de vacaciones, ..... 17.6 Reserva, ..... 11.1
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 1 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 Folva de vacaciones, ..... 17.6 Reserva, ..... 11.1
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 1 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 Folva de vacaciones, ..... 17.6 Reserva, ..... 11.1
SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA
SECRETARÍA	SECRETARÍA 1 PLZ	PRINCIPALES NOTARIOS (1) Folva de tiempo, ..... 18.3 Folva de vacaciones, ..... 17.6 Reserva, ..... 11.1



**XVI.- SINTESIS**

- La afluencia turística en el primer trimestre de 1992 ha aumentado en casi un 20 % con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Prevalecen las nacionalidades británica, alemana, finlandesa (aunque ésta con un notable descenso en este primer trimestre), española y sueca.
- Predominan los turistas con un nivel de estudios medio y cuyo estatus socioeconómico corresponde, en su mayoría, al de clase media.
- Se incrementa el conocimiento de Lanzarote en el exterior como destino turístico.
- Aumenta el número de turistas que visitan la isla por primera vez.
- Las Agencias de Viajes prevalecen como principal fuente de información para elegir las vacaciones en Lanzarote. Destaca también la importancia del "boca/oreja". En este sentido, casi la totalidad de los turistas que nos visitan recomendarían la isla como lugar de vacaciones a sus amistades.
- Sobresale el sol/clima como factor de visita. También son factores de influencia el descanso/relax, el paisaje y las playas/mar.
- Casi el 90 % de los turistas organizan su viaje a través de Agencias y suelen contratar con esta entidad el transporte y el alojamiento. Las vacaciones se realizan principalmente con la pareja o familia.
- Las tres cuartas partes de los visitantes se establece en apartamentos y su valoración del alojamiento es buena.
- La estancia media en la isla es de 10,7 días.
- El gasto medio diario se sitúa en torno a las 4.400 pesetas, aumentando con respecto a años anteriores.



- Los visitantes se muestran, en general, muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote y más del 90 % piensa que, en relación con sus expectativas, la isla es igual o mejor.
- Más del 80 % de los turistas piensan volver de nuevo a Lanzarote. Aquellos que no piensan hacerlo señalan como principal motivo el de "una vez basta".
- En general mejora la valoración de las instalaciones turísticas, la única excepción la constituye el Aeropuerto.
- En lo referente a la valoración de otros temas turísticos destaca la buena opinión que se tiene del paisaje y las playas. También el paisaje, junto con el clima y la tranquilidad, aparece como uno de los principales elementos de agrado de la isla.
- En el polo opuesto se hallan las guaguas y el servicio de correos que, junto con las quejas sobre el mal clima (viento/calima), la masificación turística, el Aeropuerto y los precios, constituyen los elementos de desagrado para el turista.
- Se produce una disminución de afluencia, no en términos reales sino proporcionales, a los Centros Turísticos del Cabildo. Los motivos son la falta de tiempo y la falta de información. No obstante, la valoración de estos centros es, si bien con algunos matices, bastante buena.