

EXCMO. CABILDO INSULAR DE LANZAROTE

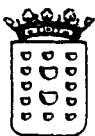
«ENCUESTA
DE
TURISMO»

FEBRERO 1993

MIGUEL ANGEL MARTIN ROSA (Sociólogo)

A 3

16

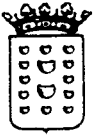


INDICE

	<u>Pag.</u>
PRESENTACION.....	1
0.- CONSIDERACIONES PREVIAS.....	2
1.- AFLUENCIA TURISTICA.....	3
2.- FICHA TECNICA.....	4
3.- DISTRIBUCION DE LA MUESTRA.....	6
4.- CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA.....	7
INFORME DE LOS RESULTADOS.....	10
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.....	34
XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS.....	38
XIV.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO.....	41
XV.- VALORACION DE LOS CENTROS DE ARTE, CULTURA Y TURISMO DEL CABILDO.....	42
XVI.- SINTESIS.....	45



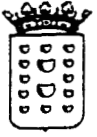
PRESENTACION

La presente ENCUESTA DE TURISMO (FEBRERO 1993) 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, 1991 y 1992.



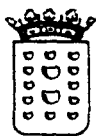
0.- CONSIDERACIONES PREVIAS

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 LOS MESES DE ENERO Y FEBRERO DE 1993 (según nacionalidad). COMPARACION CON 1992.

	1992	1993	VARIACION %
ALEMANIA	48.474	59.764	23.3
AUSTRIA	1.963	2.302	17.3
BELGICA	2.866	2.714	- 5.3
DINAMARCA	2.673	3.055	14.3
FINLANDIA	21.552	9.281	- 56.9
FRANCIA	4.452	4.468	0.3
G. BRETAÑA	58.253	54.501	- 6.4
HOLANDA	7.779	7.881	1.3
IRLANDA	1.409	1.126	- 20.1
ITALIA	3.998	3.579	- 10.5
NORUEGA	5.907	5.639	- 4.5
SUECIA	12.434	7.699	- 38.1
SUIZA	4.361	4.438	1.8
OTROS	618	664	7.4
ESPAÑA	12.591	14.829	17.8
TOTAL	189.330	182.702	- 3.5

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



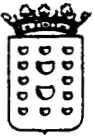
2.- FICHA TECNICA

El informe que se presenta a continuación está referido a la Encuesta de Turismo efectuada en Febrero de 1993, además se hace una comparación, mediante series temporales, con las Encuestas de Turismo realizadas en Lanzarote en los años 1990, 1991 y 1992. 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 Diciembre de 1992 y Enero de 1993.
- **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	"
1993:	604	"
- **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 %
1993:	± 4,0 %
- **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
 - 1993: 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).



3.- DISTRIBUCION DE LA MUESTRA

La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

Nacionalidad:

	%
Alemania	28.9
Finlandia	4.3
Gran Bretaña	31.6
Holanda	3.6
Noruega	2.9
Suecia	4.9
Suiza	3.3
España	12.0
Otros (*)	8.1

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

Edad:

	%
Entre 18 y 34 años	37.4
Entre 35 y 49 años	29.3
Entre 50 y 64 años	21.5
Más de 65 años	11.7

Sexo:

	%
Varones	49.5
Mujeres	50.5



4.- CARACTERISTICAS DE LA MUESTRA

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

Nivel de estudios (%):

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Estudios primarios	19.9	13.0
Estudios medios	46.4	49.0
Estudios superiores	33.6	37.9

Se produce un aumento del nivel de estudios comparado con el año anterior.

Estatus (%):

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Clase alta	1.3	1.2
Clase media-alta	15.2	13.1
Clase media-media	59.5	68.5
Clase media-baja	16.4	10.9
Clase baja	4.7	2.7
NS/NC	2.9	3.7

El tipo de turismo analizado en 1993 posee un estatus socioeconómico ligeramente superior al de 1992. Por otro lado y, 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).



Zonas Turísticas (%):

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Puerto del Carmen	58.7	53.6
Playa Blanca	12.3	16.9
Costa Teguise	25.8	25.9
Otras	2.8	3.6

Tal como se comentaba en el informe del año anterior la representatividad de la zona de Playa Blanca ha aumentado y, posiblemente se incrementará en años sucesivos. Pierde representatividad la zona de Puerto del Carmen, permaneciendo prácticamente constantes el resto de las zonas.



Profesiones:

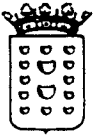
EMPLEADOS POR CUENTA AJENA	%	
	1991	1992
Director de empresa, directivo.....	1.4	1.6
Empleados de nivel superior.....	2.9	3.6
Funcionarios de nivel superior (título superior).....	2.1	1.5
Oficiales de las Fuerzas Armadas.....	-	0.8
Técnicos medios.....	5.8	5.2
Funcionarios de nivel medio.....	3.8	6.7
Empleados de nivel medio (administrativos).....	12.9	14.2
Vendedores, agentes comerciales, etc. (dependientes)..	8.5	7.3
Capataces, encargados, contramaestres.....	2.0	2.1
Obreros cualificados, especialistas.....	4.5	4.7
Personal manual de servicios cualificado.....	-	4.5
Empleados subalternos, conserjes, etc.....	1.4	1.5
Peones y obreros sin cualificar.....	2.9	1.6
Personal manual de servicios no cualificados.....	1.0	1.3

TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA

Agricultor sin asalariados.....	0.5	0.6
Empresario de industria, comercio u otra actividad de servicio de tipo medio o grande con asalariados.....	0.3	0.3
Industrial, comerciante o empresario de otra actividad de servicios de tipo pequeño sin asalariados.....	5.4	4.7
Profesional liberal.....	7.3	6.3
Trabajador independiente, autónomo, artesano (vendedor autónomo).....	3.8	5.7
Otra ocupación por cuenta propia.....	0.9	0.3
Inactivo.....	-	0.6
Ama de casa, sus labores.....	7.3	6.0
Parado.....	1.2	-
Jubilado.....	14.2	13.4
Estudiante.....	6.7	4.5



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

El grado de conocimiento en el exterior de la isla de Lanzarote como destino turístico sigue siendo elevado.

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

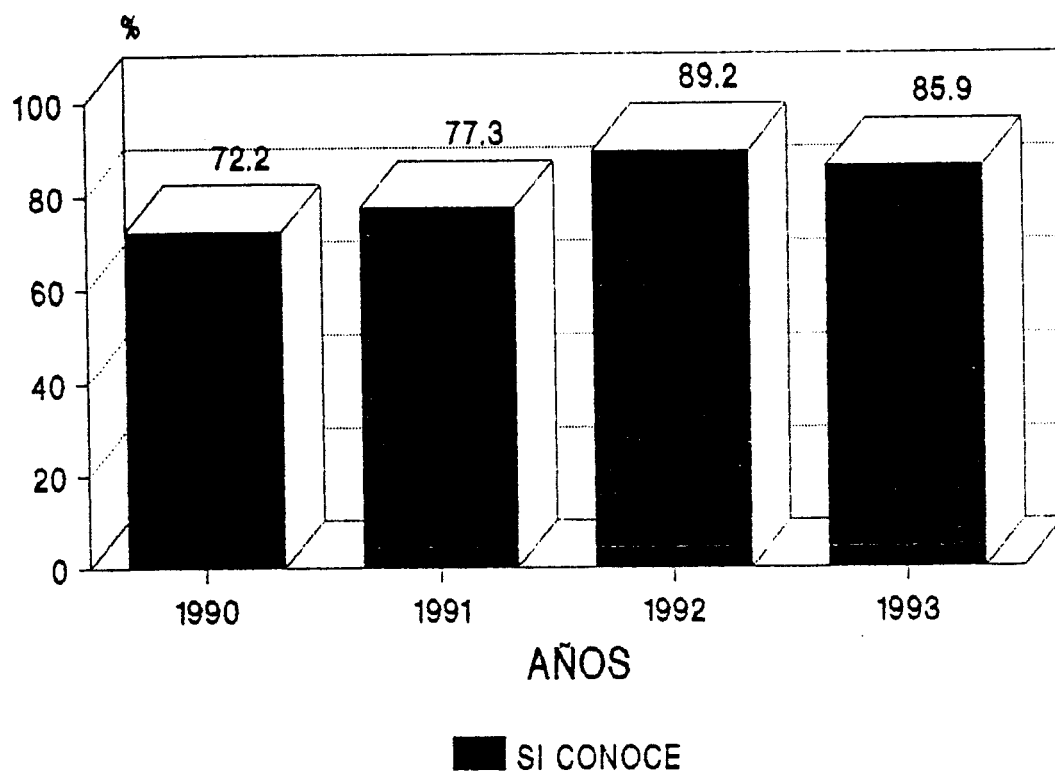
	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Sí se conoce	72.2	77.3	89.2	85.9
No se conoce	25.0	18.3	9.6	13.2
NS/NC	2.8	4.3	1.0	0.8

De nuevo son los británicos, junto a los turistas noruegos, quienes mayoritariamente afirman que se conoce Lanzarote como destino turístico en su país. También resulta llamativo la mayor popularidad que tiene la isla entre los finlandeses. Sin embargo, la isla es todavía poco conocida en países como Holanda y otros (*). Como dato complementario, señalar que el conocimiento que se tiene de Lanzarote como destino turístico en la Península se ha elevado (87.6 %), colocándose este año -por primera vez- por encima de la media.

Respecto al cruce con otras variables, el conocimiento de la isla es mayor entre los turistas de clase media-alta y para aquellos visitantes entre 50 y 64 años de edad.

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

CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR





II.- OCASIONES EN QUE HA VISITADO LANZAROTE

Cuadro 2: Ocasiones en que ha visitado Lanzarote 1993 (%)

Primera vez	68.3
Una vez	11.9
Dos veces	6.9
Más de dos veces	12.7

El porcentaje de repetidores es del 31.7 %, mayor que el pasado año; si bien aún permanece por debajo del resto de los Encuestas efectuadas anteriormente.

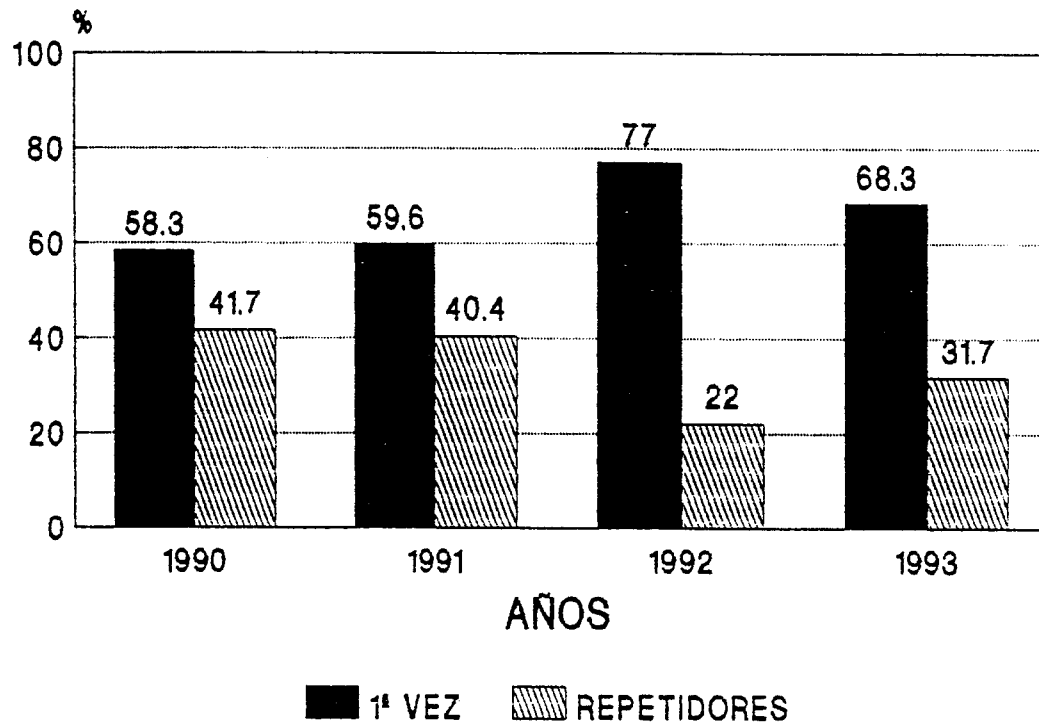
Cuadro 3: Comparación con años anteriores (%).

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Primera vez	58.3	59.6	77.0	68.3
Repetidores	41.7	40.4	22.0	31.7

Continúan siendo los alemanes los que mayormente repiten su visita. Sin embargo, hay que destacar nuevamente la elevada proporción de holandeses (77.2 %), suizos (75 %) y finlandeses (73 %) que visitan Lanzarote por primera vez.

Se constata nuevamente que el porcentaje de repetidores aumenta con la edad. En la clase media-alta, otra vez, el número de visitas es más alto.

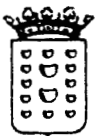
OCASIONES DE VISITA A LANZAROTE





A la vista de estos resultados, podemos afirmar que el nivel de fidelidad a Lanzarote como destino turístico se eleva con respecto a 1992, aunque permanece por debajo en comparación con años anteriores (1990 y 1991).

Por otro lado, y con respecto a aquellos turistas que han repetido sus vacaciones en la isla, el número medio de visitas anteriores se sitúa en 2,9, llegando a 3,5 en turistas alemanes. También el número de visitas es mayor con el aumento de la edad y del estatus.

**III.- FUENTE DE INFORMACION**

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

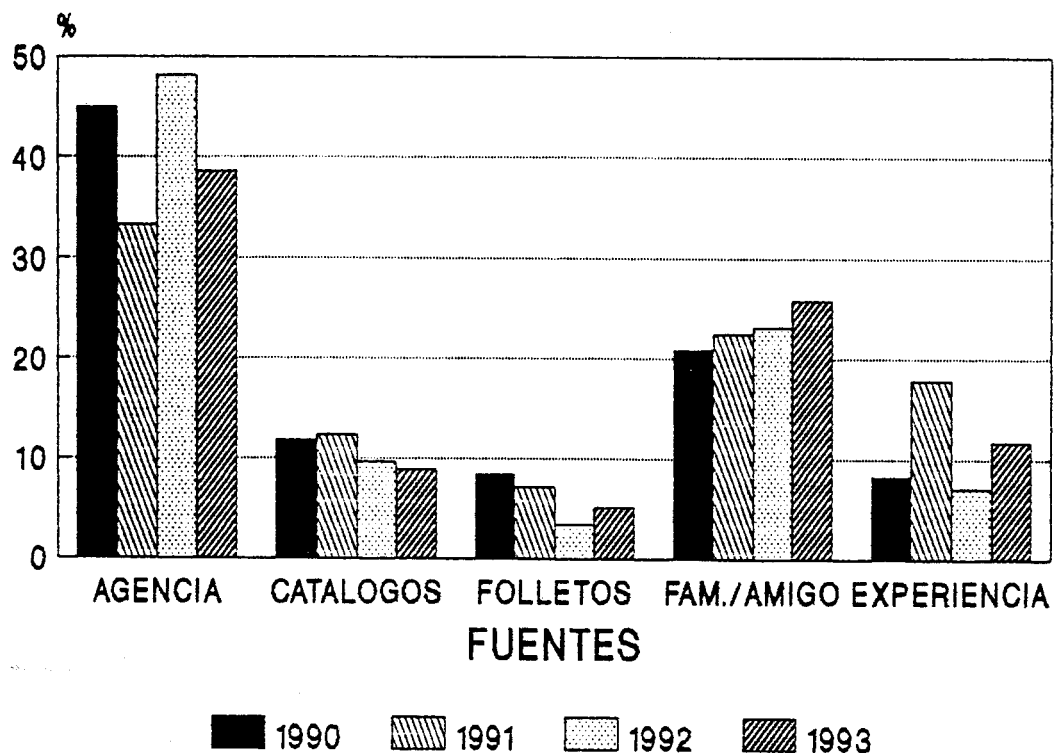
Cuadro 4: Fuente de información (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Agencia de viajes	45.0	33.4	48.1	38.7
Catálogo TT.OO.	11.8	12.4	9.6	8.9
Folletos	8.5	7.2	3.4	5.1
Ferias Turismo	0.9	1.2	0.3	0.3
Familiar/amigo	20.9	22.5	23.1	25.8
Oficina de Turismo	0.9	1.3	0.5	0.9
Exper. viajes anteriores	8.3	17.8	7.1	11.7
Prensa/Radio/TV	2.0	1.9	1.8	5.3
Otras	1.7	1.7	5.6	2.9

Las agencias de viajes, aunque pierden importancia con respecto a los datos de 1992, constituyen la fuente de información principal a la hora de elegir Lanzarote como destino de vacaciones. Estas entidades son utilizadas principalmente -tal como se observó en anteriores encuestas- por holandeses y suizos, turistas de clase media-baja y los que visitan por primera vez Lanzarote.

También es un dato importante, y que va evolucionando de manera positiva, el alto número de turistas que viajan a Lanzarote "aconsejados" por sus familiares o amigos. Más del 25 % de los turistas que nos visitan han utilizado esta fuente. En los turistas de nacionalidad española esta fuente se incrementa notoriamente y de forma similar a los Estudios anteriores, constituyendo para los visitantes de esta procedencia, la principal fuente de información.

FUENTES DE INFORMACION PRINCIPALES



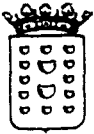


A este respecto, como más adelante se verá, la recomendación de la isla por los propios turistas a sus familiares y amigos aparece este año igualmente asegurada.

En tercer lugar, aparece la causa "experiencia de viajes anteriores", que este año aumenta como consecuencia del incremento de turistas que repiten su visita.

En referencia a los catálogos de tour-operators, los utilizan en mayor medida los finlandeses y turistas de clase media-baja.

Por último, resulta interesante el incremento de los medios de comunicación (sobre todo la televisión) como fuente de información, especialmente en Gran Bretaña y Suecia.



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

Los motivos de elección de Lanzarote como destino turístico, ordenados por nivel de importancia, son: el sol/clima, el paisaje (que vuelve a recobrar la importancia que había perdido el año anterior), y el descanso/relax.

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

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Sol/clima	64.4	68.1	79.2	70.0
Playas/mar	8.2	7.9	2.0	2.6
Paisaje	9.6	10.0	4.7	10.5
Precios razonables	0.0	1.3	0.3	0.3
Diversión	1.4	0.1	0.3	0.3
Descanso/relax	10.7	9.7	5.4	7.3
Oferta deportiva	0.9	1.0	2.0	1.0
Aventura/exotismo	1.1	0.0	0.7	0.3
Oferta cultural	0.1	0.0	0.0	0.5
Otras	2.2	1.5	5.1	7.0

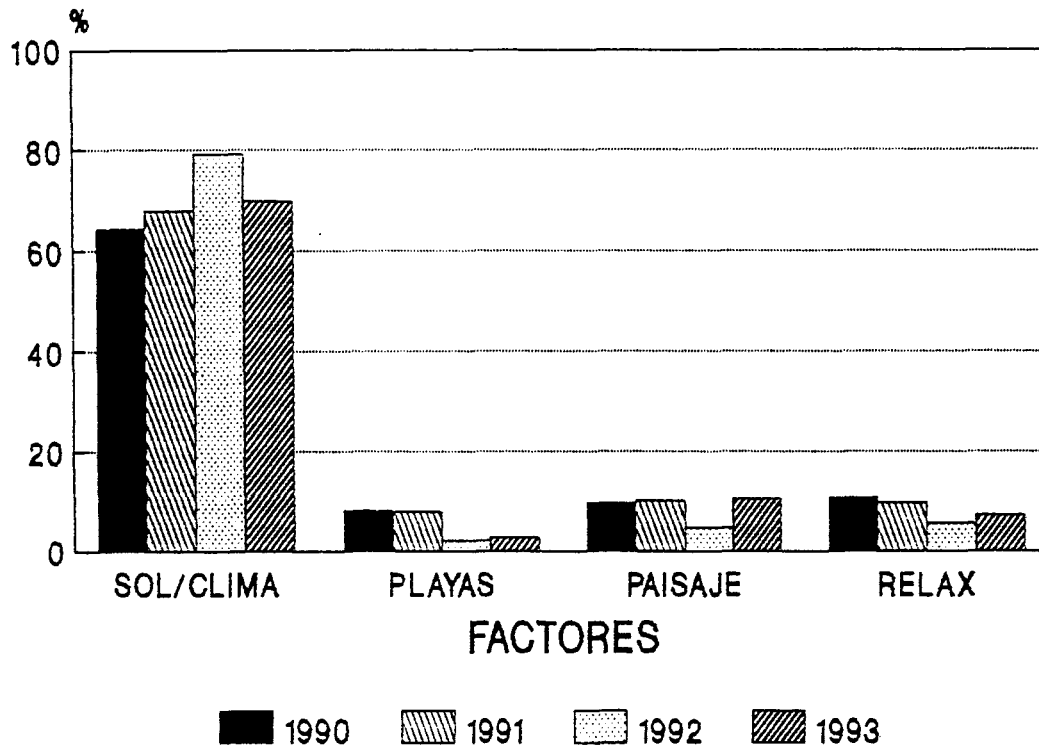
El 70 % de los turistas que visitan Lanzarote señalan el sol/clima como factor más influyente, sobre todo para aquellos de nacionalidad holandesa, suiza y británica.

El segundo factor en importancia, el paisaje, adquiere especial relevancia para alemanes -y es un hecho que se repite todos los años-, finlandeses y turistas españoles.

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

Por último, entre la categoría "otras" se señalan motivos como "por conocerla", "curiosidad" y un pequeño porcentaje que visita Lanzarote por el hecho de asistir a un congreso.

FACTORES DE VISITA PRINCIPALES





V.- ORGANIZACION DEL VIAJE

La organización del viaje a través de agencias continúa siendo de forma clara la principal modalidad. La fórmula "directamente" sigue siendo baja.

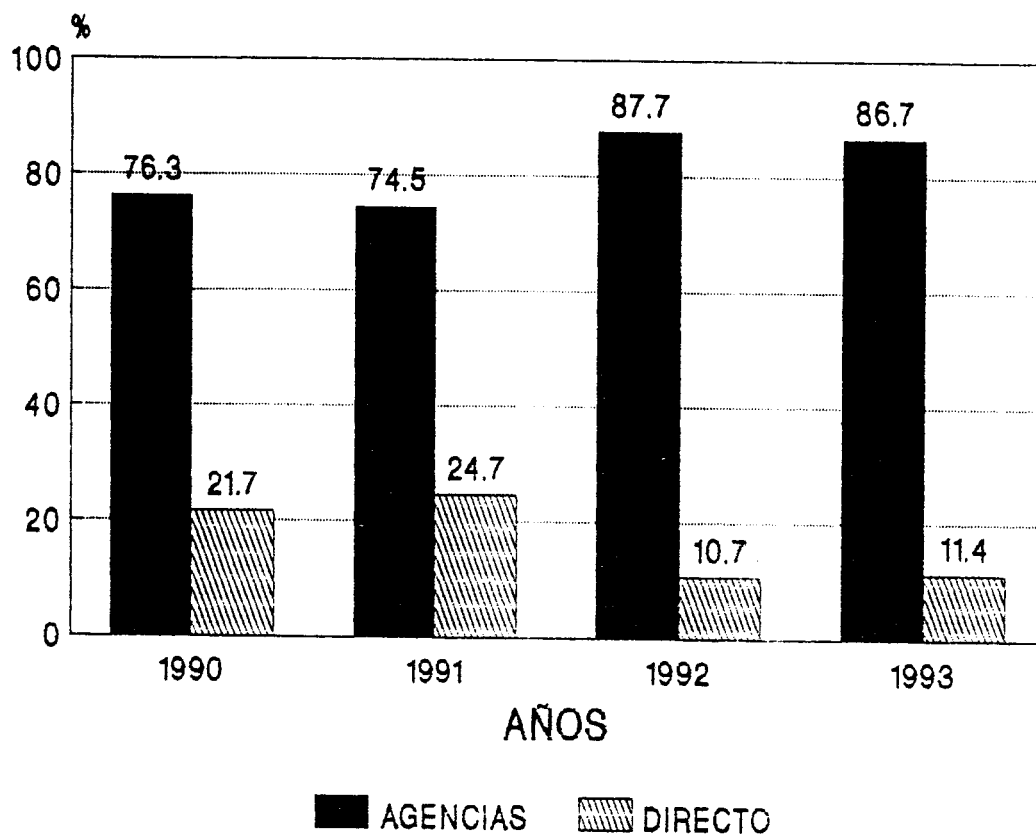
Cuadro 6: Organización del viaje (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Agencia de viajes	76.3	74.5	87.7	86.7
Directamente	21.7	24.7	10.7	11.4
Otras	2.8	0.6	1.4	1.8

Las Agencias de Viajes siguen siendo más utilizadas por finlandeses, (el 100 % utiliza esta modalidad) y alemanes. Esta última nacionalidad hasta años anteriores era la que, en términos proporcionales, mayormente organizaba sus vacaciones sin intermediarios.

Los españoles y suecos siguen siendo los que más organizan sus vacaciones directamente. También esta fórmula de organización del viaje es más utilizada por turistas que ya han visitado anteriormente Lanzarote, además aumenta tanto con la edad como con el estatus.

ORGANIZACION DEL VIAJE





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

Como se vio en el epígrafe anterior, el 86.7 % de los turistas contrataban sus vacaciones con Agencias de Viajes. No obstante hay algunas modalidades del paquete contratado, predominando nuevamente la contratación del paquete transporte y alojamiento.

Cuadro 7: Composición del "package" (%)

	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
P1: Sólo transporte.....	14.3	7.7	4.9
P2: Transporte y alojamiento.....	63.8	59.5	52.6
P3: Transporte, alojamiento y comida.....	17.1	26.8	38.5
P4: Transp., alojam., comida y excursiones.	4.5	5.7	3.8

La primera modalidad (sólo transporte) es contratada en su mayoría por británicos, por turistas de clase media y que han viajado a la isla en más de una ocasión. Este tipo de turista suele alojarse en apartamento propio/time sharing o en casa de familiares/amigos.

El segundo paquete (transporte y alojamiento) es mayormente contratado por suizos, holandeses y finlandeses y turistas que visitan la isla por primera vez.

El tercer tipo (incluyendo tanto media pensión como pensión completa) sigue siendo utilizado principalmente por turistas alemanes, convirtiéndose para esta nacionalidad en la modalidad preferente de contratación.

Para la contratación del cuarto tipo, hay que señalar que siguen siendo los españoles y, este año, los holandeses quienes más escogen esta fórmula.



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>
P1.....	34.662
P2.....	60.103
P3.....	86.725
P4.....	125.260

El coste de estos servicios sufre variaciones según nacionalidad. Así, para los que contrataron el primer tipo (sólo transporte) el precio oscila entre las 25.877 ptas. para los británicos y las 65.400 ptas. para los finlandeses.

En el segundo tipo (contratación de transporte y alojamiento), aparte de la variable nacionalidad, influyen otras como tipo de alojamiento y días de estancia. Analizaremos a continuación las estancias tipo más representativas.

Coste medio: Transporte + Alojamiento (7 días)

· Hotel.....	65.666	ptas.
· Apartamento.	47.157	"

Coste medio: Transporte + Alojamiento (14 días)

· Hotel.....	79.227	ptas.
· Apartamento.	69.281	"



En el tercer tipo de paquete las diferencias son las siguientes:

Coste medio: Transporte + Alojamiento + Comida* (7 días)

- Hotel..... 84.774 ptas.
- Apartamento. 67.807 "

Coste medio: Transporte + Alojamiento + Comida* (14 días)

- Hotel..... 102.685 ptas.
- Apartamento. 89.672 "

(*) No se especifica si es media pensión o pensión completa.



V.3.- Forma de visita

Como cierre a este capítulo sobre organización del viaje, hay decir que las vacaciones más características son las disfrutadas en pareja, tal como se puede observar en el cuadro.

Cuadro 9: Forma de visita 1993. (%)

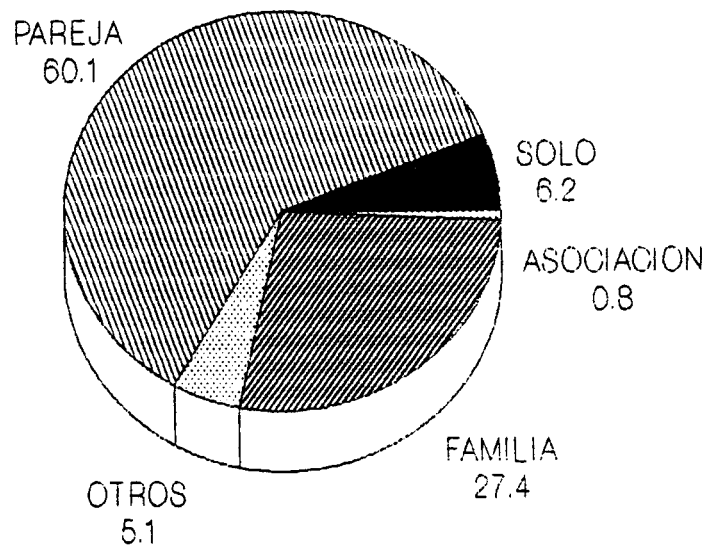
Solos	6.2
Pareja	60.1
Familia	27.4
Asociación	0.8
Otros	5.1
NS/NC	0.1

En cuanto al número medio de acompañantes para las categorías de familia, asociación y otros es el siguiente:

	<u>nº medio acompañantes</u>
Familia.....	2,7
Asociación.....	16,0 (*)
Otros (amigos).	3,6

(*) Son asociaciones deportivas alojadas en la Santa Sport.

FORMA DE VISITA 1993





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>	<u>1993</u>
Hotel 3/5 *	12.1	19.4	19.1	27.9
Apto. 1/3 llaves	68.6	64.9	72.0	65.6
Pensión	0.6	0.3	0.3	0.5
Apto. propio	4.9	5.7	1.4	0.5
Time-sharing	2.8	3.4	1.6	2.3
Casa amigos/familiares	4.7	4.8	4.5	2.9
Otros	0.3	0.6	0.3	-
NS/NC	6.0	0.5	0.3	-

Los apartamentos siguen siendo la modalidad de alojamiento más utilizada, siguiéndole en importancia los hoteles 3/5 *, que este año se ha incrementado considerablemente.

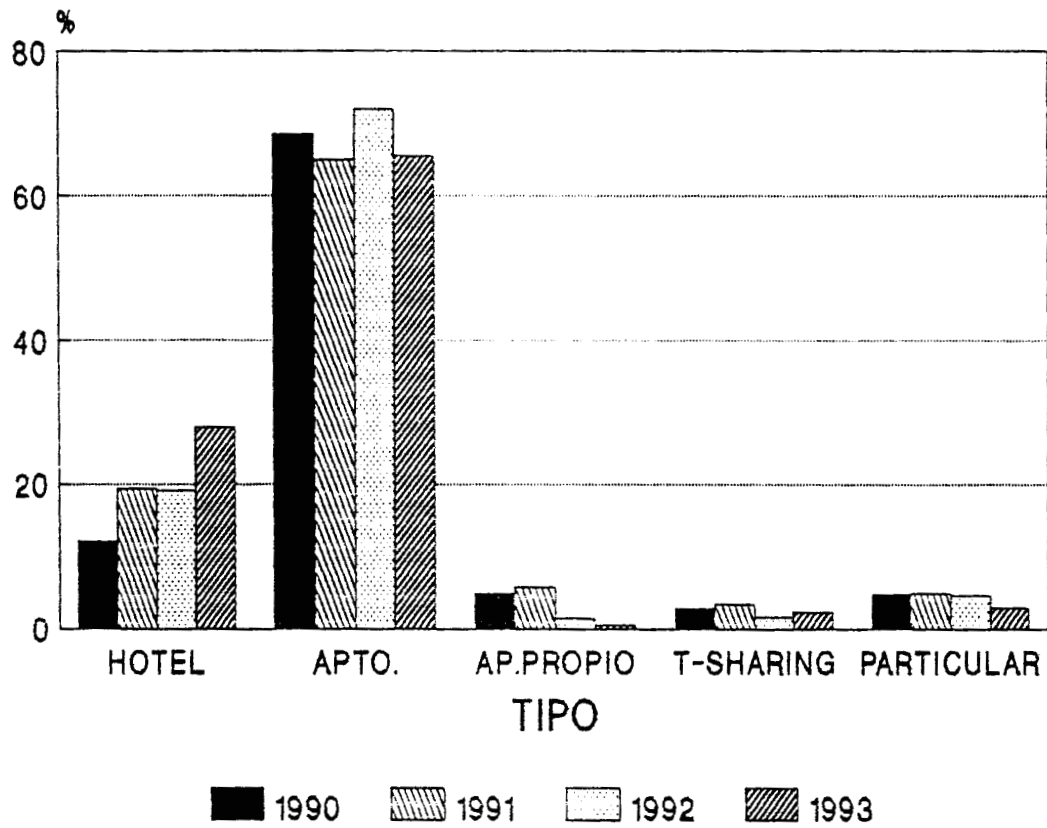
Apartamentos 3/5 *

Continúa siendo más utilizados por holandeses 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, en términos proporcionales, sobre todo por noruegos y, en menor medida, por turistas de otras nacionalidades. Son en esta ocasión los alojados en Playa Blanca, 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, al igual que en los estudios anteriores, 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:

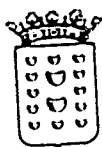
Intervalos de opinión:

<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, mejorando respecto a años anteriores.

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

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Instalaciones y mantenimiento	7,46	7,58	7,72	8,01
Profesionalidad del personal	7,21	6,59	7,56	7,82
Servicios en general	7,19	7,03	7,16	7,60
Relación calidad/precios	6,41	7,03	6,54	7,34
VALORACION GLOBAL	7,06	7,00	7,49	7,69



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.
Instalaciones y mantenimiento (8,01)				
mejor opinión	Suizos	P. Blanca	Hotel 3/5*	+ 1 vez
peor opinión	Finlandeses	Otras (*)	Apto. 1/3	1ª vez
Profesionalidad del personal (7,82)				
mejor opinión	Espanoles	P. Blanca	Hotel 3/5*	+ 1 vez
peor opinión	Finlandeses	Pto. Carmen	Apto. alq.	1ª vez
Relación calidad/precios (7,34)				
mejor opinión	Suizos	C. Teguisse	Hotel 3/5*	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Pto. Carmen	Apto. alq.	1ª vez
Servicios en general (7,60)				
mejor opinión	Suizos	C. Teguisse	Hotel 3/5*	+ 1 vez
peor opinión	Finlandeses	Pto. Carmen	Apto. alq.	1ª vez

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



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 9,8 días, continuando su línea de descenso en comparación con años anteriores.

Cuadro 12: Estancia media

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Media (días)	12,9	12,2	10,7	9,8
Desv. típica	3,8	6,2	5,4	4,9

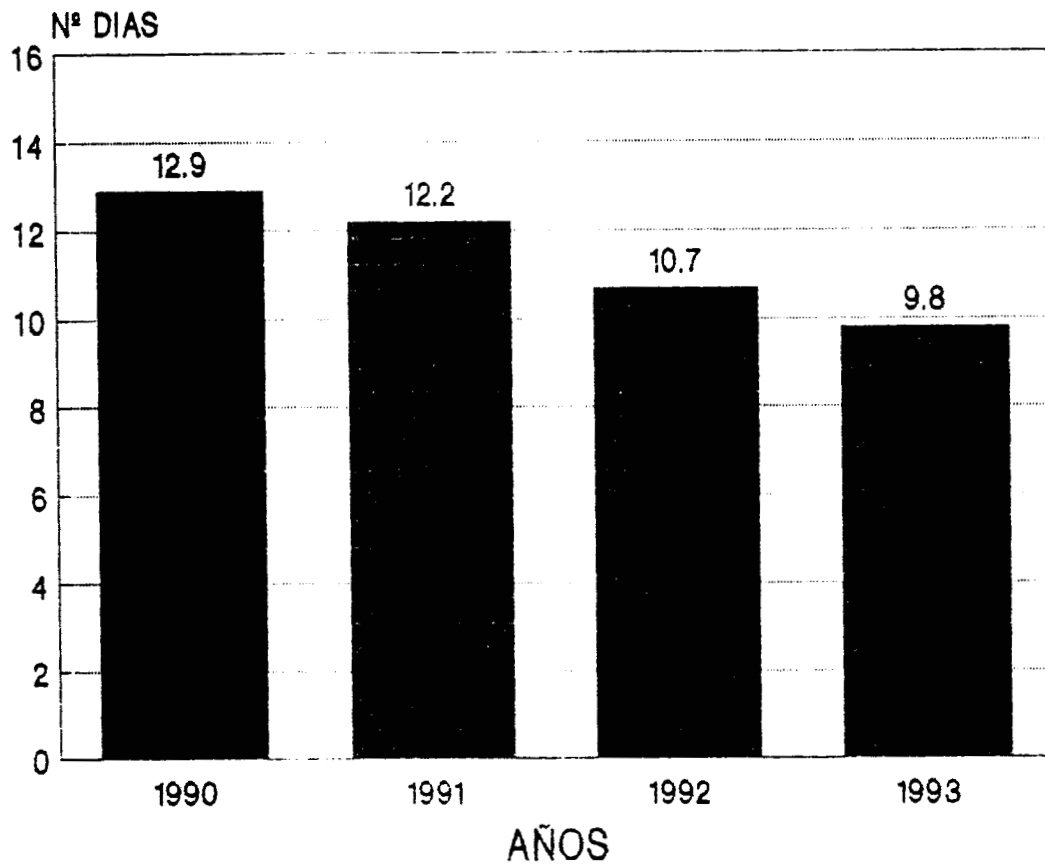
Este fenómeno obedece a que la estancia-tipo de una semana ya se ha impuesto en el tipo de paquete turístico que se oferta para Lanzarote. La siguiente tabla nos clarifica esta idea.

	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Siete días	34.7	49.1	48.6
Catorce días	42.2	30.2	31.2

La estancia sigue siendo más larga para los alemanes (11 días), 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 que organizan su viaje directamente y se incrementa igualmente con la edad.

Nuevamente es menor el número de días de permanencia en Lanzarote para los turistas españoles (6,8 días) y para los de clase media-media que visitan la isla por primera vez.

ESTANCIA MEDIA





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>	<u>1993</u>
Menos de 1.500 ptas.	19.4	5.1	8.6
Entre 1.500 - 3.000 ptas.	50.4	28.9	23.9
Entre 3.000 - 5.000 ptas.	21.1	41.6	36.4
Más de 5.000 ptas.	8.0	24.1	30.9

Como se observa, el gasto efectuado por la población turística continua su línea evolutiva ascendente. Quizá la siguiente tabla, donde se refleja la media de gasto en estos últimos cuatro años, resulte más clarificadora.

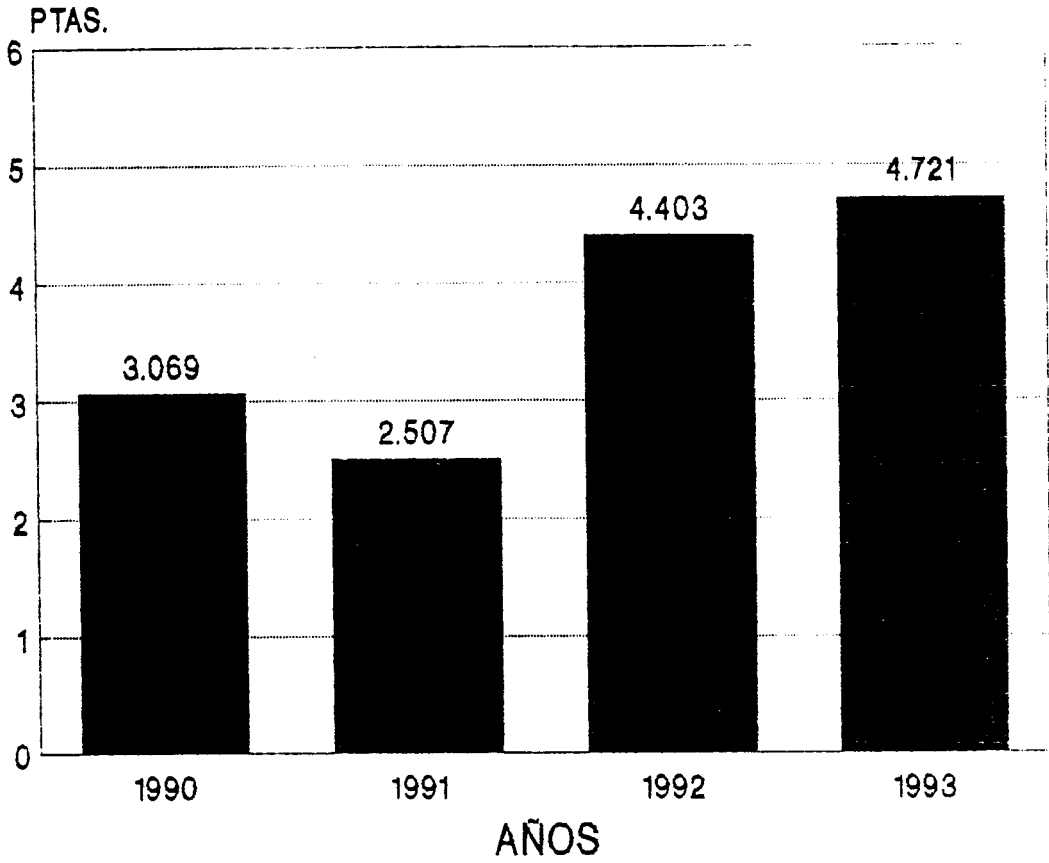
Cuadro 14: Evolución del gasto medio diario (en ptas.)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Media	3.069	2.507	4.403	4.721
Desv. típica	1.019	1.329	2.157	1.520

El gasto medio diario se sitúa este año en las 4.721 pesetas y su aumento con respecto a 1992 es del 7,2 %. Siendo mayor, tal como viene sucediendo cada año, en aquellos visitantes de nacionalidad española (7.354 ptas.) y sueca, en turistas de clase media-alta (de hecho el gasto aumenta con la elevación del estatus socioeconómico), que han visitado la isla en más de una ocasión.

Es menor, en cambio, en alemanes (3.296 ptas.), de clase media-baja y alojados en Playa Blanca.

GASTO MEDIO DIARIO





C A M B I O D E D I V I S A S .

	PESETAS		
	26/2/91	30/1/92	13/3/93
1 marco alemán.....	62,9 ...	63,1 ...	71,4
1 franco francés.....	18,8 ...	18,5 ...	21,0
1 libra esterlina.....	182,1 ...	181,0 ...	170,1
100 liras italianas.....	8,3 ...	8,4 ...	7,4
100 francos belgas.....	307,7 ...	306,6 ...	346,9
1 florín holandés.....	55,8 ...	56,1 ...	63,6
1 corona danesa.....	16,5 ...	16,3 ...	18,6
1 libra irlandesa.....	167,4 ...	168,3 ...	173,6
1 franco suizo.....	72,1 ...	70,8 ...	78,0
1 corona sueca.....	16,7 ...	17,4 ...	15,3
1 corona noruega.....	16,0 ...	16,1 ...	16,8
1 marco finlandés.....	25,7 ...	23,2 ...	19,6
1 chelín austríacos.....	8,9 ...	8,9 ...	10,1



IX.- GRADO DE SATISFACION

El grado de satisfacción del turista con sus vacaciones en Lanzarote continua siendo bastante elevado y prácticamente igual que el de la Encuesta de 1992.

Cuadro 15: Grado de satisfacción. (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Muy satisfecho	36.3	42.1	58.2	63.6
Bastante satisfecho	45.5	36.7	32.1	20.7
Medianamente satisfecho	15.5	18.4	7.9	14.7
Poco satisfecho	1.3	2.3	1.3	0.8
Insatisfecho	1.4	0.0	0.2	0.2
PUNTUACION (0 a 10).....	7,85	... 7,97	... 8,69	... 8,67

En general, los turistas se muestran muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote. Siendo igualmente los más satisfechos los españoles y los de otras nacionalidades; también el grado de satisfacción se incrementa con el estatus, es más alto entre los que han visitado la isla en más de una ocasión y los mayores de 64 años.



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...

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Igual	47.8	53.1
Mejor	45.8	42.8
Peor	4.3	3.3
NS/NC	2.0	0.6

Nuevamente el grado de cumplimiento de expectativas es bastante elevado. Más del 95 % de los turistas que visitan Lanzarote opinan que es mejor o igual de lo que esperaban. Sólo un 3.3 % señalan que es peor.

IX.2.- Recomedación de Lanzarote

Al igual que la Encuesta efectuada en 1992, en esta ocasión también 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 (%)

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Sí recomendaría	87.8	88.7
Posiblemente sí	10.6	9.3
No recomendaría	0.4	1.3
Posiblemente no	0.6	0.3
NS/NC	0.7	0.3



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.

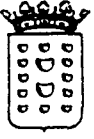
Cuadro 18: Intención de volver (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Sí	85.6	77.6	82.3	82.9
No	8.6	11.6	8.5	7.2
NS/NC	5.8	10.7	9.1	9.7

Los más animados a volver son, en esta ocasión, los alemanes, los segmentos de clase media-baja y los que han repetido visita anteriormente. Se muestran menos animados a volver los finlandeses, los turistas de clase media-alta y los que vienen por primera vez.

X.1.- Razones para no volver

Como se vio anteriormente, el 7.2 % 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).

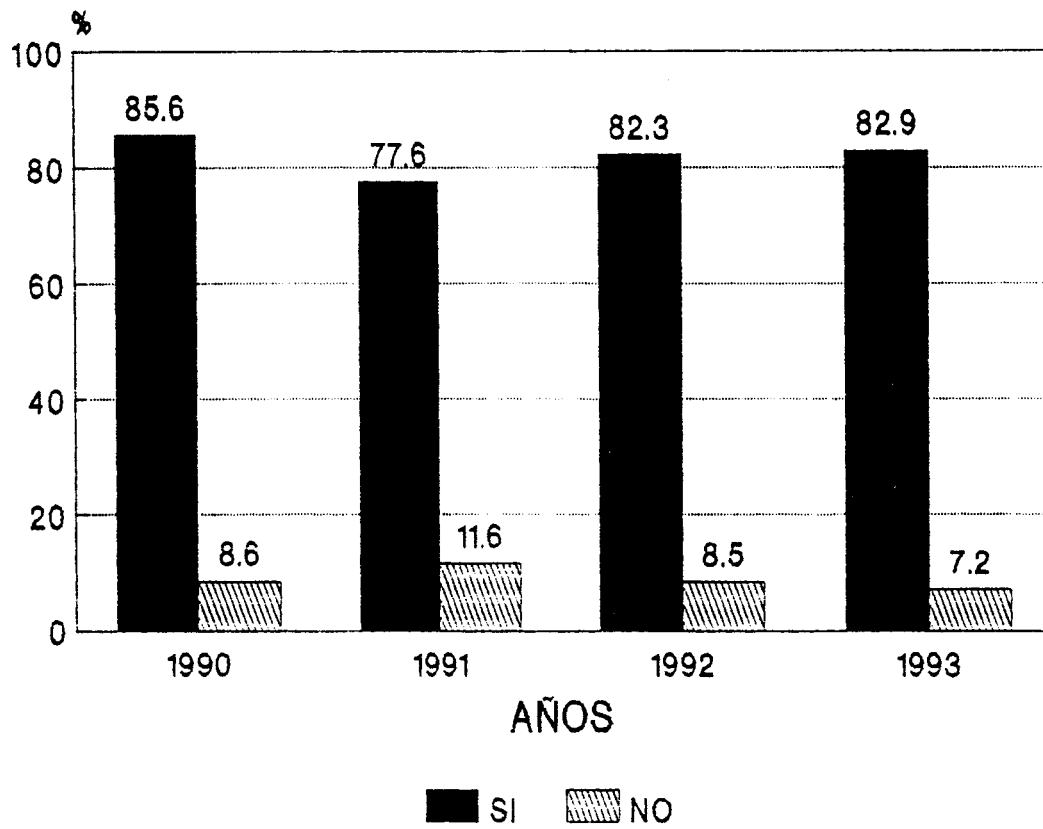


He aquí el cuadro de resultados donde se refleja lo comentado anteriormente.

Cuadro 19: Razones para no volver (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Una vez basta	38.2	64.2	66.6	65.5
Mal clima	9.1	7.1	9.8	17.2
Masificación turística	1.8	5.7	7.8	1.7
Relación calidad/precios	16.5	7.1	3.9	0.0
Mala infraest. ocio	7.3	5.7	1.9	0.0
Deterioro playas	1.8	0.0	0.0	1.7
Deterioro paisaje	0.0	1.4	0.0	1.7
Otras	14.5	5.7	9.8	12.0

INTENCION DE VOLVER





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>1993</u>	<u>% utilizac.</u> <u>1993</u>
Restaurantes/bares	6,76	7,00	7,25	7,61	94.7
Agencias de viajes	6,95	5,89	7,20	7,33	45.1
Supermercados	6,57	6,67	7,09	7,21	92.2
Aeropuerto	6,32	6,82	6,75	7,20	100.0
Bancos	7,15	6,53	7,03	7,18	57.8

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



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.

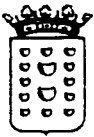
	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
Aeropuerto (7,20)				
mejor opinión	Alemanes		m-alta	1ª vez
peor opinión	Noruegos		m-media	+ 1 vez
Restaurantes/bares (7,61)				
mejor opinión	Suizos	Otras (*)	m-media	--
peor opinión	Otras(**)	C. Teguisse	m-baja	--
Bancos (7,18)				
mejor opinión	Alemanes	C. Teguisse	m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-baja	1ª vez
Agencias de viajes (7,33)				
mejor opinión	Otras(**)	C. Teguisse	m-baja	1ª vez
peor opinión	Espanoles	Otras (*)	m-media	+ 1 vez
Supermercados (7,21)				
mejor opinión	Suizos	Pl. Blanca	m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Suecos	Otras (*)	m-alta	1ª vez

**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

	1993 % utiliz.	VALORACION			
		1990	1991	1992	1993
Estado del paisaje	-	7,77	7,69	8,06	8,13
Estado de las playas	92.9	7,66	7,70	7,93	7,94
Excursiones	43.1	7,12	7,04	7,75	7,59
Seguridad ciudadana	-	6,38	7,00	7,44	7,57
Taxis	55.5	7,01	6,35	7,39	7,56
Vehículos s/cond.	63.6	6,80	6,60	6,99	7,36
Oferta deportiva	34.9	7,01	6,61	6,86	7,16
Servicio de teléfono	79.1	2,89	6,71	6,84	7,10
Información turística	68.2	6,64	5,72	6,86	7,03
Servicio de agua	-	6,80	6,98	6,98	7,03
Oferta cultural	45.2	6,47	4,31	6,76	6,86
Guaguas	39.4	5,84	5,30	5,69	5,56



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

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
Estado de las playas (7,94)				
mejor opinión	Suizos	C. Teguisse	m-media	+ 1 vez
peor opinión	Finlandeses	Otras (*)	m-baja	1ª vez
Estado del paisaje (8,13)				
mejor opinión	Espanoles		m-media	1ª vez
peor opinión	Noruegos		m-baja	+ 1 vez
Excursiones (7,59)				
mejor opinión	Espanoles		m-baja	1ª vez
peor opinión	Noruegos		m-alta	+ 1 vez
Seguridad ciudadana (7,57)				
mejor opinión	Suizos	C. Teguisse	m-alta	1ª vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-media	+ 1 vez
Servicio de agua (7,03)				
mejor opinión	Alemanes	C. Teguisse	m-alta	1ª vez
peor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-media	+ 1 vez

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



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

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
Servicio de teléfono (7,10)				
mejor opinión	Suizos	Otras (*)	m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Pl. Blanca	m-baja	1ª vez
Oferta deportiva (7,16)				
mejor opinión	Suizos	Otras (*)	m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Pl. Blanca	m-alta	1ª vez
Vehículos s/conductor (7,36)				
mejor opinión	Suizos		m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Finlandeses		m-baja	1ª vez
Taxis (7,56)				
mejor opinión	Británicos	Otras (*)	m-media	1ª vez
peor opinión	Noruegos	Pl. Blanca	m-baja	+ 1 vez

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



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

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
Información turística (7,03)				
mejor opinión	Suizos	C. Teguisse	m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Otras (**)	Otras (*)	m-media	1ª vez
Guaguas (5,56)				
mejor opinión	Espanoles	Otras (*)	m-baja	1ª vez
peor opinión	Holandeses	Pl. Blanca	m-alta	+ 1 vez
Oferta cultural (6,86)				
mejor opinión	Holandeses	Otras (*)	m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Alemanes	Pl. Blanca	m-alta	1ª vez

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

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



XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS

También se incluyó en el cuestionario una pregunta abierta sobre las deficiencias o elementos de desagrado que pudiera tener el turista entrevistado durante sus vacaciones en la isla. Hay que destacar que más del 42 % de los entrevistados no emitieron respuesta alguna. Los resultados de los que emitieron respuesta son los siguientes:

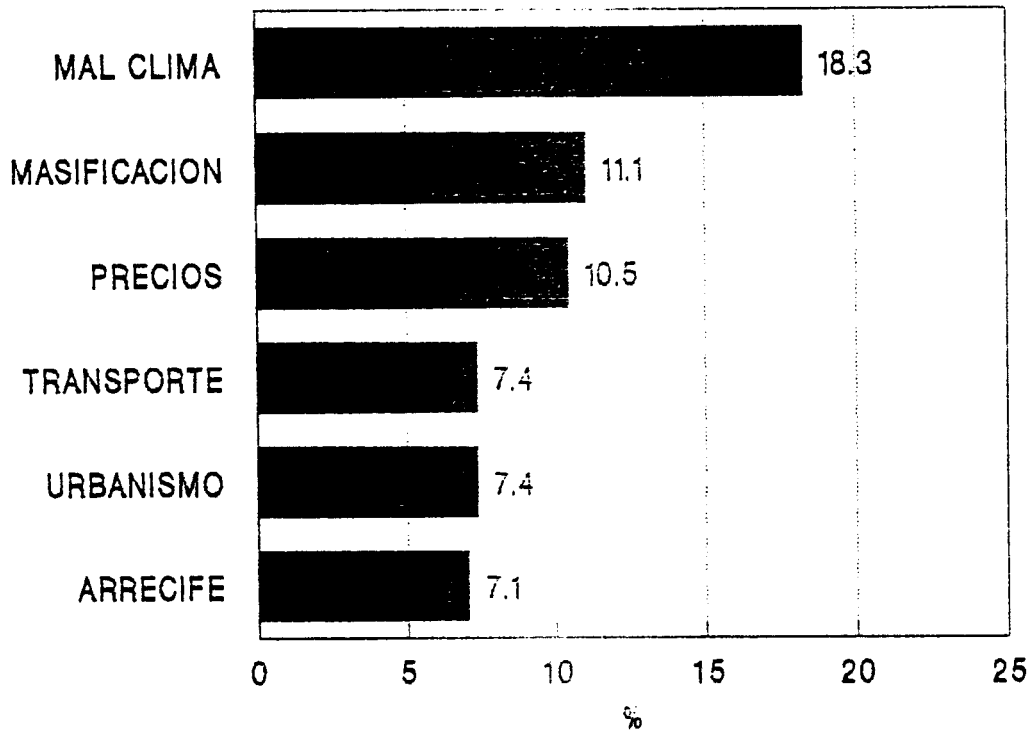
Cuadro 22: Principales deficiencias y elementos de desagrado (%)

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Mal clima (viento/calima)	20.3	18.3
Masificación turística	13.0	11.1
Precios	9.4	10.5
Transporte público	6.0	7.4
Urbanismo	5.7	7.4
Arrecife	3.5	7.1
Carreteras/tráfico	3.0	5.7
Falta diversión	-	5.4
Vendedores time-sharing	3.8	4.5
Profesionalidad/idiomas	5.7	3.9
Suciedad	2.3	2.8
Servicios en general	4.2	2.4
Falta información	2.0	2.2
Puerto del Carmen	2.0	2.2
Muy pequeña	-	1.6
Falta folklore/cultura	1.5	1.6
Restaurantes	4.2	1.4
Exceso de comercios	2.7	1.4
Oferta deportiva	0.5	0.9
Aeropuerto	6.4	0.5
Teléfonos	0.2	0.2
Alojamiento	1.2	-

PRINCIPALES DEFICIENCIAS

1993

DEFICIENCIAS





Tal como viene ocurriendo todos los años, el mal clima continua siendo el principal elemento de desagrado. Viento, lluvia y calima son las quejas más señaladas.

En cuanto al segundo concepto, **masificación turística**, se hace referencia a las colas que tienen los turistas que soportar en determinados centros: Aeropuerto e instalaciones turísticas principalmente. Y algunos entrevistados señalan que "la isla es demasiado turística".

El tema de los **precios** va dirigido fundamentalmente hacia los supermercados, las excursiones turísticas (a éstas se le añade la queja sobre la mala información que ofrecen algunos de los tours) y los taxis.

Los problemas de **transporte público** se detectan tanto en la falta de servicio como en la mala información sobre el mismo. Hay una queja sobre la inexistencia de horarios en las paradas, además se crítica los malos horarios, principalmente en la zona de Playa Blanca. Tal como se vio en el epígrafe sobre la valoración de servicios y temas turísticos, las guaguas públicas es el servicio menos valorado.

En el concepto **urbanismo** se engloban temas como la existencia de tendidos eléctricos aéreos, deficiencia de aceras, dificultad para mayores y minusválidos en acceso a recintos, escasez de parques o zonas verdes, exceso de construcción turística y las casas que se encuentran sin pintar.

Las quejas hacia **Arrecife** se realizan sobre todo por el grado de deterioro que sufre la capital en comparación con el estado de conservación del resto de la isla.



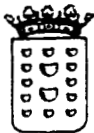
La mala señalización (sobre todo de los puntos turísticos) y el exceso de vehículos circulando son las menciones más comunes que se engloban en la categoría **carreteras/tráfico**.

Sobre la **falta de diversión** (critica hecha por turismo joven) se menciona la falta de lugares de ocio nocturno: discotecas, pubs, etc.

También existe una queja hacia los **vendedores de time-sharing**, sobre todo por el exceso de oferta y el acoso a que someten a los visitantes estos agentes.

El resto de los temas, aunque de menor importancia, va dirigido hacia la falta de conocimiento de idiomas de algunos profesionales del turismo, la escasez de información en los puntos turísticos, la falta de oferta cultural (especialmente de artesanía autóctona), la suciedad de algunos puntos de la isla y la falta de más restaurantes típicos con comidas canarias.

Ya por último, si bien la opinión general del **alojamiento** es bastante buena tal como veíamos en su título correspondiente. Hay que destacar la fuertes críticas que se realizan hacia algunos apartamentos tales como: mala instalación de agua (goteo, suciedad, escasez), inundación de apartamentos por la lluvia, mal servicio, ruidos (gatos), suciedad, cucarachas, etc.



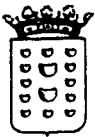
XIV.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO

En este epígrafe analizaremos el elemento opuesto al anterior, es decir, los elementos de agrado de Lanzarote. Como se verá aparece nuevamente el clima (en este caso como factor de agrado) en primer lugar. Prácticamente la totalidad de los entrevistados respondieron a esta pregunta.

Cuadro 22: Principales elementos de agrado (%)

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Clima	34.4	19.8
Paisaje	16.2	19.2
Tranquilidad	10.7	12.7
Todo	6.5	11.4
Playas	10.0	8.4
Limpieza	2.5	4.8
Centros Turísticos	4.0	4.4
Arquitectura	2.3	2.8
Originalidad	1.2	2.4
La gente	4.2	2.1
Los pueblos	2.3	2.1
Comida	1.4	1.4
Deporte	0.7	0.8
Nada en especial	2.9	7.1

El clima, el paisaje, la tranquilidad y las playas continúan siendo los elementos básicos del producto turístico de Lanzarote. Conviene resaltar la importancia cada vez mayor que va tomando el factor paisaje, que constituye un elemento de potenciación diferenciador de gran importancia a la hora de realizar promociones exteriores de la isla.



XV.- VALORACION DE LOS CENTROS DE ARTE, CULTURA Y TURISMO

Los porcentajes de turistas entrevistados que han visitado los Centros Turísticos son los siguientes:

Cuadro 23: Visita a Centros Turísticos (%)

	<u>1990</u>	<u>1991</u>	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Montañas del Fuego	79.3	72.9	71.3	67.5
Jameos del Agua	72.2	65.3	57.5	54.4
Mirador del Río	62.9	54.4	50.6	51.4
Cueva de Los Verdes	58.9	43.3	47.3	43.2
Monumento al Campesino	49.8	38.9	37.1	32.4
Jardín de Cactus	-	30.1	27.9	30.9
Castillo San José	24.1	10.2	17.0	17.0

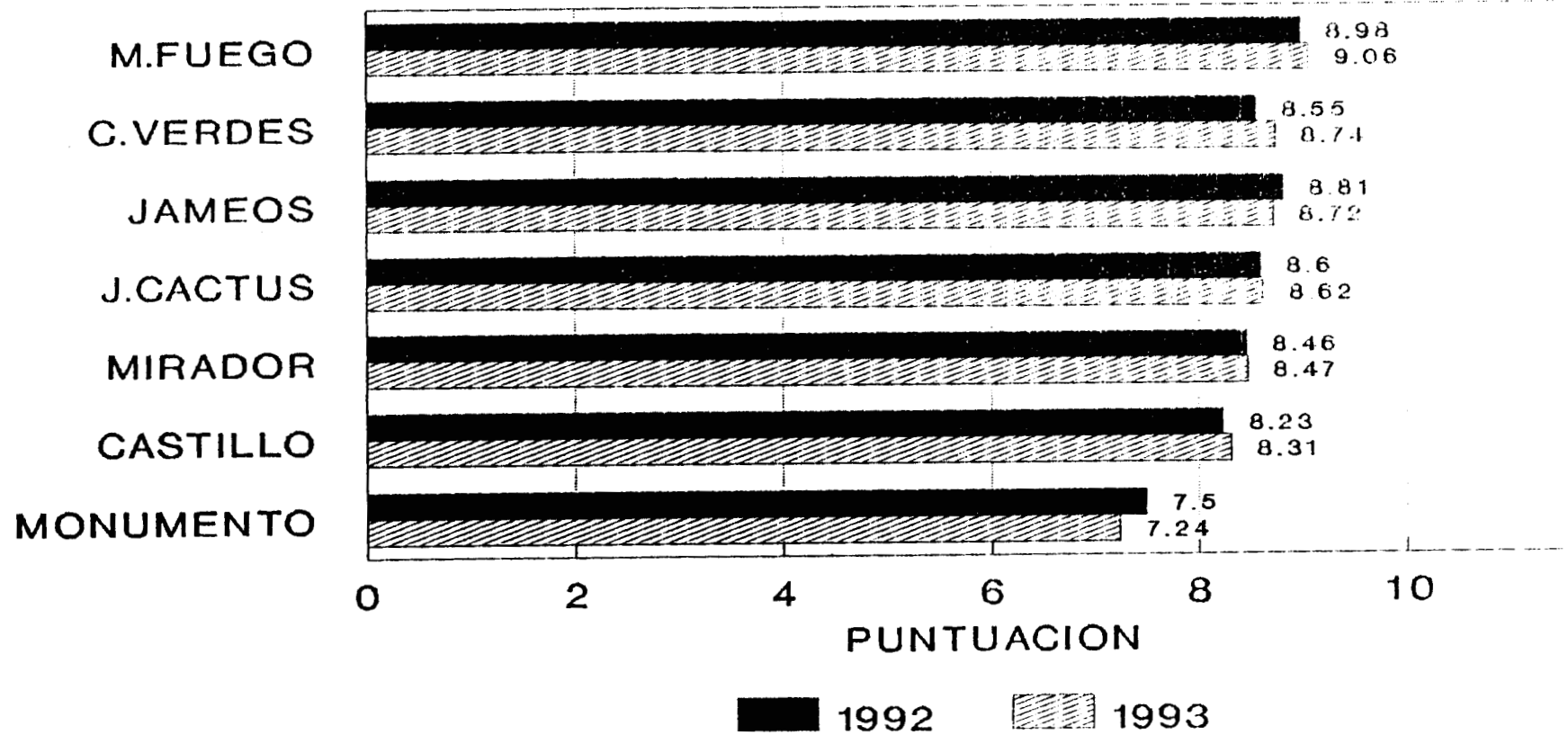
Cuadro 24: Valoración de los Centros Turísticos (0 a 10)

	<u>1992</u>	<u>1993</u>
Montañas del Fuego.....	8,98	9,06
Cueva de Los Verdes.....	8,55	8,74
Jameos del Agua.....	8,81	8,72
Jardín de Cactus.....	8,60	8,62
Mirador del Río.....	8,46	8,47
Castillo San José.....	8,23	8,31
Momumento al Campesino.....	7,50	7,24

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:

VALORACION DE CENTROS TURISTICOS

CENTROS



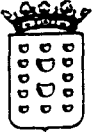


- Carestía de las entradas en algunos centros turísticos.
- Falta de información y de explicaciones en distintos idiomas sobre el contenido de los Centros, especialmente en referencia a Jameos del Agua.
- Falta de actividad cultural en el Auditorio de Jameos y Cueva de Los Verdes.
- Problemas de masificación en algunos centros.
- Críticas al restaurante de las Montañas del Fuego.
- Demanda de canales de idiomas en la guagua que hace el recorrido de la Ruta de los Volcanes.

Tal como señalábamos en el informe del año anterior, 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.

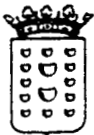
CUADRO VII: LOS CENTROS TURISTICOS

CENTRO	PORCENTAJE DE VISITA	PORCENTAJE DE NO VISITA
JAMEOS	54.4 %	45.5 %
DEL AGUA	VALORACION: 8,72	PRINCIPALES MOTIVOS (%) Falta de tiempo..... 25.4 Ya visitado..... 22.1 Relax..... 19.6
MONTAÑAS	67.5 %	32.4 %
DEL FUEGO	VALORACION: 9,06	PRINCIPALES MOTIVOS (%) Ya visitado..... 27.0 Falta de tiempo..... 23.4 Relax..... 22.4
CUEVA	43.2 %	56.7 %
DE LOS VERDES	VALORACION: 8,74	PRINCIPALES MOTIVOS (%) Falta de tiempo..... 28.8 Ya visitado..... 19.5 Relax..... 16.3
MIRADOR	48.5 %	51.4 %
DEL RIO	VALORACION: 8,47	PRINCIPALES MOTIVOS (%) Falta de tiempo..... 27.9 Ya visitado..... 18.3 Relax..... 18.0
MONUMENTO	32.4 %	67.5 %
AL CAMPESIÑO	VALORACION: 7,24	PRINCIPALES MOTIVOS (%) Falta información... 27.7 Falta de tiempo..... 24.2 Relax..... 13.4
CASTILLO	17.0 %	83.0 %
SAN JOSE	VALORACION: 8,31	PRINCIPALES MOTIVOS (%) Falta información... 34.1 Falta tiempo..... 22.5 No incluido excurs.. 11.5
JARDIN	30.9 %	69.0 %
DE CACTUS	VALORACION: 8,62	PRINCIPALES MOTIVOS (%) Falta de tiempo..... 28.7 Falta información... 14.8 Relax..... 14.8



XVI.- SINTESIS

- La afluencia turística en los dos primeros meses de 1993 ha descendido en un 3.5 % con respecto al mismo periodo del año anterior. El descenso más notorio se produce entre los turistas de nacionalidad finlandesa y sueca. En cambio, el turismo alemán asciende un 23.5 %.
- Prevalen las nacionalidades alemana, británica, española y finlandesa (aunque ésta última con un descenso continuado).
- Predominan los turistas con un nivel de estudios medio y cuyo estatus socioeconómico corresponde, en su mayoría, al de clase media. Se produce un ascenso del estatus en términos generales.
- El conocimiento de Lanzarote como destino turístico en el exterior sigue siendo elevado (por encima del 85 %). Por primera vez, este año, el conocimiento que se tiene en la Península está por encima de la media.
- Aumenta -con respecto a 1992- el número de turistas que repiten su visita. Si bien el número de repetidores sigue permaneciendo por debajo que en años anteriores.
- Las Agencias de Viajes prevalecen como principal fuente de información para elegir las vacaciones en Lanzarote. Destaca también la evolución positiva 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 va tomando cada vez más importancia el factor paisajístico, que a su vez aparece, junto al clima, como el principal elemento de agrado de la isla.



- 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 en pareja y, en segundo lugar, con la familia (la composición media de la familia es de 4,7 miembros).

- El 65 % de los visitantes se establece en apartamentos y el 28 % en establecimientos hoteleros. Su valoración del alojamiento es buena, por encima de la obtenida en años anteriores.

- La estancia media en la isla es de 9,8 días, un día por debajo de 1992. La estancia tipo de 7 días se establece nuevamente este año.

- El gasto medio diario del turista se sitúa en torno a las 4.721 pesetas, aumentando un 7.2 % con respecto a 1992.

- Los visitantes se muestran, en general, muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote, los índices de satisfacción son similares a 1992. Más del 95 % piensa que, en relación con sus expectativas, la isla es igual o mejor.

- Más del 82 % 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.

- 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 nuevamente como uno de los principales elementos de agrado de la isla.



- En el polo opuesto se halla las guaguas que, junto con las quejas sobre el mal clima (viento/calima/lluvia), la masificación turística y los precios, constituyen los elementos de desagrado para el turista.
- También conviene destacar la mala opinión que se tiene sobre Arrecife y el acoso que reciben los visitantes por parte de los vendedores de time-sharing.
- Los Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo Insular aumentan su buena valoración, sobre todo es de destacar la buena valoración que se tiene de las Montañas del Fuego. Sin embargo, la valoración que se hace del Monumento al Campesino desciende con respecto a 1992.