



«ENCUESTA
DE
TURISMO»

MARZO 1994

A3
17



INDICE

	<u>Pag.</u>
PRESENTACIÓN.....	1
0.- CONSIDERACIONES PREVIAS.....	2
1.- AFLUENCIA TURÍSTICA.....	3
2.- FICHA TÉCNICA.....	4
3.- DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.....	6
4.- CARACTERÍSTICAS 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 INFORMACIÓN.....	14
IV.- FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCIÓN DEL VIAJE.....	16
V.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE.....	18
V.1.- Contratación de servicios a través de Agencias.....	19
V.2.- Coste medio del servicio contratado.....	20
V.3.- Forma de visita.....	22
VI. TIPO DE ALOJAMIENTO.....	23
VI.1.- Opiniones sobre el alojamiento.....	25
VII.- ESTANCIA MEDIA.....	27
VIII.- GASTO MEDIO DIARIO.....	29



IX.- GRADO DE SATISFACCIÓN.....	31
IX.1.- Grado de cumplimiento de expectativas....	32
IX.2.- Recomendación de Lanzarote como destino..	32
X.- INTENCIÓN DE VOLVER.....	33
X.1.- Razones para no volver.....	33
XI.- VALORACIÓN DE INSTALACIONES.....	35
XI.- Utilización de instalaciones.....	37
XII.- VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS.....	38
XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS.....	43
XIV.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO.....	45
XV.- VALORACIÓN DE LOS CENTROS DE ARTE, CULTURA Y TURISMO DEL CABILDO.....	46
XVI.- SÍNTESIS.....	48



PRESENTACIÓN

La presente ENCUESTA DE TURISMO (MARZO 1994), al igual que las efectuadas en los años 1990, 1991, 1992 y 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.

Igualmente, 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 mencionados anteriormente.



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 TURÍSTICA**

NUMERO DE TURISTAS ENTRADOS EN LANZAROTE DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DE 1994 (según nacionalidad). COMPARACIÓN CON 1993.

	1993	1994	VARIACIÓN %
ALEMANIA	97.396	110.861	13.8
AUSTRIA	2.941	2.012	- 31.5
BÉLGICA	3.498	4.725	35.1
DINAMARCA	4.320	6.629	53.4
FINLANDIA	12.641	8.039	- 36.4
FRANCIA	6.112	6.024	- 1.4
G. BRETAÑA	87.561	126.104	44.0
HOLANDA	11.412	14.163	24.1
IRLANDA	1.594	3.130	96.4
ITALIA	4.463	4.514	1.1
LUXEMBURGO	1.310	2.324	77.4
NORUEGA	8.647	8.565	- 0.9
SUECIA	12.192	12.967	6.4
SUIZA	6.110	6.709	9.8
OTROS	792	701	- 11.5
ESPAÑA (1)	20.893	27.583	32.0
TOTAL	281.882	345.050	22.4

(1) Peninsulares y Canarias en vuelos "No Regular".

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



2.- FICHA TÉCNICA

El informe que se presenta a continuación está referido a la Encuesta de Turismo efectuada en Febrero de 1994, además se hace una comparación, mediante series temporales, con las Encuestas de Turismo realizadas en Lanzarote en los años 1990, 1991, 1992 y 1993. 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.
- **Ámbito 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	"
1994:	512	"
- **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 %
1994:	± 4,4 %
- **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
1994: Marzo

· Dirección de los Estudios: MIGUEL ÁNGEL MARTÍN ROSA (Colegiado nº 3.345 del Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en CC.PP. y Sociología).



3.- DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

País:

	%
Alemania	27.5
Gran Bretaña	36.5
Holanda	6.6
Noruega	4.3
Suecia	5.6
España	12.0
Otros (*)	8.1

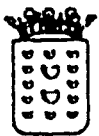
(*) Finlandia, Suiza, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia.

Edad:

	%
Entre 18 y 34 años	37.3
Entre 35 y 49 años	28.7
Entre 50 y 64 años	21.8
Más de 65 años	12.1

Sexo:

	%
Varones	47.8
Mujeres	52.1



4.- CARACTERÍSTICAS 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>	<u>1994</u>
Estudios primarios	19.9	13.0	21.4
Estudios medios	46.4	49.0	46.1
Estudios superiores	33.6	37.9	32.4

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

Estatus (%):

	<u>1992</u>	<u>1993</u>	<u>1994</u>
Clase alta	1.3	1.2	0.0
Clase media-alta	15.2	13.1	13.1
Clase media-media	59.5	68.5	65.8
Clase media-baja	16.4	10.9	17.2
Clase baja	4.7	2.7	2.7
NS/NC	2.9	3.7	1.2

El tipo de turismo analizado en 1994 posee un estatus socioeconómico ligeramente inferior al de 1993. 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, media-media y media-baja (fusionada con clase baja).



Zonas Turísticas (%):

	<u>1992</u>	<u>1993</u>	<u>1994</u>
Puerto del Carmen	58.7	53.6	51.7
Playa Blanca	12.3	16.9	13.7
Costa Teguise	25.8	25.9	28.8
Otras	2.8	3.6	5.8

Se observa un paulatino descenso de la representatividad de la zona de Puerto del Carmen en favor de Costa Teguise y otras zonas de Lanzarote. También en el período de realización de la Encuesta la representatividad de Playa Blanca desciende.



Profesiones:

	%		
	1992	1993	1994
EMPLEADOS POR CUENTA AJENA			
Director de empresa, directivo.....	1.4	1.6	0.9
Empleados de nivel superior.....	2.9	3.6	1.9
Funcionarios de nivel superior (título superior)...	2.1	1.5	0.3
Oficiales de las Fuerzas Armadas.....	-	0.8	0.3
Técnicos medios.....	5.8	5.2	5.7
Funcionarios de nivel medio.....	3.8	6.7	3.7
Empleados de nivel medio (administrativos).....	12.9	14.2	15.3
Vendedores, agentes comerciales, etc. (dependientes)..	8.5	7.3	10.4
Capataces, encargados, contraмаestres.....	2.0	2.1	3.7
Obreros cualificados, especialistas.....	4.5	4.7	3.7
Personal manual de servicios cualificado.....	-	4.5	3.5
Empleados subalternos, conserjes, etc.....	1.4	1.5	2.5
Peones y obreros sin cualificar.....	2.9	1.6	1.1
Personal manual de servicios no cualificados.....	1.0	1.3	1.9

TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA

Agricultor sin asalariados.....	0.5	0.6	0.2
Empresario de industria, comercio u otra actividad de servicio de tipo medio o grande con asalariados.....	0.3	0.3	0.0
Industrial, comerciante o empresario de otra actividad de servicios de tipo pequeño sin asalariados.....	5.4	4.7	5.7
Profesional liberal.....	7.3	6.3	9.6
Trabajador independiente, autónomo, artesano (vendedor autónomo).....	3.8	5.7	3.7
Otra ocupación por cuenta propia.....	0.9	0.3	0.3
Inactivo.....	-	0.6	0.0
Ama de casa, sus labores.....	7.3	6.0	9.0
Parado.....	1.2	-	0.7
Jubilado.....	14.2	13.4	10.4
Estudiante.....	6.7	4.5	4.1



**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 y aumenta con respecto a 1993.

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

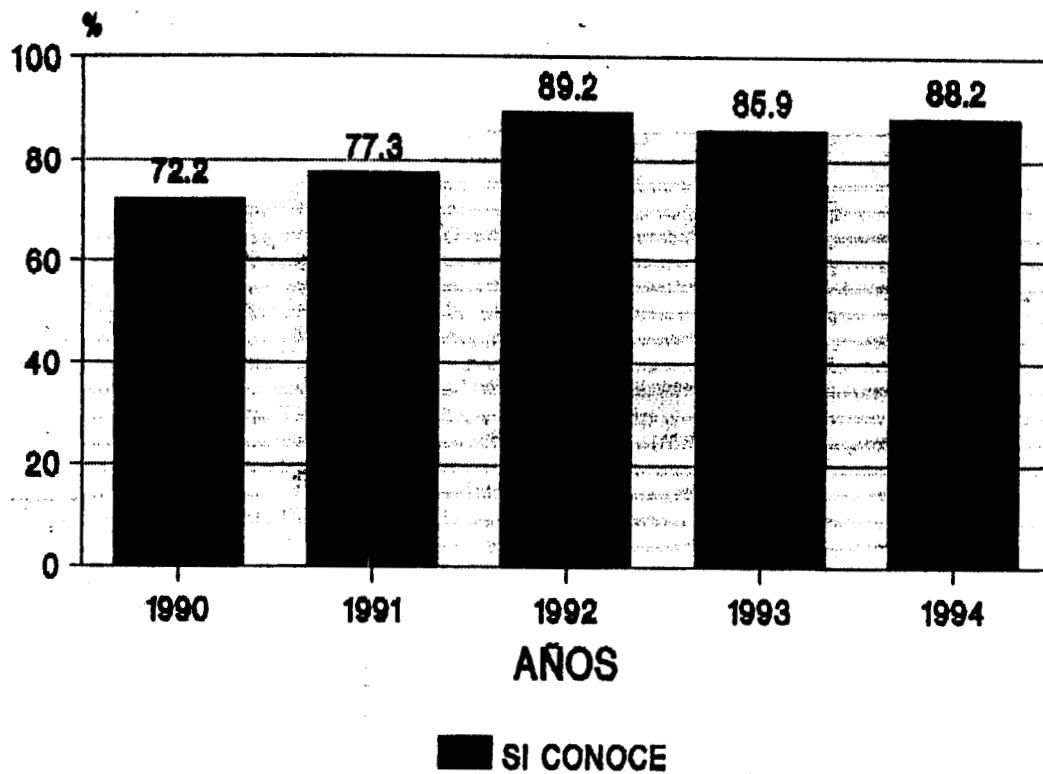
	1990	1991	1992	1993	1994
Sí conoce	72.2	77.3	89.2	85.9	88.2
No conoce	25.0	18.3	9.6	13.2	9.9
NS/NC	2.8	4.3	1.0	0.8	1.7

De nuevo son los británicos, junto a los turistas suecos, quienes mayoritariamente afirman que se conoce Lanzarote como destino turístico en su país. Sin embargo, la isla es todavía poco conocida en países como Noruega y en nuestro propio país. En este sentido, el 18.8 % de los procedentes de la Península afirma que no se conoce Lanzarote.

Respecto al cruce con otras variables, no se aprecian diferencias significativas según el status socioeconómico de los turistas. En cuanto a la edad, la isla sigue siendo más conocida para aquellos visitantes entre 50 y 64 años de edad.



CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR



**II.- OCASIONES EN QUE HA VISITADO LANZAROTE**Tabla 2: Ocasiones en que ha visitado Lanzarote. 1994 (%)

Primera vez	72.6 %
Una vez	12.5 %
Dos veces	5.4 %
Más de dos veces	9.3 %

El porcentaje de repetidores (aquellos turistas que han visitado la isla como mínimo en una ocasión) es del 27.4 %, menor que el registrado el pasado año.

Tabla 3: Comparación con años anteriores (%).

	1990	1991	1992	1993	1994
Primera vez	58.3	59.6	77.0	68.3	72.6
Repetidores	41.7	40.4	23.0	31.7	27.4

Continúan siendo los alemanes y británicos los que mayormente repiten su visita a Lanzarote. Sin embargo, hay que destacar la elevada proporción de suecos (93.1 %) y españoles (82.6 %) 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.



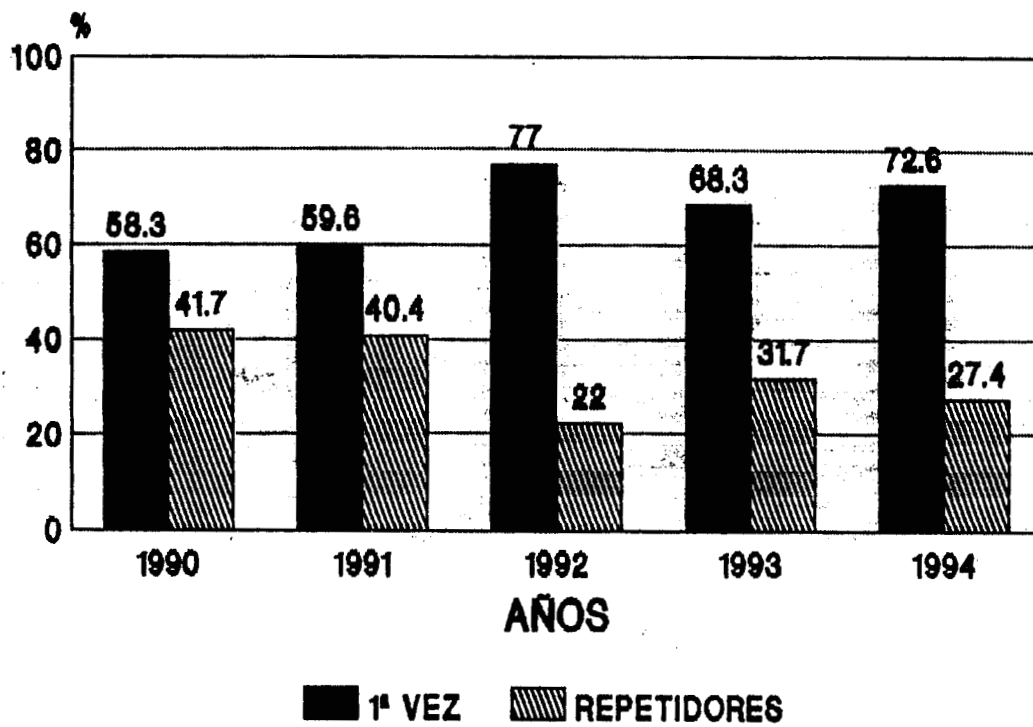
A la vista de estos resultados, podemos afirmar que el nivel de fidelidad a Lanzarote como destino turístico sigue alto, aunque menor que el año anterior.

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 3,2, llegando a 3,8 en turistas británicos.

En síntesis: se observa un aumento del número de turistas que visita Lanzarote por primera vez. Para aquellos que han visitado la isla en más de una ocasión, el promedio de visitas asciende a 3,2.



OCASIONES DE VISITA A LANZAROTE



**III.- FUENTE DE INFORMACIÓN**

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

Tabla 4: Fuente de información (%)

	1990	1991	1992	1993	1994
Agencia de viajes	45.0	33.4	48.1	38.7	56.8
Catálogo IT.00.	11.8	12.4	9.6	8.9	10.7
Folleto	8.5	7.2	3.4	5.1	5.8
Ferias Turismo	0.9	1.2	0.3	0.3	0.2
Familiar/amigo	20.9	22.5	23.1	25.8	16.8
Oficina Turismo	0.9	1.3	0.5	0.9	0.2
Exper. viajes anter.	8.3	17.8	7.1	11.7	3.5
Prensa/radio/TV	2.0	1.9	1.8	5.3	3.5
Otras	1.7	1.7	5.6	2.9	2.3

Las agencias de viajes constituyen, sin duda, 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 noruegos y por turistas que visitan por primera vez Lanzarote. La utilización de esta fuente aumenta con la disminución del status socioeconómico del turista.

También es un dato importante, si bien pierde importancia en relación con la anterior encuesta, el alto número de turistas que viajan a Lanzarote "aconsejados" por sus familiares o amigos. Casi el 17 % de los turistas que visitan la isla ha utilizado esta fuente. En los turistas de nacionalidad española esta fuente se incrementa hasta el 45 %, constituyendo para los visitantes de esta procedencia el principal elemento de información. Como dato ilustrativo, se observa que la recomendación aumenta con el status socioeconómico de los visitantes.



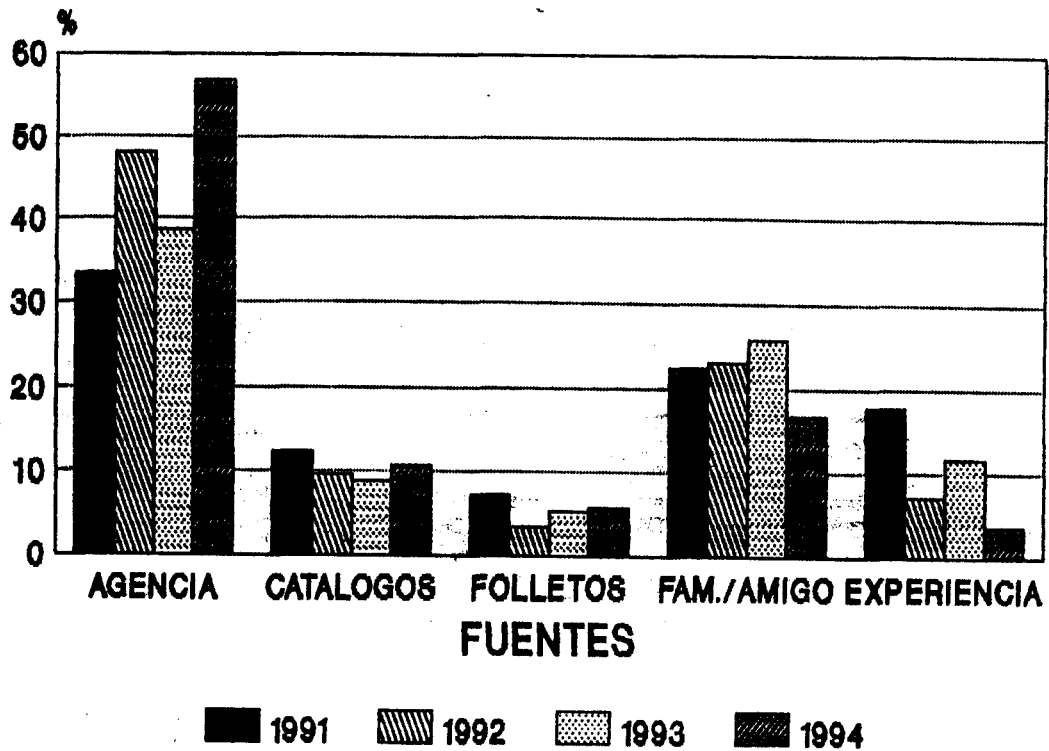
A este respecto, como más adelante se verá, la recomendación de la isla por los propios turistas a sus familiares y amigos aparece este año igualmente asegurada.

En tercer lugar, aparecen los catálogos de los Tour Operadores como fuente de información, utilizados especialmente por suecos y alemanes. También los folletos de publicidad turística suponen un buen elemento de atracción para los visitantes; los británicos y suecos son quienes, en mayor porcentaje, usan esta fuente.

En cambio, pierde importancia el motivo "experiencia de viajes anteriores", hecho explicable por la reducción proporcional de visitantes que repiten sus vacaciones en Lanzarote.



FUENTES DE INFORMACION PRINCIPALES



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

Los motivos de elección de Lanzarote como destino turístico para pasar las vacaciones, ordenados por nivel de importancia, son: el sol/clima, el paisaje y el descanso/relax.

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

	1990	1991	1992	1993	1994
Sol/clima	64.4	68.1	79.2	70.0	70.0
Playas/mar	8.2	7.9	2.0	2.6	4.7
Paisaje	9.6	10.0	4.7	10.5	9.2
Precios razonables	0.0	1.3	0.3	0.3	0.0
Diversión/entret.	1.4	0.1	0.3	0.3	0.2
Descanso/relax	10.7	9.7	5.4	7.3	8.4
Oferta deportiva	0.9	1.0	2.0	1.0	2.5
Aventura/exotismo	1.1	0.0	0.7	0.3	0.2
Oferta cultural	0.1	0.0	0.0	0.5	0.0
Otras	2.2	1.5	5.1	7.0	4.7

El 70 % de los turistas que visitan Lanzarote señala el sol/clima como factor más influyente para su visita, sobre todo para aquellos de nacionalidad alemana y británica. Con respecto al status socioeconómico de los turistas, este factor gana importancia a medida que desciende la clase social. Así, para los turistas de clase media-baja el motivo sol/clima alcanza el 74.2 % de las respuestas, mientras que para los de clase media-alta apenas supera el 50 %.



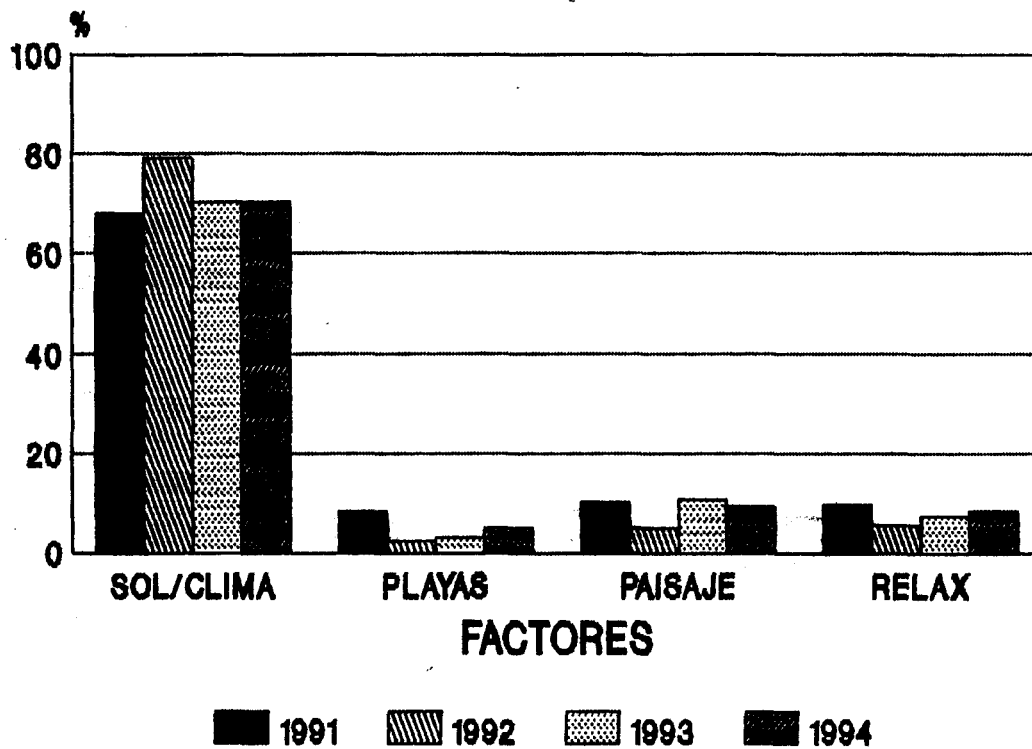
El segundo factor en importancia, el paisaje, adquiere especial relevancia para alemanes (es un hecho que se repite todos los años) y turistas de nacionalidad española. También los turistas de clase media-alta aparecen motivados por el paisaje.

Por otro lado, son principalmente los turistas de nacionalidad sueca los que señalan el factor descanso/relax como motivo importante para disfrutar de sus vacaciones en Lanzarote.

Por último, la bondad de las playas/mar aparece como un elemento de atracción importante, sobre todo para los turistas de nacionalidad holandesa.



FACTORES DE VISITA PRINCIPALES



**V.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE**

La organización del viaje a través de agencias continúa siendo de forma clara la principal modalidad, incrementándose nuevamente este año. La fórmula "directamente" desciende cada vez más.

Tabla 6: Organización del viaje (%)

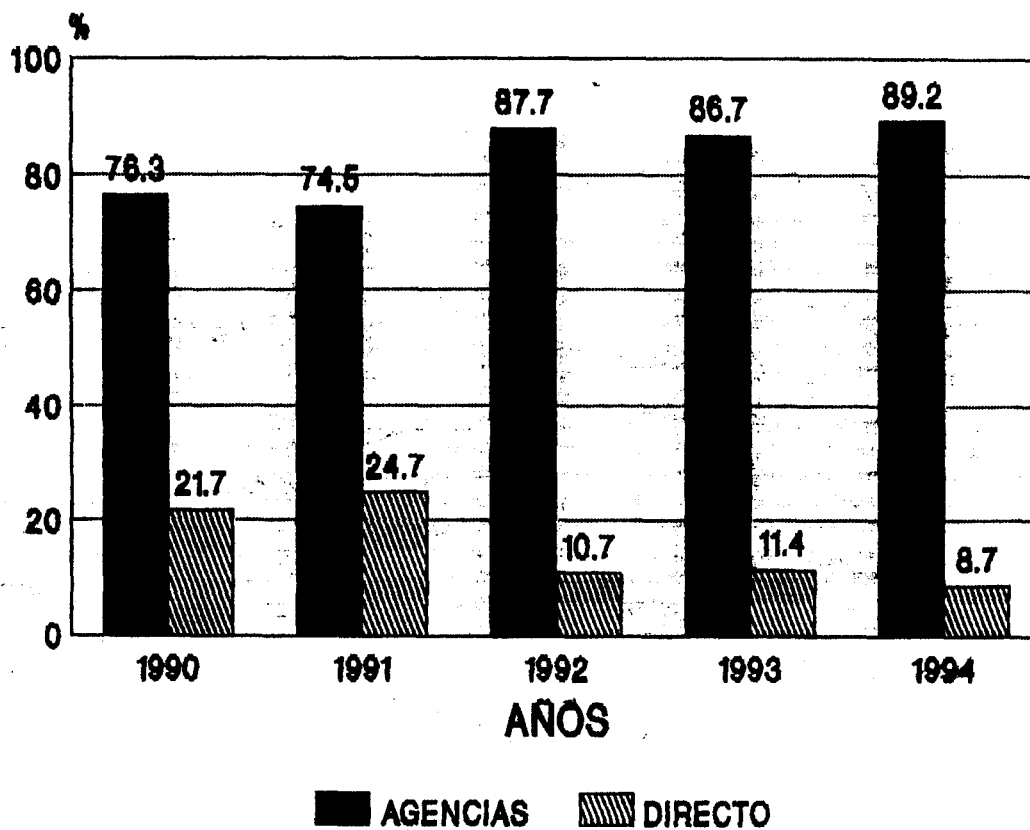
	1990	1991	1992	1993	1994
Agencia de viajes	76.3	74.5	87.7	86.7	89.2
Directamente	21.7	24.7	10.7	11.4	8.7
Otras	2.8	0.6	1.4	1.8	1.9

Las agencias de viajes siguen siendo más utilizadas por holandeses y alemanes. Esta última nacionalidad hasta la Encuesta realizada en el año 1993 era la que, en términos proporcionales, mayormente organizaba sus vacaciones sin intermediarios.

Los españoles y los turistas de otras nacionalidades 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 con el estatus: el 16.4 % de los turistas de clase media-alta viaja a Lanzarote sin intermediarios.



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 89.2 % de los turistas contrataba sus vacaciones con agencias de viajes. No obstante, hay algunas modalidades del paquete contratado, predominando nuevamente la contratación del paquete que incluye transporte y alojamiento.

Tabla 7: Composición del "package" (%)

T: Transporte
A: Alojamiento
C: Comida
E: Excursiones

	1991	1992	1993	1994
P1: T	14.3	7.7	4.9	5.3
P2: T + A	63.8	59.5	52.6	50.0
P3: T + A + C	17.1	26.8	38.5	25.9
P4: T + A + C + E	4.5	5.7	3.8	18.6

La primera modalidad (sólo transporte) es contratada en su mayoría por turistas englobados en otras nacionalidades (belgas, austriacos, franceses, etc.) y británicos; por turistas de clase alta 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 y su estancia sobrepasa los 14 días.

El segundo paquete (transporte y alojamiento) es mayormente contratado por suecos y alemanes y turistas que visitan la isla por primera vez. Su tipo de alojamiento es principalmente el apartamento.

El tercer tipo (incluyendo tanto media pensión como pensión completa) es utilizado sobre todo por turistas holandeses, siendo el hotel 3/5 * la modalidad de alojamiento.



Para la contratación del cuarto tipo, hay que señalar que siguen siendo los españoles y, este año, los noruegos quienes más escogen esta fórmula. También se observa que la estancia media de los turistas que escogen este paquete está por debajo de los siete días.

V.2.- Coste medio del "package"

Si bien no era un objetivo prioritario de este Estudio, nuevamente 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.

Tabla 8: Coste medio del "package" (Ptas.) 1994

PACKAGE	Ptas.
P1: T	45.265
P2: T + A	96.757
P3: T + A + C	103.164
P4: T + A + C + E	109.017

El coste de estos servicios sufre variaciones según nacionalidad. Así, para los que contrataron el primer tipo (sólo transporte) el precio oscila entre las 36.614 ptas. para los británicos y las 63.000 ptas. para los holandeses.



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.....	84.418	ptas.
· Apartamento.	65.558	"

Coste medio: Transporte + Alojamiento (14 días)

· Hotel.....	142.309	ptas.
· Apartamento.	104.810	"

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

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

· Hotel.....	87.659	ptas.
· Apartamento.	83.050	"

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

· Hotel.....	155.376	ptas.
· Apartamento.	107.897	"

(*) 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 continúan siendo las disfrutadas en pareja, tal como se puede observar en el cuadro.

Tabla 9: Forma de visita 1993. (%)

FORMA DE VISITA	1993	1994
Sólo	6.2	7.2
Pareja	60.1	57.0
Familia	27.4	33.0
Asociación	0.8	0.7
Otras	5.1	1.5
NS/NC	0.1	0.3

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

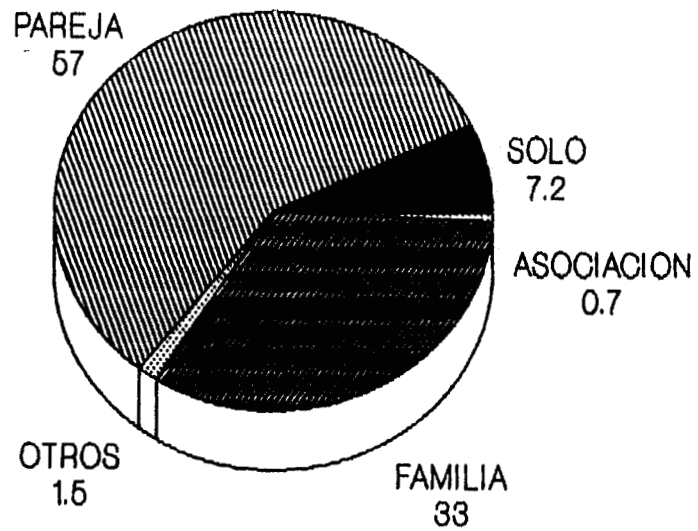
nº medio acompañantes

Familia.....	2,7
Asociación.....	8,7 (*)
Otros (amigos).	4,1

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



FORMA DE VISITA 1994



Porcentaje

**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:

Tabla 10: Tipo de alojamiento utilizado (%)

TIPO DE ALOJAMIENTO	1990	1991	1992	1993	1994
Hotel 3/5*	12.1	19.4	19.1	27.9	26.1
Apto. 1/3 llaves	68.6	64.9	72.0	65.6	68.0
Pensión	0.6	0.3	0.3	0.5	0.7
Apto. propio	4.9	5.7	1.4	0.5	0.7
Time-sharing	2.8	3.4	1.6	2.3	2.3
Amigos/familiares	4.7	4.8	4.5	2.9	1.5

Los apartamentos siguen siendo la modalidad de alojamiento más utilizada, siguiéndole en importancia los hoteles 3/5 *.

Apartamentos 3/5 *

Esta modalidad de alojamiento es más utilizada, en términos proporcionales, por turistas de nacionalidad holandesa, alojados en Puerto del Carmen: las tres cuartas partes de los turistas de este centro turístico se alojan en apartamentos.

Hoteles 3/5 *

Son utilizados, en términos proporcionales, sobre todo por alemanes y turistas englobados en otras nacionalidades (belgas, austriacos, franceses, italianos, etc.). Son nuevamente los alojados en Playa Blanca y los turistas de clase media-alta los principales usuarios de este tipo de establecimientos.

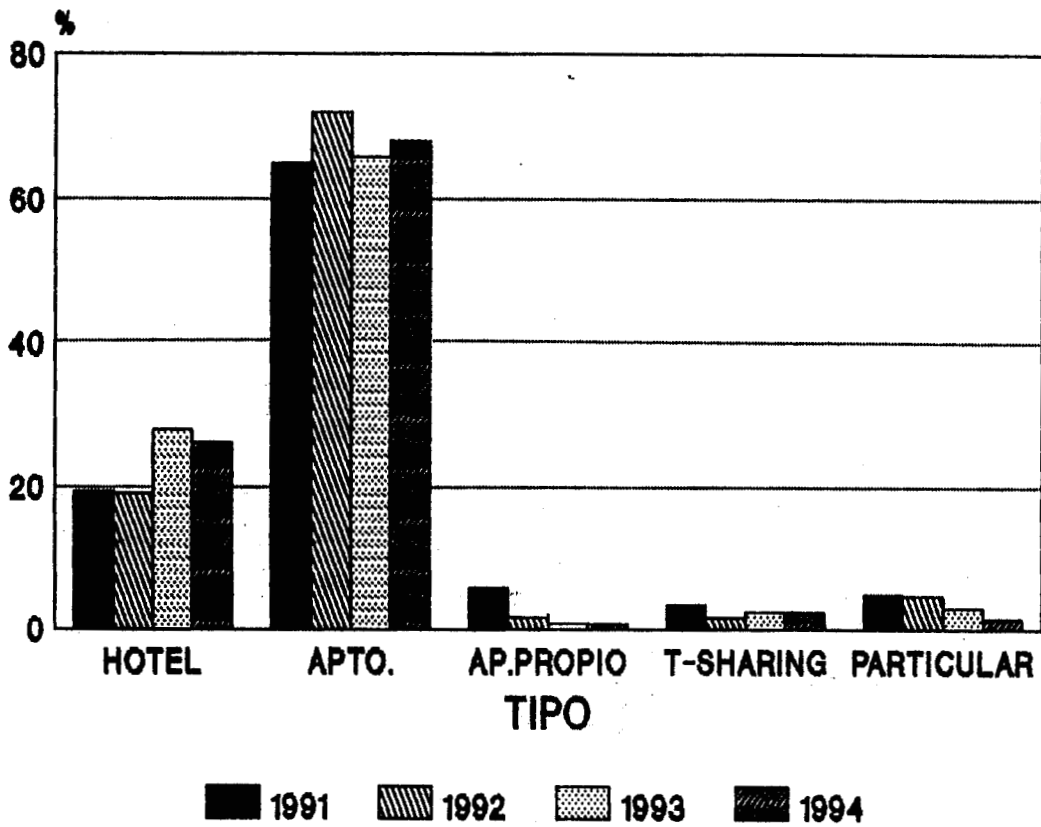


Time-sharing

El tipo de turista que utiliza la modalidad de alojamiento time-sharing es de nacionalidad británica y de clase media-media, concentrándose preferentemente en la zona turística de Playa Blanca.



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:

Concepto	En base 10
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, alcanzando una puntuación media de 7,64.

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

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994
Instalac. y mantenimiento	7,46	7,58	7,72	8,01	7,79
Profesionalidad del personal	7,21	6,59	7,56	7,82	7,72
Servicios en general	7,19	7,03	7,16	7,60	7,44
Relación calidad/precios	6,41	7,03	6,54	7,34	7,64
VALORACIÓN GLOBAL	7,06	7,00	7,49	7,69	7,64

**CUADRO I: VALORACIÓN 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 (7,79)				
mejor opinión	Noruegos	C.Teguise	Time-sharing	1ª vez
peor opinión	Alemanes	Otras(*)	Apto. alquiler	+ 1 vez
Profesionalidad del personal (7,72)				
mejor opinión	Suecos	P. Blanca	Time-sharing	+ 1 vez
peor opinión	Otras (**)	Otras(*)	Apto. alquiler	1ª vez
Relación calidad/precios (7,44)				
mejor opinión	Noruegos	C.Teguise	Time-sharing	+ 1 vez
peor opinión	Suecos	P. Blanca	Apto. 1/3 ll	1ª vez
Servicios en general (7,64)				
mejor opinión	Noruegos	C.Teguise	Time-sharing	+ 1 vez
peor opinión	Alemanes	P. Blanca	Apto. alquiler	1ª vez

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

(**) Austriacos, belgas, daneses, franceses, irlandeses, italianos, suizos y finlandeses.

**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 11,1 días, con lo que se invierte la línea de descenso observada en las encuestas anteriores.

Tabla 12: Estancia media

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994
Media (días)	12,9	12,2	10,7	9,8	11,1
Desviación típica	3,8	6,2	5,4	4,9	3,5

Este fenómeno obedece a que la estancia-tipo de una semana disminuye y aumenta el porcentaje de los que permanecen 14 días. La siguiente tabla nos muestra la evolución de estos dos tipos.

Tabla 13: Porcentaje de los que permanecen siete y catorce días.

DÍAS DE ESTANCIA	1991	1992	1993	1994
Siete días	34.7	49.1	48.6	41.9
Catorce días	42.2	30.2	31.2	36.0

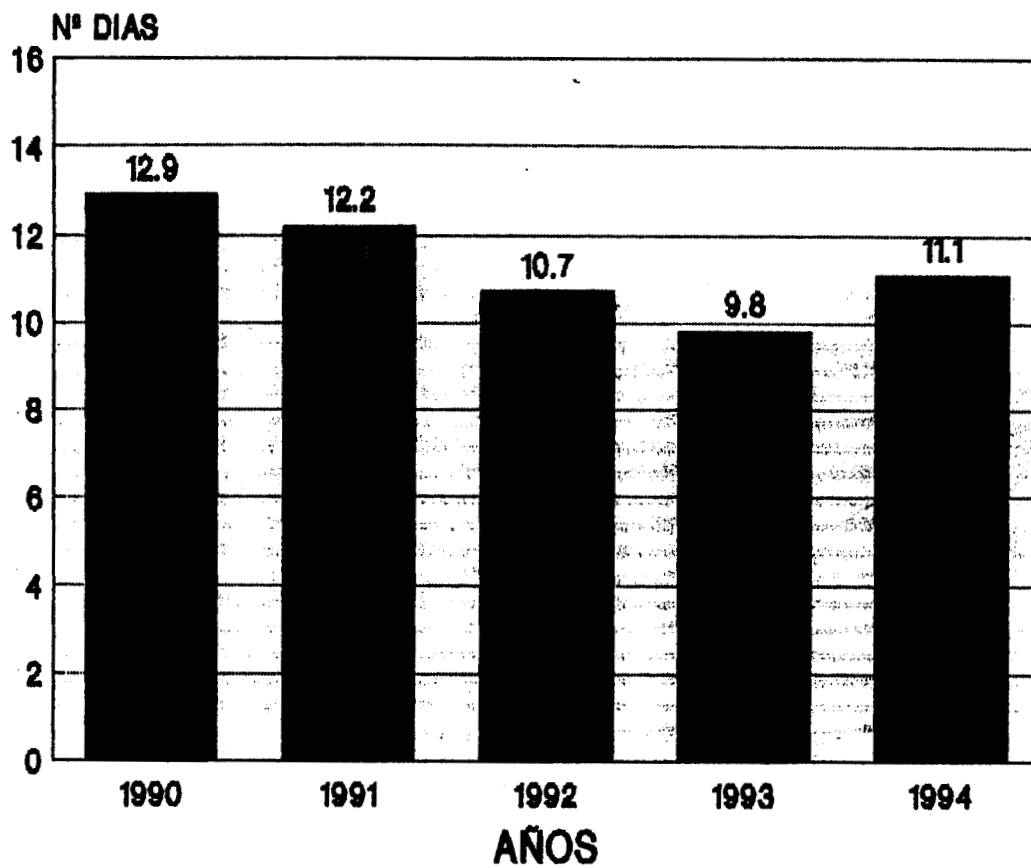
La estancia sigue siendo más larga para los alemanes (15 días), los turistas de clase media-baja y los que han visitado la isla en más de una ocasión; además, se prolonga más la estancia en turistas que organizan su viaje directamente.



Nuevamente es menor el número de días de permanencia en Lanzarote para los turistas de nacionalidad española (7,8 días) y para los de clase media-alta 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 de viajes.

Tabla 14: Gasto diario (%)

PESETAS	1991	1992	1993	1994
Menos de 1.500	19.4	5.1	8.6	5.0
Entre 1.500 y 3.000	50.4	28.9	23.9	21.8
Entre 3.000 y 5.000	21.1	41.6	36.4	38.4
Más de 5.000	8.0	24.1	30.9	34.6

El gasto efectuado por la población turística continúa su línea evolutiva ascendente. Quizá la siguiente tabla, donde se refleja la media de gasto en estos últimos cinco años, resulte más clarificadora.

Tabla 15: Evolución del gasto medio diario (en ptas.)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994
Media (ptas.)	3.069	2.507	4.403	4.721	5.050
Desviación típica	1.019	1.329	2.157	1.520	1.947



El gasto medio diario se sitúa este año en las 5.050 pesetas y su aumento con respecto a 1993 es del 6,9 %. Siendo mayor en aquellos visitantes de nacionalidad británica (6.506 ptas.) y en los englobados en otras nacionalidades (austriacos, belgas, franceses, etc.), 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. También el gasto es mayor en aquellos turistas que realizan sus vacaciones sin intermediarios.

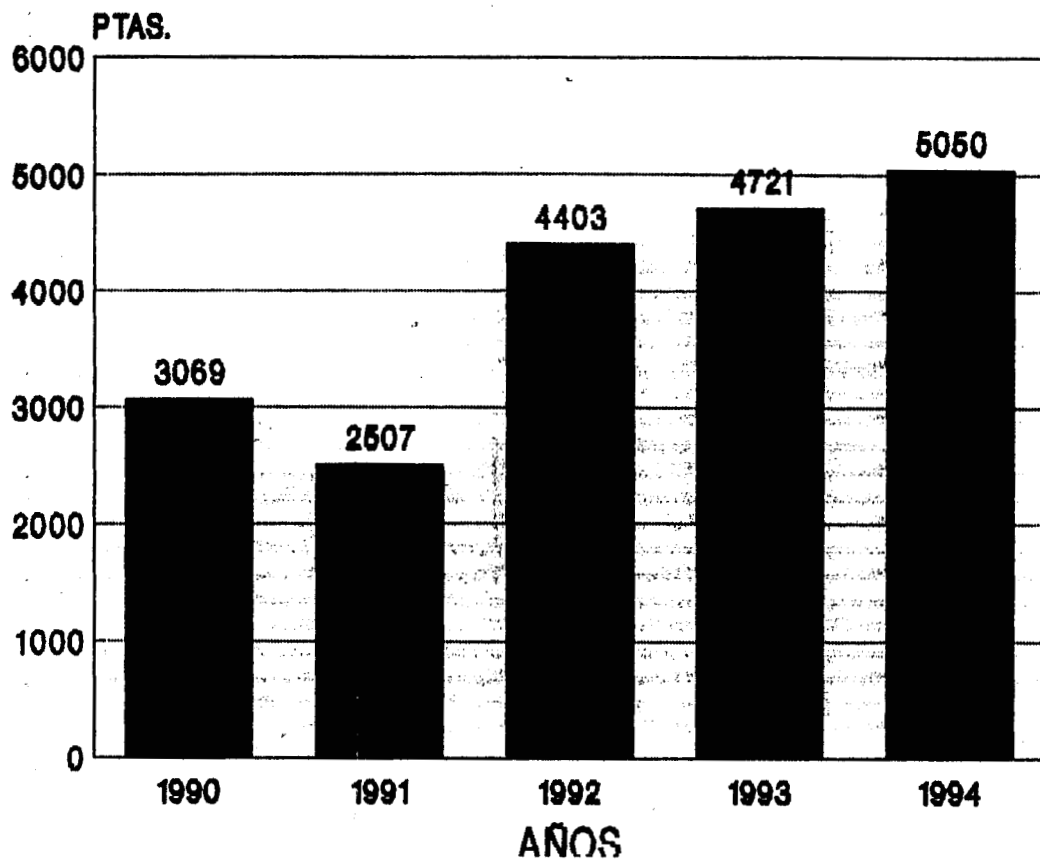
Es menor, en cambio, en alemanes (3.874 ptas.), de clase media-baja y alojados en otras zonas turísticas distintas a Puerto del Carmen, Playa Blanca y Costa Teguise.

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	25/2/94
1 marco alemán.....	62,9	63,1	71,4	81,2
1 franco francés....	18,8	18,5	21,0	23,9
1 libra esterlina...	182,1	181,0	170,1	208,2
100 liras italianas...	8,3	8,4	7,4	8,4
100 francos belgas....	307,7	306,6	346,9	3,9
1 florín holandés...	55,8	56,1	63,6	72,4
1 corona danesa.....	16,5	16,3	18,6	20,8
1 libra irlandesa...	167,4	168,3	173,6	199,9
1 franco suizo.....	72,1	70,8	78,0	96,8
1 corona sueca.....	16,7	17,4	15,3	17,6
1 corona noruega....	16,0	16,1	16,8	18,8
1 marco finlandés...	25,7	23,2	19,6	25,1
1 chelín austriaco..	8,9	8,9	10,1	11,5



GASTO MEDIO DIARIO



**IX.- GRADO DE SATISFACCIÓN**

El grado de satisfacción del turista con sus vacaciones en Lanzarote continúa siendo bastante elevado y prácticamente igual que el de la Encuesta de 1993.

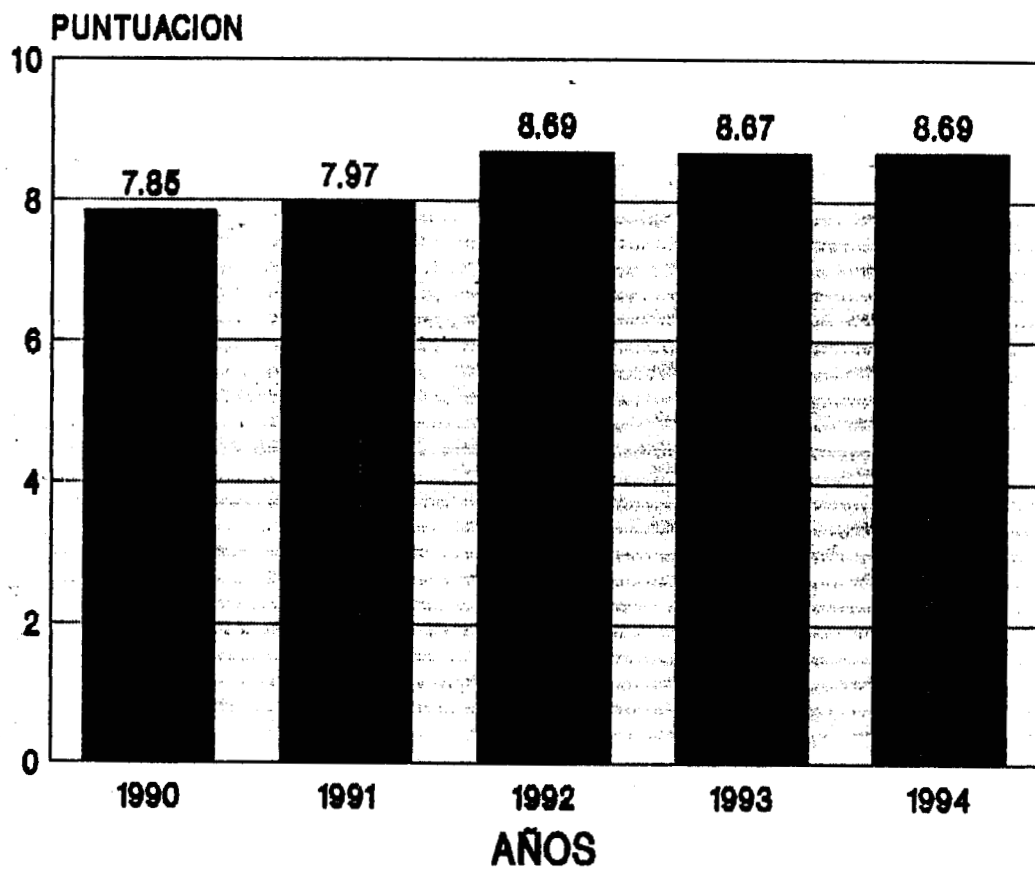
Tabla 16: Grado de satisfacción. (%)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994
Muy satisfecho	36.3	42.1	58.2	63.6	63.9
Bastante satisfecho	45.5	36.7	32.1	20.7	22.7
Medianax. satisfecho	15.5	18.4	7.9	14.7	10.7
Poco satisfecho	1.3	2.3	1.3	0.8	1.4
Insatisfecho	1.4	0.0	0.2	0.2	0.9
PUNTUACIÓN (0 a 10)	7,85	7,97	8,69	8,67	8,69

En general, los turistas se muestran muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote. Siendo los más satisfechos los noruegos y británicos; 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 del grupo de edad entre 35 y 49 años.



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:

Tabla 17: Grado de cumplimiento de expectativas (%)
En relación con lo que esperaba, Lanzarote es...

Concepto	1992	1993	1994
Igual	47.8	53.1	47.0
Mejor	45.8	42.8	44.9
Peor	4.3	3.3	5.2
NS/NC	2.0	0.6	2.7

Nuevamente el grado de cumplimiento de expectativas es bastante elevado. Más del 90 % de los turistas que visitan Lanzarote opina que es mejor o igual de lo que esperaban. Sólo un 5.2 % señala que es peor.

IX.2.- Recomendación de Lanzarote

Al igual que las Encuestas efectuadas en 1992 y 1993, 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:

Tabla 18: Recomendación de Lanzarote (%)

	1992	1993	1994
Sí recomendaría	87.8	88.7	92.2
Posiblemente sí	10.6	9.3	3.7
No recomendaría	0.4	1.3	2.3
Posiblemente no	0.6	0.3	0.0
NS/NC	0.7	0.3	1.8

**X.- INTENCIÓN DE VOLVER**

El alto grado de satisfacción alcanzado y el elevado grado de cumplimiento de expectativas hace que casi el 80 % de los turistas que visita Lanzarote tenga la intención de volver.

Tabla 19: Intención de volver (%)

	1990	1991	1992	1993	1994
Sí	85.6	77.6	82.3	82.9	78.5
No	8.6	11.6	8.5	7.2	10.3
NS/NC	5.8	10.7	9.1	9.7	11.1

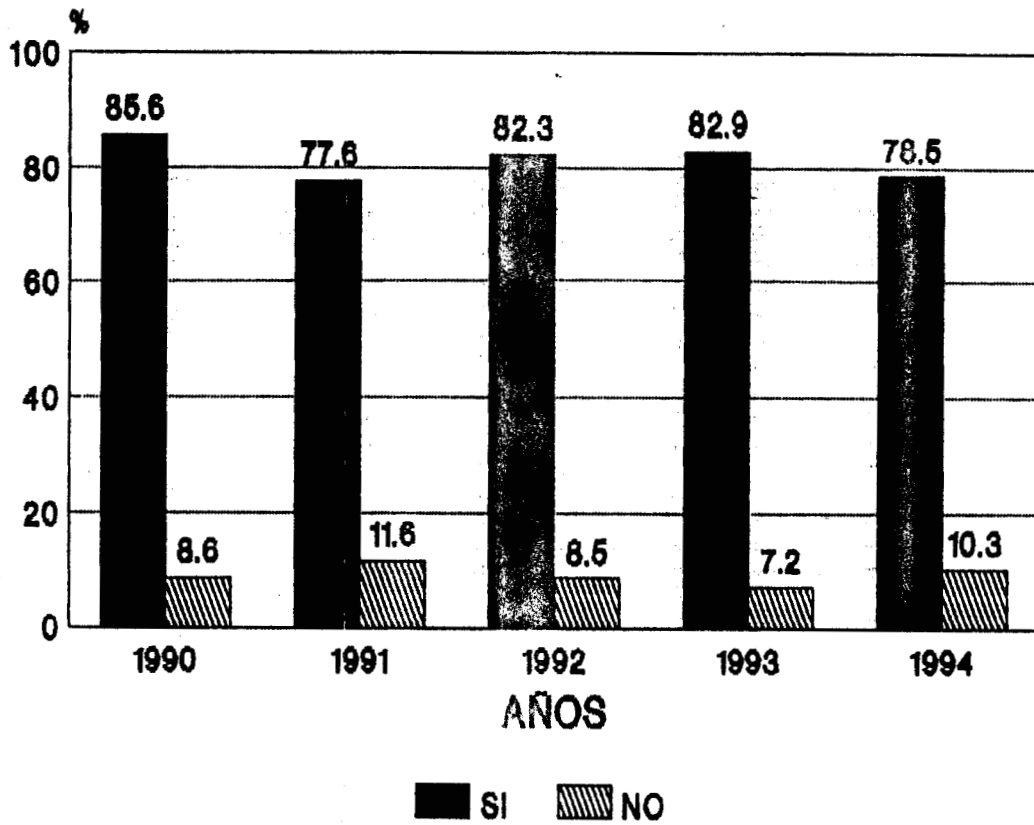
Los más animados a volver son, en esta ocasión, los noruegos y los británicos, los segmentos de clase media-baja y los que han repetido visita anteriormente. Se muestran menos animados a volver los turistas de nacionalidad española (19.5 %) y los suecos.

X.1.- Razones para no volver

Como se vio anteriormente, el 10.3 % 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, "otras razones" (entre las que destaca el deseo de conocer otros sitios).



INTENCION DE VOLVER





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

Tabla 20: Razones para no volver a repetir las vacaciones en Lanzarote (%)

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994
Una vez basta	38.2	64.2	66.6	65.5	57.8
Mal clima	9.1	7.1	9.8	17.2	10.5
Masificación turística	1.8	5.7	7.8	1.7	1.7
Relac. calidad/precios	16.5	7.1	3.9	0.0	1.7
Mala infraest. ocio	7.3	5.7	1.9	0.0	1.7
Deterioro playas	1.8	0.0	0.0	1.7	1.7
Deterioro paisaje	0.0	1.4	0.0	1.7	0.0
Otras	14.5	5.7	9.8	12.0	23.5

**XI.- VALORACIÓN 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:

Concepto	En base 10
Muy buena	8 - 10
Buena	6 - 8
Regular	4 - 6
Mala	2 - 4
Muy Mala	0 - 2

Tabla 21: Valoración de instalaciones (Puntuación de 0 a 10)

INSTALACIÓN	1990	1991	1992	1993	1994
Restaurantes/bares	6,76	7,00	7,25	7,61	7,78
Agencias de viajes	6,95	5,89	7,20	7,33	7,45
Supermercados	6,57	6,67	7,09	7,21	7,77
Aeropuerto	6,32	6,82	6,75	7,20	7,04
Bancos	7,15	6,53	7,03	7,18	7,39



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

CUADRO II: VALORACIÓN 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, estatus socioeconómico del turista 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 (7,04)				
mejor opinión	Noruegos		C. m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Holandeses		C. m-media	1ª vez
Restaurantes/bares (7,78)				
mejor opinión	Suecos	P. Carmen	C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Holandeses	Otras(*)	C. m-alta	1ª vez
Bancos (7,39)				
mejor opinión	Británicos	P. Carmen	C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Alemanes	P. Blanca	C. m-alta	1ª vez
Agencias de viaje (7,45)				
mejor opinión	Noruegos	P. Blanca	C. m-media	1ª vez
peor opinión	Alemanes	Otras(*)	C. m-baja	+ 1 vez
Supermercados (7,77)				
mejor opinión	Británicos	C. Teguisse	C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Espanoles	P. Blanca	C. m-media	1ª vez

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



XI.1.- Porcentaje de utilización de instalaciones.

Como información complementaria incluimos este epígrafe en el que se expone el porcentaje de utilización por la población turística de las instalaciones mencionadas.

Tabla 22.- Porcentaje de utilización de instalaciones y establecimientos

INSTALACIÓN	1993	1994
Restaurantes/bares	94.7	93.0
Agencias de viajes	45.1	41.6
Supermercados	92.2	92.2
Aeropuerto	100.0	100.0
Bancos	57.8	48.2

**XII.- VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS**

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.

Tabla 23: Valoración de servicios y temas turísticos.

SERVICIO/TEMA	1990	1991	1992	1993	1994
Estado del paisaje	7,77	7,69	8,06	8,13	8,25
Estado de las playas	7,66	7,70	7,93	7,94	8,01
Excursiones	7,12	7,04	7,75	7,59	8,08
Seguridad ciudadana	6,38	7,00	7,44	7,57	7,58
Taxis	7,01	6,35	7,39	7,56	7,76
Vehículos s/conductor	6,80	6,60	6,99	7,36	7,72
Oferta deportiva	7,01	6,61	6,86	7,16	7,67
Servicio de teléfono	2,89	6,71	6,84	7,10	7,93
Información turística	6,64	5,72	6,86	7,03	7,43
Servicio de agua	6,80	6,98	6,98	7,03	7,03
Oferta cultural	6,47	4,31	6,76	6,86	6,94
Guaguas	5,84	5,30	5,69	5,56	6,66



CUADRO III: VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS (I)

	NACIONALIDAD	ZONA	ESTATUS	REPETITIV.
Excursiones turísticas (8,08)				
mejor opinión	Noruegos		C. m-baja	1ª vez
peor opinión	Otras (**)		C. m-alta	+ 1 vez
Servicio de agua (7,03)				
mejor opinión	Británicos	C.Teguisse	C. m-baja	1ª vez
peor opinión	Noruegos	Otras(*)	C. m-alta	+ 1 vez
Servicio de teléfono (7,93)				
mejor opinión	Británicos	Otras(*)	C. m-baja	1ª vez
peor opinión	Noruegos	P. Blanca	C. m-alta	+ 1 vez
Oferta de deportes (7,67)				
mejor opinión	Otras (**)	Otras(*)	C. m-alta	1ª vez
peor opinión	Alemanes	P. Carmen	C. m-baja	+ 1 vez

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

(**) Austriacos, belgas, daneses, franceses, irlandeses, italianos, suizos y finlandeses.



CUADRO IV: VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS (II)

	NACIONALIDAD	ZONA	ESTATUS	REPETITIV.
Guaguas (6,66)				
mejor opinión	Británicos	Otras(*)	C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Holandeses	C.Teguisse	C. m-media	1ª vez
Estado de las playas (8,01)				
mejor opinión	Suecos	P. Carmen	C. m-baja	1ª vez
peor opinión	Alemanes	P. Blanca	C. m-alta	+ 1 vez
Vehículos s/conductor (7,72)				
mejor opinión	Británicos		C. m-media	+ 1 vez
peor opinión	Espanoles		C. m-baja	1ª vez
Oferta cultural (6,94)				
mejor opinión	Británicos	P. Carmen	C. m-baja	1ª vez
peor opinión	Holandeses	Otras(*)	C. m-alta	+ 1 vez

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



CUADRO V: VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS (III)

	NACIONALIDAD	ZONA	ESTATUS	REPETITIV.
Taxis (7,76)				
mejor opinión	Británicos	P. Blanca	C. m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Espanoles	Otras(*)	C. m-media	1ª vez
Estado del paisaje (8,25)				
mejor opinión	Espanoles		C. m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Holandeses		C. m-baja	1ª vez
Seguridad ciudadana (7,58)				
mejor opinión	Suecos	P. Blanca	C. m-media	1ª vez
peor opinión	Holandeses	C.Teguise	C. m-alta	+ 1 vez
Información turística (7,43)				
mejor opinión	Otras (**)	Otras(*)	C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Blanca	C. m-media	1ª vez

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

(**) Austriacos, belgas, daneses, franceses, irlandeses, italianos, suizos y finlandeses.



Tabla 25.- Porcentaje de utilización de servicios y temas turísticos.

	1993	1994
Playas	92.9	92.6
Excursiones	43.1	60.7
Taxis	55.5	47.8
Vehículos s/conductor	63.6	48.6
Oferta deportiva	34.9	37.1
Teléfono	79.1	77.9
Información turística	68.2	75.2
Oferta cultural	45.2	48.8
Guaguas	39.4	45.7

**XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS**

También se incluyó en el cuestionario, al igual que en las encuestas de años anteriores, 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 el 33.9 % de los entrevistados no señaló ningún elemento de desagrado. Los resultados de los que emitieron respuesta son los siguientes:

Tabla 26: Principales deficiencias y elementos de desagrado (%)

	1992	1993	1994
Mal clima (viento)	20.3	18.3	33.4
Masificación turística	13.0	11.1	8.4
Arrecife	3.5	7.1	3.9
Urbanismo	5.7	7.4	3.1
Vendedores t-sharing	3.8	4.5	2.9
Falta diversión	-	5.4	2.5
Falta profesionalidad	5.7	3.9	1.9
Transporte público	6.0	7.4	1.9
Suciedad	2.3	2.8	1.3
Falta información	2.0	2.2	1.1
Carreteras/tráfico	3.0	5.7	1.1
Restaurantes	4.2	1.4	0.9
Aeropuerto	6.4	0.5	0.9
Falta folclore/cultura	1.5	1.6	0.7
Puerto del Carmen	2.0	2.2	0.7
Precios	9.4	10.5	0.5
Muy pequeña	-	1.6	0.3
Oferta deportiva	0.5	0.9	0.3
Servicios en general	4.2	2.4	0.2



Tal como viene ocurriendo todos los años, el mal clima continúa siendo el principal elemento de desagrado: el fuerte viento que hubo en la isla durante el período de realización de la Encuesta motivó esta amplia respuesta.

En cuanto al segundo concepto, masificación turística, en esta Encuesta ha disminuido el porcentaje de menciones. Se hace referencia nuevamente a las colas que tienen los turistas que soportar en determinados centros.

El tercer elemento de desagrado señalado, si bien pierde importancia comparado con la Encuesta de 1993, es la capital de la isla: Arrecife. 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.

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.

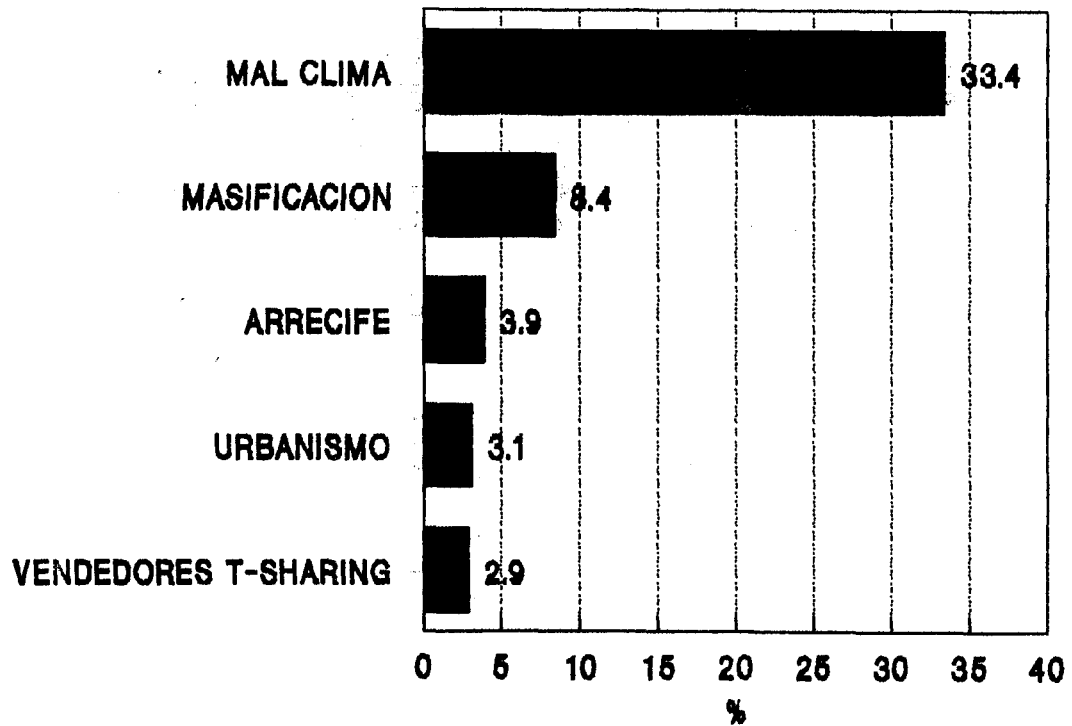
Por último, existe una queja hacia los vendedores de time-sharing, sobre todo por el exceso de oferta y el acoso a que someten a los visitantes estos agentes.

El resto de los temas, aunque de menor importancia, va dirigido hacia la carencia de infraestructura de ocio/diversión, la falta de conocimiento de idiomas de algunos profesionales del turismo, la falta de transporte, la suciedad en algunas zonas, la escasez de información en los puntos turísticos y las carreteras/tráfico.



PRINCIPALES DEFICIENCIAS 1994

DEFICIENCIAS



**XIV.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO**

En este epígrafe analizaremos el elemento opuesto al anterior, es decir, los elementos de agrado para la población turística que visita Lanzarote. Como se verá aparece nuevamente el clima (en este caso como factor de agrado) en primer lugar. Sólo un 5.8 % de los entrevistados no señaló ningún factor de agrado.

Tabla 26: Principales elementos de agrado (%).

	1992	1993	1994
Clima	34.4	19.8	25.5
Paisaje	16.2	19.2	16.9
Tranquilidad	10.7	12.7	12.8
Playas	10.0	8.4	10.7
Todo	6.5	11.4	9.5
Limpieza	2.5	4.8	4.4
La gente	4.2	2.1	4.3
Centros Turísticos	4.0	4.4	2.7
Comida	1.4	1.4	2.3
Deporte	0.7	0.8	1.5
Arquitectura	2.3	2.8	1.1
Originalidad	1.2	2.4	0.9
Los pueblos	2.3	2.1	0.7
Nada en especial	2.9	7.1	5.8

El clima, el paisaje, la tranquilidad y las playas continúan siendo los elementos básicos del producto turístico de Lanzarote. Sería interesante la potenciación, como elementos diferenciadores de otras ofertas, del paisaje y la tranquilidad.

**XV.- VALORACIÓN DE LOS CENTROS DE ARTE, CULTURA Y TURISMO**

En este epígrafe se recogerá la valoración que realiza la población turística que ha visitado los Centros de Arte, Cultura y Turismo del Excmo. Cabildo Insular de Lanzarote. En general todos los centros están bien valorados, especialmente las Montañas del Fuego.

Tabla 27: Valoración de los Centros de Arte, Cultura y Turismo (De 0 a 10)

	1992	1993	1994
Montañas del Fuego	8,98	9,06	9,18
Jameos del Agua	8,81	8,72	8,81
Cueva de Los Verdes	8,55	8,74	8,75
Jardín de Cactus	8,60	8,62	8,53
Mirador del Río	8,46	8,47	8,50
Castillo San José	8,23	8,31	8,42
Mon. al Campesino	7,50	7,24	7,50

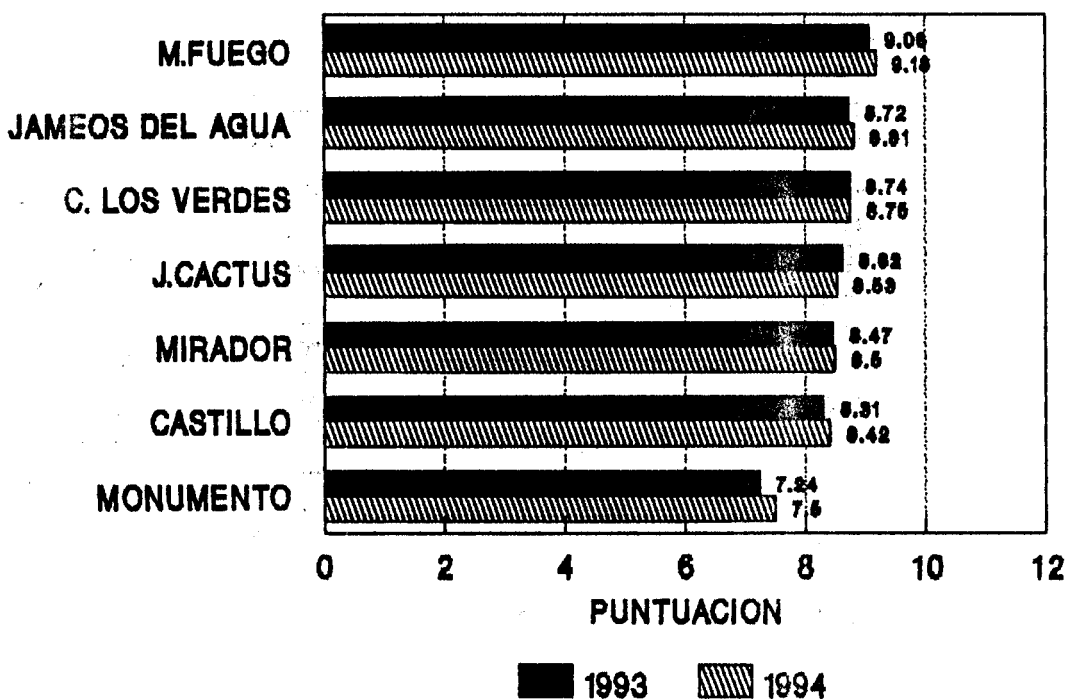
Como se observa, la valoración mejora en todos y cada uno de los centros. No obstante, a pesar de esta óptima valoración, los entrevistados mostraron algunas observaciones sobre los Centros que, por su interés, sintetizaremos aquí:

- Falta de información y de explicaciones en distintos idiomas sobre el contenido de los Centros.
- Exceso del precio de la entrada en algunos centros turísticos, especialmente en Mirador del Río.
- Problemas de masificación en algunos centros.



VALORACION DE CENTROS TURISTICOS

CENTROS





Como dato complementario, a continuación se exponen los tres principales motivos argumentados por los turistas que no visitaron los Centros de Arte, Cultura y Turismo.

Montañas del Fuego

	%
1) Falta de tiempo.....	31.4
2) Ya visitado en otra ocasión	26.5
3) Descanso/relax.....	11.1

Jameos del Agua

	%
1) Falta de tiempo.....	33.3
2) Ya visitado en otra ocasión	23.1
3) Falta de información.....	12.8

Cueva de Los Verdes

	%
1) Falta de tiempo.....	33.2
2) Ya visitado en otra ocasión	19.1
3) Falta de información.....	14.4

Jardín de Cactus

	%
1) Falta de tiempo.....	32.8
2) Falta de información.....	16.7
3) Ya visitado en otra ocasión	13.8

Mirador del Río

	%
1) Falta de tiempo.....	33.4
2) Ya visitado en otra ocasión	18.1
3) Falta de información.....	12.6

M.I.A.C. Castillo San José

	%
1) Falta de tiempo.....	32.2
2) Falta de información.....	27.6
3) No incluido en la excursión	11.1

Monumento al Campesino

	%
1) Falta de tiempo.....	32.8
2) Falta de información.....	16.7
3) No incluido en la excursión	13.8



XVI.- SÍNTESIS

- La afluencia turística en el primer trimestre de 1994 ha aumentado en un 22.4 % con respecto al mismo periodo del año anterior. El ascenso más notorio se produce entre los turistas de nacionalidad irlandesa, luxemburguesa y danesa.
- Prevalecen las nacionalidades británica, alemana, holandesa y española.
- Predominan los turistas con un nivel de estudios medio y cuyo estatus socioeconómico corresponde, en su mayoría, al de clase media. Se produce un ligero descenso del estatus en términos generales.
- El conocimiento de Lanzarote como destino turístico en el exterior aumenta (por encima del 88 %). No obstante, el 18.8 % de los procedentes de la Península afirma que no se conoce Lanzarote como destino turístico en su lugar de procedencia.
- Las agencias de viajes prevalecen como principal fuente de información para elegir las vacaciones en Lanzarote. Continúa siendo importante el denominado "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 motivo de visita. También se confirma 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 organiza 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 3,7 miembros).
- El 68 % de los visitantes se establece en apartamentos y el 26.1 % en establecimientos hoteleros. Su valoración del alojamiento es buena.



- La estancia media en la isla es de 11,1 días, con lo que se invierte la línea descendente observada en encuestas anteriores.
- El gasto medio diario del turista se sitúa en torno a las 5.050 pesetas, aumentando un 6.9 % con respecto a 1993.
- Los visitantes se muestran, en general, muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote, los índices de satisfacción son similares a 1993. Más del 90 % piensa que, en relación con sus expectativas, la isla es igual o mejor.
- Casi el 80 % de los turistas piensa 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 a las quejas sobre el mal clima (viento principalmente) y la masificación turística, 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 en las zonas turísticas.
- 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.