



«ENCUESTA  
DE  
TURISMO»

FEBRERO 1995

A3  
18



## ÍNDICE

	<u>Pag.</u>
PRESENTACIÓN.....	1
0.- CONSIDERACIONES PREVIAS.....	2
1.- FICHA TÉCNICA.....	3
2.- DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA.....	5
3.- CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.....	6
INFORME DE LOS RESULTADOS.....	9
I.- CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR.....	10
I.1.- Destinos vacacionales alternativos.....	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.....	21
V.3.- Forma de visita.....	23
VI.- TIPO DE ALOJAMIENTO.....	24
VI.1.- Opiniones sobre el alojamiento.....	26
VII.- ESTANCIA MEDIA.....	28
VIII.- GASTO MEDIO DIARIO.....	30



IX.- GRADO DE SATISFACCIÓN.....	32
IX.1.- Grado de cumplimiento de expectativas....	34
IX.2.- Recomendación de Lanzarote como destino..	35
X.- INTENCIÓN DE VOLVER.....	36
X.1.- Razones para no volver.....	36
XI.- VALORACIÓN DE INSTALACIONES.....	38
XI.- Porcentaje de utilización de instalaciones.	40
XII.- VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS.....	41
XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS.....	46
XIV.- PRINCIPALES ELEMENTOS DE AGRADO.....	48
XV.- VALORACIÓN DE LOS CENTROS DE ARTE, CULTURA Y TURISMO DEL CABILDO.....	49
XVI.- SÍNTESIS.....	51



## **PRESENTACIÓN**

La presente **ENCUESTA DE TURISMO (FEBRERO 1995)**, al igual que las efectuadas en los años 1990, 1991, 1992, 1993 Y 1994, 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.
- Obtención de cierto grado de conocimiento sobre la competencia y el grado de fidelidad de los visitantes.
- 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.- FICHA TÉCNICA

El informe que se presenta a continuación está referido a la Encuesta de Turismo efectuada en Febrero de 1995, además se hace una comparación, mediante series temporales, con las Encuestas de Turismo realizadas en Lanzarote en los años 1990, 1991, 1992, 1993 y 1994. 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	"
1995:	589	"

**·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 %
1995:	± 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 compuesto por 25 items, cuya duración fue de 12-15 minutos. Las entrevistas se efectuaron utilizando la lengua vernácula de los entrevistados y se realizaron en la zona de "salidas" del aeropuerto de Lanzarote.

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

1990: Enero

1991: Marzo

1992: Febrero

1993: Febrero

1994: Marzo

1995: Febrero

**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).

**Realización:** CENTRO INSULAR DE DATOS. Consejería de Industria, Comercio y Consumo del Excmo. Cabildo Insular de Lanzarote.



## **2.- DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**

La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

### **PROCEDENCIA:**

	%
Alemania	23.4
Gran Bretaña	40.4
Holanda	5.0
Noruega	5.0
Suecia	5.2
Suiza	5.0
España	6.9
Otros (*)	9.1

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

### **EDAD:**

	%
Entre 18 y 34 años	35.8
Entre 35 y 49 años	29.3
Entre 50 y 64 años	21.7
Más de 65 años	13.2

### **SEXO:**

	%
Varones	47.6
Mujeres	52.4





### 3.- 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>	<u>1995</u>
Estudios primarios	19.9	13.0	21.4	<b>20.7</b>
Estudios medios	46.4	49.0	46.1	<b>46.8</b>
Estudios superiores	33.6	37.9	32.4	<b>32.5</b>

#### ESTATUS (%):

	<u>1992</u>	<u>1993</u>	<u>1994</u>	<u>1995</u>
Clase alta	1.3	1.2	0.0	<b>1.9</b>
Clase media-alta	15.2	13.1	13.1	<b>12.6</b>
Clase media-media	59.5	68.5	65.8	<b>63.5</b>
Clase media-baja	16.4	10.9	17.2	<b>18.2</b>
Clase baja	4.7	2.7	2.7	<b>3.1</b>
NS/NC	2.9	3.7	1.2	<b>0.7</b>
Puntuación.....	4,79	5,01	5,26	<b>4,79</b>

La evolución positiva que se venía observando en estos últimos años con respecto al estatus socioeconómico del turista decrece en esta última Encuesta, siendo en conjunto idéntico 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 los órdenes clase media-alta (fusionada con clase alta), media-media y media-baja (fusionada con clase baja).



ZONAS TURÍSTICAS (%):

	<u>1992</u>	<u>1993</u>	<u>1994</u>	<u>1995</u>
<b>Puerto del Carmen</b>	<b>58.7</b>	<b>53.6</b>	<b>51.7</b>	<b>58.4</b>
<b>Playa Blanca</b>	<b>12.3</b>	<b>16.9</b>	<b>13.7</b>	<b>13.5</b>
<b>Costa Teguise</b>	<b>25.8</b>	<b>25.9</b>	<b>28.8</b>	<b>21.5</b>
<b>Otras</b>	<b>2.8</b>	<b>3.6</b>	<b>5.8</b>	<b>6.6</b>

Se observa un descenso de la representatividad de la zona de Costa Teguise en favor de Puerto del Carmen (que retoma su importancia) y otras zonas de Lanzarote.



# EXCMO. CABILDO INSULAR DE LANZAROTE

DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y CONSUMO

C/. Amigos de Portonao nº 1 - 3ª planta

## PROFESIONES:

	%			
	1992	1993	1994	1995
<b>EMPLEADOS POR CUENTA AJENA</b>				
Director de empresa, directivo.....	1.4	1.6	0.9	3.0
Empleados de nivel superior.....	2.9	3.6	1.9	2.3
Funcionarios de nivel superior (título superior)...	2.1	1.5	0.3	0.6
Oficiales de las Fuerzas Armadas.....	-	0.8	0.3	0.3
Técnicos medios.....	5.8	5.2	5.7	5.4
Funcionarios de nivel medio.....	3.8	6.7	3.7	5.2
Empleados de nivel medio (administrativos).....	12.9	14.2	15.3	14.3
Vendedores, agentes comerciales, etc. (dependientes).	8.5	7.3	10.4	7.3
Capataces, encargados, contra maestres.....	2.0	2.1	3.7	3.7
Obreros calificados, especialistas.....	4.5	4.7	3.7	4.0
Personal manual de servicios calificado.....	-	4.5	3.5	5.9
Empleados subalternos, conserjes, etc.....	1.4	1.5	2.5	1.5
Peones y obreros sin calificar.....	2.9	1.6	1.1	1.0
Personal manual de servicios no calificados.....	1.0	1.3	1.9	2.0

## TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA

Agricultor sin asalariados.....	0.5	0.6	0.2	1.1
Empresario de industria, comercio u otra actividad de servicio de tipo medio o grande con asalariados....	0.3	0.3	0.0	0.6
Industrial, comerciante o empresario de otra actividad de servicios de tipo pequeño sin asalariados.....	5.4	4.7	5.7	3.5
Profesional liberal.....	7.3	6.3	9.6	6.6
Trabajador independiente, autónomo, artesano (vendedor autónomo).....	3.8	5.7	3.7	4.9
Otra ocupación por cuenta propia.....	0.9	0.3	0.3	-
Inactivo.....	-	0.6	0.0	1.0
Ama de casa, sus labores.....	7.3	6.0	9.0	7.1
Parado.....	1.2	-	0.7	-
Jubilado.....	14.2	13.4	10.4	12.7
Estudiante.....	6.7	4.5	4.1	4.7



=====

INFORME

DE LOS

RESULTADOS

=====



## **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 ligeramente con respecto a 1994.**

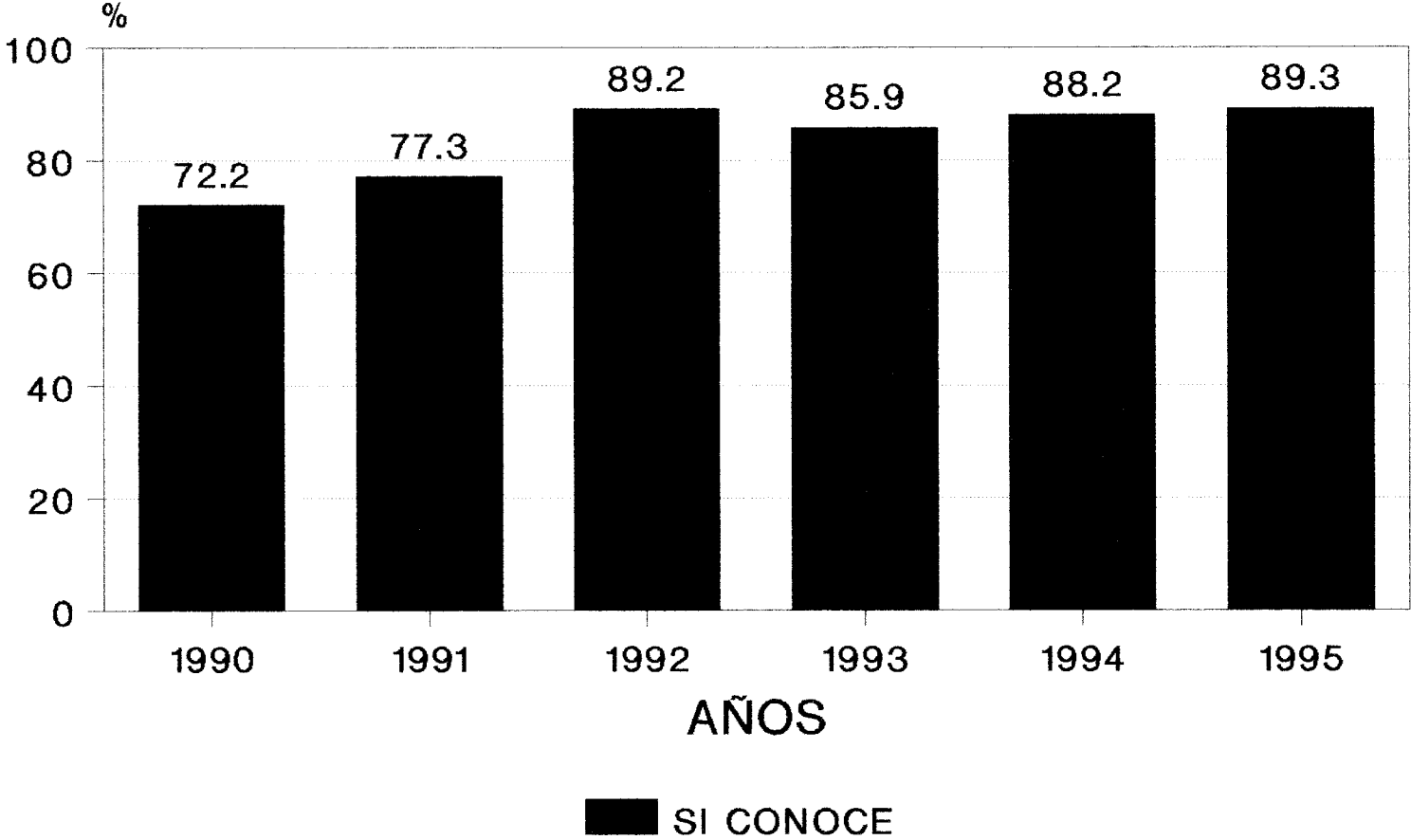
**Tabla 1: Conocimiento de Lanzarote en el exterior. Evolución (en %)**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<b>Sí conoce</b>	72.2	77.3	89.2	85.9	88.2	<b>89.3</b>
<b>No conoce</b>	25.0	18.3	9.6	13.2	9.9	<b>9.8</b>
<b>NS/NC</b>	2.8	4.3	1.0	0.8	1.7	<b>0.8</b>

De nuevo son los británicos quienes mayoritariamente afirman que se conoce Lanzarote como destino turístico en su país. Sin embargo, la isla es todavía poco conocida en países como Holanda y otros (Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Irlanda e Italia). En España, el conocimiento de Lanzarote como destino turístico va en aumento, si bien permanece levemente por debajo (87.8 %) del porcentaje global .

Respecto al cruce con otras variables, se aprecia que la isla es más conocida con el aumento del estatus socioeconómico del turista. En cuanto a la edad, Lanzarote sigue siendo más conocida para aquellos visitantes mayores de 65 años.

# EVOLUCION DEL CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR





### I.1.- Destinos vacacionales alternativos

En el análisis de la competencia en temporada invernal, la característica a destacar es que **el 60 % de los entrevistados no menciona ninguna alternativa** a Lanzarote. De entre aquellos en los que sí se menciona explícitamente algún destino alternativo destacan los que señalan "*otras islas de Canarias*".

En la siguiente tabla se ofrece en detalle los resultados de esta pregunta.

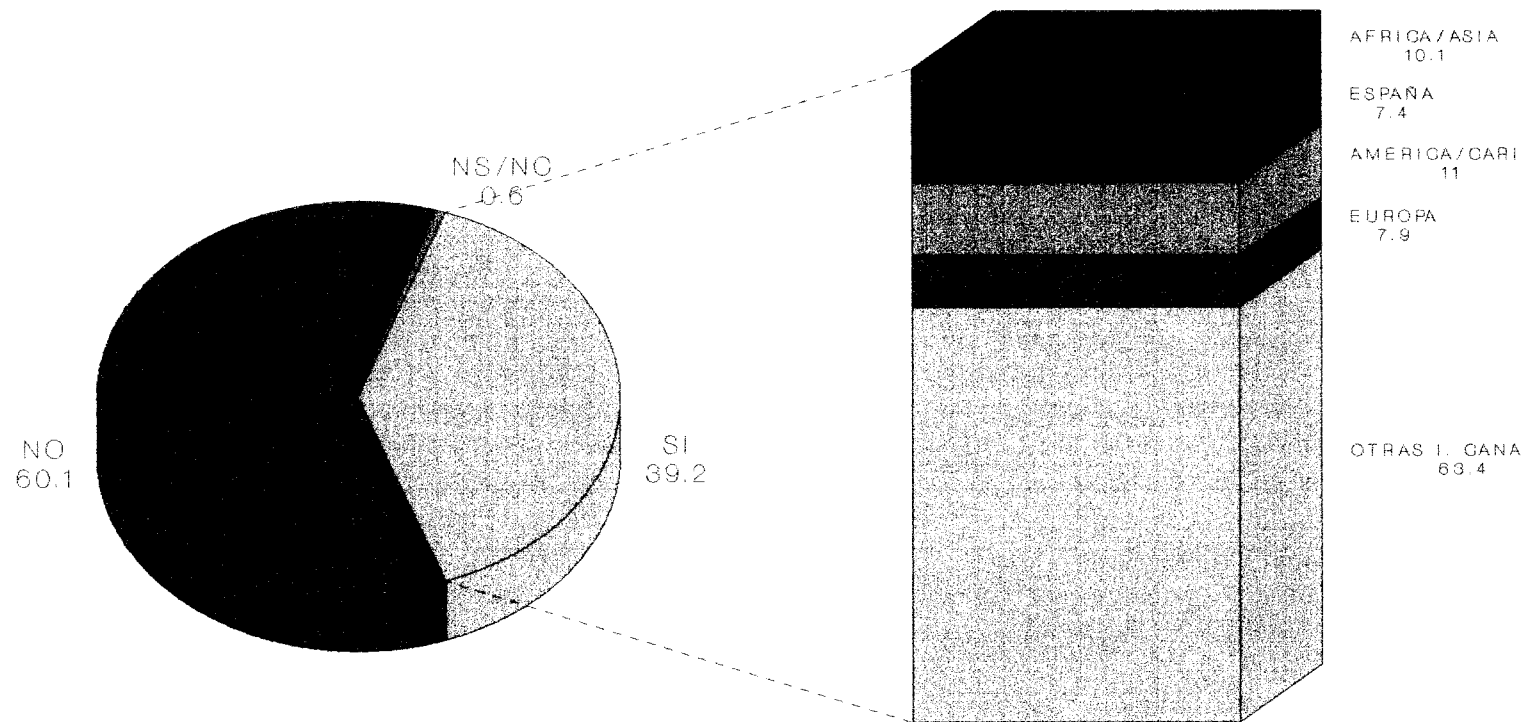
Tabla 2: Destinos vacacionales alternativos (1995)

	%		%
Sí.....	39.2	Otras islas Canarias....	63.4
No.....	60.1	América/Caribe/Australia	11.0
NS/NC.....	0.6	Norte África/Asia.....	10.0
		Europa.....	7.9
		España.....	7.0

De la tabla se desprende que casi el 40 % de los turistas se había planteado algún otro destino distinto a Lanzarote. Entre los destinos barajados destaca sobre todo otras islas del Archipiélago Canario (principalmente Tenerife y Gran Canaria).

También tienen su importancia América (EE.UU. y centroamérica) y las islas de El Caribe; el norte de África (Marruecos y Túnez), países asiáticos como India y Tailandia y, en menor medida, otros destinos de Europa y España (Sur de la Península y Baleares).

# DESTINOS VACACIONALES ALTERNATIVOS



DESTINOS

1995





## II.- OCASIONES EN QUE HA VISITADO LANZAROTE

**Tabla 3: Ocasiones en que ha visitado Lanzarote. 1995 (%)**

Primera vez	65.4 %
Una vez	9.6 %
Dos veces	7.9 %
Tres veces	5.1 %
Más de tres veces	12.0 %

El porcentaje de repetidores (aquellos turistas que han visitado la isla como mínimo en una ocasión) es del 34.6 %, mayor que el registrado el pasado año.

**Tabla 4: Comparación con años anteriores (%).**

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Primera vez	58.3	59.6	77.0	68.3	72.6	65.4
Repetidores	41.7	40.4	23.0	31.7	27.4	34.6

Continúan siendo los británicos y, en esta ocasión los noruegos, quienes mayormente repiten su visita a Lanzarote. Sin embargo, hay que destacar la elevada proporción de holandeses y suizos 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.

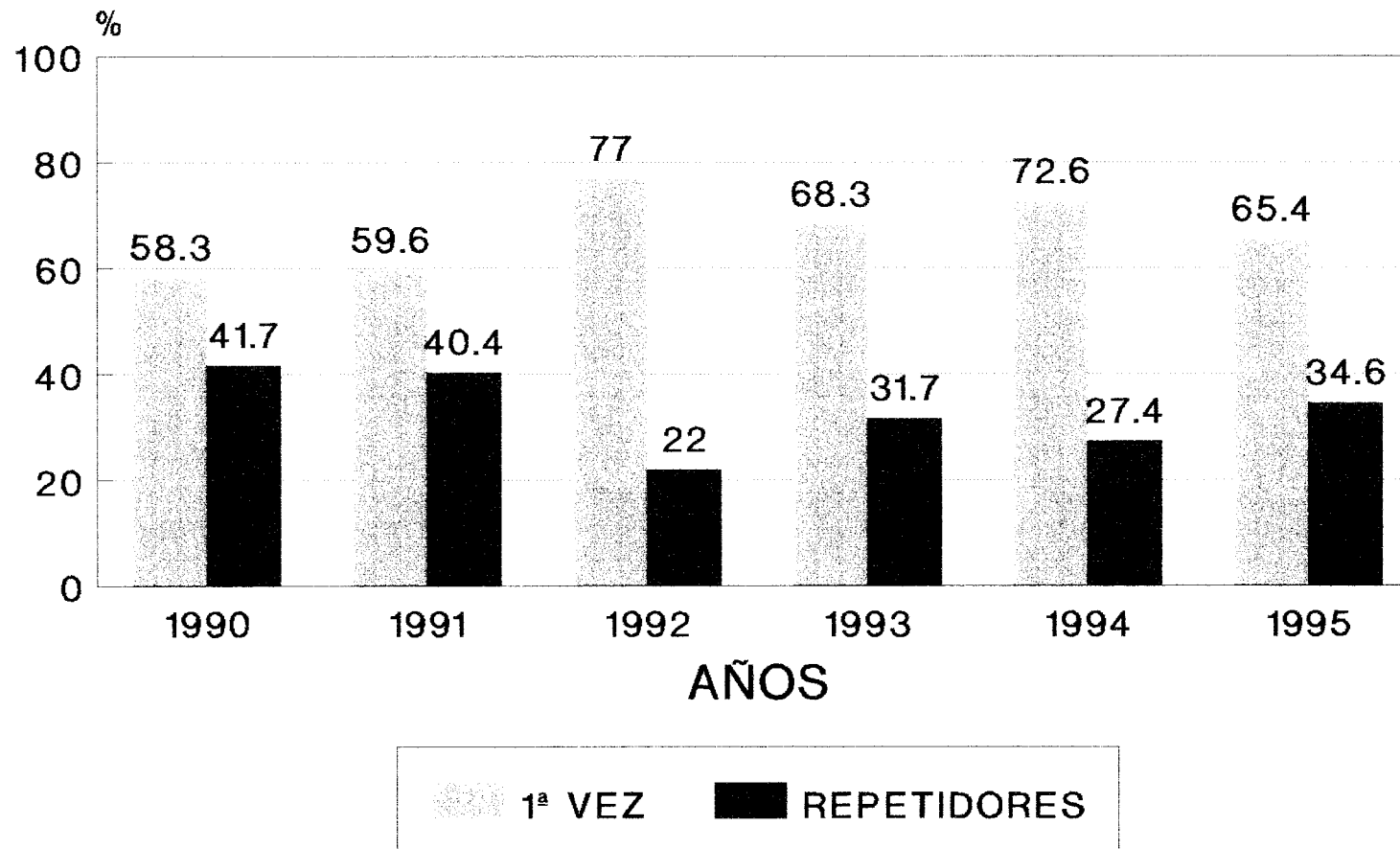


A la vista de estos resultados, podemos afirmar que **el nivel de fidelidad a Lanzarote como destino turístico permanece alto**, elevándose en comparación con el año anterior.

Por otro lado, y con respecto a aquellos turistas que han repetido sus vacaciones en la isla, **el promedio de visitas anteriores se sitúa en 4,7**, llegando a 5,8 en turistas británicos y aquellos de edad más avanzada.

**En síntesis:** se observa un aumento del número de turistas que repiten sus vacaciones en Lanzarote, ascendiendo el promedio de visitas a 4,7.

# 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 5: Fuente de información (1995)

FUENTE	%
Agencia de viajes	42.8
Catálogo TT.OO.	7.6
Folletos	5.9
Ferias Turismo	0.1
Familiar/amigo	24.3
Oficina Turismo	1.5
Exper. viajes anter.	9.6
Prensa/radio/TV	3.9
Otras	3.9

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 suizos y por turistas que visitan por primera vez Lanzarote. También las agencias de viajes son más utilizadas a medida que disminuye la edad de los visitantes.

También es un dato importante, que gana importancia en relación con la anterior encuesta, el alto número de turistas que viajan a Lanzarote "aconsejados" por sus familiares o amigos. Casi una cuarta parte de los turistas que visitan la isla ha utilizado esta fuente. En los turistas de nacionalidad española y alemana esta fuente se incrementa hasta el 30 %.



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.

Por otro lado, cobra de nuevo importancia el motivo "*experiencia de viajes anteriores*", hecho explicable por el aumento proporcional de visitantes, sobre todo de nacionalidad alemana y noruega, que repiten sus vacaciones en Lanzarote.

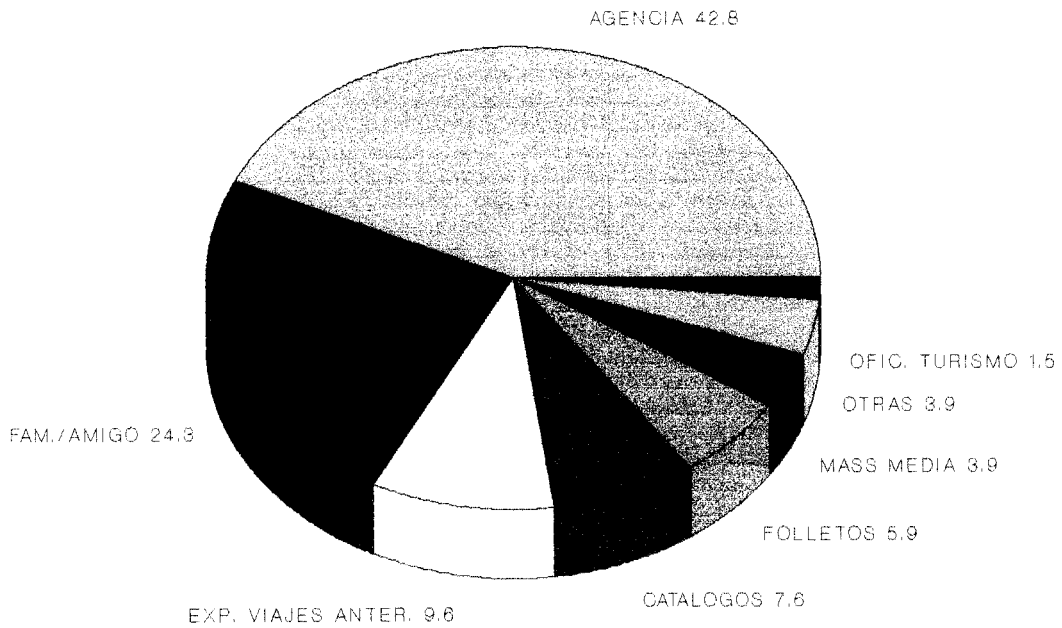
En cuarto lugar aparecen los **catálogos de los Tour Operadores** como fuente de información, utilizados especialmente por noruegos y holandeses. También los folletos de publicidad turística suponen un buen elemento de atracción para los visitantes de esta última nacionalidad.

En la siguiente tabla se ofrecen los datos de evolución de las fuentes de información utilizadas por los turistas en estos cinco últimos años.

**Tabla 6: Evolución de las fuentes de información (%)**

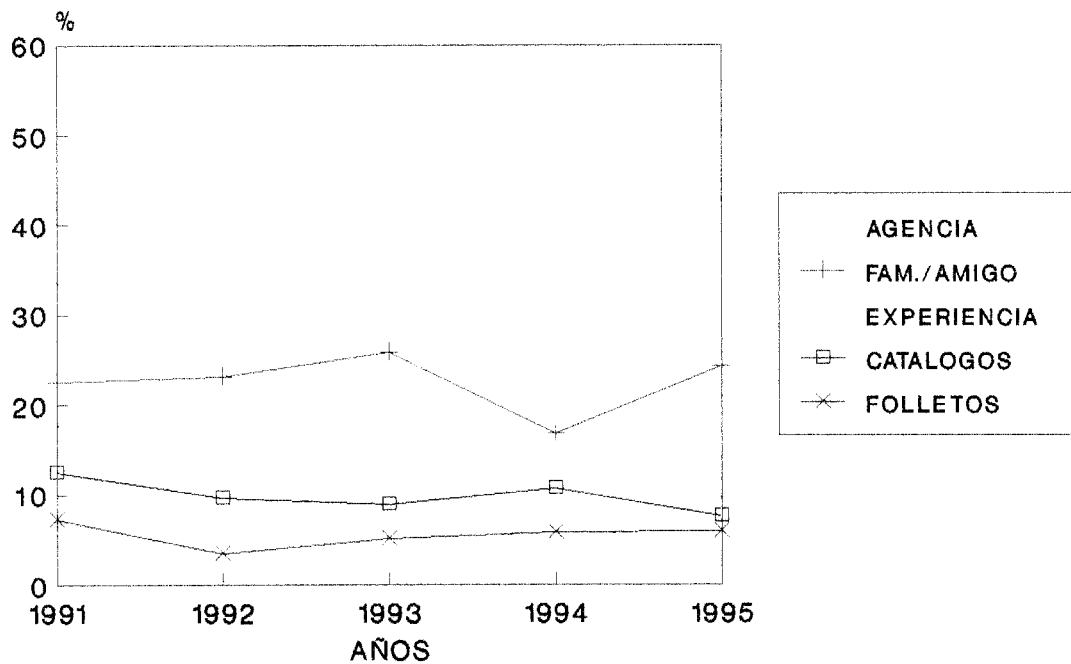
FUENTE	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Agencia de viajes	45.0	33.4	48.1	38.7	56.8	42.8
Catálogo TT.OO.	11.8	12.4	9.6	8.9	10.7	7.6
Folletos	8.5	7.2	3.4	5.1	5.8	5.9
Ferías Turismo	0.9	1.2	0.3	0.3	0.2	0.1
Familiar/amigo	20.9	22.5	23.1	25.8	16.8	24.3
Oficina Turismo	0.9	1.3	0.5	0.9	0.2	1.5
Exper. viajes anteriores	8.3	17.8	7.1	11.7	3.5	9.6
Prensa/radio/TV	2.0	1.9	1.8	5.3	3.5	3.9
Otras	1.7	1.7	5.6	2.9	2.3	3.9

# FUENTES DE INFORMACION PARA ELEGIR EL VIAJE A LANZAROTE



1995

## EVOLUCION DE LAS PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACION





#### **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 descanso/relax y el paisaje.**

**Tabla 7: Factores que han influido en la elección del viaje (1995)**

<b>FACTORES</b>	<b>%</b>
<b>Sol/clima</b>	<b>75.3</b>
<b>Playas/mar</b>	<b>2.8</b>
<b>Paisaje</b>	<b>5.4</b>
<b>Precios razonables</b>	<b>0.6</b>
<b>Diversión/entret.</b>	<b>0.5</b>
<b>Descanso/relax</b>	<b>8.6</b>
<b>Oferta deportiva</b>	<b>1.8</b>
<b>Aventura/exotismo</b>	<b>0.5</b>
<b>Oferta cultural</b>	<b>0.1</b>
<b>Otras</b>	<b>3.9</b>

Las tres cuartas partes de los turistas que visitan Lanzarote señala el **sol/clima** como factor más influyente para su visita, sobre todo para aquellos de nacionalidad británica, holandesa y suiza. Con respecto al status socioeconómico de los turistas, este factor gana importancia a medida que desciende la clase social.



Por otro lado, son principalmente los turistas de nacionalidad española y noruega los que señalan el factor **descanso/relax** como motivo importante para disfrutar de sus vacaciones en Lanzarote. También este factor cobra relevancia con el aumento del estatus socioeconómico del turista.

El tercer factor en importancia, **el paisaje**, adquiere especial relevancia para alemanes (es un hecho que se repite todos los años) y turistas de nacionalidad española.

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

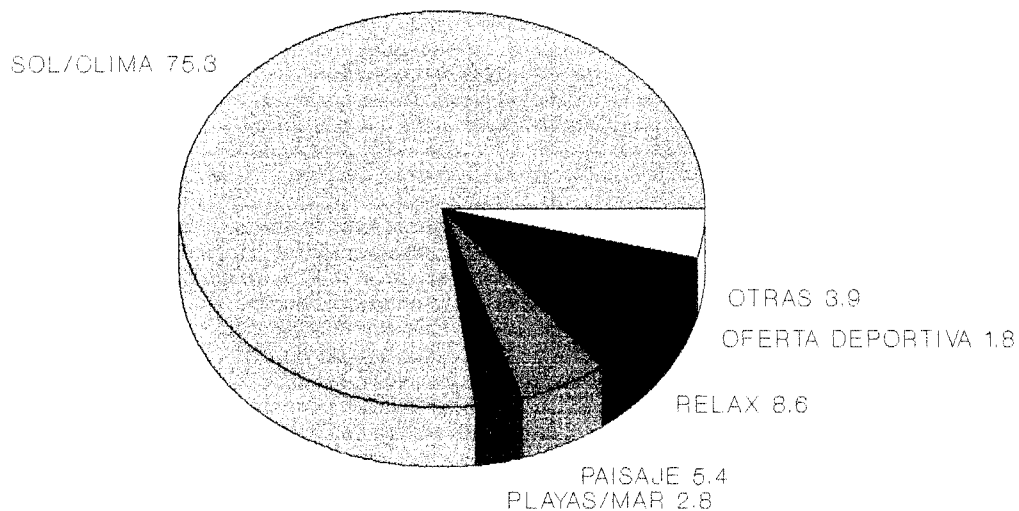
Como cierre a este epígrafe resulta interesante analizar la evolución temporal de los diferentes factores señalados por los visitantes para pasar sus vacaciones en Lanzarote.

**Tabla 8: Evolución de los factores de visita (%)**

<b>FACTORES</b>	<b>1990</b>	<b>1991</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Sol/clima	64.4	68.1	79.2	70.0	70.0	75.3
Playas/mar	8.2	7.9	2.0	2.6	4.7	2.8
Paisaje	9.6	10.0	4.7	10.5	9.2	5.4
Precios razonables	0.0	1.3	0.3	0.3	0.0	0.6
Diversión/entret.	1.4	0.1	0.3	0.3	0.2	0.5
Descanso/relax	10.7	9.7	5.4	7.3	8.4	8.6
Oferta deportiva	0.9	1.0	2.0	1.0	2.5	1.8
Aventura/exotismo	1.1	0.0	0.7	0.3	0.2	0.5
Oferta cultural	0.1	0.0	0.0	0.5	0.0	0.1
Otras	2.2	1.5	5.1	7.0	4.7	3.9

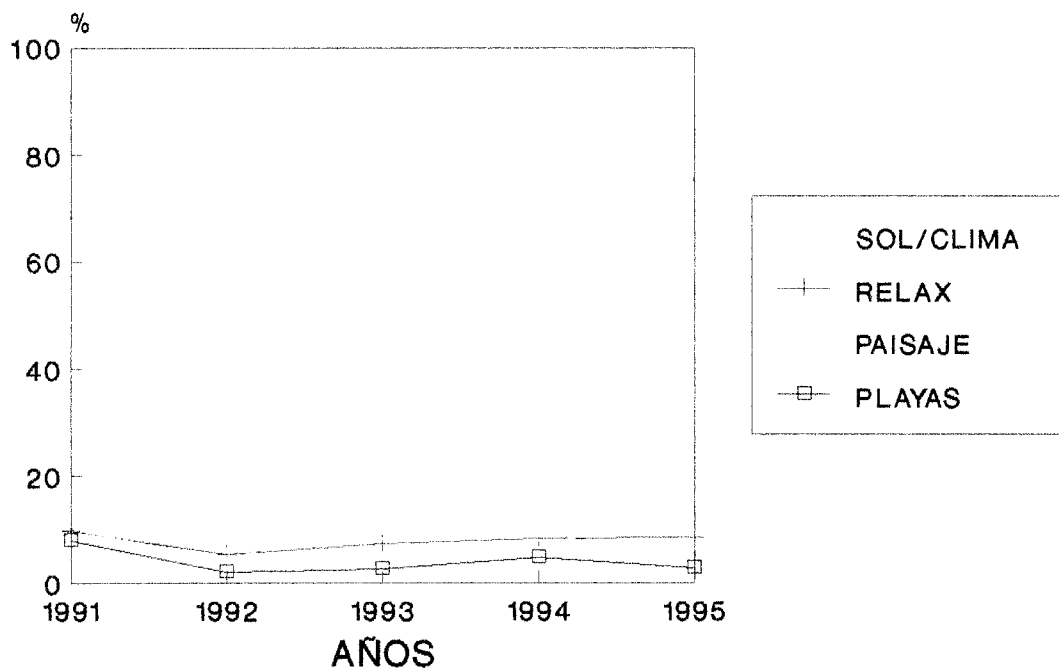


# FACTORES DE VISITA PRINCIPALES



1995

## EVOLUCION DE LOS PRINCIPALES FACTORES DE VISITA





## V.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

La organización del viaje a través de agencias continúa siendo de forma clara la principal modalidad, produciéndose este año una reducción con respecto a los dos anteriores, lo que hace que los viajes realizados sin intermediarios se incrementen. No cabe duda de que el relativamente alto porcentaje de turistas que repiten su visita ha afectado a este hecho, ya que los visitantes "repetidores" se decantan por realizar su visita directamente (el 35.2 %) mientras que utilizan en menor medida las agencias (el 62.7 por ciento).

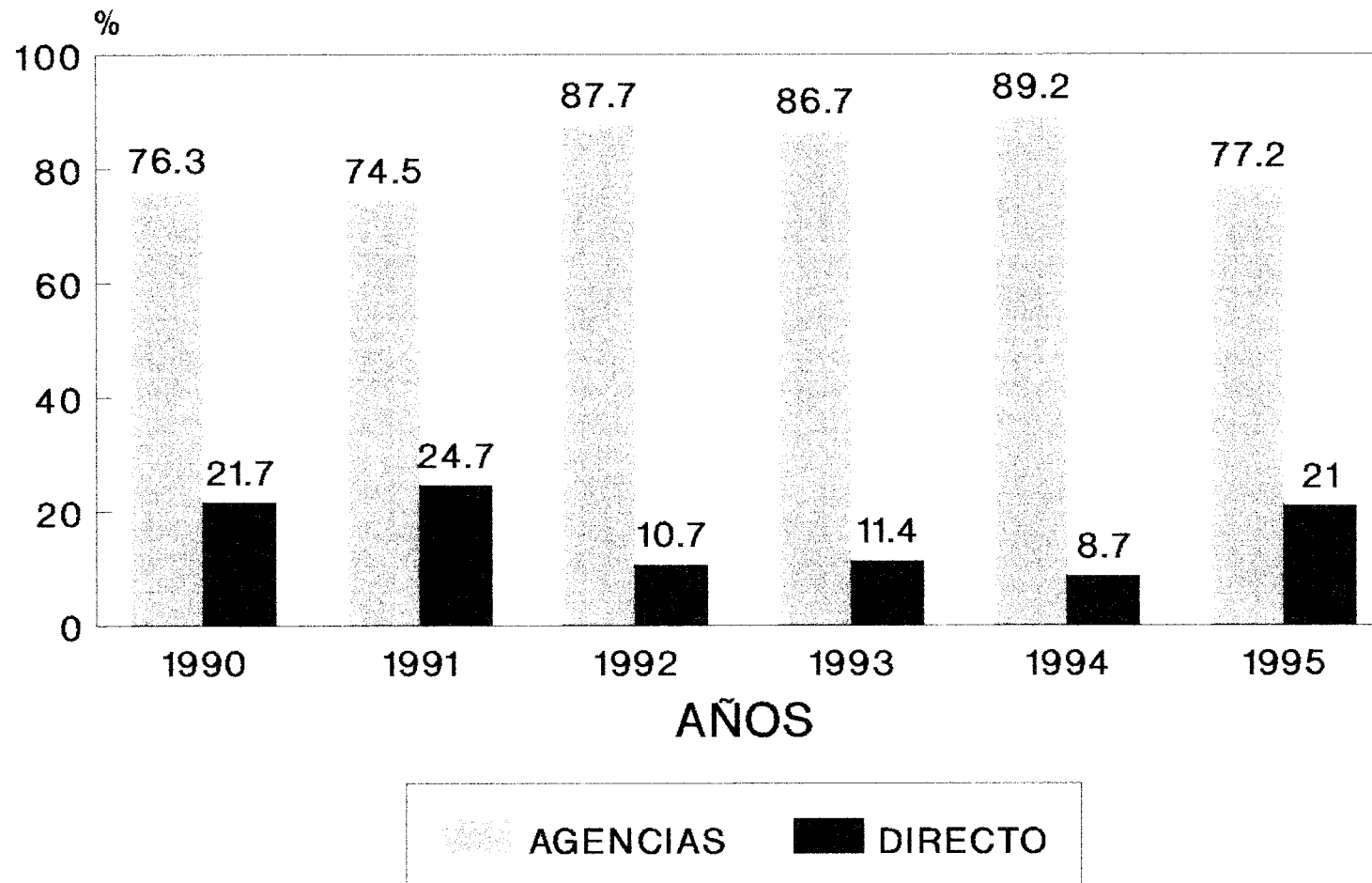
Tabla 9: Organización del viaje (%). Evolución

	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Agencia de viajes	76.3	74.5	87.7	86.7	89.2	77.2
Directamente	21.7	24.7	10.7	11.4	8.7	21.0
Otras	2.8	0.6	1.4	1.8	1.9	1.7

Las agencias de viajes siguen siendo más utilizadas por holandeses, alemanes, noruegos y suizos. Igualmente se observa que las agencias son cada vez más utilizadas a medida que se desciende en la escala de estatus socioeconómico y, sobre todo, por los turistas más jóvenes.

Los españoles y los británicos siguen siendo los visitantes que más organizan sus vacaciones directamente. También, tal como se comentaba con anterioridad, esta fórmula de organización del viaje es más utilizada por turistas que ya han visitado previamente Lanzarote.

# EVOLUCION DE LA 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 77.2 % 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 10: Composición del "package" (%) 1995

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

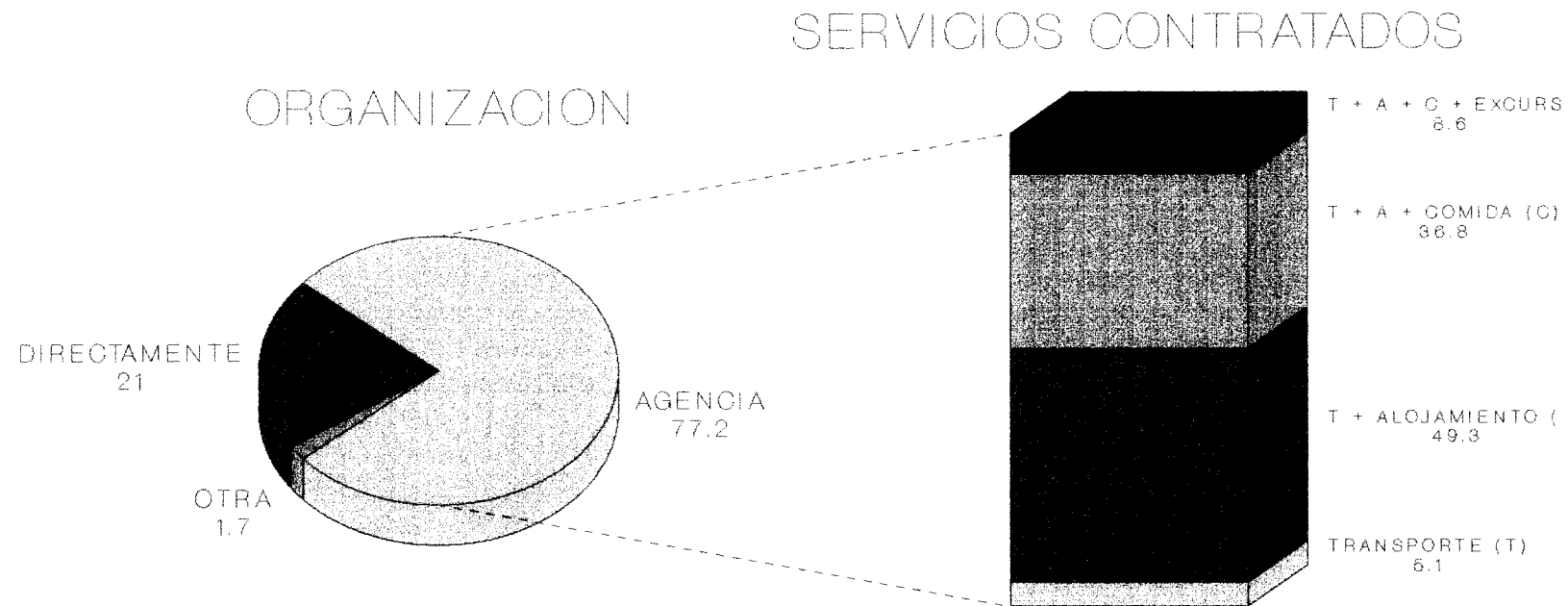
PACKAGE	%
P1: T	5.1
P2: T + A	49.3
P3: T + A + C	36.8
P4: T + A + C + E	8.6

La primera modalidad (**sólo transporte**) es contratada en su mayoría por turistas españoles (19 %) y británicos que han viajado a la isla en más de una ocasión. Este tipo de visitante suele alojarse en apartamento propio/time sharing o en casa de familiares/amigos.

El segundo paquete (**transporte y alojamiento**) es mayormente contratado por holandeses y noruegos. Su tipo de alojamiento es principalmente el apartamento.

El **tercer tipo** (incluyendo en su gran mayoría media pensión) es utilizado sobre todo por turistas alemanes, siendo el hotel 3/5 \* la modalidad de alojamiento.

# ORGANIZACION DEL VIAJE





Para la contratación del **cuarto tipo**, hay que señalar que siguen siendo los españoles, y, este año, los suizos quienes más escogen esta fórmula. También se observa que el hotel es la principal modalidad de alojamiento.

Hay que señalar que los datos sobre la modalidad de contratación de comidas son los siguientes:

	%
Sólo desayuno.....	5.1
Media pensión.....	85.2
Pensión completa.....	7.1
NS/NC.....	2.6

Como cierre a este subtítulo ofrecemos los datos de evolución de la contratación de servicios.

**Tabla 11: Evolución en la composición del "package" (%)**

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

PACKAGE	1991	1992	1993	1994	1995
P1: T	14.3	7.7	4.9	5.3	5.1
P2: T + A	63.8	59.5	52.6	50.0	49.3
P3: T + A + C	17.1	26.8	38.5	25.9	36.8
P4: T + A + C + E	4.5	5.7	3.8	18.6	8.6



**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 12: Coste medio del "package". 1995**

PACKAGE	Ptas.
P1: T	41.346
P2: T + A	78.444
P3: T + A + C	113.947
P4: T + A + C + E	111.539

El coste de estos servicios sufre variaciones según nacionalidad. Así, para los que contrataron el primer tipo (**sólo transporte**) el precio oscila entre las 33.081 ptas. para los británicos y las 60.000 ptas. para los noruegos.

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 en la página siguiente las "*estancias tipo*" más representativas teniendo sólo en cuenta las dos últimas variables mencionadas.



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

· En Hotel.....	95.268	ptas.
· En Apartamento.	67.360	"

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

· En Hotel.....	98.470	ptas.
· En Apartamento.	84.172	"

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

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

· En Hotel.....	99.842	ptas.
· En Apartamento.	81.003	"

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

· En Hotel.....	153.734	ptas.
· En Apartamento.	116.753	"

(\*) Los datos sobre la modalidad de contratación de comidas son los siguientes:

Sólo desayuno.....	5.1
Media pensión.....	85.2
Pensión completa.....	7.1
NS/NC.....	2.6





**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 la tabla 13.

**Tabla 13: Forma de visita (%). Evolución**

FORMA DE VISITA	1993	1994	1995
Sólo	6.2	7.2	8.7
Pareja	60.1	57.0	57.3
Familia	27.4	33.0	26.2
Asociación	0.8	0.7	1.0
Otras	5.1	1.5	6.5
NS/NC	0.1	0.3	0.0

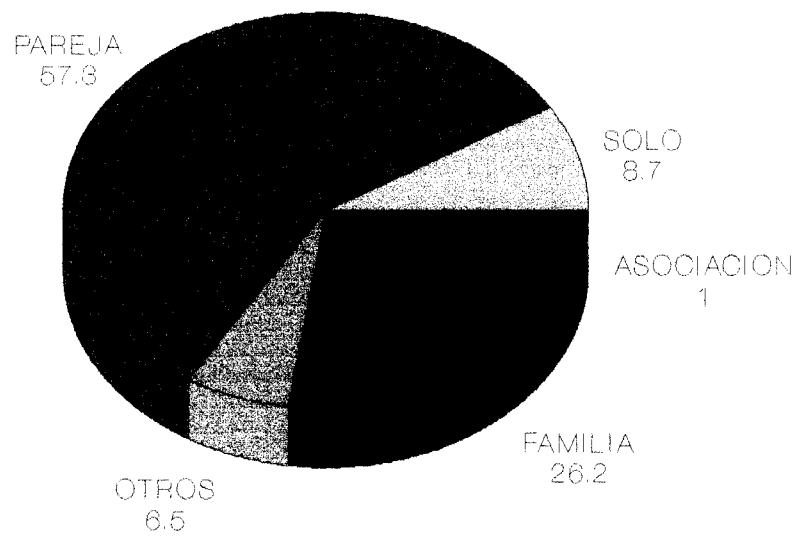
En cuanto al **número medio de acompañantes** para las categorías de familia, asociación y otros es el siguiente:

nº medio acompañantes

Familia.....	3,5
Asociación.....	8,7 (*)
Otros (amigos).	2,8

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

# FORMA DE VISITA 1995



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 14: Tipo de alojamiento utilizado. 1995**

<b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>	<b>%</b>
Hotel 3/5*	21.2
Apto. 1/3 llaves	65.9
Pensión	0.6
Apto. propio	2.0
Time-sharing	4.0
Amigos/familiares	4.7

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 y noruega, alojados en Puerto del Carmen: siete de cada diez turistas de esta zona se alojan en apartamentos.



Hoteles 3/5 \*

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

Time-sharing

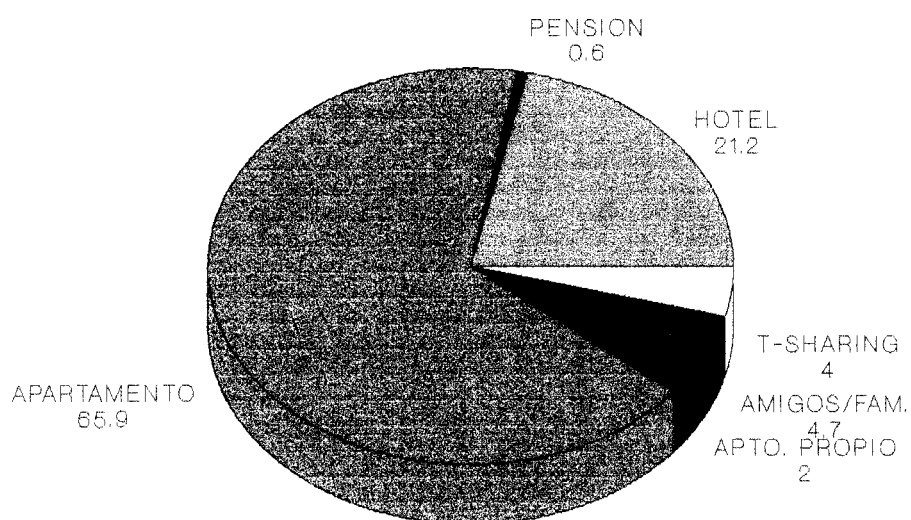
El tipo de turista que utiliza la modalidad de alojamiento time-sharing es de nacionalidad británica y ha visitado Lanzarote en varias ocasiones, concentrándose preferentemente en la zona turística de Playa Blanca y Costa Tegui.

Como cierre a este capítulo sobre modalidad de alojamiento ofrecemos los datos de evolución.

Tabla 15: Evolución de la modalidad de alojamiento (%)

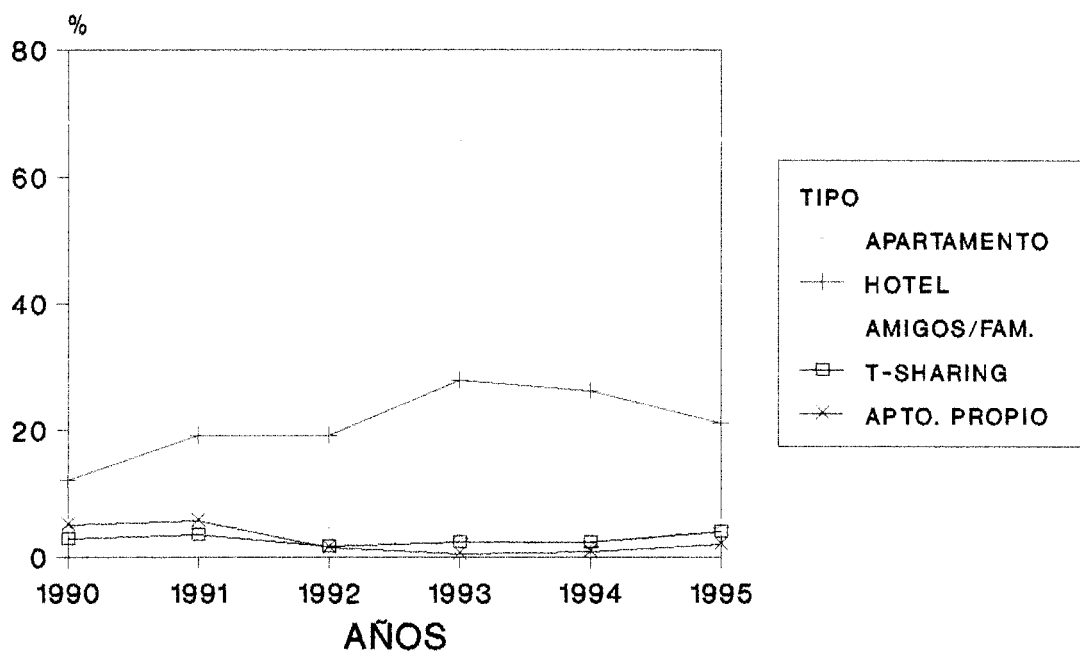
TIPO DE ALOJAMIENTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Hotel 3/5*	12.1	19.4	19.1	27.9	26.1	21.2
Apto. 1/3 llaves	68.6	64.9	72.0	65.6	68.0	65.9
Pensión	0.6	0.3	0.3	0.5	0.7	0.6
Apto. propio	4.9	5.7	1.4	0.5	0.7	2.0
Time-sharing	2.8	3.4	1.6	2.3	2.3	4.0
Amigos/familiares	4.7	4.8	4.5	2.9	1.5	4.7

# TIPO DE ALOJAMIENTO



1995

## EVOLUCION DE LA MODALIDAD DE ALOJAMIENTO





### 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	Puntuación
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 7,84.

**Tabla 16: Opinión sobre alojamiento (De 0 a 10). Series temporales**

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Instalac. y mantenimiento	7,46	7,58	7,72	8,01	7,79	7,93
Profesionalidad del personal	7,21	6,59	7,56	7,82	7,72	7,93
Servicios en general	7,19	7,03	7,16	7,60	7,44	7,71
Relación calidad/precios	6,41	7,03	6,54	7,34	7,64	7,79
VALORACIÓN GLOBAL	7,06	7,00	7,49	7,69	7,64	7,84



**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.

	<b>NACIONALIDAD</b>	<b>ZONA</b>	<b>ALOJAMIENTO</b>	<b>REPETIT.</b>
<b>Instalaciones y mantenimiento (7,93)</b>				
mejor opinión	Suizos	P. Blanca	Hotel	1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Carmen	Apto. Alquil.	+ 1 vez
<b>Profesionalidad del personal (7,93)</b>				
mejor opinión	Suizos	Otras (*)	Hotel	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	C.Teguise	Apto. 3/5	1 vez
<b>Relación calidad/precios (7,71)</b>				
mejor opinión	Suizos	Otras(*)	Time-sharing	1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Carmen	Apto. Alquil.	+ 1 vez
<b>Servicios en general (7,79)</b>				
mejor opinión	Suizos	P. Blanca	Hotel	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Carmen	Apto. 3/5	1 vez

(\*) Zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguise 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 11,7 días,** ligeramente superior a la registrada en la Encuesta del pasado año.

**Tabla 17: Estancia media (días). Series temporales**

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Media (días)	12,9	12,2	10,7	9,8	11,1	11,7
Desviación típica	3,8	6,2	5,4	4,9	3,5	3,2

A pesar de que los datos de las estancias-tipo que ofrecemos en la tabla 18 puedan dar la impresión de un descenso en el número medio de días, el motivo del aumento se debe a que el porcentaje de aquellos que permanecen más de catorce días es mayor que en años anteriores (13.5 %).

**Tabla 18: Evolución del porcentaje de los que permanecen siete y catorce días.**

DÍAS DE ESTANCIA	1991	1992	1993	1994	1995
Siete días	34.7	49.1	48.6	41.9	47.3
Catorce días	42.2	30.2	31.2	36.0	28.1





La estancia sigue siendo más larga para los alemanes (13,1 días), los turistas de clase media-baja (de hecho, a medida que se avanza en la escala de estatus socioeconómico disminuye el número de días de estancia) 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. También se observa que la estancia va aumentando a medida que lo hace la edad de los visitantes.

En cambio es menor el número de días de permanencia en Lanzarote para los turistas de nacionalidad noruega (9,4 días) y para los de clase media-alta que visitan la isla por primera vez.

# WOLFFORD, WILLIAM WILLIAM

1840

1840	1841	1842	1843	1844	1845

1846

1847

1848

1849

1850

1851

AMOS



### 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 19: Gasto diario según intervalos (%). 1995**

PESETAS	%
Menos de 1.500	4.6
Entre 1.500 y 3.000	25.6
Entre 3.000 y 5.000	41.9
Más de 5.000	27.7

El gasto efectuado por la población turística desciende con respecto al año anterior, con lo que se rompe la línea evolutiva ascendente que mantenía hasta ahora. Quizá la tabla 20, donde se refleja la media de gasto en estos últimos cinco años, resulte más clarificadora.

**Tabla 20: Evolución del gasto medio diario (en ptas.)**

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Media (ptas.)	3.069	2.507	4.403	4.721	5.050	4.787
Desviación típica	1.019	1.329	2.157	1.520	1.947	1.864



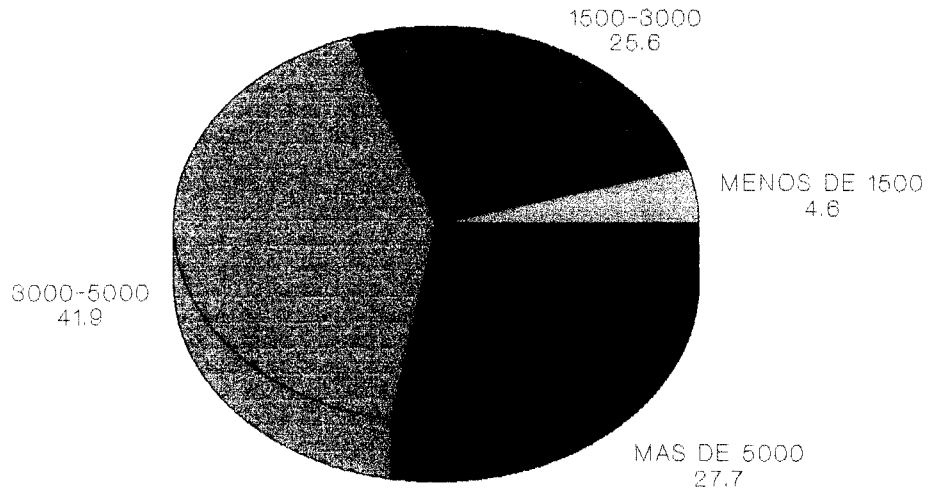
**El gasto medio diario se sitúa este año en las 4.787 pesetas y su disminución con respecto a 1994 es del 5,2 %. Siendo mayor nuevamente en aquellos visitantes de nacionalidad española (6.879 ptas.) y suizos, en turistas de clase media-media, que han visitado la isla en más de una ocasión. También el gasto es mayor en aquellos turistas que realizan sus vacaciones sin intermediarios y a medida que descendemos en la variable edad se produce un mayor gasto.**

**Es menor, en cambio, en turistas englobados en otras procedencias (Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia, Irlanda, Italia) y suecos, alojados en la zona turística de Playa Blanca.**

C A M B I O   D E   D I V I S A S

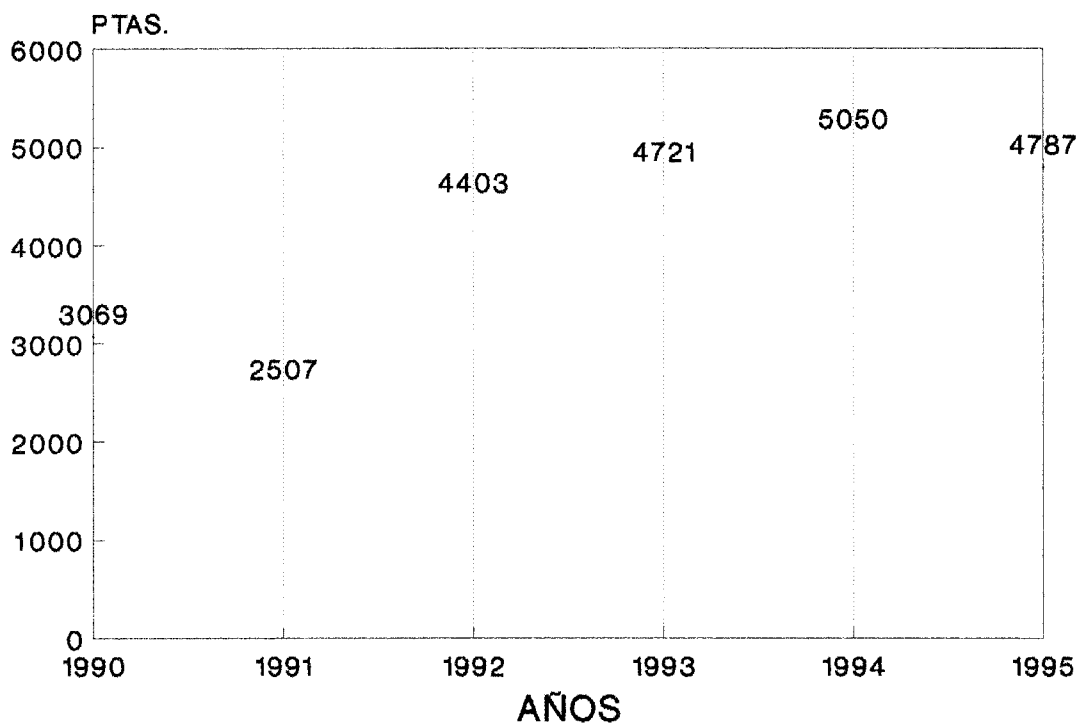
	PESETAS				
	26/2/91	30/1/92	13/3/93	25/2/94	31/01/95
1 marco alemán.....	62,9 ...	63,1 ...	71,4 ...	81,2 ...	86,8
1 franco francés....	18,8 ...	18,5 ...	21,0 ...	23,9 ...	25,0
1 libra esterlina...	182,1 ...	181,0 ...	170,1 ...	208,2 ...	208,5
100 liras italianas...	8,3 ...	8,4 ...	7,4 ...	8,4 ...	8,2
100 francos belgas...	307,7 ...	306,6 ...	346,9 ...	3,9 ...	421,3
1 florín holandés...	55,8 ...	56,1 ...	63,6 ...	72,4 ...	77,4
1 corona danesa.....	16,5 ...	16,3 ...	18,6 ...	20,8 ...	22,0
1 libra irlandesa...	67,4 ...	168,3 ...	173,6 ...	199,9 ...	205,8
1 franco suizo.....	72,1 ...	70,8 ...	78,0 ...	96,8 ...	102,9
1 corona sueca.....	16,7 ...	17,4 ...	15,3 ...	17,6 ...	17,6
1 corona noruega....	16,0 ...	16,1 ...	16,8 ...	18,8 ...	19,8
1 marco finlandés...	25,7 ...	23,2 ...	19,6 ...	25,1 ...	27,7
100 chelines austriacos	8,9 ...	8,9 ...	10,1 ...	11,5 ...	234,0

# GASTO MEDIO DIARIO EN PESETAS



1995

## EVOLUCION DEL GASTO





## **IX.- GRADO DE SATISFACCIÓN**

**El grado de satisfacción del turista con sus vacaciones en Lanzarote continúa siendo bastante elevado y por encima de lo observado en otras ocasiones.**

**Tabla 21: Grado de satisfacción. 1995**

CONCEPTO	%
Muy satisfecho	71.3
Bastante satisfecho	12.7
Medianax. satisfecho	14.9
Poco satisfecho	0.8
Insatisfecho	0.2
PUNTUACIÓN (De 0 a 10)	8,85

En general, los turistas se muestran muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote. Siendo los más satisfechos nuevamente los británicos y noruegos; también el grado de satisfacción se incrementa con la edad y entre los que han visitado la isla en más de una ocasión.

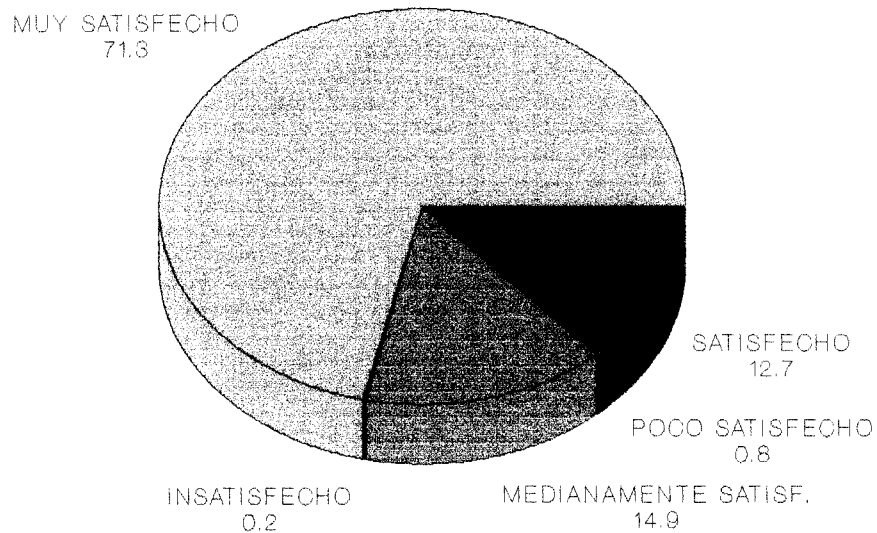


También aquí ofreceremos, como en los capítulos anteriores, la evolución del grado de satisfacción.

**Tabla 22: Evolución del grado de satisfacción. Puntuación de 0 a 10**

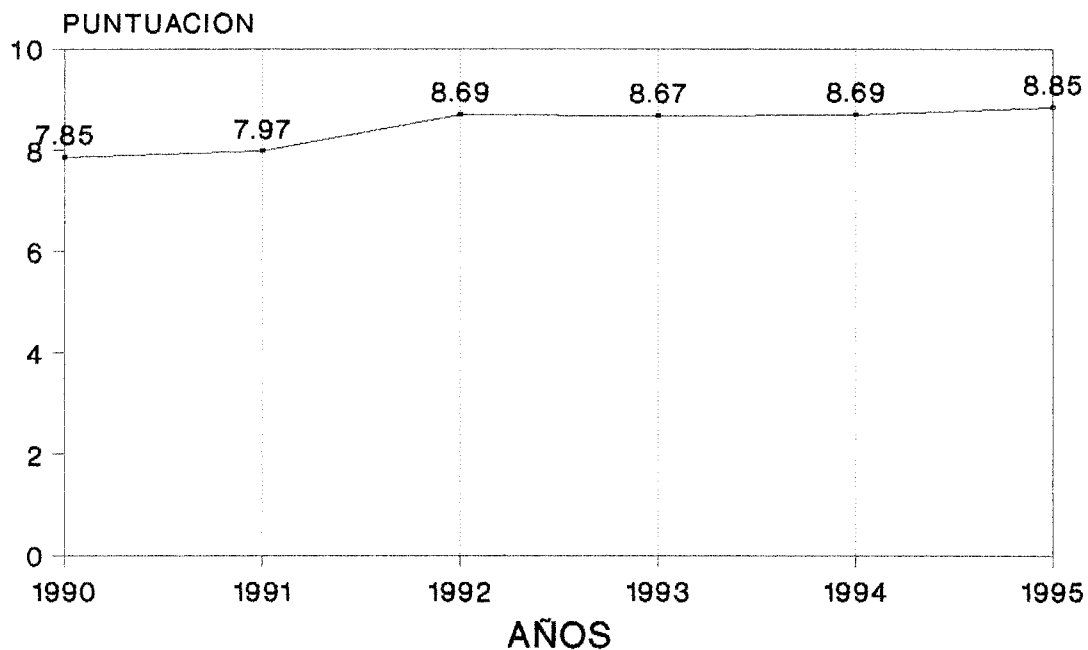
CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Muy satisfecho	36.3	42.1	58.2	63.6	63.9	71.3
Bastante satisfecho	45.5	36.7	32.1	20.7	22.7	12.7
Medianax. satisfecho	15.5	18.4	7.9	14.7	10.7	14.9
Poco satisfecho	1.3	2.3	1.3	0.8	1.4	0.8
Insatisfecho	1.4	0.0	0.2	0.2	0.9	0.2
PUNTUACIÓN (0 a 10)	7,85	7,97	8,69	8,67	8,69	8,85

# GRADO DE SATISFACCION 1995

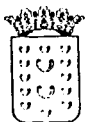


PUNTUACION: 8,85

## EVOLUCION DEL GRADO DE SATISFACCION







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

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

**Tabla 23: Grado de cumplimiento de expectativas. (%) Series temporales**

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

CONCEPTO	1992	1993	1994	1995
Igual	47.8	53.1	47.0	45.6
Mejor	45.8	42.8	44.9	50.0
Peor	4.3	3.3	5.2	2.0
NS/NC	2.0	0.6	2.7	2.2

Nuevamente el grado de cumplimiento de expectativas es bastante elevado. Más del 95 % de los turistas que visitan Lanzarote opina que la isla es mejor o igual de lo que esperaban. Sólo un 2.0 % señala que es peor.



**IX.2.- Recomendación de Lanzarote**

Al igual que las Encuestas anteriores, 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 24: Recomendación de Lanzarote (%). Series temporales**

	1992	1993	1994	1995
Sí recomendaría	87.8	88.7	92.2	95.1
Posiblemente sí	10.6	9.3	3.7	4.1
No recomendaría	0.4	1.3	2.3	0.2
Posiblemente no	0.6	0.3	0.0	0.3
NS/NC	0.7	0.3	1.8	0.3



## X.- INTENCIÓN DE VOLVER

El alto grado de satisfacción alcanzado y el elevado grado de cumplimiento de expectativas hace que **casi el 90 % de los turistas que visita Lanzarote tenga la intención de volver.**

Tabla 25: Intención de volver (%). Series temporales

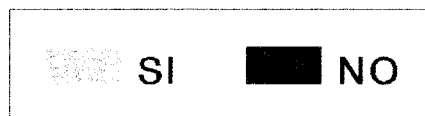
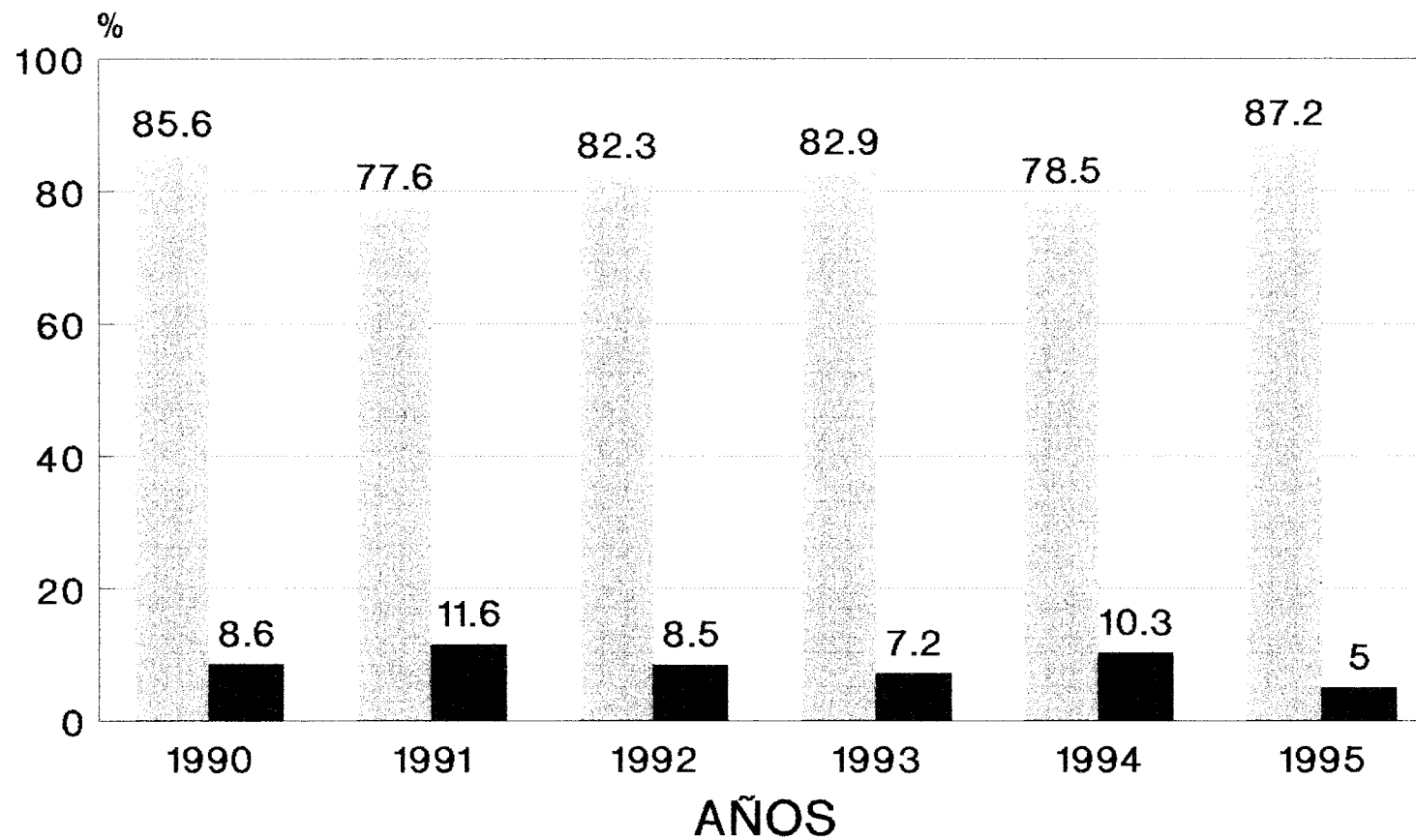
	1990	1991	1992	1993	1994	1995
<b>SÍ</b>	85.6	77.6	82.3	82.9	78.5	87.2
<b>No</b>	8.6	11.6	8.5	7.2	10.3	5.0
<b>NS/NC</b>	5.8	10.7	9.1	9.7	11.1	7.6

Los más animados a volver son, en esta ocasión, los suizos y los británicos, los segmentos de clase media-alta (de hecho, la intención de volver aumenta con el estatus socioeconómico del turista) y los que han repetido visita anteriormente. Se muestran menos animados a volver los turistas de nacionalidad española (14.6 %) y los suecos (10 por ciento).

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

Como se vio anteriormente, el 5 % de los turistas no piensa escoger Lanzarote en futuras vacaciones. Los principales motivos señalados para ello son los de que "*una vez basta*" y, en menor medida, "*otras razones*" (entre las que destaca el deseo de conocer otros sitios).

# INTENCION DE VOLVER



SERIES TEMPORALES



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

**Tabla 26: Razones para no volver a repetir las vacaciones en Lanzarote (%). Series temporales**

CONCEPTO	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Una vez basta	38.2	64.2	66.6	65.5	57.8	54.5
Mal clima	9.1	7.1	9.8	17.2	10.5	5.4
Masificación turística	1.8	5.7	7.8	1.7	1.7	5.4
Mala infraest. ocio	7.3	5.7	1.9	0.0	1.7	5.4
Relac. calidad/precios	16.5	7.1	3.9	0.0	1.7	1.8
Deterioro playas	1.8	0.0	0.0	1.7	1.7	0.0
Deterioro paisaje	0.0	1.4	0.0	1.7	0.0	0.0
Otras	14.5	5.7	9.8	12.0	23.5	27.2



## **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	Puntuación
Muy Buena	8 - 10
Buena	6 - 8
Regular	4 - 6
Mala	2 - 4
Muy Mala	0 - 2

**Tabla 27: Valoración de instalaciones (Puntuación de 0 a 10). Series temporales**

INSTALACIÓN	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Restaurantes/bares	6,76	7,00	7,25	7,61	7,78	7,81
Agencias de viajes	6,95	5,89	7,20	7,33	7,45	7,43
Supermercados	6,57	6,67	7,09	7,21	7,77	7,34
Aeropuerto	6,32	6,82	6,75	7,20	7,04	6,35
Bancos	7,15	6,53	7,03	7,18	7,39	7,30



Se aprecia una buena valoración de los establecimientos relacionados con el turismo. La puntuación más baja la recibe el Aeropuerto, hecho motivado por las obras que se vienen realizando y que dificultan el normal funcionamiento de dicha instalación.

## 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	REPETIT.
<b>Aeropuerto (6,35)</b>				
mejor opinión	Suizos		Cl. m-baja	1 vez
peor opinión	Noruegos		Cl. m-media	+ 1 vez
<b>Restaurantes/bares (7,81)</b>				
mejor opinión	Suizos	P. Carmen	Cl. m-alta	1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Blanca	Cl. m-baja	+ 1 vez
<b>Bancos (7,30)</b>				
mejor opinión	Holandeses	Otras(*)	Cl. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Blanca	Cl. m-media	1 vez
<b>Agencias de viajes (7,43)</b>				
mejor opinión	Suizos	P. Carmen	Cl. m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Espanoles	Otras (*)	Cl. m-media	1 vez
<b>Supermercados (7,34)</b>				
mejor opinión	Suizos	Otras (*)	Cl. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	C.Teguise	Cl. m-media	1 vez

(\*) Zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguise 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 28.- Porcentaje de utilización de instalaciones y establecimientos. Series temporales**

INSTALACIÓN	1993	1994	1995
Restaurantes/bares	94.7	93.0	95.8
Agencias de viajes	45.1	41.6	29.5
Supermercados	92.2	92.2	95.1
Aeropuerto	100.0	100.0	100.0
Bancos	57.8	48.2	47.0



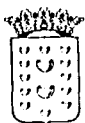


## **XII.- VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS TURÍSTICOS**

Al igual que en el anterior epígrafe, en éste 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 29: Valoración de servicios y temas turísticos (De 0 a 10). Series temporales**

SERVICIO/TEMA	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Estado del paisaje	7,77	7,69	8,06	8,13	8,25	8,04
Estado de las playas	7,66	7,70	7,93	7,94	8,01	7,99
Excursiones	7,12	7,04	7,75	7,59	8,08	7,93
Seguridad ciudadana	6,38	7,00	7,44	7,57	7,58	7,18
Taxis	7,01	6,35	7,39	7,56	7,76	7,68
Vehículos s/conductor	6,80	6,60	6,99	7,36	7,72	7,84
Oferta deportiva	7,01	6,61	6,86	7,16	7,67	7,21
Servicio de teléfono	2,89	6,71	6,84	7,10	7,93	7,83
Información turística	6,64	5,72	6,86	7,03	7,43	7,27
Servicio de agua	6,80	6,98	6,98	7,03	7,03	6,99
Oferta cultural	6,47	4,31	6,76	6,86	6,94	7,47
Guaguas	5,84	5,30	5,69	5,56	6,66	6,24



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

	<b>NACIONALIDAD</b>	<b>ZONA</b>	<b>ESTATUS</b>	<b>REPETITIV.</b>
<b>Excursiones turísticas (7,93)</b>				
mejor opinión	Espanoles		C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Suecos		C. m-alta	1 vez
<b>Servicio de agua (6,99)</b>				
mejor opinión	Alemanes	C.Teguisse	C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	Otras(*)	C. m-media	1 vez
<b>Servicio de teléfono (7,83)</b>				
mejor opinión	Suecos	Otras(*)	C. m-baja	1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Blanca	C. m-media	+ 1 vez
<b>Oferta de deportes (7,21)</b>				
mejor opinión	Otras (**)	Otras(*)	C. m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Suecos	P. Carmen	C. m-baja	1 vez

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

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



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

	<b>NACIONALIDAD</b>	<b>ZONA</b>	<b>ESTATUS</b>	<b>REPETITIV.</b>
<b>Guaguas (6,24)</b>				
mejor opinión	Holandeses	C.Teguise	C. m-baja	+ 1 vez
peor opinión	Espanoles	Otras (*)	C. m-media	1 vez
<b>Estado de las playas (7,99)</b>				
mejor opinión	Suizos	P. Blanca	C. m-alta	1 vez
peor opinión	Suecos	Otras (*)	C. m-media	+ 1 vez
<b>Vehículos s/conductor (7,84)</b>				
mejor opinión	Espanoles		C. m-media	1 vez
peor opinión	Británicos		C. m-alta	+ 1 vez
<b>Oferta cultural (7,47)</b>				
mejor opinión	Holandeses	Otras (*)	C. m-media	1 vez
peor opinión	Suizos	C.Teguise	C. m-alta	+ 1 vez

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



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

	<b>NACIONALIDAD</b>	<b>ZONA</b>	<b>ESTATUS</b>	<b>REPETITIV.</b>
<b>Taxis (7,68)</b>				
mejor opinión	Suizos	P. Carmen	C. m-alta	1 vez
peor opinión	Suecos	Otras(*)	C. m-media	+ 1 vez
<b>Estado del paisaje (8,04)</b>				
mejor opinión	Espanoles		C. m-alta	+ 1 vez
peor opinión	Alemanes		C. m-media	1 vez
<b>Seguridad ciudadana (7,18)</b>				
mejor opinión	Espanoles	P. Blanca	C. m-baja	1 vez
peor opinión	Británicos	P. Carmen	C. m-media	+ 1 vez
<b>Información turística (7,27)</b>				
mejor opinión	Otras (**)	Otras(*)	C. m-media	+ 1 vez
peor opinión	Noruegos	P. Blanca	C. m-baja	1 vez

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

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



**Tabla 30.- Porcentaje de utilización de servicios y temas turísticos. Series temporales**

<b>TEMA</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Playas	92.9	92.6	95.4
Excursiones	43.1	60.7	45.7
Taxis	55.5	47.8	46.2
Vehículos s/conductor	63.6	48.6	60.8
Oferta deportiva	34.9	37.1	37.1
Teléfono	79.1	77.9	75.7
Información turística	68.2	75.2	75.1
Oferta cultural	45.2	48.8	57.9
Guaguas	39.4	45.7	31.4



### **XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS**

También se incluyó en el cuestionario, al igual que en otros años, 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 58.9 % de los entrevistados no señaló ningún elemento de desagrado** (frente al 33.9 % que no lo hizo en la Encuesta anterior). Los resultados de los que emitieron respuesta son los siguientes:

**Tabla 31: Principales deficiencias y elementos de desagrado (%). Series temporales**

<b>DEFICIENCIAS</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Vendedores t-sharing	3.8	4.5	2.9	7.6
Mal clima (viento)	20.3	18.3	33.4	7.3
Urbanismo	5.7	7.4	3.1	5.0
Masificación turística	13.0	11.1	8.4	3.0
Aeropuerto	6.4	0.5	0.9	2.8
Arrecife	3.5	7.1	3.9	2.5
Falta profesionalidad	5.7	3.9	1.9	1.8
Transporte público	6.0	7.4	1.9	1.7
Falta diversión	-	5.4	2.5	1.5
Restaurantes	4.2	1.4	0.9	1.3
Puerto del Carmen	2.0	2.2	0.7	1.1
Suciedad	2.3	2.8	1.3	1.0
Carreteras/tráfico	3.0	5.7	1.1	1.0
Precios	9.4	10.5	0.5	0.8
Falta información	2.0	2.2	1.1	0.6
Servicios en general	4.2	2.4	0.2	0.6
Falta folclore/cultura	1.5	1.6	0.7	0.5
Muy pequeña	-	1.6	0.3	0.1
Oferta deportiva	0.5	0.9	0.3	-



Los **vendedores de time-sharing** se han convertido en el principal elemento de desagrado para la población turística que visita Lanzarote, sobre todo por el exceso de oferta y el acoso a que someten a los visitantes estos agentes.

Tal como viene ocurriendo todos los años, **el mal clima** (especialmente el viento) continúa siendo un elemento de desagrado. Si bien este año disminuye considerablemente respecto a los anteriores.

En el concepto **urbanismo** se engloban temas como el mal estado de las aceras, la existencia de tendidos eléctricos aéreos, las barreras arquitectónicas (dificultad para mayores y minusválidos en acceso a recintos) y, sobre todo, la existencia de muchas construcciones y recintos que están sin terminar y cerrados (esta queja es frecuente entre los turistas alojados en la zona turística de Playa Blanca).

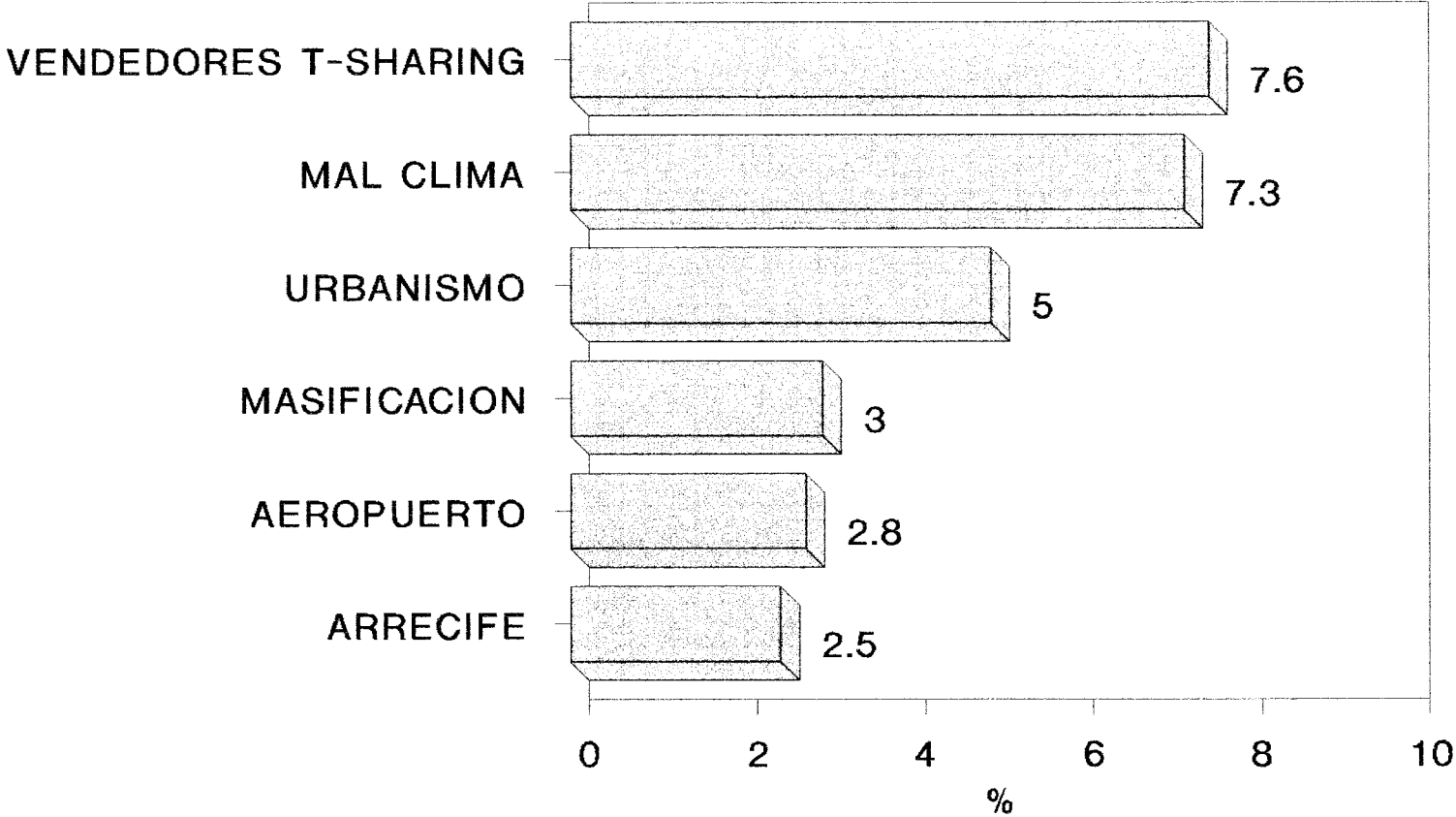
En cuanto al concepto **masificación turística**, en esta Encuesta ha disminuido de nuevo el porcentaje de menciones. Se hace referencia al alto número de personas que se concentra en las zonas turísticas.

El **aeropuerto** aparece este año como una deficiencia importante, hecho motivado por las obras de remodelación y ampliación con la consiguiente incomodidad para los usuarios.

Otro elemento de desagrado señalado, si bien pierde importancia comparado con la Encuesta de 1994, 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. También se realizan observaciones negativas (deterioro y suciedad) hacia el trayecto existente entre Arrecife y Costa Teguise.

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 (falta de frecuencia y de información sobre horarios y recorridos), la suciedad en algunas zonas (se cita, por ejemplo, la playa de Famara, los márgenes de las carreteras y el hecho de ver basuras arrastradas por el viento) y la carestía de algunos restaurantes.

# 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 el clima (en este caso como factor de agrado) en primer lugar. Sólo un 1.7 % de los entrevistados no emitió respuesta en esta pregunta.

**Tabla 32: Principales elementos de agrado (%). Series temporales**

<b>ELEMENTO</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Clima	34.4	19.8	25.5	43.6
Paisaje	16.2	19.2	16.9	15.7
Tranquilidad	10.7	12.7	12.8	9.4
Playas	10.0	8.4	10.7	7.8
Todo	6.5	11.4	9.5	5.6
La gente	4.2	2.1	4.3	5.0
Limpieza	2.5	4.8	4.4	4.5
Centros Turísticos	4.0	4.4	2.7	2.1
Comida	1.4	1.4	2.3	1.5
Arquitectura	2.3	2.8	1.1	1.2
Deporte	0.7	0.8	1.5	0.5
Originalidad	1.2	2.4	0.9	0.5
Los pueblos	2.3	2.1	0.7	0.1
Nada en especial	2.9	7.1	5.8	1.7

El clima (que este año aparece como un elemento de agrado totalmente determinante), el paisaje, la tranquilidad y las playas continúan siendo los elementos básicos del producto turístico de Lanzarote.



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

En este capítulo 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 33: Valoración de los Centros de Arte, Cultura y Turismo (De 0 a 10). Series temporales**

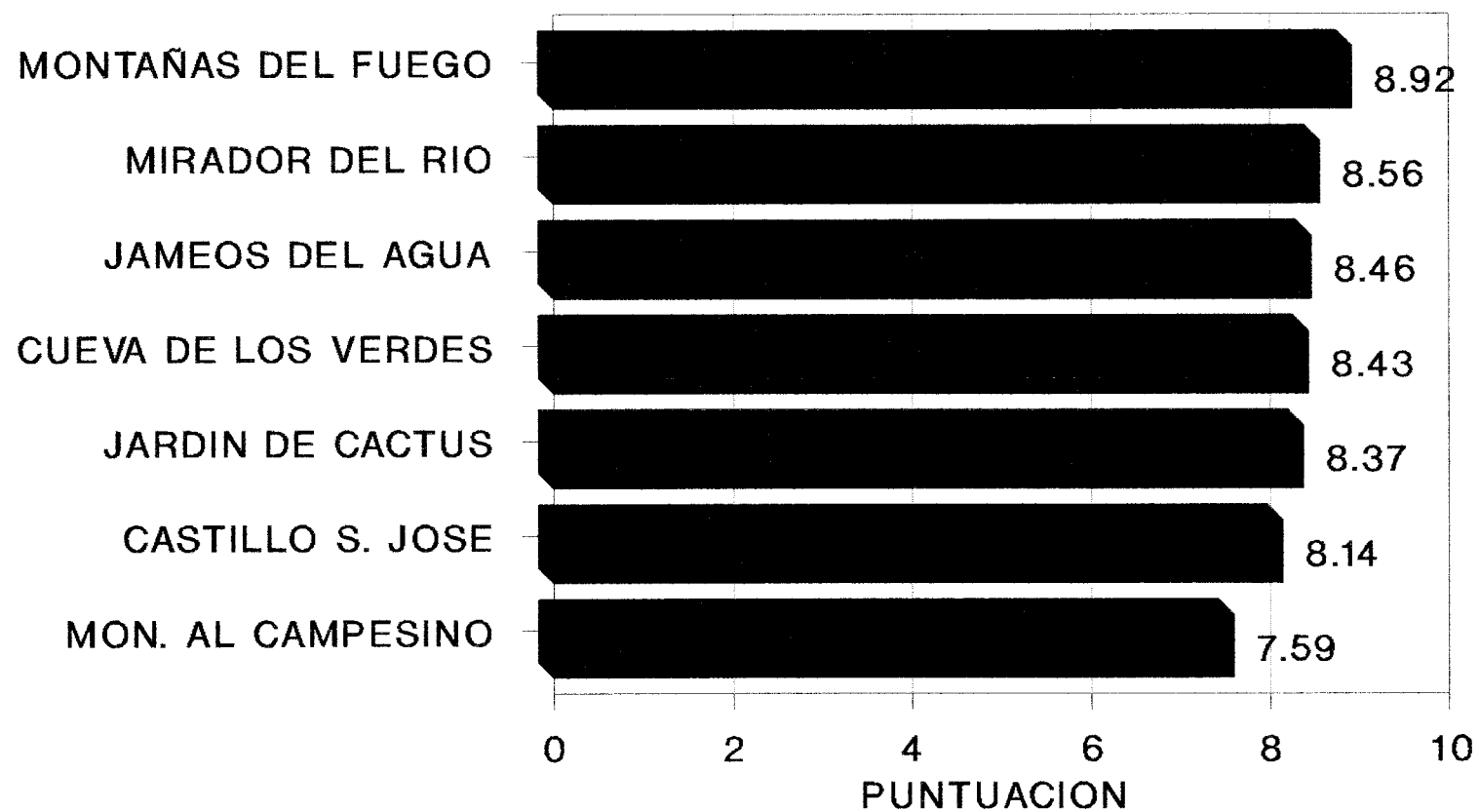
<b>CENTRO</b>	<b>1992</b>	<b>1993</b>	<b>1994</b>	<b>1995</b>
Montañas del Fuego	8,98	9,06	9,18	8,92
Mirador del Río	8,46	8,47	8,50	8,56
Jameos del Agua	8,81	8,72	8,81	8,46
Cueva de Los Verdes	8,55	8,74	8,75	8,43
Jardín de Cactus	8,60	8,62	8,53	8,37
Castillo San José	8,23	8,31	8,42	8,14
Mon. al Campesino	7,50	7,24	7,50	7,59

Como se observa, la valoración es bastante buena 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 de los centros en los mapas de la isla.
- Quejas sobre la información que se ofrece en la guagua que hace la Ruta de los Volcanes.
- Las señales de "El Golfo" están confusas para los turistas que no conocen el nombre de "El Charco de Los Clicos".
- En algunos centros falta información histórica sobre los mismos.

# VALORACION DE LOS CENTROS TURISTICOS

## CENTROS



1995



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) Ya visitado en otra ocasión	39.5
2) Falta de tiempo.....	15.7
3) Descanso/relax.....	14.5

## Jameos del Agua

	%
1) Ya visitado en otra ocasión	27.7
2) Falta de tiempo.....	20.5
3) Descanso/relax.....	13.7

## Cueva de Los Verdes

	%
1) Ya visitado en otra ocasión	24.1
2) Falta de tiempo.....	23.8
3) Descanso/relax.....	12.7

## Jardín de Cactus

	%
1) Falta de tiempo.....	27.3
2) Ya visitado en otra ocasión	16.0
3) Falta de interés.....	14.0

## Mirador del Río

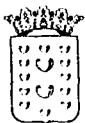
	%
1) Ya visitado en otra ocasión	25.3
2) Falta de tiempo.....	21.5
3) Descanso/relax.....	14.3

## M.I.A.C. Castillo San José

	%
1) Falta de información.....	24.2
2) Falta de tiempo.....	24.0
3) Ya visitado en otra ocasión	12.5

## Monumento al Campesino

	%
1) Falta de tiempo.....	22.0
2) Falta de información.....	19.4
3) Ya visitado en otra ocasión	15.4



## **XVI.- SÍNTESIS**

Las conclusiones obtenidas de este informe relativo a la Encuesta de Turismo realizada en 1995 son las siguientes:

- Predominan los turistas con un nivel de estudios medio y cuyo estatus socioeconómico corresponde, en su mayoría, al de clase media. Se produce un leve descenso del estatus en términos generales.
- El conocimiento de Lanzarote como destino turístico en el exterior sigue siendo elevado (por encima del 85 %). El conocimiento que se tiene en la Península está por debajo de la media.
- Cuatro de cada diez turistas barajaron algún destino alternativo antes de visitar Lanzarote. Los destinos alternativos son principalmente otras islas de Canarias.
- Aumenta el número de turistas que repite sus vacaciones en la isla, ascendiendo el promedio de visitas a 4,7.
- 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. Pierde importancia el factor paisajístico, si bien aparece, junto al clima, como el principal elemento de agrado de la isla.
- Más de las tres cuartas partes 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 4,5 miembros).
- El 65 % de los visitantes se establece en apartamentos y el 21 % 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 11,7 días. La estancia tipo de 7 días se establece nuevamente este año y aumenta el porcentaje de los que permanecen más de catorce días.



- El gasto medio diario del turista se sitúa en torno a las 4.787 pesetas, disminuyendo un 5.2 % con respecto a 1994.
- Los visitantes se muestran, en general, muy satisfechos con sus vacaciones en Lanzarote, los índices de satisfacción son superiores a los observados en las encuestas anteriores. Más del 95 % piensa que, en relación con sus expectativas, la isla es igual o mejor.
- Más del 87 % 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, excepto el Aeropuerto que reduce su puntuación.
- En lo referente a la valoración de otros temas turísticos destaca la buena opinión que se tiene del paisaje, las playas y las excursiones turísticas. Recordamos que el paisaje, junto con el clima, la tranquilidad y las playas, aparece nuevamente como uno de los principales elementos de agrado de la isla.
- En el polo opuesto se halla los vendedores de time-sharing, que se han convertido en el principal elemento de desagrado para la población turística que visita Lanzarote.
- También conviene destacar las quejas sobre el viento (aunque este año se reducen considerablemente), las deficiencias urbanísticas, la masificación turística, el Aeropuerto y Arrecife.
- Los Centros de Arte, Cultura y Turismo del Cabildo Insular mantienen su buena valoración, sobre todo es de destacar la excelente valoración que se tiene de las Montañas del Fuego.