

Cabildo de Lanzarote

Encuesta a Turistas
Lanzarote

Marzo, 1991

ÍNDICE

	Página
PRESENTACIÓN	3
0.- CONSIDERACIONES PREVIAS	4
1.- FICHA TÉCNICA	5
2.- DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA	7
3.- CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	8
INFORME DE LOS RESULTADOS	
I.- CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR	11
II.- OCASIONES DE VISITA A LANZAROTE	12
III.- FUENTE DE INFORMACIÓN	13
IV.- FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN LA ELECCIÓN DEL VIAJE	15
V.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE	17
V1.- Contratación de servicios a través de agencias	17
V2.- Coste medio del servicio contratado	18
V3.- Forma de visita	18
VI.- TIPO DE ALOJAMIENTO	19
VI.1.- Opiniones sobre el alojamiento	20
VII.- ESTANCIA MEDIA	22
VIII- GASTO MEDIO DIARIO	23
IX.- GRADO DE SATISFACCIÓN	24
X.- INTENCIÓN DE VOLVER	25
X1.- Razones para no volver	25
XI.- VALORACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS	26
XII.- VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS RELACIONADOS CON EL TURISMO	28
XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS	31
XIV.- TURISMO Y CONFLICTO DEL GOLFO PÉRSICO	33
XV.- VISITA A CENTROS TURÍSTICOS	34

PRESENTACIÓN

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

Este objetivo genérico se concreta en los siguientes aspectos:

- Conocimiento de la tipología de la demanda actual: procedencia de los turistas, ocupación, profesión, estudios, etc.
- Organización y motivos del viaje, fuente de información, tipo de alojamiento, estancia media, etc.
- Grado de satisfacción, intención de volver, etc.
- Valoración de los elementos de la oferta: alojamiento, servicios, medioambiente, etc.
- Determinación del presupuesto turístico: composición del paquete turístico y gasto realizado durante la estancia en Lanzarote.

Asimismo, se realiza un análisis comparativo teniendo en cuenta los resultados obtenidos el pasado año en una Encuesta de características similares realizada en la isla por este Cabildo.

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 CEE 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.

NÚMERO DE TURISTAS ENRADOS A LANZAROTE DURANTE LOS MESES DE OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DE 1990 Y ENERO DE 1991. (Las fuentes son la Consejería de Turismo y Transporte y Aviación Civil. Para los Españoles se ha hecho una media entre los datos de Aviación Civil y la Policía).

NACIONALIDAD	NÚMERO	%
ALEMANIA	90.120	23,3
AUSTRIA	1.930	0,6
BÉLGICA	4.202	1,3
DINAMARCA	4.875	1,5
RINLANDIA	40.871	12,4
FRANCIA	5.723	1,7
GRAN BRETAÑA	82.932	25,1
HOLANDA	7.785	2,4
IRLANDA	2.473	0,7
ITALIA	4.046	1,2
NORUEGA	16.412	5,0
SUECIA	36.225	11,0
SUIZA	8.414	2,6
OTROS PAÍSES	1.223	0,4
ESPAÑA	22.446	6,8
TOTAL	329.641	100,0

1.- FICHA TÉCNICA

Las características técnicas de esta Encuesta Sociológica sobre Turismo son las siguientes:

- **Universo:** población turística mayor de 18 años de la isla de Lanzarote.
- **Determinación del universo:** se tomó como referencia el número de turistas entrados en Lanzarote durante los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre de 1990 y Enero de 1991.
- **Ámbito de estudio:** isla de Lanzarote, realizándose las entrevistas en las “salidas” del Aeropuerto de Lanzarote.
- **Tamaño de la muestra:** 577 entrevistas a personas pertenecientes al universo anterior.
- **Error muestral máximo:** la muestra definida con un nivel de confianza del 95%, para $p = q = 50$ (máxima indeterminación), supone un error de $\pm 4,1\%$.
- **Tipo de muestreo:** estratificado según cuotas de sexo, edad y nacionalidad.
- **Procedimiento de muestreo:** estratificado según cuotas de sexo, edad y nacionalidad:
- **Tipo de entrevista:** personal mediante cuestionario estructurado, cuya duración era de 10-12 minutos.
- **Fecha de realización del trabajo de campo:** mes de marzo de 1991, realizándose el 85% de las entrevistas antes de Semana Santa.
- **Dirección de la encuesta:** MIGUEL ÁNGEL MARTÍN ROSA, Sociólogo del Excmo. Cabildo Insular de Lanzarote.

2.- DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

Nacionalidad:

	%
Alemania	28.4
Finlandia	12.4
Gran Bretaña	24.0
Holanda	3.4
Noruega	3.9
Suecia	10.5
Suiza	3.9
España	5.0
Otros (*)	7.9

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

Edad:

	%
Entre 18 y 34 años	38.6
Entre 35 y 49 años	29.6
Entre 50 y 64 años	20.8
Más de 65 años	10.9

Sexo:

	%
Hombres	50
Mujeres	50

3.- CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

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

Nivel de estudios:

	%
Estudios primarios	16.6
Estudios medios	58.1
Estudios superiores	25.2

Estatus: (*)

	%
Clase alta	1.7
Clase media-alta	13.9
Clase media-media	64.1
Clase media-baja	15.6
Clase baja	2.8
NS/NC	1.9

(*) Debido a la escasa representatividad de los dos extremos (clases alta y baja), en posteriores análisis se utilizarán sólo las variables clases m-alta (fusionada con clase alta), m-media y m-baja (fusionada con clase baja). Por otro lado, señalar que la composición de la muestra según estatus socioeconómico es similar al de la Encuesta de 1990.

Zonas Turísticas:

	%
Puerto del Carmen	64.3
Playa Blanca	13.3
Costa Teguise	18.8
Otras (*)	3.2

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

Profesiones:

EMPLEADOS POR CUENTA AJENA	%
Director de empresa, directivo	2.6
Empleados de nivel superior	3.6
Funcionario de nivel superior (título superior)	1.2
Jefes Generales de las Fuerzas Armadas	0.0
Oficiales de las Fuerzas Armadas	0.1
Técnicos medios	7.2
Funcionarios de nivel medio	3.4
Empleados de nivel medio (administrativos)	14.2
Vendedores, agentes comerciales, etc. (dependientes)	4.3
Capataces, encargados, contra maestres	1.2
Obreros cualificados, especialistas	8.4
Empleados subalternos, conserjes, etc.	2.6
Peones y obreros sin cualificar	2.4
Personal manual de servicios no cualificados	2.7
Jornaleros del campo	0.0
TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA	%
Agricultor, empresario agrario con asalariados	0.3
Agricultor sin asalariados	0.6
Empresario de industria, comercio u otra actividad de servicio de tipo medio o grande con asalariados	0.5
Industrial, comerciante o empresario de otra actividad de servicios de tipo pequeño sin asalariados	3.1
Profesional liberal	5.7
Trabajador independiente, autónomo, artesano (vendedor autónomo)	5.0
Otra ocupación por cuenta propia	0.6
Inactivo	0.3
Ama de casa, sus labores	8.8
Parado	0.3
Jubilado	10.2
Estudiante	7.9
NS/NC	1.7



**INFORME
DE LOS
RESULTADOS**

I.- CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR

Podemos calificar de bastante elevado el número de turistas que afirman que se conoce Lanzarote en su lugar de procedencia. Además, se produce un ligero incremento en relación con los datos obtenidos en Enero de 1990.

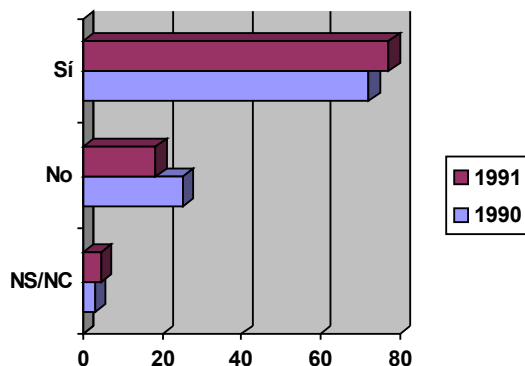
Cuadro 1: Conocimiento de Lanzarote en el exterior (en %)

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

De nuevo son los británicos los que mayoritariamente afirman que se conoce Lanzarote en su país, mientras que la isla continúa siendo poco conocida –aunque en menor medida- en Finlandia. Como dato complementario, señalar que el conocimiento que se tiene de Lanzarote como destino turístico en la Península está por debajo de la media.

Respecto al cruce con otras variables, es significativo el aumento del conocimiento de Lanzarote a medida que aumenta la edad en el estatus.

CONOCIMIENTO DE LANZAROTE EN EL EXTERIOR COMPARACIÓN AÑO ANTERIOR



II.- OCASIONES EN QUE HA VISITADO LANZAROTE

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

Primera vez	59.6
Una vez	10.9
Dos veces	14.9
Más de dos veces	14.6

Como se observa, el 41% de los turistas son repetidores, mientras que el 59% visitan la isla por primera vez. Con respecto a la anterior Encuesta los resultados son prácticamente los mismos.

Cuadro 3: Comparación con el año anterior.

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

Continúan siendo los alemanes los que mayormente repiten su visita. Sin embargo, es de destacar el elevado porcentaje de españoles (79%) y (78%) que nos visitan por primera vez.

El número de repetidores aumenta con el estatus y con la edad. En este sentido, obtenemos que el 42% de los turistas mayores de 64 años han venido a la isla en más de dos ocasiones, mientras que el 78% de los más jóvenes visitan la isla por vez primera.

A la vista de estos resultados, podemos afirmar que se da un alto nivel de fidelidad a Lanzarote como destino turístico.

III.- FUENTE DE INFORMACIÓN

Las agencias de viajes continúan siendo la fuente de información más utilizada por los turistas que visitan Lanzarote. No obstante, esta fuente ha perdido importancia a favor de otras como se puede ver en el siguiente cuadro:

Cuadro 4; Fuente de información (%)

	<u>1991</u>	<u>1990</u>
Agencia de viajes	33.4	45.0
Catálogo TT.OO.	12.4	11.8
Folletos	7.2	8.5
Ferias Turismo	1.2	0.9
Familiar/ amigo	22.5	20.9
Oficina de Turismo	1.3	0.9
Exper. Viajes anteriores	17.8	8.3
Prensa	0.8	0.5
Radio	0.1	0.5
Televisión	1.0	1.0
Otras	1.7	1.7

Resalta el incremento de personas que visitan la isla como fruto de experiencia de viajes anteriores. También es un dato importante, y que se repite, el alto número de turistas que viajan a Lanzarote “aconsejados” por sus familiares o amigos. Más del 40% de los turistas que nos visitan utilizan estas fuentes.

Este hecho nos puede dar una idea de la importancia que tiene esta publicidad “boca-oreja”. Son los propios turistas los principales propagadores-vendedores de la isla en el exterior.

En relación con el otro tipo de publicidad más convencional, las Agencias de Viajes son utilizadas principalmente por suecos y suizos, turistas de clase m-alta, los que vienen por primera vez y los más jóvenes.

Los Catálogos de TT.OO. los utilizan en mayor medida los noruegos, los de clase m-baja y los que vienen por primera vez.

V.2.- Coste medio del servicio contratado

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

Cuadro 8: Coste medio del servicio

P1: Sólo transporte	44.339 Ptas.
P2: Transporte y alojamiento	78.489 “
P3: Transporte, alojamiento y comida	109.646 “
P4: Transporte, alojamiento, comida y excursiones	102.577 “

El coste de estos servicios sufre variaciones según nacionalidades. Así, para los que contrataron el primer tipo (sólo transporte) el precio oscila entre las 28.204 ptas. Para los británicos y las 62.400 ptas. Para noruegos. El precio del transporte para los turistas nacionales es de 36.500 ptas.

En el segundo tipo (transporte y alojamiento), aparte de la variable nacionalidad, influyen otras como pueden ser tipo de alojamiento y días de estancia. En este sentido, este paquete es más económico (46.050) para turistas nacionales, cuya estancia media es de 9 días. Mientras que para los noruegos asciende a 86.546 ptas., no superando su estancia los 12 días.

También se observan diferencias entre hoteles 3/5* (92.119 ptas.) y apartamentos (79.147 ptas.).

En el tercer tipo de paquete las diferencias van de las 68.000 ptas. Que puede costar a los turistas nacionales a las 120.000 que asciende el precio de este paquete para los suizos. Nuevamente los días de estancia y el tipo de alojamiento han de ser tenidos en cuenta en este análisis.

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

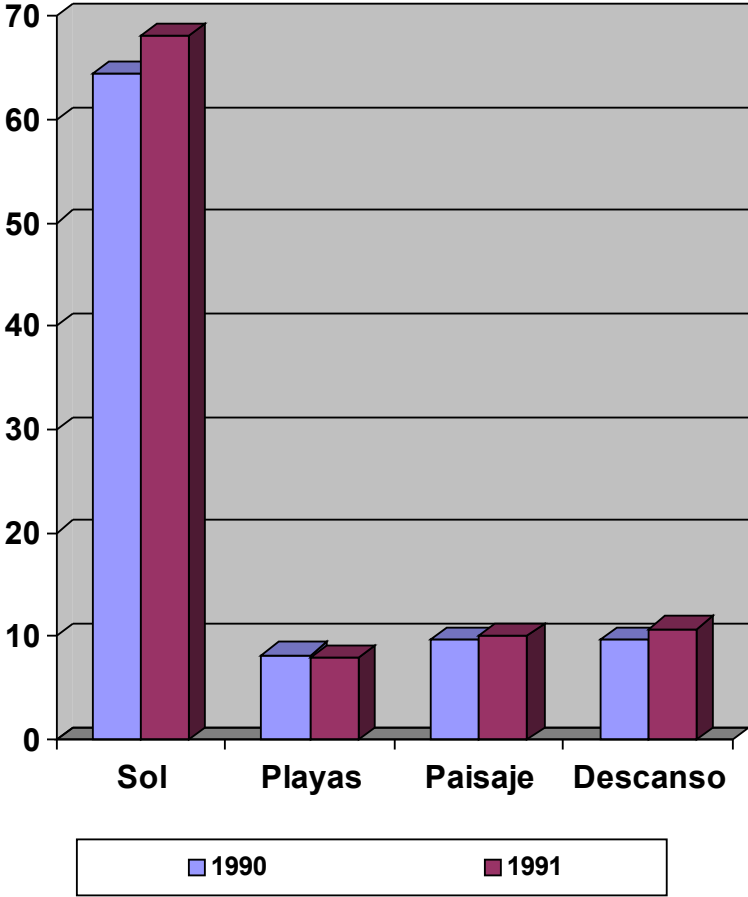
Los factores que han influido en la elección del viaje a Lanzarote, ordenados por nivel de importancia son: el sol/ clima (que gana una importancia relativa), el paisaje (que pasa a ocupar el segundo lugar), el descanso/ relax y las playas/ mar.

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

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

El sol/ clima es el factor más influyente, sobre todo en turistas holandeses, suizos y británicos. El paisaje adquiere especial relevancia para alemanes y turistas nacionales. Siendo principalmente noruegos y suecos los que señalan el factor descanso/ relax como motivo de sus vacaciones.

**FACTORES DE VISITA
COMPARACIÓN AÑO ANTERIOR**



V.- ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

La mayor parte de los turistas reservan el viaje a través de agencias. Existe una baja proporción que organiza el viaje directamente. Por otro lado, estas formas de organización del viaje apenas ha sufrido variaciones con respecto al año anterior.

Cuadro 6: Organización del viaje (%)

	<u>1991</u>	<u>1990</u>
Agencia de viajes	74.5	76.3
Directamente	24.7	21.7
Otras	0.6	2.0

Las Agencias de Viajes siguen siendo más utilizadas por finlandeses, suizos y suecos, por los turistas de clase m-baja y, sobre todo, por los turistas que visitan Lanzarote por primera vez.

Los españoles y alemanes siguen siendo los que más organizan sus vacaciones sin intermediarios. También esta fórmula es más utilizada por turistas que ya han visitado anteriormente la isla.

V.1.- Contratación de servicios a través de Agencias de Viajes

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

Cuadro 7: Contratación de Servicios (%)

P1: Sólo transporte	14.3
P2: Transporte y alojamiento	63.8
P3: Transporte, alojamiento y comida	17.1
P4: Transporte, alojamiento, comida y excursiones	4.5

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

El segundo paquete es mayormente contratado por finlandeses y turistas que visitan la isla por primera vez. El tercer tipo es utilizado principalmente por turistas nacionales.

V.3.- Forma de visita

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

Cuadro 9: Forma de visita. (%)

	<u>1991</u>	<u>1990</u>
Solo	14.6	11.2
Familia/ pareja	74.7	75.5
Asociación	8.0	8.6
Otras	2.8	4.7

VI.- TIPO DE ALOJAMIENTO Y OPINIONES SOBRE EL MISMO

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

Cuadro 9: Tipo de alojamiento utilizado

	<u>1991</u>	<u>1990</u>
Hotel 3/5*	19.4	12.1
Apto. 3/5*	51.4	51.2
Pensión	0.3	0.6
Apto. Alquilado	13.5	17.4
Apto. propio	5.7	4.9
Time-sharing	3.4	2.8
Casa amigos/ familiares	4.8	4.7
Otros	0.6	0.3
NS/NC	0.5	6.0

Un gran porcentaje de turistas, el 51% se establece en apartamentos de 3/5*, siguiéndole en importancia los hoteles 3/5* y los apartamentos alquilados. Si bien estos últimos han perdido importancia a favor de los segundos.

Apartamentos 3/5 *

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

Hoteles 3/5 *

Son utilizados sobre todo por noruegos y holandeses. Nuevamente son los alojados en Costa Tegui, los turistas de clase m-alta y que visitan la isla por primera vez los principales usuarios de este tipo de establecimientos.

Apartamentos alquilados

A pesar de que su utilización ha descendido, siguen siendo utilizado por turistas británicos, de clase m-baja, los que han visitado la isla en más de una ocasión y se ubican principalmente en Puerto del Carmen.

Time- sharing

Si bien el porcentaje de usuarios de esta fórmula es bajo (3.5%), merece ser comentado por su peculiaridad. Sus usuarios son turistas de clase media, de nacionalidad británica principalmente y que han visitado la isla en más de una ocasión.

VI.1.- Opiniones sobre el alojamiento

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

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

Intervalos de opinión:

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

En general, la valoración global del alojamiento es buena.

Cuadro 10: Opinión sobre alojamiento

	<u>1991</u>	<u>1990</u>	<u>Diferencia</u>
Instalaciones y mantenimiento	7,58	7,46	(+ 0,12)
Relación calidad/ precios	7,03	6,41	(- 0,62)
Servicios en general	7,03	7,19	(+ 0,62)
Profesionalidad del personal	6,59	7,21	(- 0,16)
VALORACIÓN GLOBAL	7,00	7,06	

Cuadro: Valoración de instalaciones según nacionalidad, zona, alojamiento y repetición de la visita

	Nacionalidad	Zona	Alojamiento	Repetitiv.
Instalaciones y mantenimiento				
mejor opinión	Nacionales	Costa Teguisse	Hotel 3/5*	1ª vez
peor opinión	Suizos	Otras (*)	Apto. 3/5*	Más 1 vez
Profesionalidad del personal				
mejor opinión	Británicos	Otras (*)	time- shar.	1ª vez
peor opinión	Suizos	Pl. Blanca	Apto. 3/5*	Más 1 vez
Relación calidad/ precios				
mejor opinión	Británicos	Pl. Blanca	time- shar.	1ª vez
peor opinión	Suizos	Pto. Carmen	Apto. 3/5*	Más 1 vez
Servicios en general				
mejor opinión	Británicos	Otras (*)	time- shar.	1ª vez
peor opinión	Suizos	Costa Teguisse	Apto. Alq.	Más 1 vez

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

VII.- ESTANCIA MEDIA

La estancia media global es de **12 días**, por lo que ha descendido en un día con respecto al pasado año.

La estancia en días es más larga para los alemanes, los turistas de clase m-baja y los que han venido en más de una ocasión; además, la estancia es más prolongada en personas mayores que organizan su viaje directamente.

Es menor, en cambio, en turistas nacionales y en los turistas de clase m-alta que visitan Lanzarote por primera vez.

Como dato complementaria, señalar que la mayor parte de los turistas están en la Isla en una proporción que va entre los 14 y 7 días.

Cuadro 11: Estancia media (%)

Menos de 7 días	2.3
Siete días	34.7
Entre 8 – 13 días	7.8
Catorce días	42.2
Más de 14 días	12.8

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 contratados.

Cuadro 12: Gasto medio diario (%)

Menos de 1.500 ptas.	19.4
Entre 1.500 – 3.000 ptas.	50.4
Entre 3.000 – 5.000 ptas.	21.1
Más de 5.000 ptas.	8.0
NS/NC	1.0

El gasto medio diario se sitúa entre las 1.500 y 3.000 pesetas, siendo mayor en turistas británicos, suecos y nacionales, en turistas de clase m-alta, que vienen a la isla por primera vez y los que se alojan en Puerto del Carmen.

Es menor en alemanes y finlandeses, de clase m-baja y alojados en zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguise o Playa Blanca.

Al comparar los resultados con la encuesta efectuada el pasado año, se observa como el gasto es menor en el presente año.

Cuadro 13: Comparación del gasto con el año anterior (%)

	<u>1991</u>	<u>1990</u>
Menos de 1.500 ptas.	19.4	5.7
Entre 1.500 – 3.000 ptas.	50.4	42.1
Más de 3.000 ptas. (%)	29.1	51.3

(*) A efectos comparativos, se han contemplado sólo tres categorías, ya que en la pasada Encuesta no se incluyó el cuarto intervalo de gasto.

IX.- GRADO DE SATISFACCIÓN

El grado de satisfacción del turista con sus vacaciones en Lanzarote es bastante elevado y, ligeramente superior que el apreciado en la Encuesta efectuada el año anterior.

Cuadro 14: Grado de satisfacción. (%)

	<u>1991</u>	<u>1990</u>
Muy satisfecho	42.1	36.3
Bastante satisfecho	36.7	45.5
Medianamente satisfecho	18.4	15.5
Poco satisfecho	2.3	1.3
Insatisfecho	0.0	1.4

En general, los turistas se muestran bastante satisfechos con sus vacaciones. Siendo los más satisfechos los holandeses, noruegos y británicos, los de clase m-alta, los que vienen por primera vez, los mayores de 64 años, y los alojados en otras zonas distintas a Puerto del Carmen, Costa Teguisse y Playa Blanca.

Los menos satisfechos son los alemanes, finlandeses y suizos, los de clase m-baja, los que repiten visita y los alojados en Playa Blanca. Aunque repetimos que esto no significa que hay insatisfacción. La aserción contraria estaría sin duda mucho más próxima a la realidad.

X.- INTENCIÓN DE VOLVER

Más de las tres cuartas partes de los turistas piensa volver a Lanzarote a pasar sus vacaciones. Este porcentaje lo podemos considerar elevado, sin embargo es inferior al registrado en la Encuesta de 1990.

Cuadro 15: Intención de volver (%)

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

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

X.1.- Razones para no volver

Como se vio anteriormente el 11.6% de los turistas no piensa escoger Lanzarote en futuras vacaciones. Los principales motivos señalados son los de que “una vez basta” y, en menor medida, la relación calidad/ precios y el mal clima.

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

Cuadro 16: Razones para no volver. (%)

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

XI.- VALORACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS

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

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

Intervalos de opinión:

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

Cuadro 17: Valoración de instalaciones.

	<u>1991</u>	<u>1990</u>	<u>Diferencia</u>
Restaurantes/ bares	7,00	6,76	(+ 0,24)
Aeropuerto	6,82	6,32	(+ 0,50)
Supermercados	6,67	6,57	(+ 0,10)
Bancos	6,53	7,15	(- 0,62)
Agencias de viajes	5,89	6,95	(- 1,06)

Cuadro: Valoración de establecimientos según nacionalidad, zona, estatus y repetición del viaje.

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
Aeropuerto (6,82)				
mejor opinión	Otras (**)		m-alta	1ª vez
peor opinión	Finlandeses		m-alta	Más 1 vez
Restaurantes/ bares (7,00)				
mejor opinión	Británicos	Otras (*)	m-alta	Más 1 vez
peor opinión	Holandeses	Costa Teguisse	m-media	1ª vez
Bancos (6,53)				
mejor opinión	Suecos	Pl. Blanca	m-alta	1ª vez
peor opinión	Holandeses	Otras (*)	m-media	Más 1 vez
Agencias de viajes (5,89)				
mejor opinión	Suecos	Otras (*)	m-media	Más 1 vez
peor opinión	Alemanes	Costa Teguisse	m-baja	1ª vez
Supermercados (6,67)				
mejor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-media	Más 1 vez
peor opinión	suizos	Pl. Blanca	m-alta	1ª vez

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

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

XII. VALORACIÓN DE SERVICIOS Y TEMAS RELACIONADOS CON TURISMO

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

Cuadro 18: Valoración de servicios y temas turísticos.

	<u>1991</u>	<u>1990</u>	<u>Diferencia</u>
Estado de las playas	7,70	7,66	+ 0,04
Estado del paisaje	7,69	7,77	- 0,08
Excursiones	7,04	7,12	- 0,08
Seguridad ciudadana	7,00	6,38	+ 0,62
Servicio de agua	6,98	6,80	+0,18
Servicio de teléfono	6,71	2,89	+ 3,82
Oferta deportiva	6,61	7,01	- 0,40
Vehículos s/ cond.	6,60	6,80	- 0,20
Sanidad	6,43	5,58	+ 0,85
Taxis	6,35	7,01	- 0,66
Información turística	5,72	6,64	- 0,92
Autobuses	5,30	5,84	- 0,54
Servicio de correos	4,42	2,78	+ 1,64
Oferta cultural	4,31	6,47	- 2,16

Como se observa, si bien se dan cierta variaciones, resultan significativas las mejoras del servicio de teléfono y correos. En cambio, empeora la valoración que se tiene de la oferta cultural existente en la isla de cara a la población turística. Conviene recordar no obstante, que en ningún caso las valoraciones son malas, sino todo lo contrario.

Cuadro: Valoración de servicios y temas según nacionalidad, zona, estatus y repetición.

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
Estado de las playas (7,70)				
mejor opinión	Noruegos	Pl. Blanca	m-alta	1ª vez
peor opinión	Suizos	Otras (*)	m-baja	Más 1 vez
Estado del paisaje (7,69)				
mejor opinión	Holandeses		m-alta	idem.
peor opinión	Suizos		m-baja	idem.
Excursiones (7,04)				
mejor opinión	Suizos		m-media	1ª vez
peor opinión	Nacionales		m-baja	Más 1 vez
Seguridad ciudadana (7,00)				
mejor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-alta	1ª vez
peor opinión	Suizos	Pto. Carmen	m-media	Más 1 vez
Servicio de agua (6,98)				
mejor opinión	Noruegos	Otras (*)	m-baja	1ª vez
peor opinión	Nacionales	Pl. Blanca	m-alta	Más 1 vez
Servicio de teléfono (6,71)				
mejor opinión	Suecos	Otras (*)	m-alta	1ª vez
peor opinión	Otras (**)	Pl. Blanca	m-baja	Más 1 vez
Oferta deportiva (6,61)				
mejor opinión	Alemanes	Costa Teguisse	m-alta	Más 1 vez
peor opinión	Holandeses	Pto. Carmen	m-media	1ª vez
Vehículos s/ conductor (6,60)				
mejor opinión	Noruegos		m-alta	1ª vez
peor opinión	Otras (**)		m-baja	Más 1 vez
Sanidad (6,43)				
mejor opinión	Británicos	Otras (*)	m-media	1ª vez
peor opinión	Suizos	Costa Teguisse	m-baja	Más 1 vez
Taxis (6,35)				
mejor opinión	Suecos	Pto. Carmen	m-alta	1ª vez
peor opinión	Suizos	Costa Teguisse	m-baja	Más 1 vez

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

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

	Nacionalidad	Zona	Estatus	Repetitiv.
Información turística (5,72)				
mejor opinión	Suecos	Otras (*)	m-media	Más 1ª vez
peor opinión	Alemanes	Costa Teguisse	m-baja	1ª vez
Autobuses (5,30)				
mejor opinión	Suecos	Pto. Carmen	m-alta	1ª vez
peor opinión	Alemanes	Pl. Blanca	m-baja	Más 1 vez
Servicio de correos (4,42)				
mejor opinión	Suecos	Otras (*)	m-alta	1ª vez
peor opinión	Otras (**)	Costa Teguisse	m-baja	Más 1 vez
Oferta cultural (4,31)				
mejor opinión	Suecos	Pto. Carmen	m-media	1ª vez
peor opinión	Nacionales	Costa Teguisse	m-baja	Más 1 vez

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

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

XIII.- PRINCIPALES DEFICIENCIAS DETECTADAS

También se incluyó en el cuestionario una pregunta abierta sobre las deficiencias o quejas posibles que pudiera tener el turista entrevistado durante sus vacaciones en la isla. Hay que destacar que más de 60% no indicaron ninguna queja. Los resultados de los que emitieron repuestas son los siguientes:

Cuadro 19: Principales quejas (%)

Transporte público	14.2
Falta información	12.4
Mal clima	12.4
Falta de profesionalidad	8.9
Oferta cultural/ deportiva	6.6
Excursiones	4.5
Falta de diversión	4.3
Falta lugares, comida típica	4.3
Comida (té, tostadas)	4.0
Sanidad/ higiene	3.8
Mal estado medio/ construcción	3.8
Falta TV, prensa en idiomas	3.5
Servicios en general	3.3
Precios	2.8
Zonas verdes/ parques	2.8
Vendedores time- sharing	2.5
Tráfico/ carreteras	1.7
Falta tranquilidad	1.5
Tiendas	1.0

- La principal deficiencia detectada es el transporte público, expresándose las quejas en: falta de información sobre horarios, inexistencia de transporte público al Aeropuerto, pésimos horarios, falta de transporte a zonas turísticas, etc.
- La segunda gran deficiencia registrada es la falta de información que se expresa en las siguientes formulaciones: gran parte de la información existente carece de interés, falta de información sobre ubicación y Horarios de Centros Turísticos, falta de información para turismo español, etc.

- La falta de profesionalidad es otra de las grandes deficiencias detectadas, sobre todo lo relacionado con la amabilidad de los dependientes de los locales comerciales, la escasa fluidez idiomática del personal de hostelería. También existe la opinión generalizada en el turismo nacional de que reciben un trato discriminatoriamente peor que el turismo extranjero.
- Otras deficiencias son la escasa oferta cultural de cara al turismo, la escasa oferta de comida y lugares típicos, y, en menor medida, la falta de higiene/ limpieza de algunos lugares tan turísticos como lo es la Playa de Papagayo.

XIV.- TURISMO Y CONFLICTO DEL GOLFO PÉRSICO

En el momento de la elaboración y aplicación inicial del cuestionario, la Guerra del Golfo Pérsico estaba en pleno apogeo. Por este motivo, decidimos incluir en el cuestionario una pregunta que hacía referencia a la repercusión del conflicto bélico en la posible cancelación de las vacaciones en Canarias.

Con el fin de que se pueda realizar una interpretación óptima de las respuestas, ofrecemos la transcripción exacta de la pregunta.

“AHORA VOY A HACERLE UNA PREGUNTA RELACIONADA CON LA GUERRA DEL GOLFO PÉRSICO. POR LO QUE USTED SABE, ¿DERÍA QUE LA GENTE DE SU PAÍS ESTÁ CANCELANDO SUS VACACIONES O, POR EL CONTRARIO, CREE QUE LA GUERRA NO ESTÁ AFECTANDO A LAS VACACIONES DE SUS CONCIUDADANOS DE CANARIAS?”

El porcentaje de respuestas dadas se ofrece a continuación:

Cuadro 20: Cancelación de vacaciones por guerra. (%)

Mucha gente está cancelando sus vacaciones	10.4
Bastante gente está cancelando sus vacaciones	6.8
Poca gente está cancelando sus vacaciones	23.6
Nadie está cancelando sus vacaciones	45.4
NS/NC	13.9

Según la opinión de los propios turistas la Guerra Internacional del Golfo Pérsico apenas tuvo incidencia sobre el turismo que pasa (pasó) sus vacaciones en Canarias. El porcentaje de los que opinan que nadie o poca gente está cancelando sus vacaciones es del orden del 70%. Incluso son muchos los que señalan que la Guerra ha afectado positivamente a muchos los que señalan que la Guerra ha afectado positivamente a Canarias, también se indica que la gente no ha cancelado, sino que ha propuesto sus vacaciones. Sin embargo, se observan algunas diferencias según nacionalidad. Así, el turismo británico, sueco y suizo opina mayoritariamente que bastante gente de su país está cancelando sus vacaciones, mientras que el turismo alemán y finlandés es mayoritariamente de la opinión contraria.

XV.- VISITA A CENTROS TURÍSTICOS

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

Cuadro 21: Visita a Centros Turísticos (%)

	<u>1991</u>	<u>1990</u>	<u>Diferencia</u>
Jameos del Agua	65.3	72.2	(- 6.9)
Montañas del Fuego	72.9	79.3	(- 5.4)
Cueva de Los Verdes	43.3	58.9	(- 15.6)
Mirador del Río	54.4	62.9	(- 8.5)
Monumento al Campesino	38.9	49.8	(- 10.9)
Castillo San José	10.2	24.1	(- 13.9)
Jardín de Cactus	30.1	-	-

Como se observa el porcentaje de turistas que visitan los Centro Turísticos es menor con respecto al año anterior, resultando especialmente relevante la reducción de turistas que visitan la Cueva de Los Verdes, Castillo de San José y Monumento al Campesino.

Las causas de la no visita obedecen a diferentes factores según el Centro de que se trate. Así las respuestas “ya visitado anteriormente” y “relax” son las principales razones aludidas por los que no visitan Jameos del Agua y Montañas del Fuego. Igualmente ocurre en las respuestas dadas por quienes nos visitan la Cueva de Los Verdes y el Mirador del Río, aunque en estos Centros la falta de tiempo, información y “no incluido en la excursión” pasa a ser una respuesta frecuente.

En cambio, la falta de información es la principal causa para la no visita al Castillo de San José (42.8 %), el Jardín de Cactus (34.7 %) y, en menor proporción, el Monumento al Campesino (24.9 %). A esto se unen otras causas como “ya visitado anteriormente”, no incluido en la excursión o falta de tiempo.

Respecto a estos últimos Centros (Jardín de Cactus, Castillo de San José y Monumento al Campesino) sería interesante el incremento o replanteamiento de la publicidad realizada.

MOTIVOS DE NO VISITA A CENTROS

- | | |
|---------------------------|-------------------------|
| 1.- Falta de información | 6.- Relax |
| 2.- Falta de tiempo | 7.- No interesa |
| 3.- No incluido excursión | 8.- No hay transporte |
| 4.- Ya visitado antes | 9.- Hay que pagar/ caro |
| 5.- Otras | |

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
CENTROS									
Jameos del Agua	4.0	12.0	3.5	49.5	7.5	17.0	3.5	0.5	2.0
Montañas del Fuego	2.5	8.9	5.1	52.5	7.0	16.0	4.4	0.0	0.6
Cueva de los Verdes	10.7	12.5	19.5	33.9	8.2	10.7	2.1	0.3	0.9
Mirador del Río	10.9	10.9	12.5	40.1	6.8	13.6	3.0	0.3	0.7
Monumento Campesino	24.9	8.8	21.8	26.9	5.1	9.6	1.9	0.2	0.0
Castillo de S.José	42.8	12.7	16.9	11.9	5.9	6.5	2.7	0.0	0.0
Jardín de Cactus	34.7	16.8	22.0	7.9	5.9	8.4	2.9	0.0	0.5

