

1. Descripción del mercado emisor y perfil del turista (I)

El mercado austriaco

El 91,6% de los austriacos ha visitado un país extranjero y el 28% ha visitado alguna vez las Islas Canarias. Si tenemos en cuenta el resto de mercados emisores, la atraktividad del mercado austriaco es media-baja y la posición competitiva de Canarias es baja. En 2011, Canarias recibió el 1,1% de los austriacos que viajaron al exterior (unos 107.000 turistas), aunque la tendencia en los últimos años ha sido creciente.

El turista austriaco de Canarias

Viene a Canarias para evadirse de la rutina, aliviar el stress y descansar aunque también para estar en contacto con la naturaleza y conocer nuevos lugares. Es un turista al que le motiva la calidad del entorno y la seguridad mucho más que la media de turistas de Canarias. Planifica el viaje con mucha antelación. Contrata o la media pensión o el todo incluido y hace un mayor uso de alojamiento de 4 y 5 estrellas. Tanto el gasto diario como la estancia media son superiores a la media, lo que supone una mayor facturación por turista (1.282 € vs 1.015 €), aunque esta diferencia se debe al mayor gasto en origen (143 € vs 119 €). Tras la visita a las islas realizan una valoración de su estancia superior a la de la media de mercados aunque la cuota de repetidores es mucho menor (67% vs 76%) lo que se debe también a que vienen turistas nuevos cada año.

Datos básicos del mercado emisor

	Austriacos	Total mercados
Población (millones)	8,4	579,5
PIB per cápita (€, 2009)	32.900	23.500
% población que ha visitado país extranjero	91,6%	87,2%
% población que ha visitado Islas Canarias	28,0%	29,7%
Volumen turismo emisor (millones)	10,1	459,7
Intensidad viajera al extranjero (viajes/hab.)	1,20	0,79
% población (mín. 3 viajes >4días fuera región)	11,4%	12,3%

Principales Operadores

TTOO: World of TUI (40%), Thomas Cook/Neckermann Reisen (25%), Grupo Rewe (15%).

Aerolíneas: Austrian Airlines, Niki Luftfahrt.

Destinos competidores

Destinos competidores y posicionamiento de Canarias (2010):

Croacia, Turquía, Grecia, Península, Egipto, Baleares, **Canarias**, Tailandia, Túnez, Caribe y Marruecos.

Tres últimos destinos visitados:

- encuesta en origen: Italia, Alemania y España. Islas Canarias es el segundo de España, detrás de Islas Baleares.

- encuesta en destino: Islas Canarias, Italia y Asia.

Destino ideal: Asia, América del Norte y España. Canarias es el segundo de España

Destinos alternativos para este viaje: África, Egipto y resto de España.

Vacaciones de los austriacos en España y Canarias

	España	Canarias
Nº de turistas (millones)	0,59	0,11
Estancia media (días)	8,8	10,6
Gasto medio diario (€)	120,45	143,69
Gasto por viaje	1.060	1.282
Cuota en el mercado emisor	5,8%	1,1%
Cuota austriacos en destino	1,0%	0,9%

¿Qué les motiva a viajar? (escala 1-10)

	Austriacos	Total mercados
Aliviar el stress y la tensión	8,62	7,35
Evadirme de la rutina diaria	8,50	7,61
Descansar y relajarme	8,42	7,83
Disfrutar con familia y amigos	8,05	7,40
Conocer lugares nuevos y diferentes	7,95	7,65

¿Qué les motiva a viajar a Canarias? (escala 1-10)

	Austriacos	Total mercados
Evadirse de la rutina diaria	7,97	8,20
Aliviar el stress y la tensión	7,82	7,96
Descansar y relajarse	7,64	8,38
Estar en contacto con la naturaleza	6,75	6,35
Conocer lugares nuevos y diferentes	6,67	6,36

¿Cómo eligen el destino de vacaciones?

Cualquier destino

¿Cuántos usan redes sociales para informarse sobre su destino?

	Austriacos	Total mercados
	31,0%	45,9%

¿En qué redes sociales se informan? *

	Austriacos	Total mercados
Wikipedia	14,6%	20,6%
Facebook	11,9%	20,2%
Youtube	8,7%	13,1%
Tripadvisor	2,5%	8,2%
Myspace	2,2%	2,5%
Twitter	1,2%	3,1%

Vacaciones a Canarias

¿Qué fuentes de información consultan? *

	Austriacos	Total mercados
Catálogos de turoperadores	33,3%	25,5%
Agentes de viajes	17,5%	24,3%
Amigos y/o familiares	33,3%	32,6%
Guías turísticas de viajes	24,6%	19,7%
Noticias, artículos, reportajes, documentales...	1,8%	1,9%
Web oficial del destino (o subdestinos)	15,8%	13,1%
Otras páginas de internet	8,8%	10,4%
Otros	1,8%	2,6%
En Redes Sociales *:		
Wikipedia	12,3%	7,3%
Tripadvisor	8,8%	10,2%
Facebook	8,8%	4,9%
Youtube	3,5%	4,2%
Myspace	0,0%	0,6%
Linkedin	0,0%	0,3%

¿Quién se encarga de buscar información del destino?

	Austriacos	Total mercados
Yo	33,9%	39,9%
Mi pareja	3,6%	16,4%
Ambos	35,7%	24,4%
Mis amigos	17,9%	7,8%
Entre varios, incluido yo	3,6%	5,3%
Otros	5,4%	6,2%

¿Qué aspectos influyen en la elección del destino Islas Canarias? *

	Austriacos	Total mercados
Clima / sol	91,2%	90,3%
Tranquilidad / descanso / relax	39,5%	41,8%
Playas	37,7%	33,7%
Paisajes	31,0%	21,5%
Conocer nuevos lugares	18,1%	14,9%
Seguridad	8,6%	5,6%
Facilidades de traslado	7,6%	9,2%

* Pregunta multirrespuesta

1. Descripción del mercado emisor y perfil del turista (II)

¿Quién toma la decisión?

	Austriacos	Total mercados
Yo	26,4%	31,6%
Mi pareja	3,8%	9,6%
Ambos	50,9%	41,2%
Mis amigos	11,3%	5,7%
Entre varios, incluido yo	5,7%	6,0%
Otros	1,9%	5,9%

¿Cómo de importantes son sus vacaciones a Canarias?

	Austriacos	Total mercados
Vacaciones principales	42,9%	36,7%
Unas vacaciones secundarias	39,3%	49,1%
Visita a familiares y amigos	17,9%	9,7%
Otros	0,0%	4,5%

¿Con cuánta antelación reservan su viaje a Canarias?

	Austriacos	Total mercados
El mismo día de partida	1,0%	0,6%
De 2 a 7 días	7,7%	10,3%
De 8 a 15 días	9,7%	11,9%
De 16 a 30 días	17,8%	18,2%
De 31 a 90 días	35,2%	32,1%
Más de 90 días	28,6%	27,0%

¿Qué compran en origen?

	Austriacos	Total mercados
- Sólo vuelo	4,9%	11,2%
- Vuelo y alojamiento	6,3%	25,2%
- Vuelo, alojamiento y desayuno	6,7%	6,8%
- Vuelo + media pensión	43,3%	22,3%
- Vuelo + pensión completa	2,2%	4,4%
- Vuelo + todo incluido	36,6%	29,8%
Utilización líneas de bajo coste	27,2%	35,5%

¿Cómo compran?

Reserva del alojamiento	Austriacos	Total mercados
Al turoperador	48,3%	48,6%
- A través de su web	59,6%	70,3%
Al establecimiento directamente	6,1%	11,8%
- A través de su web	93,3%	76,0%
A una agencia de viajes	28,5%	20,0%
En un portal de internet (OTA)	13,2%	11,9%
No le hizo falta	4,0%	7,7%

Reserva del vuelo	Austriacos	Total mercados
Al turoperador	57,0%	56,9%
- A través de su web	46,4%	69,0%
A la compañía aérea	5,2%	17,3%
- A través de su web	87,4%	95,1%
A una agencia de viajes	25,7%	16,8%
En un portal de internet (OTA)	12,1%	9,0%

¿Dónde se alojan?

	Austriacos	Total mercados
- Hotel 5*	12,2%	6,8%
- Hotel/ Apartahotel 4*	59,1%	40,0%
- Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	17,1%	17,2%
- Extrahoteleros	7,8%	27,7%
- Vivienda propia o de amigos/ familiares	2,0%	5,3%
- Otros tipos de alojamiento	1,6%	3,0%

¿Cuánto gastan?

Gasto	Austriacos	Total mercados
Gasto medio diario	143,69	119,16
. en origen	109,55	82,22
. en Canarias	34,13	36,94
Estancia media	10,6	9,5
Facturación / turista (€)	1.282	1.015
Facturación total (millones)	137	12.231
Cuota s/ facturación total turistas	1,1%	100%

¿Cómo son?

Sexo	Austriacos	Total mercados
Porcentaje hombres	47,3%	49,4%
Porcentaje mujeres	52,7%	50,6%

Edad

	Austriacos	Total mercados
Edad media (turistas a partir de 16 años)	45,0	43,9
Desviación típica	14,7	14,9

Intervalos de edad

De 16 a 24 años	5,2%	9,1%
De 25 a 30 años	12,7%	13,7%
De 31 a 45 años	39,9%	34,1%
De 46 a 60 años	23,1%	26,2%
Mayores de 60 años	19,0%	17,0%

¿Con quién vienen?

Acompañantes *	Austriacos	Total mercados
Menores de 13 años	13,3%	16,7%
Pareja	77,1%	73,3%
Hijos	23,2%	22,7%
Otros familiares	5,7%	10,5%
Amigos	7,0%	9,6%
Compañeros de trabajo	0,9%	0,6%
Otros	0,0%	0,2%

* Pregunta multirrespuesta

¿Cómo nos valoran?

Impresión sobre el viaje	Austriacos	Total mercados
Buena o muy buena (% turistas)	92,9%	92,7%
Valoración media (escala 1-10)	8,89	8,75

¿Cuántos son fieles al destino Islas Canarias?

Nivel de fidelidad	Austriacos	Total mercados
Turistas repetidores	67,6%	76,3%
Enamorados (más de 10 visitas)	11,9%	15,6%
Intención de visita en prox. 2 años (1-10)	4,50	4,56

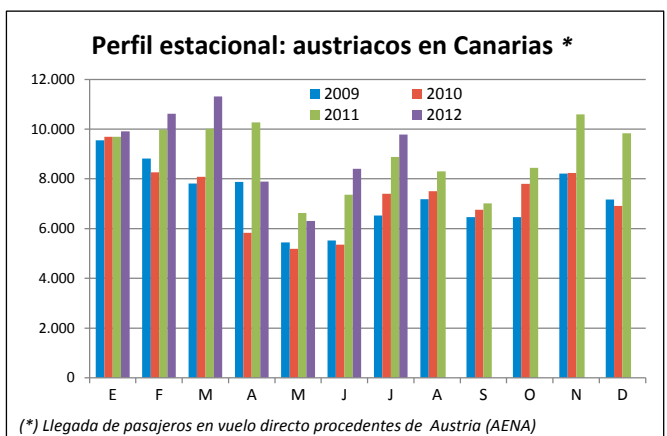
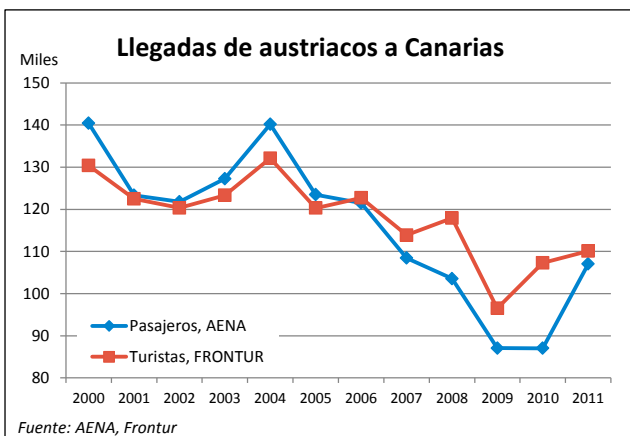
Procedencia de los turistas

Principales aeropuertos de origen (2011)
Viena Internacional (67%), Salzburgo W. A. Mozart (22%), Linz Hoersching (5,8%), Graz Thalerhof (5,7%).

2. Importancia del mercado austriaco en Islas Canarias

Afluencia de austriacos a Canarias por islas

	Canarias	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	La Palma
Cuota sobre austriacos en España	18,2%	7,6%	6,3%	1,2%	3,1%	0,0%
Llegada de turistas (pasajeros en vuelos directos desde Austria, AENA)						
2010	87.021	36.458	30.814	5.616	14.133	0
2011	107.005	44.538	37.079	7.291	18.097	0
Diferencia	19.984	8.080	6.265	1.675	3.964	0
Diferencia %	23,0%	22,2%	20,3%	29,8%	28,0%	--
Distribución por islas (2011)						
	100,0%	41,6%	34,7%	6,8%	16,9%	0,0%
Evolución reciente:						
Enero - julio 2011	62.830	26.636	21.283	3.988	10.923	0
Enero - julio 2012	64.230	27.566	21.100	6.651	8.913	0
Diferencia	1.400	930	-183	2.663	-2.010	0
Diferencia %	2,2%	3,5%	-0,9%	66,8%	-18,4%	--



Nota: Aena registra los **pasajeros** que llegan a Canarias en vuelos directos desde Austria mientras que FRONTUR estima el número de **turistas** austriacos en Canarias (los que llegan en vuelos directos más otros que pueden haber llegado a través de otros aeropuertos).

Islas

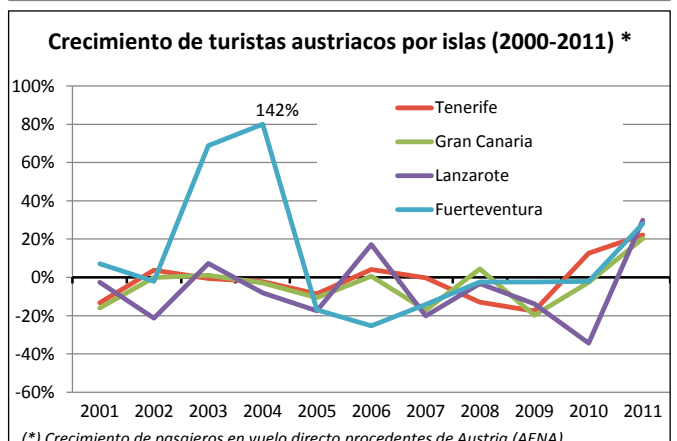
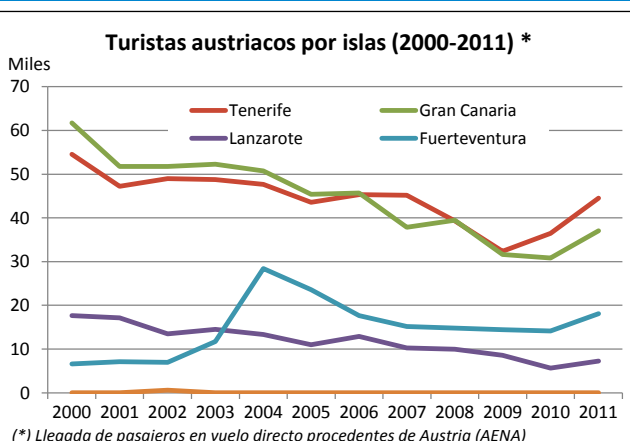
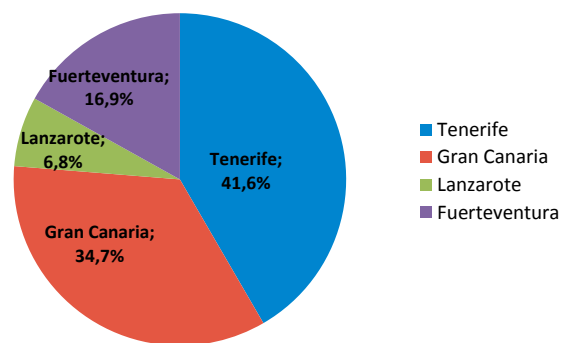
Secuencia de visita a las islas

- **Primera visita:** Tenerife y Gran Canaria
- **Segunda visita:** Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote.
- **Tercera visita:** Lanzarote, Gran Canaria y Fuerteventura.

Tipos de vacaciones asociadas por el turista a cada isla

- **Cultura y tradición:** Tenerife (32%) y Gran Canaria (21%).
- **Ocio nocturno:** Tenerife (50%) y Gran Canaria (47%).
- **Difunde con la familia:** Tenerife (39%) y Gran Canaria (33%).
- **Tenerife:** descanso y tranquilidad (16%) y ocio nocturno (15%).
- **Gran Canaria:** Ocio nocturno (20%) y ocio activo (16%).
- **Lanzarote:** descanso y tranquilidad (22%) y deportes acuáticos (19%).
- **Fuerteventura:** deportes acuáticos (28%) y descanso y tranquilidad

Distribución de la llegada de turistas por islas (2011) *



3. Notoriedad e imagen de Islas Canarias

En origen

Barreras para venir a Canarias

Para la primera visita:

No habérselo planteado (45,5%), razones económicas (28,3%), preferencia por otros destinos (27,6%), etc.

Para la repetición de la visita:

Preferencia por otros destinos (26,5%), imposibilidad de viajar (8,8%), razones económicas (8%), etc.

Para elegir Canarias frente a otros destinos:

El precio, la distancia o preferencia por otro tipo de vacaciones.



Notoriedad

Grado de conocimiento declarado de Canarias (escala 1-10)



Islas con marca más reconocida

Tenerife, Gran Canaria y, en menor medida, Lanzarote.

% población que ha visto información promocional de Canarias



Imagen global

Imagen global (escala 1-10)



Características distintivas de Canarias

Mar y playa; naturaleza y medioambiente; sol y buen tiempo; y ocio.

Asociaciones libres con la imagen de Canarias



Imagen funcional (en comparación con competidores)

Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- **Aspectos mejor valorados:** clima (6,05), exotismo (5,84), destino familiar y de niños (5,83) y fácil acceso (5,79).
- **Aspectos peor valorados:** poca oferta histórico-cultural (4,32) más masificación (4,42), peor destino para compras (4,54), más caro (4,66), peores tradiciones y costumbres (4,77) y peor desarrollo económico-social (4,79).



Imagen afectiva

Imagen afectiva del destino Canarias

- **Aspectos positivos:** destino alegre y estimulante.
- **Aspectos negativos:** destino poco sostenible y poco auténtico.



En destino

Imagen global

Imagen global (escala 1-10)



Comparación de imagen: turista antes de la visita a Canarias vs. después de la primera visita a Canarias: mejora en 1,7 puntos



Imagen funcional (en comparación con competidores)

Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- **Aspectos mejor valorados:** clima (7,84), paisajes (7,05), destino de moda (7,05), hospitalidad de la gente (7,02), sensación de libertad (6,95) y infraestructuras (6,89).
- **Aspectos peor valorados:** más masificación (5,02), peores playas (5,58), peor oferta deportiva (5,81), poca oferta histórico-cultural (5,98) y peor calidad del personal (6,15).

Comparación de imagen: turista que no ha estado en Canarias vs. turista de primera visita:

- **Supera las expectativas:** más barato, gastronomía, oferta histórico-cultural, desarrollo económico-social, estabilidad político-social, medioambiente, clima e infraestructuras.
- **Cubre las expectativas:** peores playas, menos exotismo, peor oferta deportiva, destino poco familiar y de niños, menos fama y reputación y peor calidad del personal.

Comparación de imagen: turista de primera visita vs. turista repetidor de Canarias:

- **Mejor imagen del repetidor:** paisajes, fama, facilidades para compras, infraestructuras y clima.
- **Peor imagen del repetidor:** más caro, peor gastronomía, poca oferta histórico-cultural y más masificación.

Familiaridad (escala 1 - 10)

- **Aspectos más familiares:** ambiente (6,65) y gente (6,59).
- **Aspectos menos familiares:** gastronomía (5,10) e idioma (5,82).



Imagen afectiva

Imagen afectiva del destino Canarias

- **Aspectos positivos:** destino alegre y estimulante.
- **Aspectos negativos:** destino poco auténtico y poco sostenible.

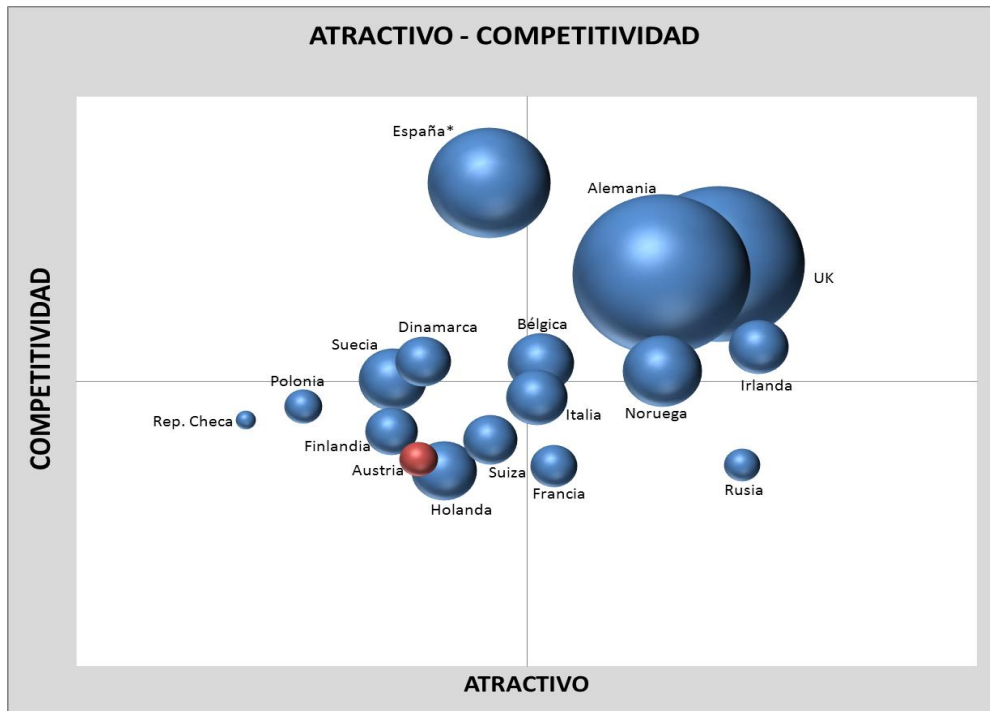


Recomendaciones de mejora



4. Posicionamiento

Atractivo del mercado y competitividad del destino Islas Canarias (2011)



Índice de capacidad de compra por habitante:

Purchasing power index per inhabitant
for districts
(country average = 100)

72	up to	72
80	up to	80
88	up to	88
96	up to	96
104	up to	104
112	up to	112
120	up to	120
128	and over	128

— federal state border
— district border

