

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

### El mercado español

Se trata de un mercado experimentado y altamente viajero ya que el 82% de la población ha estado en el extranjero y casi el 50% en Canarias. El mercado tiene un nivel de atraktividad media con respecto a otros mercados, aunque Canarias tiene una posición muy competitiva respecto a los competidores. En el archipiélago es el 3º mercado más importante en términos de llegada de turistas pues representa un 14,4% aunque debido a una estancia media menor, la cuota de facturación es del 11,6%. Acuden sobre todo a Tenerife, Gran Canaria y Lanzarote.

### El turista español de Canarias

Actualmente Canarias recibe el 12% de los turistas españoles que viajan al exterior. Viene a Canarias para descansar y relajarse, evadirse de la rutina diaria, aliviar el stress y la tensión, disfrutar con familia y amigos y estar en contacto con la naturaleza. Más de la mitad compra su viaje con menos de un mes de antelación sobre todo por agencia de viajes. La información la obtiene en la misma agencia o también en la web del destino aunque un papel importante lo juegan los amigos y familiares. Se aloja en **hoteles de 4\*** (51%) y utiliza en menor medida el bajo coste. El gasto medio es superior a la media aunque la estancia es menor. La valoración es superior a la media así como la cuota de repetidores.

### Datos básicos del mercado emisor

	Españoles	Total mercados
Población (millones)	47,2	579,5
PIB per cápita (€, 2009)	22.800	23.500
% población que ha visitado país extranjero	81,8%	87,2%
% población que ha visitado Islas Canarias	48,3%	29,7%
Turismo emisor (+llegadas a Canarias)	14,6	459,7
Intensidad viajera al extranjero (viajes/hab.)	0,31	0,79
% población (mín. 3 viajes >4días fuera región)	9,6%	12,3%

### Principales Operadores

**TTOO:** Globalia, Orizonia, Viajes El Corte Inglés

**Aerolíneas:** Air Europa, Iberia, Ryanair, Vueling, Iberworld y Air Nostrum

### Destinos competidores

#### Destinos competidores y posicionamiento de Canarias (2010):

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

#### Tres últimos destinos visitados:

- **encuesta en origen:** España, Francia e Italia. En España la primera posición es para Baleares y la segunda para Canarias.

- **encuesta en destino:** Francia, Reino Unido/Irlanda e Italia. Canarias 5º.

**Destino ideal:** América del Norte, Francia e Italia.

**Destinos alternativos para este viaje a Canarias:** resto de España, América Central y África.

### Vacaciones de los españoles en España y Canarias

	España	Canarias
Nº de viajes (millones)	80,04	1,73
Estancia media (días)	4,4	7,6
Gasto medio diario (€)	41,40	126,80
Gasto por viaje	182	820
Cuota en el mercado emisor	--	11,9%
Cuota españoles en destino	--	14,4%

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

	Españoles	Total mercados
Conocer lugares nuevos y diferentes	8,27	7,65
Evadirme de la rutina diaria	7,79	7,61
Disfrutar con familia y amigos	7,75	7,40
Descansar y relajarme	7,60	7,83
Aliviar el stress y la tensión	7,41	7,35

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

	Españoles	Total mercados
Descansar y relajarse	8,50	8,38
Evadirse de la rutina diaria	8,35	8,20
Aliviar el stress y la tensión	8,06	7,96
Disfrutar con familia y amigos	7,37	6,32
Estar en contacto con la naturaleza	7,36	6,35

### ¿Cómo eligen el destino de vacaciones?

#### Cualquier destino

#### ¿Cuántos usan redes sociales para informarse sobre su destino?

	Españoles	Total mercados
	50,5%	45,9%

#### ¿En qué redes sociales se informan? \*

	Españoles	Total mercados
Facebook	24,6%	20,2%
Wikipedia	19,0%	20,6%
Youtube	12,8%	13,1%
Tripadvisor	7,6%	8,2%
Panoramio	3,7%	1,9%
Twitter	3,7%	3,1%

### Vacaciones a Canarias

#### ¿Qué fuentes de información consultan? \*

	Españoles	Total mercados
Catálogos de turoperadores	13,4%	25,5%
Agentes de viajes	25,6%	24,3%
Amigos y/o familiares	46,1%	32,6%
Guías turísticas de viajes	15,7%	19,7%
Noticias, artículos, reportajes, documentales...	3,1%	1,9%
Web oficial del destino (o subdestinos)	21,1%	13,1%
Otras páginas de internet	9,6%	10,4%
Otros	2,8%	2,6%
En Redes Sociales *:		
Tripadvisor	6,9%	10,2%
Facebook	6,0%	4,9%
Wikipedia	5,7%	4,2%
Youtube	5,7%	7,3%
Twitter	1,4%	0,8%
Panoramio	1,1%	0,8%

#### ¿Quién se encarga de buscar información del destino?

	Españoles	Total mercados
Yo	42,5%	39,9%
Mi pareja	17,3%	16,4%
Ambos	15,8%	24,4%
Mis amigos	7,7%	7,8%
Entre varios, incluido yo	6,9%	5,3%
Otros	9,7%	6,2%

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

	Españoles	Total mercados
Clima / sol	71,6%	90,3%
Playas	32,5%	33,7%
Paisajes	29,8%	21,5%
Calidad del entorno ambiental	8,6%	6,5%
Tranquilidad / descanso / relax	37,4%	41,8%
Seguridad	1,9%	5,6%
Oferta cultural	1,9%	2,4%

\* Pregunta multirrespuesta

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

### ¿Quién toma la decisión?

	Españoles	Total mercados
Yo	36,1%	31,6%
Mi pareja	12,8%	9,6%
Ambos	29,3%	41,2%
Mis amigos	4,2%	5,7%
Entre varios, incluido yo	8,0%	6,0%
Otros	9,6%	5,9%

### ¿Cómo de importantes son sus vacaciones a Canarias?

	Españoles	Total mercados
Vacaciones principales	23,7%	36,7%
Unas vacaciones secundarias	47,4%	49,1%
Visita a familiares y amigos	21,7%	9,7%
Otros	7,2%	4,5%

### ¿Con cuánta antelación reservan su viaje a Canarias?

	Españoles	Total mercados
El mismo día de partida	1,1%	0,6%
De 2 a 7 días	15,7%	10,3%
De 8 a 15 días	16,5%	11,9%
De 16 a 30 días	22,7%	18,2%
De 31 a 90 días	31,8%	32,1%
Más de 90 días	12,3%	27,0%

### ¿Qué compran en origen?

	Españoles	Total mercados
- Sólo vuelo	17,4%	11,2%
- Vuelo y alojamiento	11,3%	25,2%
- Vuelo, alojamiento y desayuno	8,7%	6,8%
- Vuelo + media pensión	25,6%	22,3%
- Vuelo + pensión completa	11,7%	4,4%
- Vuelo + todo incluido	24,6%	29,8%
<b>Utilización líneas de bajo coste</b>	<b>31,0%</b>	<b>35,5%</b>

### ¿Cómo compran?

Reserva del alojamiento		
	Españoles	Total mercados
<b>Al turoperador</b>	<b>17,9%</b>	<b>48,6%</b>
- A través de su web	62,7%	70,3%
<b>Al establecimiento directamente</b>	<b>18,3%</b>	<b>11,8%</b>
- A través de su web	71,4%	76,0%
<b>A una agencia de viajes</b>	<b>37,8%</b>	<b>20,0%</b>
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	<b>14,4%</b>	<b>11,9%</b>
<b>No le hizo falta</b>	<b>11,6%</b>	<b>7,7%</b>

### Reserva del vuelo

	Españoles	Total mercados
<b>Al turoperador</b>	<b>25,0%</b>	<b>56,9%</b>
- A través de su web	61,5%	69,0%
<b>A la compañía aérea</b>	<b>24,1%</b>	<b>17,3%</b>
- A través de su web	94,7%	95,1%
<b>A una agencia de viajes</b>	<b>36,7%</b>	<b>16,8%</b>
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	<b>14,2%</b>	<b>9,0%</b>

### ¿Dónde se alojan?

	Españoles	Total mercados
- Hotel 5*	10,3%	6,8%
- Hotel/ Apartahotel 4*	51,2%	40,0%
- Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	16,3%	17,2%
- Extrahoteleros	11,9%	27,7%
- Vivienda propia o de amigos/ familiares	9,6%	5,3%
- Otros tipos de alojamiento	0,7%	3,0%

### ¿Cuánto gastan?

	Españoles	Total mercados
<b>Gasto</b>		
Gasto medio diario	126,80	119,16
. en origen	79,13	82,22
. en Canarias	47,67	36,94
Estancia media	7,6	9,5
Facturación / turista (€)	820	1.015
Facturación total (millones)	1.422	12.231
Cuota s/ facturación total turistas	11,6%	100%

### ¿Cómo son?

Sexo		
	Españoles	Total mercados
Porcentaje hombres	50,3%	49,4%
Porcentaje mujeres	49,7%	50,6%

### Edad

	Españoles	Total mercados
Edad media (turistas a partir de 16 años)	42,7	43,9
Desviación típica	14,7	14,9

### Intervalos de edad

	Españoles	Total mercados
De 16 a 24 años	8,6%	9,1%
De 25 a 30 años	15,4%	13,7%
De 31 a 45 años	37,4%	34,1%
De 46 a 60 años	22,4%	26,2%
Mayores de 60 años	16,2%	17,0%

### ¿Con quién vienen?

Acompañantes *		
	Españoles	Total mercados
Menores de 13 años	14,2%	16,7%
Pareja	67,0%	73,3%
Hijos	18,6%	22,7%
Otros familiares	7,6%	10,5%
Amigos	8,9%	9,6%
Compañeros de trabajo	1,4%	0,6%
Otros	0,3%	0,2%

\* Pregunta multirrespuesta

### ¿Cómo nos valoran?

Impresión sobre el viaje		
	Españoles	Total mercados
Buena o muy buena (% turistas)	93,3%	92,7%
Valoración media ( escala 1-10)	8,76	8,75

### ¿Cuántos son fieles al destino Islas Canarias?

Nivel de fidelidad		
	Españoles	Total mercados
Turistas repetidores	78,2%	76,3%
Enamorados (más de 10 visitas)	14,5%	15,6%
Intención de visita en prox. 2 años (1-10)	6,31	4,56

### Procedencia de los turistas

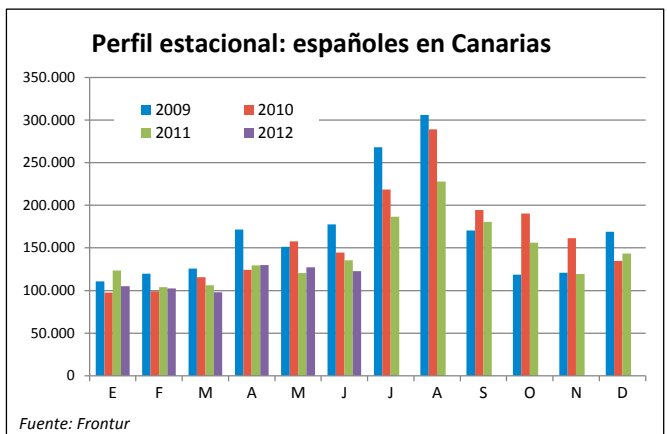
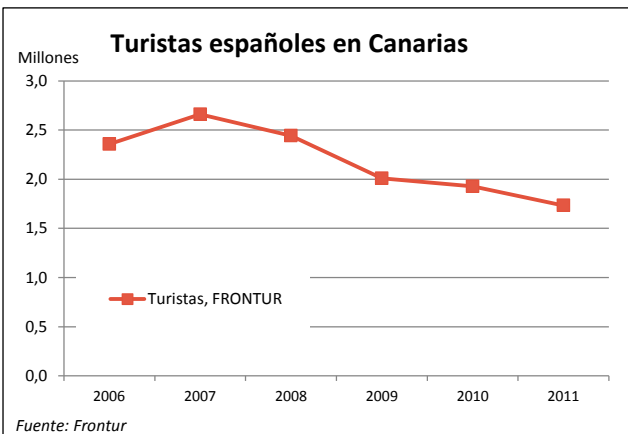
#### Principales aeropuertos de origen (2011)

Madrid/ Barajas (56%), Barcelona(15%), Sevilla (6,7%), Bilbao (6%) Santiago de C. (4%), Valencia (2,2%)

## 2. Importancia del mercado español en Islas Canarias

### Afluencia de españoles a Canarias por islas

	Canarias	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	La Palma
<b>Cuota sobre españoles en España</b>	2,2%	0,9%	0,6%	0,5%	0,2%	0,0%
<b>Llegada de turistas (Frontur)</b>						
2010	1.927.407	869.162	443.279	417.889	169.953	21.836
2011	1.733.431	751.782	456.873	367.581	132.386	16.925
Diferencia	-193.976	-117.380	13.594	-50.308	-37.567	-4.911
Diferencia %	-10,1%	-13,5%	3,1%	-12,0%	-22,1%	-22,5%
<b>Distribución por islas (2011)</b>						
	100,0%	43,4%	26,4%	21,2%	7,6%	1,0%
<b>Evolución reciente (acumulado Enero - Junio)</b>						
Enero - junio 2011	719.228	322.902	200.965	131.797	54.953	5.947
Enero - junio 2012	685.209	330.855	188.206	126.698	32.258	5.391
Diferencia	-34.019	7.953	-12.759	-5.099	-22.695	-556
Diferencia %	-4,7%	2,5%	-6,3%	-3,9%	-41,3%	-9,3%



Nota: FRONTUR estima el número de turistas españoles en Canarias (los que llegan en vuelos directos más otros que pueden haber llegado a través de otros aeropuertos).

### Islas

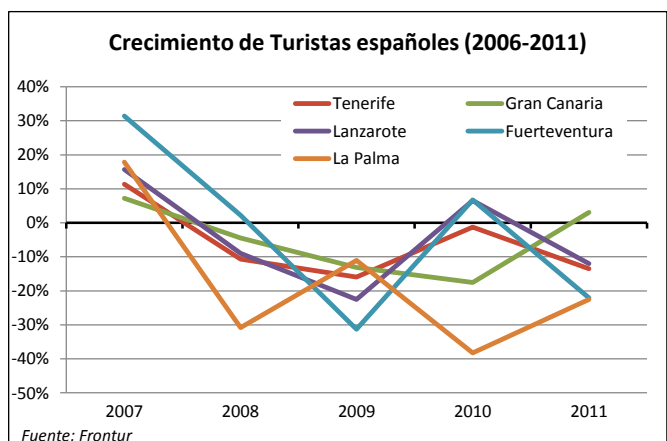
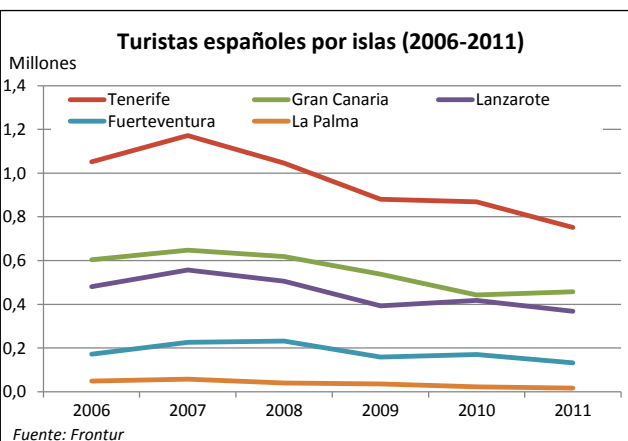
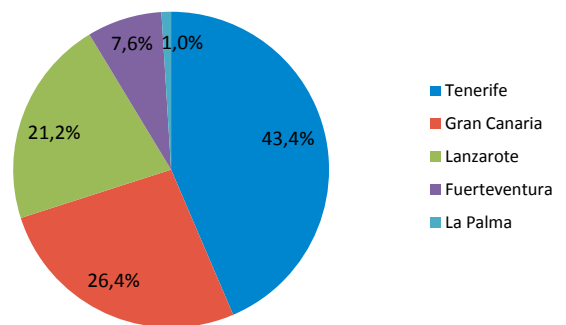
#### Secuencia de visita a las islas

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

#### Tipos de vacaciones asociadas por el turista a cada isla

- Ocio activo: Tenerife (42%), Gran Canaria (31%)
- Ocio nocturno: Tenerife (49%), Gran Canaria (41%)
- Disfrute con la familia: Tenerife (35%), Gran Canaria (23%)
- Tenerife: ocio nocturno (18%), ocio activo (17%)
- Gran Canaria: ocio nocturno (21%), ocio activo (17%)
- Lanzarote: descanso y tranquilidad (21%), cultura y tradición (14%)
- Fuerteventura: descanso y tranquilidad (27%), dep. acuáticos (27%)

#### 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:

Razones económicas (48,6%), no habérselo planteado (34,8%), preferencia por otros destinos (16,7%), etc.

##### Para la repetición de la visita:

Razones económicas (16,8%), preferencia por otros destinos (15,8%), imposibilidad de viajar (10,7%), etc.

##### Para elegir Canarias frente a otros destinos:

Precio, distancia o la búsqueda de nuevos destinos.



### 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

Volcanes, sol y buen tiempo; mar y playas; y naturaleza y medioambiente.

#### Asociaciones libres con la imagen de Canarias



### Imagen funcional (en comparación con competidores)

#### Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- **Aspectos mejor valorados:** clima (8,16), exotismo (7), paisajes (6,94), playas (6,86) y destino familiar y de niños (6,71).  
 - **Aspectos peor valorados:** pocos lugares de interés histórico-cultural (5,47), más masificación (5,70), menos infraestructuras generales (5,96), destino menos moda (5,99) y menos desarrollado social y económicamente (4,93).



### 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 0,9 puntos



#### Asociaciones libres con la imagen de Canarias

Sol y clima, paisaje, naturaleza y barrancos, playa y mar y Teide.



### Imagen funcional (en comparación con competidores)

#### Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- **Aspectos mejor valorados:** mejor clima (8,40), hospitalidad de la gente (7,70), sensación de naturaleza (7,47) y paisajes (7,34).  
 - **Aspectos peor valorados:** menos lujo (5,82), peor oferta histórico-cultural (5,91), peor ambiente nocturno (5,93), destino menos de moda (5,97) y peores compras (6,15).

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

- **Supera las expectativas:** seguridad personal, menos masificación, limpieza y hospitalidad de la gente.  
 - **No cubre las expectativas:** playas, ambiente nocturno, destino de moda, accesos, exotismo y alojamientos.

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

- **Mejor imagen del repetidor:** mejores accesos, mejores compras, más variedad, lugar familiar y de niños, mejor ambiente nocturno y mejores infraestructuras.

- **Peor imagen del repetidor:** menor sensación de naturaleza, peor medioambiente, más masificación, menos limpieza, peores paisajes y peor estabilidad político-social.

#### Familiaridad (escala 1 - 10)

- **Aspectos más familiares:** idioma (7,5) y ambiente (7,37).  
 - **Aspectos menos familiares:** inseguridad (5,7) y gastronomía (5,92).



### Imagen afectiva

#### Imagen afectiva del destino Canarias

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

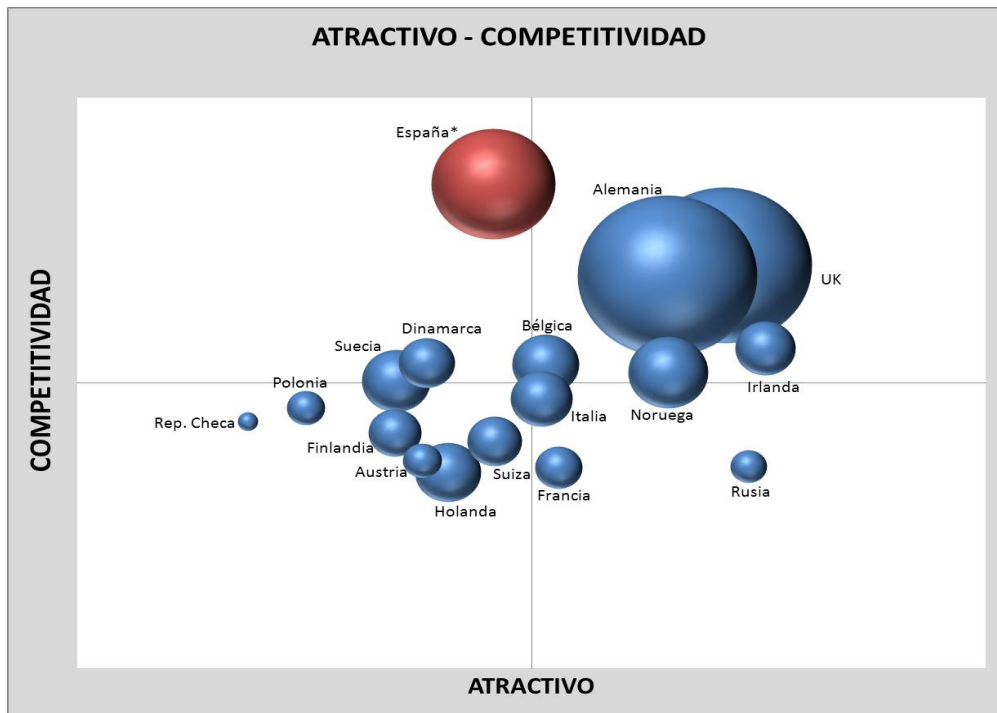


### Recomendaciones de mejora



#### 4. Posicionamiento

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



#### Índice de capacidad de compra por habitante:

