

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

El mercado holandés

El 83,9% de los holandeses ha visitado un país extranjero y el 18,9% ha visitado alguna vez las Islas Canarias. Si tenemos en cuenta el resto de mercados emisores, la atraktividad del mercado holandés es media, aunque la posición competitiva de Canarias no es de las mejores. En 2011, Canarias recibió el 2,1% de los holandeses que viajaron al exterior (unos 410.000 turistas), aunque la tendencia en los últimos años ha sido creciente.

El turista holandés de Canarias

Viene a Canarias para descansar, evadirse de la rutina y aliviar el stress aunque también les motiva estar en contacto con la naturaleza. Es un turista al que le motiva el clima, las playas y los paisajes más que la media de turistas de Canarias. Planifica el viaje con bastante antelación, entre 1 y 3 meses en su mayoría (29,6%). Contrata vuelo y alojamiento, el todo incluido o vuelo con media pensión y utilizan alojamiento extrahotelero principalmente, pero también alojamiento de 4 estrellas. El gasto diario es ligeramente menor a la media, sin embargo, la estancia media, si supera a la del resto de países. Esto supone una facturación por turista de 1.049 € vs 1.015 €. Tras la visita a las islas realizan una valoración muy positiva de su estancia, aunque ligeramente por debajo de la media, al igual que la cuota de repetidores (73,1% vs 76,3%).

Datos básicos del mercado emisor

	Holandeses	Total mercados
Población (millones)	16,7	579,5
PIB per cápita (€, 2009)	34.600	23.500
% población que ha visitado país extranjero	83,9%	87,2%
% población que ha visitado Islas Canarias	18,9%	29,7%
Volumen turismo emisor (millones)	19,2	459,7
Intensidad viajera al extranjero (viajes/hab.)	1,2	0,8
% población (mín. 3 viajes >4 días fuera región)	8,4%	12,3%

Principales Operadores

TTOO: Kras Stervakanties, OAD Reizen, Arke Reizen, De Jong Intra Vakanties, Novasol, Sudtours, Jiba, Sunair International B.V, Neckerman Reizen, Vrij Uit, Silverjet vakanties, Holland International.

Aerolíneas: Transavia, TUI Airlines y Ryanair.

Destinos competidores

Destinos competidores y posicionamiento de Canarias (2010):

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

Tres últimos destinos visitados:

- **encuesta en origen:** España, Alemania y Francia. Dentro de España Canarias está en segunda posición.

- **encuesta en destino:** Islas Canarias, Francia e Italia.

Destino ideal: América del Norte, España y Asia.

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

Vacaciones de los holandeses en España y Canarias

	España	Canarias
Nº de turistas (millones)	27,8	0,4
Estancia media (días)	9,5	9,9
Gasto medio diario (€)	93,3	116,7
Gasto por viaje	886	1.049
Cuota en el mercado emisor	144,8%	2,1%
Cuota Holandeses en destino	49,2%	3,4%

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

	Holandeses	Total mercados
Descansar y relajarme	7,3	7,8
Evadirme de la rutina diaria	7,0	7,6
Aliviar el stress y la tensión	6,7	7,3
Buscar diversión y entretenimiento	6,5	6,8
Disfrutar con la familia o amigos	6,5	7,4

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

	Holandeses	Total mercados
Descansar y relajarse	8,7	8,4
Evadirse de la rutina diaria	8,5	8,2
Aliviar el stress y la tensión	8,3	8,0
Estar en contacto con la naturaleza	6,4	6,4
Confort y buenos hoteles y restaurantes	6,4	6,6

¿Cómo eligen el destino de vacaciones?

Cualquier destino

¿Cuántos usan redes sociales para informarse sobre su destino?

	Holandeses	Total mercados
	45,4%	45,9%

¿En qué redes sociales se informan? *

	Holandeses	Total mercados
Wikipedia	12,9%	20,6%
Youtube	12,7%	13,1%
Facebook	12,2%	20,2%
Twitter	5,5%	3,1%
Tripadvisor	3,7%	8,2%
LinkedIn	1,5%	1,1%

Vacaciones a Canarias

¿Qué fuentes de información consultan? *

	Holandeses	Total mercados
Catálogos de turoperadores	30,0%	25,5%
Agentes de viajes	23,5%	24,3%
Amigos y/o familiares	28,6%	32,6%
Guías turísticas de viajes	25,9%	19,7%
Noticias, artículos, reportajes, documentales...	1,1%	1,9%
Web oficial del destino (o subdestinos)	14,6%	13,1%
Otras páginas de internet	17,3%	10,4%
Otros	3,0%	2,6%
En Redes Sociales *:		
Wikipedia	10,3%	7,3%
Tripadvisor	8,4%	10,2%
Youtube	5,1%	4,2%
Facebook	3,5%	4,9%
Panoramio	1,4%	0,8%
Flickr	1,1%	0,6%

¿Quién se encarga de buscar información del destino?

	Holandeses	Total mercados
Yo	32,1%	39,9%
Mi pareja	19,6%	16,4%
Ambos	29,1%	24,4%
Mis amigos	5,6%	7,8%
Entre varios, incluido yo	6,1%	5,3%
Otros	7,5%	6,2%

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

	Holandeses	Total mercados
Clima / sol	94,6%	90,3%
Tranquilidad / descanso / relax	39,6%	41,8%
Playas	38,9%	33,7%
Paisajes	24,1%	21,5%
Precio	13,4%	15,2%
Conocer nuevos lugares	10,5%	14,9%
Compras	6,8%	3,2%

* Pregunta multirrespuesta

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

¿Quién toma la decisión?

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

¿Cómo de importantes son sus vacaciones a Canarias?

	Holandeses	Total mercados
Vacaciones principales	23,8%	36,7%
Unas vacaciones secundarias	65,8%	49,1%
Visita a familiares y amigos	4,4%	9,7%
Otros	6,0%	4,5%

¿Con cuánta antelación reservan su viaje a Canarias?

	Holandeses	Total mercados
El mismo día de partida	0,4%	0,6%
De 2 a 7 días	9,3%	10,3%
De 8 a 15 días	17,9%	11,9%
De 16 a 30 días	17,0%	18,2%
De 31 a 90 días	29,6%	32,1%
Más de 90 días	25,8%	27,0%

¿Qué compran en origen?

	Holandeses	Total mercados
- Sólo vuelo	5,4%	11,2%
- Vuelo y alojamiento	37,3%	25,2%
- Vuelo, alojamiento y desayuno	9,6%	6,8%
- Vuelo + media pensión	22,2%	22,3%
- Vuelo + pensión completa	1,2%	4,4%
- Vuelo + todo incluido	24,3%	29,8%
Utilización líneas de bajo coste	24,0%	35,5%

¿Cómo compran?

	Holandeses	Total mercados
Reserva del alojamiento		
Al turoperador	58,6%	48,6%
- A través de su web	80,0%	70,3%
Al establecimiento directamente	6,0%	11,8%
- A través de su web	90,4%	76,0%
A una agencia de viajes	23,3%	20,0%
En un portal de internet (OTA)	9,4%	11,9%
No le hizo falta	2,7%	7,7%

	Holandeses	Total mercados
Reserva del vuelo		
Al turoperador	66,0%	56,9%
- A través de su web	72,3%	69,0%
A la compañía aérea	12,1%	17,3%
- A través de su web	95,6%	95,1%
A una agencia de viajes	16,4%	16,8%
En un portal de internet (OTA)	5,5%	9,0%

¿Dónde se alojan?

	Holandeses	Total mercados
- Hotel 5*	5,4%	6,8%
- Hotel/ Apartahotel 4*	30,0%	40,0%
- Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	19,1%	17,2%
- Extrahoteleros	42,7%	27,7%
- Vivienda propia o de amigos/ familiares	2,0%	5,3%
- Otros tipos de alojamiento	0,7%	3,0%

¿Cuánto gastan?

	Holandeses	Total mercados
Gasto		
Gasto medio diario	116,7	119,2
. en origen	81,7	82,2
. en Canarias	35,0	36,9
Estancia media	9,9	9,5
Facturación / turista (€)	1.049	1.015
Facturación total (millones)	430	12.231
Cuota s/ facturación total turistas	3,5%	100%

¿Cómo son?

	Holandeses	Total mercados
Sexo		
Porcentaje hombres	48,9%	49,4%
Porcentaje mujeres	51,1%	50,6%

Edad

	Holandeses	Total mercados
Edad media (turistas a partir de 16 años)	44,6	43,9
Desviación típica	15,1	14,9

Intervalos de edad

	Holandeses	Total mercados
De 16 a 24 años	9,6%	9,1%
De 25 a 30 años	14,5%	13,7%
De 31 a 45 años	27,7%	34,1%
De 46 a 60 años	30,6%	26,2%
Mayores de 60 años	17,5%	17,0%

¿Con quién vienen?

	Holandeses	Total mercados
Acompañantes *		
Menores de 13 años	14,1%	16,7%
Pareja	76,2%	73,3%
Hijos	21,0%	22,7%
Otros familiares	10,5%	10,5%
Amigos	8,5%	9,6%
Compañeros de trabajo	0,2%	0,6%
Otros	0,1%	0,2%

* Pregunta multirespuesta

¿Cómo nos valoran?

	Holandeses	Total mercados
Impresión sobre el viaje		
Buena o muy buena (% turistas)	93,0%	92,7%
Valoración media (escala 1-10)	8,4	8,8

¿Cuántos son fieles al destino Islas Canarias?

	Holandeses	Total mercados
Nivel de fidelidad		
Turistas repetidores	73,1%	76,3%
Enamorados (más de 10 visitas)	13,2%	15,6%
Intención de visita en prox. 2 años (1-10)	3,4	4,6

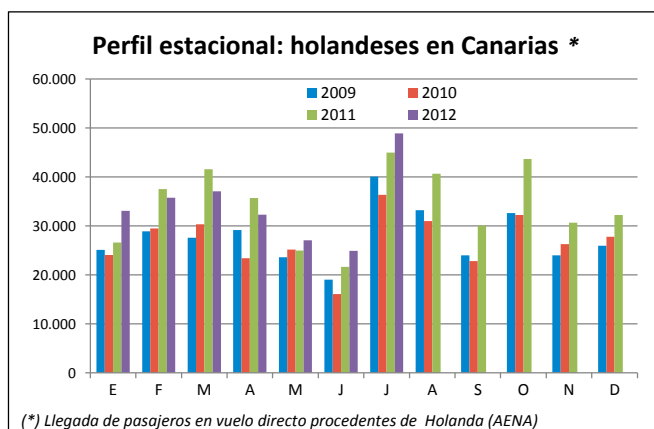
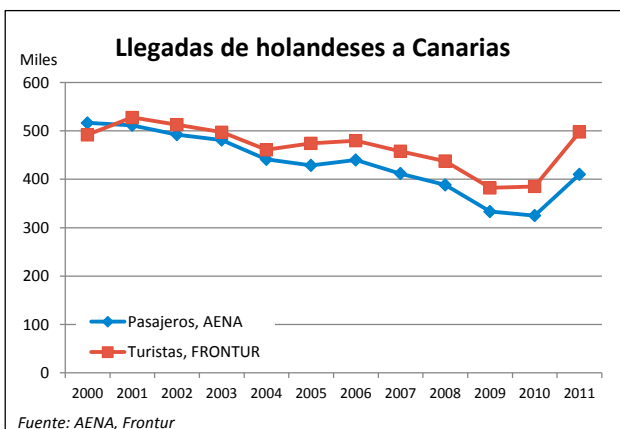
Procedencia de los turistas

Principales aeropuertos de origen (2011)

Amsterdam/ Schiphol (81%), Eindhoven (10%), Rotterdam (3%).

2. Importancia del mercado holandés en Islas Canarias

Afluencia de Holandeses a Canarias por islas						
	Canarias	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	La Palma
Cuota sobre Holandeses en España	1,5%	0,4%	0,6%	0,2%	0,2%	0,1%
Llegada de turistas (pasajeros en vuelos directos desde Holanda, AENA)						
2010	324.911	86.049	144.904	40.807	38.449	14.702
2011	410.254	112.092	178.459	59.593	44.525	15.585
Diferencia	85.343	26.043	33.555	18.786	6.076	883
Diferencia %	26,3%	30,3%	23,2%	46,0%	15,8%	6,0%
Distribución por islas (2011)						
	100,0%	27,3%	43,5%	14,5%	10,9%	3,8%
Evolución reciente:						
Enero - julio 2011	232.949	63.450	99.821	32.955	26.916	9.807
Enero - julio 2012	239.024	64.272	99.331	37.225	28.126	10.070
Diferencia	6.075	822	-490	4.270	1.210	263
Diferencia %	2,6%	1,3%	-0,5%	13,0%	4,5%	2,7%



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

Islas

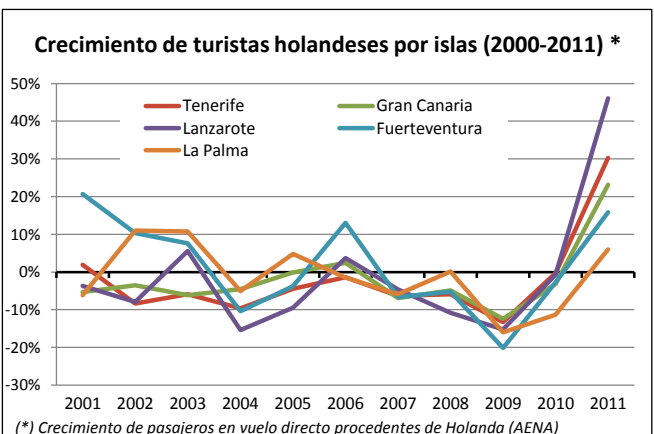
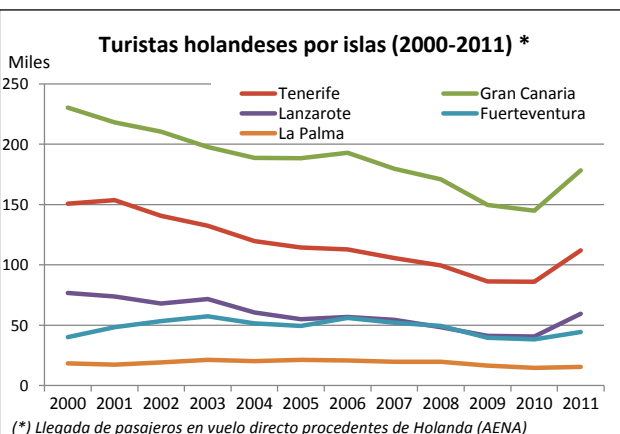
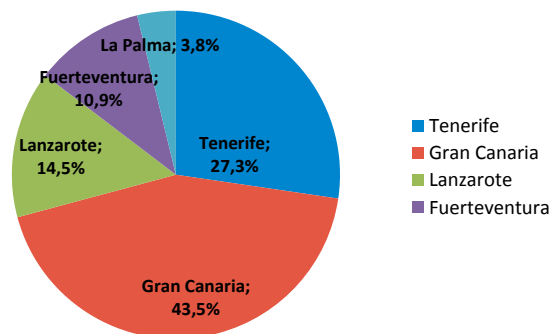
Secuencia de visita a las islas

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

Tipos de vacaciones asociadas por el turista a cada isla

- **Descanso y tranquilidad:** Tenerife (20%) y La Palma (19%).
- **Ocio nocturno:** Gran Canaria (49%) y Tenerife (41%).
- **Difrete con la familia:** Gran Canaria (36%) y Tenerife (34%).
- **Tenerife:** Disfrutar con la familia (15%) y ocio activo (15%).
- **Gran Canaria:** Ocio nocturno (18%) y disfrutar con la familia (16%).
- **Lanzarote:** descanso y tranquilidad (24%) y cultura y tradición (19%).
- **Fuerteventura:** descanso y tranquilidad (24%) y deportes acuáticos (17%).

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:

Por razones económicas (40,1%), preferencia por otros destinos (38,2%), no habérselo planteado (28,4%), etc.

Para la repetición de la visita:

Preferencia por otros destinos (27,6%), razones económicas (10,5%), imposibilidad de viajar (3,9%), etc.

Para elegir Canarias frente a otros destinos:

El precio, le gusta otro tipo de vacaciones o considerar que el clima es mejor en otros destinos.



Notoriedad

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



Islas con marca más reconocida

Gran Canaria y Tenerife 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 playas, sol y buen tiempo; naturaleza y medioambiente; 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 (5,56), playas (5,47), exotismo (5,30) y familiar (5,04) y ambiente nocturno (5,04).

- Aspectos peor valorados: más masificación (4,19), más caro (4,46), poca oferta histórico-cultural (4,52), menos facilidades para compras (4,59), y menos seguridad (4,61).



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 2,8 puntos



Imagen funcional (en comparación con competidores)

Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- Aspectos mejor valorados: clima (7,19), sensación de naturaleza (6,80), paisajes (6,79), libertad (6,57), situación ambiental (6,53) y seguridad (6,51).

- Aspectos peor valorados: oferta histórico-cultural (5,19), tradición y costumbres (5,43), ambiente nocturno (5,55) menos lujo (5,56), peor gastronomía (5,70) y oferta deportiva (5,72).

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

- Supera las expectativas: precios, no masificado, paisajes, limpieza, infraestructuras, medioambiente, seguridad personal, reputación y calidad del servicio.

- Cubre las expectativas: playas, ambiente nocturno, exotismo, destino de moda, interés histórico-cultural, costumbres y tradiciones, gastronomía y compras.

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

- Mejor imagen del repetidor: clima, destino de moda, playas, compras, ambiente nocturno y estabilidad política y social.

- Peor imagen del repetidor: menor sensación de naturaleza, peor infraestructuras, menos limpieza, peor situación ambiental, más caro y menos desarrollo general.

Familiaridad (escala 1 - 10)

- Aspectos más familiares: gente (6,59) e idioma (6,41)

- Aspectos menos familiares: estilo de vida (5,90) y gastronomía (5,41).



Imagen afectiva

Imagen afectiva del destino Canarias

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

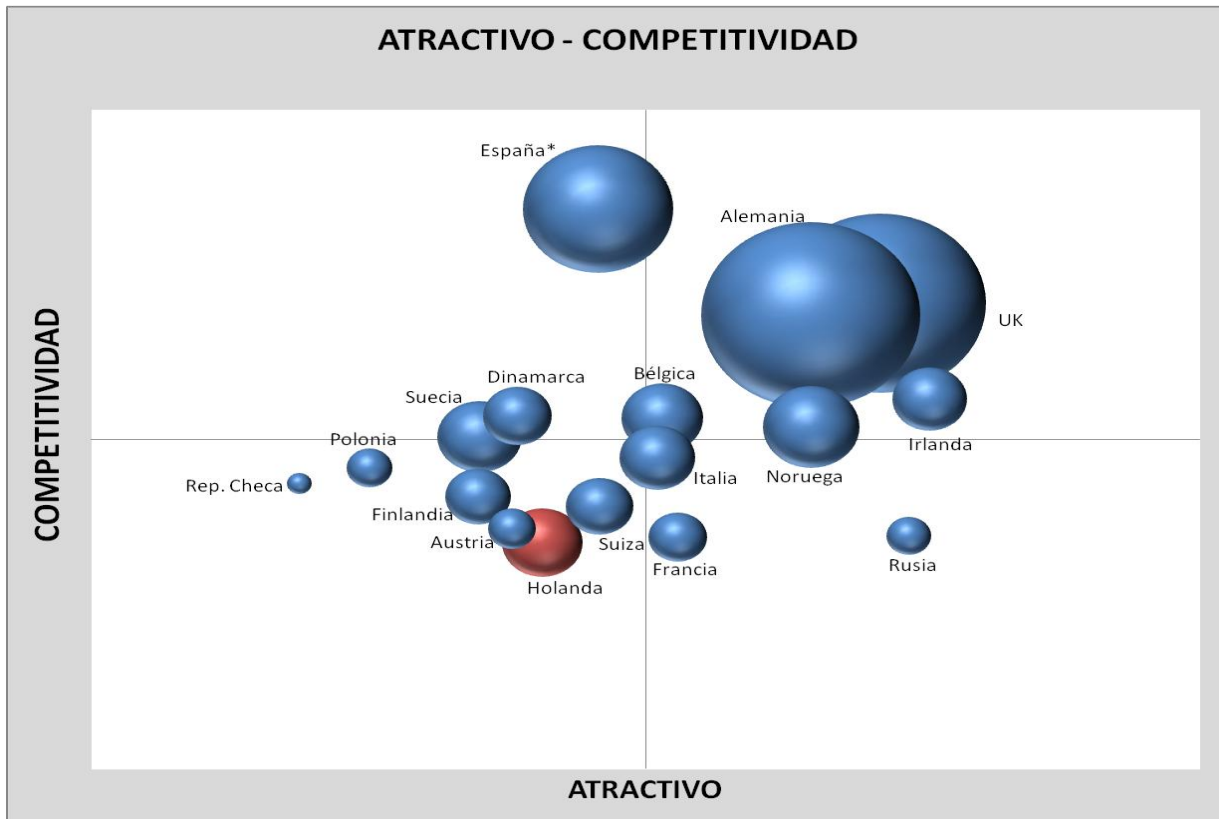


Recomendaciones de mejora



4. Posicionamiento

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



Índice de capacidad de compra por habitante:

