

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

El mercado irlandés

El mercado irlandés es muy experimentado pues el 97,5% de ellos ha visitado un país extranjero además el 46,2% conoce las Islas Canarias. Se trata de un mercado atractivo para el que Canarias tiene una posición competitiva alta aunque el tamaño del mismo no es pequeño en relación a otros mercados emisores. Actualmente su peso en Canarias es del 3,4%, les decir unos 400.000 turistas. La principal isla de estancia es Lanzarote aunque también son importantes Gran Canaria y Tenerife.

El turista irlandés de Canarias

Viajan a Canarias a lo largo de todo el año. Muchos contratan en origen sólo el vuelo y el alojamiento, y su porcentaje de uso de las compañías de bajo es muy superior al de la media de los visitantes. Debido a esto, cuando contratan su vuelo lo hacen en su mayoría directamente con la compañía aérea, aunque los touroperadores conservan su importancia. Realizan la reserva sobre todo entre 1 y 3 meses antes del viaje. Más de la mitad opta por alojarse en establecimientos extrahoteleros. Viajan a Canarias fuertemente motivados por el sol y el clima en nuestras islas. Además valoran en mayor medida el precio, las facilidades de traslado y el ambiente nocturno. Suelen venir en pareja y una parte importante lo hace con hijos. Son turistas más jóvenes que la media y vienen con amigos más que el promedio. La cuota de repetidores y su satisfacción con el viaje están por encima de la media.

Datos básicos del mercado emisor

	Irlandeses	Total mercados
Población (millones)	4,5	579,5
PIB per cápita (€, 2009)	35.900	23.500
% población que ha visitado país extranjero	97,5%	87,2%
% población que ha visitado Islas Canarias	46,2%	29,7%
Volumen turismo emisor (millones)	6,3	459,7
Intensidad viajera al extranjero (viajes/hab.)	1,40	0,79
% población (mín. 3 viajes >4días fuera región)	9,2%	12,3%

Principales Operadores

TTOO: Thomas Cook, TUI, Sunway, Joe Walsh Tours, Cassidy Travel, Topflight, Ryanair.

Aerolíneas: Ryanair, Aer Lingus, Thomson Airways, Iberworld, Monarch, Travel Service y Air Contractors.

Destinos competidores

Destinos competidores y posicionamiento de Canarias (2010):

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

Tres últimos destinos visitados:

- encuesta en origen: España, Reino Unido y Francia.

- encuesta en destino: Islas Canarias, Italia y América del Norte.

Destino ideal: América del Norte, España y Oceanía. Islas Canarias es el primero de España.

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

Vacaciones de los irlandeses en España y Canarias

	España	Canarias
Nº de turistas (millones)	1,28	0,41
Estancia media (días)	8,5	8,7
Gasto medio diario (€)	97,70	114,29
Gasto por viaje	830	923
Cuota en el mercado emisor	20,3%	6,4%
Cuota irlandeses en destino	2,3%	3,4%

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

	Irlandeses	Total mercados
Descansar y relajarme	8,15	7,83
Evadirme de la rutina diaria	7,92	7,61
Aliviar el stress y la tensión	7,66	7,35
Disfrutar con familia y amigos	7,48	7,40
Conocer lugares nuevos y diferentes	7,47	7,65

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

	Irlandeses	Total mercados
Descansar y relajarse	8,33	8,38
Evadirse de la rutina diaria	8,00	8,20
Aliviar el stress y la tensión	7,78	7,96
Confort y buenos hoteles y restaurantes	7,45	6,63
Buscar aventuras y placer	5,79	5,71

¿Cómo eligen el destino de vacaciones?

Cualquier destino

¿Cuántos usan redes sociales para informarse sobre su destino?

	Irlandeses	Total mercados
	50,6%	45,9%

¿En qué redes sociales se informan? *

	Irlandeses	Total mercados
Tripadvisor	28,5%	8,2%
Facebook	24,1%	20,2%
Wikipedia	15,6%	20,6%
Youtube	11,7%	13,1%
Twitter	2,5%	3,1%
Myspace	2,0%	2,5%

Vacaciones a Canarias

¿Qué fuentes de información consultan? *

	Irlandeses	Total mercados
Catálogos de touroperadores	11,3%	25,5%
Agentes de viajes	24,8%	24,3%
Amigos y/o familiares	34,0%	32,6%
Guías turísticas de viajes	9,9%	19,7%
Noticias, artículos, reportajes, documentales...	1,4%	1,9%
Web oficial del destino (o subdestinos)	11,3%	13,1%
Otras páginas de internet	8,5%	10,4%
Otros	2,8%	2,6%
En Redes Sociales *:		
Tripadvisor	17,0%	10,2%
Facebook	7,1%	4,9%
Wikipedia	6,4%	7,3%
Youtube	5,0%	4,2%
Myspace	1,4%	0,6%
Xing	0,7%	0,8%

¿Quién se encarga de buscar información del destino?

	Irlandeses	Total mercados
Yo	43,1%	39,9%
Mi pareja	18,2%	16,4%
Ambos	23,4%	24,4%
Mis amigos	6,6%	7,8%
Entre varios, incluido yo	5,1%	5,3%
Otros	3,6%	6,2%

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

	Irlandeses	Total mercados
Clima / sol	94,0%	90,3%
Tranquilidad / descanso / relax	37,8%	41,8%
Playas	32,7%	33,7%
Precio	25,5%	15,2%
Facilidades de traslado	15,4%	9,2%
Ambiente nocturno / diversión	13,1%	5,1%
Paisajes	11,0%	21,5%

* Pregunta multirrespuesta

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

¿Quién toma la decisión?

	Irlandeses	Total mercados
Yo	37,0%	31,6%
Mi pareja	10,1%	9,6%
Ambos	37,7%	41,2%
Mis amigos	6,5%	5,7%
Entre varios, incluido yo	4,3%	6,0%
Otros	4,3%	5,9%

¿Cómo de importantes son sus vacaciones a Canarias?

	Irlandeses	Total mercados
Vacaciones principales	44,2%	36,7%
Unas vacaciones secundarias	46,4%	49,1%
Visita a familiares y amigos	7,2%	9,7%
Otros	2,2%	4,5%

¿Con cuánta antelación reservan su viaje a Canarias?

	Irlandeses	Total mercados
El mismo día de partida	0,3%	0,6%
De 2 a 7 días	8,7%	10,3%
De 8 a 15 días	10,1%	11,9%
De 16 a 30 días	15,1%	18,2%
De 31 a 90 días	38,9%	32,1%
Más de 90 días	26,9%	27,0%

¿Qué compran en origen?

	Irlandeses	Total mercados
- Sólo vuelo	17,7%	11,2%
- Vuelo y alojamiento	57,2%	25,2%
- Vuelo, alojamiento y desayuno	6,4%	6,8%
- Vuelo + media pensión	9,1%	22,3%
- Vuelo + pensión completa	1,1%	4,4%
- Vuelo + todo incluido	7,8%	29,8%
Utilización líneas de bajo coste	63,5%	35,5%

¿Cómo compran?

Reserva del alojamiento		
	Irlandeses	Total mercados
Al turoperador	29,5%	48,6%
- A través de su web	78,3%	70,3%
Al establecimiento directamente	33,1%	11,8%
- A través de su web	88,1%	76,0%
A una agencia de viajes	8,3%	20,0%
En un portal de internet (OTA)	18,3%	11,9%
No le hizo falta	10,8%	7,7%

Reserva del vuelo		
	Irlandeses	Total mercados
Al turoperador	39,2%	56,9%
- A través de su web	75,5%	69,0%
A la compañía aérea	49,1%	17,3%
- A través de su web	98,8%	95,1%
A una agencia de viajes	6,1%	16,8%
En un portal de internet (OTA)	5,6%	9,0%

¿Dónde se alojan?

	Irlandeses	Total mercados
- Hotel 5*	3,8%	6,8%
- Hotel/ Apartahotel 4*	18,5%	40,0%
- Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	9,0%	17,2%
- Extrahoteleros	58,7%	27,7%
- Vivienda propia o de amigos/ familiares	8,0%	5,3%
- Otros tipos de alojamiento	2,0%	3,0%

¿Cuánto gastan?

Gasto		
	Irlandeses	Total mercados
Gasto medio diario	114,29	119,16
. en origen	60,25	82,22
. en Canarias	54,04	36,94
Estancia media	8,7	9,5
Facturación / turista (€)	923	1.015
Facturación total (millones)	374	12.231
Cuota s/ facturación total turistas	3,1%	100%

¿Cómo son?

Sexo		
	Irlandeses	Total mercados
Porcentaje hombres	52,5%	49,4%
Porcentaje mujeres	47,5%	50,6%

Edad		
	Irlandeses	Total mercados
Edad media (turistas a partir de 16 años)	41,5	43,9
Desviación típica	13,8	14,9
Intervalos de edad		
De 16 a 24 años	9,0%	9,1%
De 25 a 30 años	17,2%	13,7%
De 31 a 45 años	38,3%	34,1%
De 46 a 60 años	24,2%	26,2%
Mayores de 60 años	11,3%	17,0%

¿Con quién vienen?

Acompañantes *		
	Irlandeses	Total mercados
Menores de 13 años	18,2%	16,7%
Pareja	70,5%	73,3%
Hijos	22,8%	22,7%
Otros familiares	12,6%	10,5%
Amigos	12,1%	9,6%
Compañeros de trabajo	0,3%	0,6%
Otros	0,0%	0,2%

* Pregunta multirrespuesta

¿Cómo nos valoran?

Impresión sobre el viaje		
	Irlandeses	Total mercados
Buena o muy buena (% turistas)	93,5%	92,7%
Valoración media (escala 1-10)	9,00	8,75

¿Cuántos son fieles al destino Islas Canarias?

Nivel de fidelidad		
	Irlandeses	Total mercados
Turistas repetidores	87,8%	76,3%
Enamorados (más de 10 visitas)	15,9%	15,6%
Intención de visita en prox. 2 años (1-10)	5,07	4,56

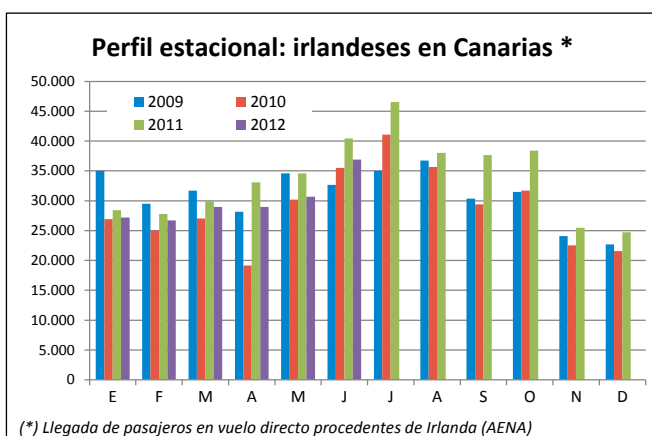
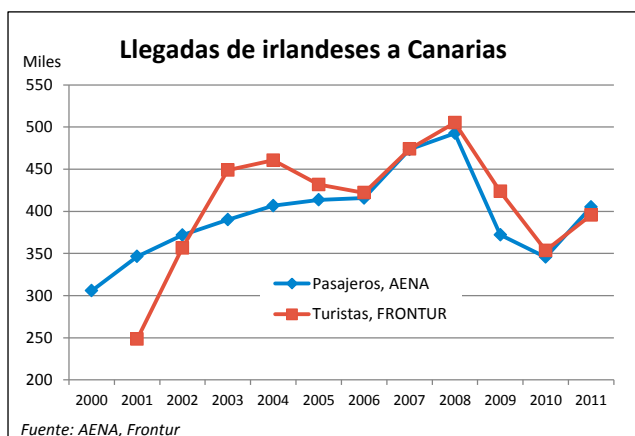
Procedencia de los turistas

Principales aeropuertos de origen (2011)	
Dublín (66%), Cork (19%), Shannon (10%) y Knock International (5%).	

2. Importancia del mercado irlandés en Islas Canarias

Afluencia de irlandeses a Canarias por islas

	Canarias	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	La Palma
Cuota sobre irlandeses en España	31,6%	6,4%	7,0%	13,9%	4,2%	0,0%
Llegada de turistas (pasajeros en vuelos directos desde Irlanda, AENA)						
2010	345.705	74.261	78.450	154.964	38.030	0
2011	405.201	82.474	90.041	178.378	54.308	0
Diferencia	59.496	8.213	11.591	23.414	16.278	0
Diferencia %	17,2%	11,1%	14,8%	15,1%	42,8%	--
Distribución por islas (2011)						
	100,0%	20,4%	22,2%	44,0%	13,4%	0,0%
Evolución reciente (acumulado Enero - Junio)						
Enero - junio 2011	194.366	40.854	42.253	85.025	26.234	0
Enero - junio 2012	179.378	37.861	39.858	82.368	19.291	0
Diferencia	-14.988	-2.993	-2.395	-2.657	-6.943	0
Diferencia %	-7,7%	-7,3%	-5,7%	-3,1%	-26,5%	--



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

Islas

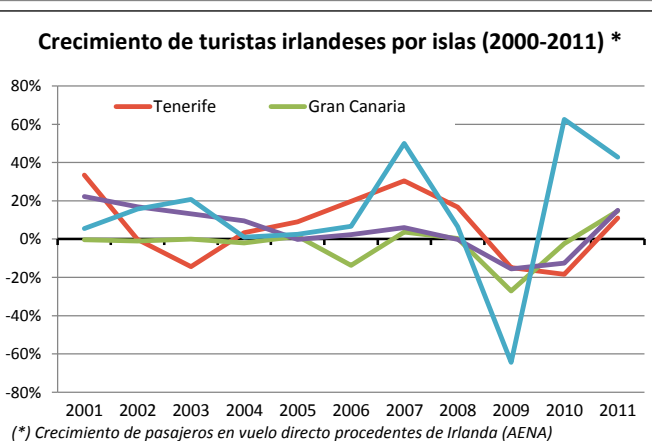
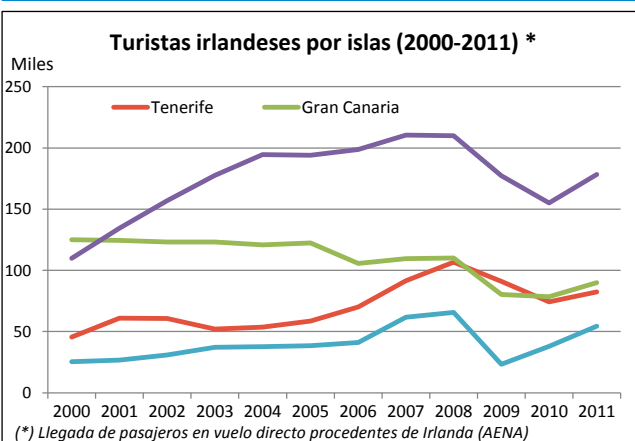
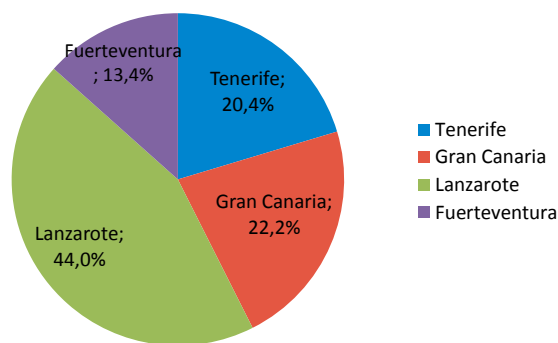
Secuencia de visita a las islas

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

Tipos de vacaciones asociadas por el turista a cada isla

- **Ocio activo:** Gran Canaria (26%) y Tenerife (26%).
- **Ocio nocturno:** Gran Canaria (44%) y Tenerife (30%).
- **Disfrute con la familia:** Fuerteventura (28%) y Gran Canaria (25%).
- **Tenerife:** Disfrutar con familia (19%)
- **Gran Canaria:** Ocio nocturno (22%) y disfrutar con familia (13%)
- **Lanzarote:** Descanso y tranquilidad (21%) y cultura y tradición (16%).
- **Fuerteventura:** Descanso y tranquilidad (27%) y disfrutar con familia (16%)

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 (32,7%), destino demasiado turístico (27,6%), razones económicas (24,9%), etc.

Para la repetición de la visita:

Preferencia por otros destino (16,1%), razones económicas (9,1%), imposibilidad de viajar (2,1%), etc.

Para elegir Canarias frente a otros destinos:

La distancia, preferencia por otro tipo de destinos, el precio.



Notoriedad

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



Islas con marca más reconocida

Lanzarote, Gran Canaria y Tenerife.

% población que ha visto información promocional de Canarias



Imagen global

Imagen global (escala 1-10)



Características distintivas de Canarias

Sol y buen tiempo; mar y playas; volcanes; 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 (6,35), destino familiar y de niños (6,08), playas (6,08) y destino barato (5,93).
- Aspectos peor valorados: poca oferta histórico-cultural (4,32) peores costumbres y tradiciones (4,64), más masificación (4,72), peor gastronomía (4,79), destino menos de moda (4,86) y peores facilidades para compras (4,88).



Imagen afectiva

Imagen afectiva del destino Canarias

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



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 2,1 puntos



Imagen funcional (en comparación con competidores)

Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- Aspectos mejor valorados: clima (7,53), seguridad (7,09), destino de moda (6,95), limpieza (6,85), estabilidad político-social (6,79), medioambiente (6,77) y accesos (6,74).
- Aspectos peor valorados: poca oferta histórico-cultural (5,36), peores facilidades para compras (5,83), poca variedad (5,83), peor oferta de ocio (5,92) y peor gastronomía (6).

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

- Supera las expectativas: clima, playas, paisajes, infraestructuras, alojamientos, oferta deportiva y de ocio.
- Cubre las expectativas: paisajes, hoteles, ambiente nocturno, destino de moda y oferta de ocio.
- No cubre las expectativas: fama y reputación, exotismo, destino familiar y de niños y estilo de vida.

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

- Mejor imagen del repetidor: clima, sensación de naturaleza, destino de moda, exotismo, lujo, fama y ambiente nocturno.
- Peor imagen del repetidor: menos desarrollo general, peor estabilidad político-social, peores infraestructuras, destino poco familiar y de niños, gente menos hospitalaria, menos seguridad.

Familiaridad (escala 1 - 10)

- Aspectos más familiares: ambiente (6,72) y gente (6,66).
- Aspectos menos familiares: cultura y forma de vida (5,49) y gastronomía (5,70).



Imagen afectiva

Imagen afectiva del destino Canarias

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

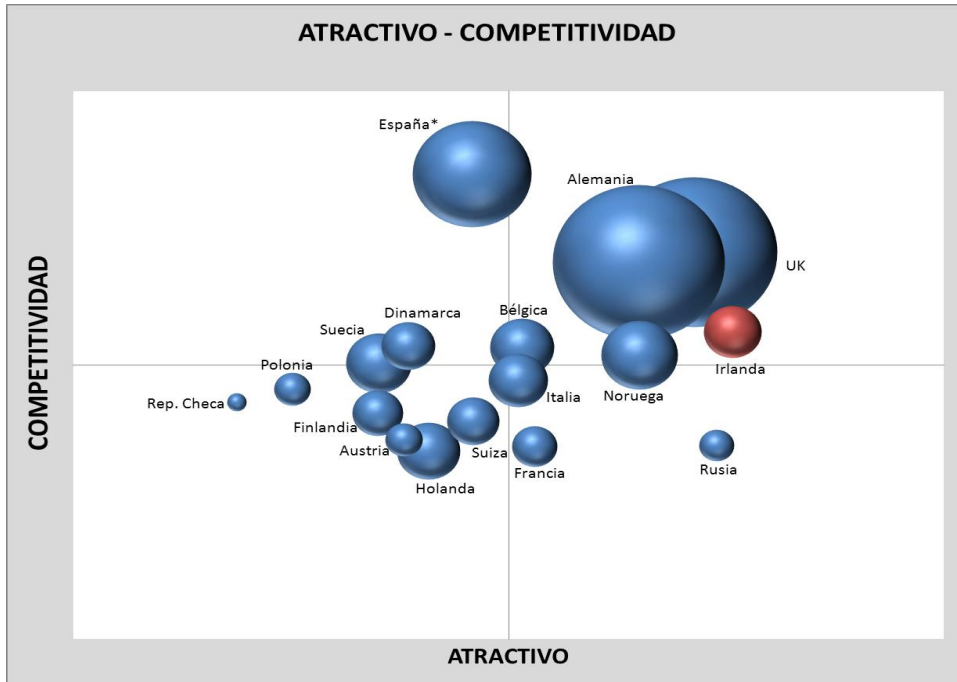


Recomendaciones de mejora



4. Posicionamiento

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



Índice de capacidad de compra por habitante:

