

## 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, el atractivo del mercado austriaco es medio-bajo. En este mercado la posición competitiva de Canarias es baja respecto a otros destinos competidores. En 2012, Canarias recibió el 1,1% de los austriacos que viajaron al exterior (unos 110.000 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. A la hora de decidir el destino del viaje, además del clima, son determinantes las playas y la posibilidad de descanso que Canarias ofrece. Recurre más a la agencia de viajes que el turista medio. Asimismo, la proporción de reservas en media pensión y todo incluido y el uso de hoteles de alta categoría (especialmente de 4\*) son mayores. Tanto el gasto medio diario como la estancia media son superiores, lo que supone una mayor facturación por turista (1.313 € vs 1.072 €). Tras la visita a las islas realiza una mejor valoración respecto a la de la media de mercados. La cuota de repetidores, que alcanza el 64,5%, es bastante inferior a la media.

### Datos básicos del mercado emisor

	Austriacos	Total mercados
Población (millones)	8,4	594,0
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.)	1,19	0,77
% población (mín. 3 viajes >4días fuera región)	11,4%	12,3%

### Vacaciones de los austriacos en España y Canarias

	España	Canarias
Nº de turistas	564.954	110.064
Estancia media (días)	8,2	9,9
Gasto medio diario (€)	123,1	148,80
Gasto por viaje	1.008,6	1.313
Cuota en el mercado emisor	5,6%	1,1%
Cuota austriacos en destino	1,0%	0,9%
Facturación (millones de euros)	570	144

### Principales Operadores

**TT00:** 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 (2011):

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

### Comportamiento cuando eligen cualquier destino:

#### ¿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

#### ¿Cómo eligen el destino de vacaciones?

#### ¿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%

\* Pregunta multirrespuesta

### Comportamiento de los que vienen a Canarias:

#### ¿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

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

	Austriacos	Total mercados
Catálogos de touroperadores	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%

#### ¿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%

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

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

	Austriacos	Total mercados
Clima / sol	93,0%	92,5%
Playas	39,6%	34,6%
Tranquilidad / descanso / relax	35,0%	42,8%
Paisajes	30,8%	22,0%
Conocer nuevos lugares	16,3%	15,2%
Seguridad	9,4%	5,7%
Oferta de turismo activo	7,2%	3,9%

### ¿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	0,1%	0,5%
De 2 a 7 días	7,3%	9,1%
De 8 a 15 días	13,9%	10,6%
De 16 a 30 días	15,7%	17,2%
De 31 a 90 días	29,6%	32,6%
Más de 90 días	33,5%	30,0%

### ¿Qué compran en origen?

	Austriacos	Total mercados
- Sólo vuelo	4,1%	10,3%
- Vuelo y alojamiento	6,9%	24,5%
- Vuelo, alojamiento y desayuno	4,4%	6,9%
- Vuelo + media pensión	46,9%	21,5%
- Vuelo + pensión completa	2,1%	4,9%
- Vuelo + todo incluido	35,7%	31,5%
<b>Utilización líneas de bajo coste</b>	<b>32,5%</b>	<b>35,1%</b>

### ¿Cómo compran?

	Austriacos	Total mercados
<b>Reserva del alojamiento</b>		
<b>Al turoperador</b>	<b>49,2%</b>	<b>46,8%</b>
- A través de su web	49,7%	72,3%
<b>Al establecimiento directamente</b>	<b>3,4%</b>	<b>11,9%</b>
- A través de su web	84,1%	79,8%
<b>A una agencia de viajes</b>	<b>31,0%</b>	<b>22,1%</b>
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	<b>13,4%</b>	<b>12,2%</b>
<b>No le hizo falta</b>	<b>3,0%</b>	<b>7,1%</b>
<b>Reserva del vuelo</b>		
<b>Al turoperador</b>	<b>50,8%</b>	<b>51,8%</b>
- A través de su web	47,2%	70,7%
<b>A la compañía aérea</b>	<b>5,9%</b>	<b>19,1%</b>
- A través de su web	91,9%	95,5%
<b>A una agencia de viajes</b>	<b>30,4%</b>	<b>20,1%</b>
<b>En un portal de internet (OTA)</b>	<b>13,0%</b>	<b>9,0%</b>

### ¿Dónde se alojan?

	Austriacos	Total mercados
- Hotel 5*	10,7%	7,0%
- Hotel/ Apartahotel 4*	61,0%	40,1%
- Hotel/ Apartahotel 1-2-3*	17,1%	17,3%
- Extrahoteleros	8,4%	27,6%
- Vivienda propia o de amigos/ familiares	2,5%	5,5%
- Otros tipos de alojamiento	0,3%	2,5%

### ¿Cuánto gastan?

	Austriacos	Total mercados
<b>Gasto</b>		
Gasto medio diario	148,80	125,23
. en origen	114,69	88,01
. en Canarias	34,10	37,21
Estancia media	9,9	9,5
Facturación / turista (€)	1.313	1.072
Facturación total (millones)	144	12.437
Cuota s/ facturación total turistas	1,2%	100%

### ¿Cómo son?

	Austriacos	Total mercados
<b>Sexo</b>		
Porcentaje hombres	50,1%	49,5%
Porcentaje mujeres	49,9%	50,5%

### Edad

	Austriacos	Total mercados
Edad media (turistas a partir de 16 años)	41,6	43,9
Desviación típica	14,1	14,8

### Intervalos de edad

	Austriacos	Total mercados
De 16 a 24 años	10,3%	9,1%
De 25 a 30 años	17,2%	13,4%
De 31 a 45 años	37,5%	34,5%
De 46 a 60 años	23,4%	26,4%
Mayores de 60 años	11,6%	16,7%

### ¿Con quién vienen?

	Austriacos	Total mercados
<b>Acompañantes *</b>		
Sin acompañante	13,0%	8,6%
Sólo con la pareja	52,6%	49,4%
Sólo con hijos (menores de 13)	0,5%	1,3%
Pareja + hijos (menores de 13)	8,9%	11,5%
Otros familiares	5,4%	6,0%
Grupo de amigos	6,5%	6,5%
Compañeros de trabajo	0,0%	0,5%

\* Pregunta multirespuesta

### ¿Cómo nos valoran?

	Austriacos	Total mercados
<b>Impresión sobre el viaje</b>		
Buena o muy buena (% turistas)	93,5%	92,8%
Valoración media ( escala 1-10)	8,85	8,76

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

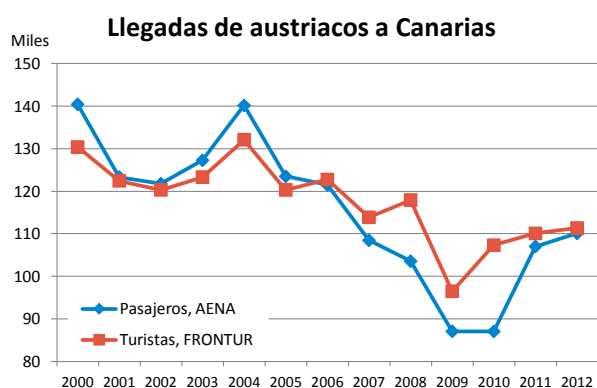
	Austriacos	Total mercados
<b>Nivel de fidelidad</b>		
Turistas repetidores	64,5%	76,2%
Enamorados (más de 10 visitas)	11,4%	15,9%
Intención de visita en prox. 2 años (1-10)	4,50	4,56

### Procedencia de los turistas

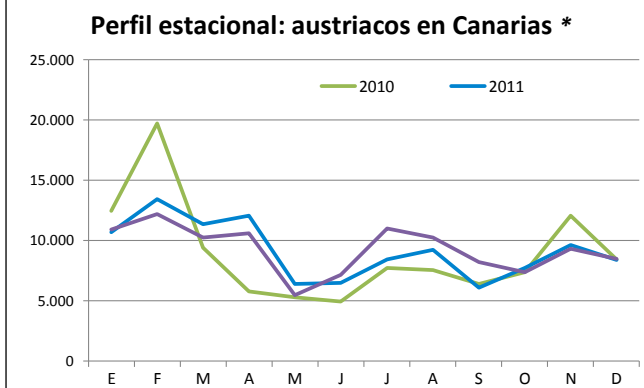
<b>Principales aeropuertos de origen (2012)</b>
Viena Internacional (62,1%), Salzburgo W. A. Mozart (24,1%), Graz Thalerhof (9,4%) y Linz Hoersching (4,4%).

## 2. Importancia del mercado austriaco en Islas Canarias

Afluencia de austriacos a Canarias por islas						
	Canarias	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura	La Palma
<b>Cuota sobre austriacos en España</b>	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Llegada de turistas (pasajeros en vuelos directos desde Austria, AENA)</b>						
2011	107.005	44.538	37.079	7.291	18.097	0
2012	110.064	46.798	36.240	11.257	15.769	0
Diferencia	3.059	2.260	-839	3.966	-2.328	0
Diferencia %	2,9%	5,1%	-2,3%	54,4%	-12,9%	--
<b>Distribución por islas en 2012 (AENA)</b>	100,0%	42,5%	32,9%	10,2%	14,3%	0,0%
<b>Distribución por islas en 2012 (Frontur)</b>	100,0%	38,6%	35,7%	12,1%	11,5%	0,8%
<b>Evolución reciente:</b>						
enero 2012	9.914	4.256	3.709	1.024	925	0
enero 2013	8.430	3.926	2.783	873	848	0
Diferencia	-1.484	-330	-926	-151	-77	0
Diferencia %	-15,0%	-7,8%	-25,0%	-14,7%	-8,3%	--



Fuente: AENA, Frontur



(\*) Turistas austriacos en Canarias (frontur)

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

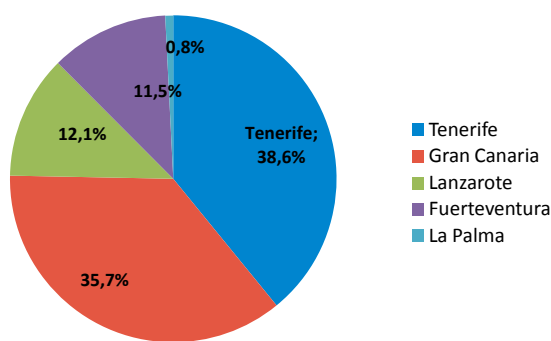
#### Secuencia de visita a las islas

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

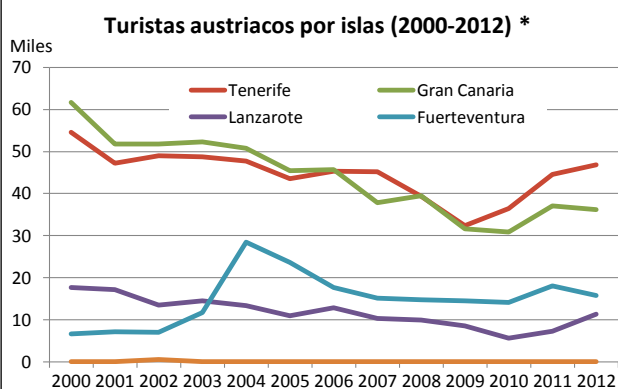
#### Tipos de vacaciones asociadas por el turista a cada isla

- **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%).

#### Distribución de la llegada de turistas por islas (2012) \*

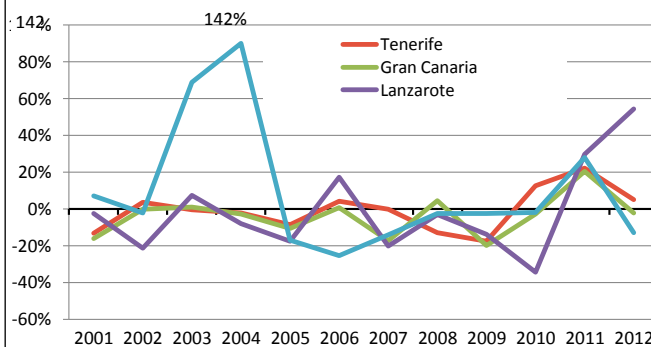


(\*) Turistas austriacos en Canarias (frontur)



(\*) Llegada de pasajeros en vuelo directo procedentes de Austria (AENA)

#### Crecimiento de turistas austriacos por islas (2001-2012) \*



(\*) Crecimiento de pasajeros en vuelo directo procedentes de Austria (AENA)

### 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.

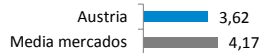
###### Para elegir Canarias frente a otros destinos:

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.

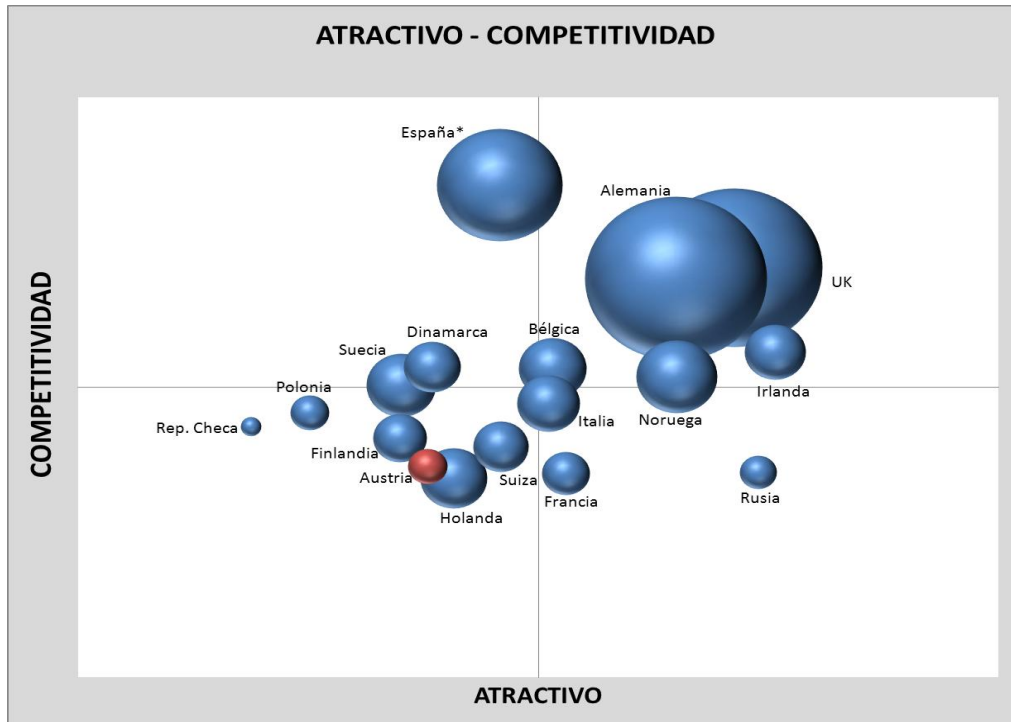


#### Recomendaciones de mejora



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

