

Perfil del turista que visita La Palma (2013)



Los turistas que visitan La Palma representan tan solo el 1% del total que recibe Canarias. Más de la mitad procede de Alemania. Otros mercados emisores, aunque de mucho menor peso, son el peninsular y el británico. Visitan la isla con la intención de descansar, relajarse y estar en contacto con la naturaleza. Aspectos como el clima, los paisajes y la tranquilidad son aspectos que influyen en la elección de La Palma como destino para sus vacaciones. Como alternativas a la isla, valoran otros destinos de Portugal y España.

Reservan el vuelo y la estancia en régimen de solo alojamiento o media pensión a través de un turoperador o una agencia de viajes. Se alojan en hoteles de 4 estrellas o en apartamentos. El 56% de los turistas que viajan a La Palma lo hace en pareja (46% cuando hablamos de toda Canarias). La edad media de los turistas adultos es de 48 años, 5 años por encima del promedio de Canarias. Casi la mitad son empleados de cargos medios o altos. La duración de su estancia en la isla es bastante superior a la del turista medio (10,5 vs. 9,6 días). Asimismo el gasto por viaje es más elevado (1.135€ vs. 1.075€).

El 62% practica senderismo en el destino. Otras de las actividades más frecuentes son las visitas a lugares emblemáticos (39%) y la degustación de la gastronomía local (30%). El 81,3 % de los turistas que viajan a La Palma han estado anteriormente en Canarias. El 97% valora su viaje como bueno o muy bueno.

¿Cuántos viajan?

	La Palma	Canarias
Total turistas	121.652	12.082.473
Turistas extranjeros	104.953	10.591.260
Turistas peninsulares	16.699	1.491.213
Cuota en receptivo de Canarias	1,0%	
Principales mercados emisores:		
Reino Unido	11,6%	30,1%
Alemania	54,0%	22,6%
Península	13,7%	14,4%
Nórdicos	0,1%	12,2%

¿Qué les motiva a viajar a Canarias? (escala 1-10) (2011)

	La Palma	Canarias
Descansar y relajarse	8,4	8,4
Estar en contacto con la naturaleza	8,4	8,2
Evadirse de la rutina diaria	8,2	8,0
Aliviar el stress y la tensión	8,1	6,6
Conocer los volcanes y paisajes volcánicos	8,0	6,3
Conocer lugares nuevos y diferentes	7,3	6,4
Hacer cosas emocionantes	6,0	6,2
Buscar aventuras y placer	5,4	6,4
Confort y buenos hoteles y restaurantes	5,3	6,0
Disfrutar con la familia o amigos	5,2	5,7

¿Cómo nos eligen?

	La Palma	Canarias
Aspectos que influyen en la elección del destino *		
Clima / Sol	79,4%	90,0%
Paisajes	57,7%	20,4%
Tranquilidad / Descanso / Relax	47,4%	39,0%
Oferta de turismo activo	27,2%	4,7%
Calidad del entorno ambiental	14,0%	6,5%
Conocer nuevos lugares	12,1%	14,1%
Playas	9,9%	34,1%
Precio	3,8%	14,3%
Facilidades de traslado	2,8%	8,7%
Seguridad	2,8%	5,2%
Oferta de turismo rural	2,7%	0,9%
Aspectos que les impulsaron a elegir La Palma *		
Conocer Canarias por visitas anteriores	65,5%	63,4%
Recomendación de amigos/familiares	29,8%	34,5%
Información de prensa/revistas/libros	9,0%	4,1%
Asistencia a ferias turísticas	0,9%	0,6%
Catálogo de un turoperador	6,8%	8,9%
Recomendación de agencia de viajes	6,3%	9,6%
Información obtenida en internet	30,8%	25,9%
Vacaciones del IMSERSO	0,5%	0,7%

(*) Pregunta multirespuesta (3 y 2 respuestas respectivamente)

	La Palma	Canarias
¿Quién toma la decisión? (2011)		
Hombre	21,7%	20,0%
Mujer	17,9%	20,0%
Ambos	51,4%	41,2%
Amigos	3,0%	5,7%
Entre varios, incluido yo	4,2%	6,0%
Otros	1,8%	5,9%

¿Cómo se informan sobre el destino? (2011)

	La Palma	Canarias
¿Quién se encarga de buscar información del destino?		
Hombre	30,6%	26,6%
Mujer	26,2%	27,9%
Ambos	32,0%	24,4%
Amigos	4,0%	7,8%
Entre varios, incluido yo	3,8%	5,3%
Otros	3,4%	6,2%
¿Qué redes sociales usan para informarse sobre Canarias?		
Wikipedia	11,0%	7,3%
Tripadvisor	9,4%	10,2%
Otras	5,3%	4,2%
Youtube	4,1%	4,2%

¿Con cuánta antelación reservan su viaje?

	La Palma	Canarias
El mismo día de partida	0,3%	0,7%
De 2 a 7 días	9,2%	9,1%
De 8 a 15 días	12,3%	10,9%
De 16 a 30 días	16,8%	16,8%
De 31 a 90 días	34,4%	32,1%
Más de 90 días	27,0%	30,4%

¿Qué reservan en origen y dónde se alojan?

	La Palma	Canarias
Conceptos pagados en origen		
Sólo vuelo	16,0%	11,9%
Vuelo y alojamiento	34,3%	26,2%
Vuelo, alojamiento y desayuno	7,9%	7,2%
Vuelo + media pensión	27,2%	19,8%
Vuelo + pensión completa	3,4%	4,4%
Vuelo + todo incluido	10,8%	30,0%
Utilización líneas de bajo coste	23,3%	43,3%
Tipo de alojamiento		
Hotel/ Apartahotel 5*	0,0%	7,3%
Hotel/ Apartahotel 4*	39,8%	37,2%
Hotel/Apartahotel 1-2-3*	11,2%	15,5%
Extrahotelero	39,8%	29,9%
Casa propia, de amigos/familiares	5,7%	7,1%
Otros tipos de alojamiento	3,6%	2,9%

Perfil del turista que visita La Palma (2013)

¿Dónde reservan?

Reserva del alojamiento	La Palma	Canarias
Al turoperador	37,3%	41,5%
- A través de su web	74%	77,4%
Al establecimiento directamente	16,8%	14,2%
- A través de su web	74%	80,6%
A una agencia de viajes	25,7%	21,4%
En otro portal de internet	14,6%	14,6%
No le hizo falta	5,6%	8,2%
Reserva del vuelo	La Palma	Canarias
Al turoperador	40,0%	44,0%
- A través de su web	74%	75%
A la compañía aérea	21,4%	25,1%
- A través de su web	96%	96%
A una agencia de viajes	25,9%	20,2%
En otro portal de internet	12,7%	10,7%

¿Con quién viajan?

	La Palma	Canarias
Sin acompañante	12,3%	11,2%
Sólo con la pareja	55,9%	46,2%
Sólo con hijos (menores de 13)	0,4%	1,4%
Pareja + hijos (menores de 13)	7,6%	11,3%
Otros familiares	4,0%	6,4%
Grupo de amigos	5,5%	6,4%
Compañeros de trabajo	0,8%	0,4%

(*) Pregunta multirrespuesta

¿Cómo son?

Sexo y edad	La Palma	Canarias
Distribución por sexo		
Porcentaje hombres	49,4%	49,5%
Porcentaje mujeres	50,6%	50,5%
Intervalos de edad		
Niños (de 1 a 15 años ¹):	n.d.	961.263
Adultos (100%):	151.555	11.150.021
Entre 16 y 24 años	3,6%	9,5%
Entre 25 y 30 años	7,8%	13,7%
Entre 31 y 45 años	31,9%	34,9%
Entre 46 y 60 años	38,8%	26,2%
Mayores de 60 años	17,9%	15,8%
% IMSERSO ²	0,5%	0,7%
Edad media ²	48,3	43,5

Ocupación y nivel de ingresos anual	La Palma	Canarias
Ocupación actual		
Empresarios con o sin asalariados	19,3%	23,4%
Empleados de cargo alto o medio	46,6%	36,2%
Empleados auxiliares y otros	13,4%	17,4%
Jubilados	14,8%	14,2%
Estudiantes, parados, trab. domésticos	5,9%	8,8%
Nivel de ingresos anual en el hogar (€)		
De 12.000 a 24.000€	11,6%	19,0%
De 24.001 a 36.000€	19,8%	20,2%
De 36.001 a 48.000€	17,3%	16,5%
De 48.001 a 60.000€	19,4%	14,8%
De 60.001 a 72.000€	9,0%	8,8%
De 72.001 a 84.000€	6,9%	5,9%
Más de 84.000€	16,0%	14,8%

(1) Estimación a través de FRONTUR. (2) Se refiere a la edad media de los mayores de 16 años.

¿Cuánto gastan?

	La Palma	Canarias
Gasto medio diario (€)	119,92	125,59
. en origen	82,95	87,66
. en Canarias	36,96	37,93
Estancia media	10,5	9,6
Gasto por viaje	1.135	1.075
Facturación total (millones de €)	138	12.983

¿Qué actividades o visitas realizan?

	% turistas
Senderismo	61,6%
Visitas a lugares emblemáticos	38,7%
Degustación de productos típicos	30,1%
Actividades culturales	19,2%
Turismo rural	16,4%

¿Qué importancia tiene el viaje? (2011)

	La Palma	Canarias
Mis vacaciones principales	37,6%	36,7%
Unas vacaciones secundarias	53,7%	49,1%
Visita a familiares y amigos	3,8%	9,7%
Otros	5,0%	4,5%

¿Cómo valoran su viaje?

	La Palma	Canarias
Impresión sobre el viaje		
Buena o muy buena (% turistas)	96,7%	93,3%
Valoración media (escala 1-10)	8,92	8,80
Valoración aspectos y servicios (escala 1 - 10)		
Mejor valorados		
Paisajes	9,12	8,14
Tranquilidad	8,8	8,08
Hospitalidad	8,53	8,41
Peor valorados		
Golf	4,88	6,93
Ambiente nocturno / diversión	5,49	7,31
Parques de ocio	5,79	7,66
Recomendaciones de mejora (2011)		

Turistas repetidores

	La Palma	Canarias
Cuota turistas repetidores	81,3%	76,1%
Enamorados (más de 10 veces)	14,7%	16,5%

Destinos competidores

Tres últimos destinos visitados	
La Palma: Islas Canarias, Francia e Italia.	
Canarias: Islas Canarias, Italia y Asia.	
Destinos alternativos para este viaje:	
La Palma: Portugal, resto de España.	
Canarias: Resto de España, Egipto y América Central.	

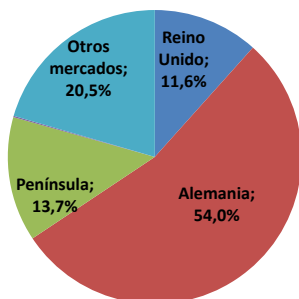
Perfil del turista que visita La Palma (2013)



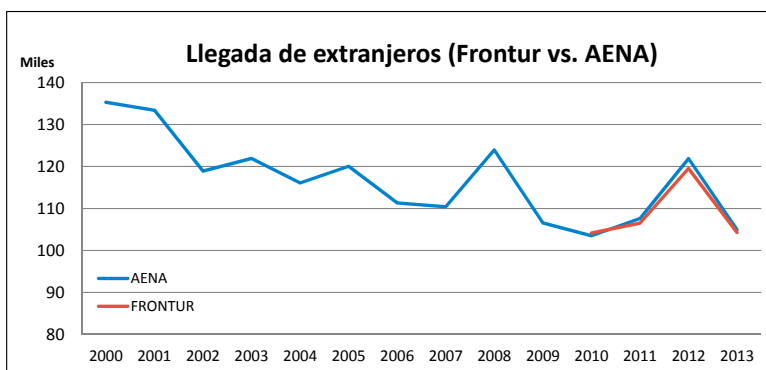
Llegada de pasajeros extranjeros en vuelos directos (AENA) y turistas peninsulares (FRONTUR)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Dif (%) 11-10	Dif (%) 12-11	Dif (%) 13-12
Total extranjero	111.328	110.398	123.958	106.567	103.507	107.635	121.884	104.953	4,0%	13,2%	-13,9%
UK	27	3.353	17.930	14.188	14.875	12.206	18.036	14.169	-17,9%	47,8%	-21,4%
Alemania	83.824	80.139	75.545	67.740	67.407	74.263	80.265	65.692	10,2%	8,1%	-18,2%
Holanda	20.939	19.705	19.734	16.576	14.702	15.585	16.851	18.065	6,0%	8,1%	7,2%
Suecia	0	0	0	0	0	0	1.890	179	--	--	-90,5%
Dinamarca	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Finlandia	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Noruega	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Irlanda	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Bélgica	4.620	3.489	2.257	4.562	4.748	5.581	4.842	5.289	17,5%	-13,2%	9,2%
Italia	1.418	2.460	995	0	0	0	0	0	--	--	--
Austria	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Francia	0	0	0	0	0	0	0	1.343	--	--	--
Suiza	0	1.252	7.139	3.501	1.773	0	0	0	-100,0%	--	--
Rep. Checa	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Rusia	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Polonia	0	0	0	0	0	0	0	0	--	--	--
Resto	500	0	358	0	2	0	0	216	-100,0%	--	--
Península	48.770	57.466	39.739	35.345	21.836	16.925	17.068	16.699	-22,5%	0,8%	-2,2%

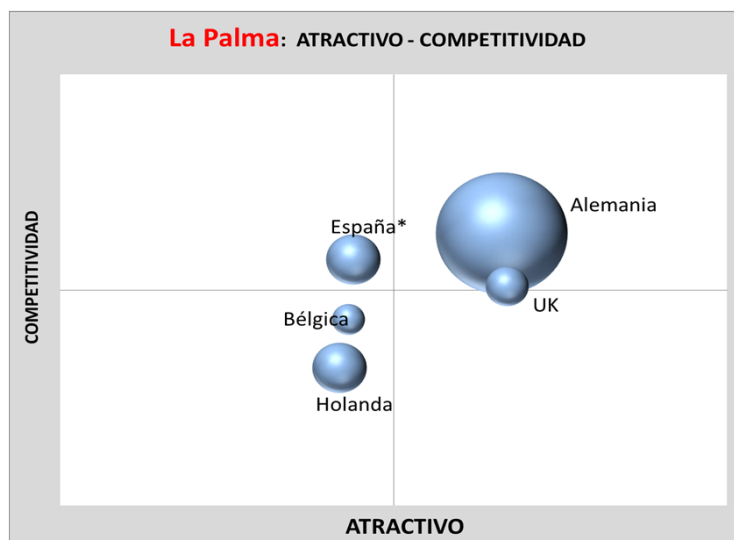
Distribución de pasajeros según procedencia (2013)



Evolución de las llegadas de turistas extranjeros (2000-2013)



Mapa de atractivo y competitividad de los principales mercados emisores de Islas Canarias (2011)



Perfil del turista que visita La Palma (2013)

Notoriedad e imagen de Islas Canarias (estudio realizado en 2011)

Islas

Secuencia de visita a las islas

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

Asociación de vacaciones por islas

- La Palma: descanso y tranquilidad y espacio rural.
- Tenerife: ocio nocturno y ocio activo.
- Gran Canaria: ocio nocturno y ocio activo.

Imagen global

Imagen global (escala 1-10)



Imagen afectiva

Imagen afectiva del destino Canarias

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

Imagen funcional (en comparación con competidores)

Imagen funcional de Canarias (escala 1-10)

- **Aspectos mejor valorados:** sesación de naturaleza (8,36), paisajes (7,98), menos masificación (7,72) y seguridad (7,51).
- **Aspectos peor valorados:** ambiente nocturno (3,85), playas (4,21), compras (4,50), oferta deportiva (4,58) y lujo (4,59).

Comparación de imagen: turista en destino vs turista en origen:

- **Supera las expectativas:** menos masificación, seguridad personal, paisajes, limpieza, medioambiente y hospitalidad.
- **No cubre las expectativas:** peores playas, peor ambiente nocturno, peor oferta deportiva y peores accesos.

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

- **Mejor imagen del repetidor:** clima, sensación de libertad, variedad, estilo de vida, fama, destino de moda y seguridad.
- **Peor imagen del repetidor:** peor ambiente nocturno, peor oferta deportiva, menos limpieza y menos desarrollo general.

Familiaridad

- **Aspectos más familiares:** ambiente, gente y forma de vida.
- **Aspectos menos familiares:** gastronomía, inseguridad e idioma.

¿Qué conceptos se asocian a la imagen de cada una de las islas?

Asociaciones hechas por los turistas de La palma sobre La Palma:



Sobre Tenerife:	Teide	21,6%
	Masificado	16,1%
	Turismo	11,3%
Sobre Lanzarote:	Volcanes	26,6%
	Playas	9,0%
	Impresionante	7,3%
	César Manrique	7,3%
Sobre Fuerteventura:	Playas	35,6%
	Viento	11,0%
	Arena	8,4%
Sobre Gran Canaria:	Masificado	17,7%
	Turismo	12,5%
	Playas	12,1%
Sobre La Gomera:	Naturaleza	27,1%
	Tranquilidad	15,1%
	Senderismo	12,0%
Sobre El Hierro:	Pequeño	25,5%
	Tranquilidad	24,5%
	Naturaleza	21,7%

Asociaciones hechas sobre La Palma por:

Turistas del resto de islas:



Turistas de Tenerife:	Vegetación	15,8%
	Naturaleza	11,3%
	Tranquilidad	7,5%
Turistas de Lanzarote:	Naturaleza	24,5%
	Sol	15,1%
	Belleza	15,1%
Turistas de Fuerteventura:	Senderismo	20,0%
	Vegetación	17,3%
	Naturaleza	9,3%
Turistas de Gran Canaria:	Naturaleza	19,6%
	Verde	16,8%
	Senderismo	13,0%