

canarias
OBJETIVO de PROGRESO



Unión Europea

Fondo Europeo
de Desarrollo Regional

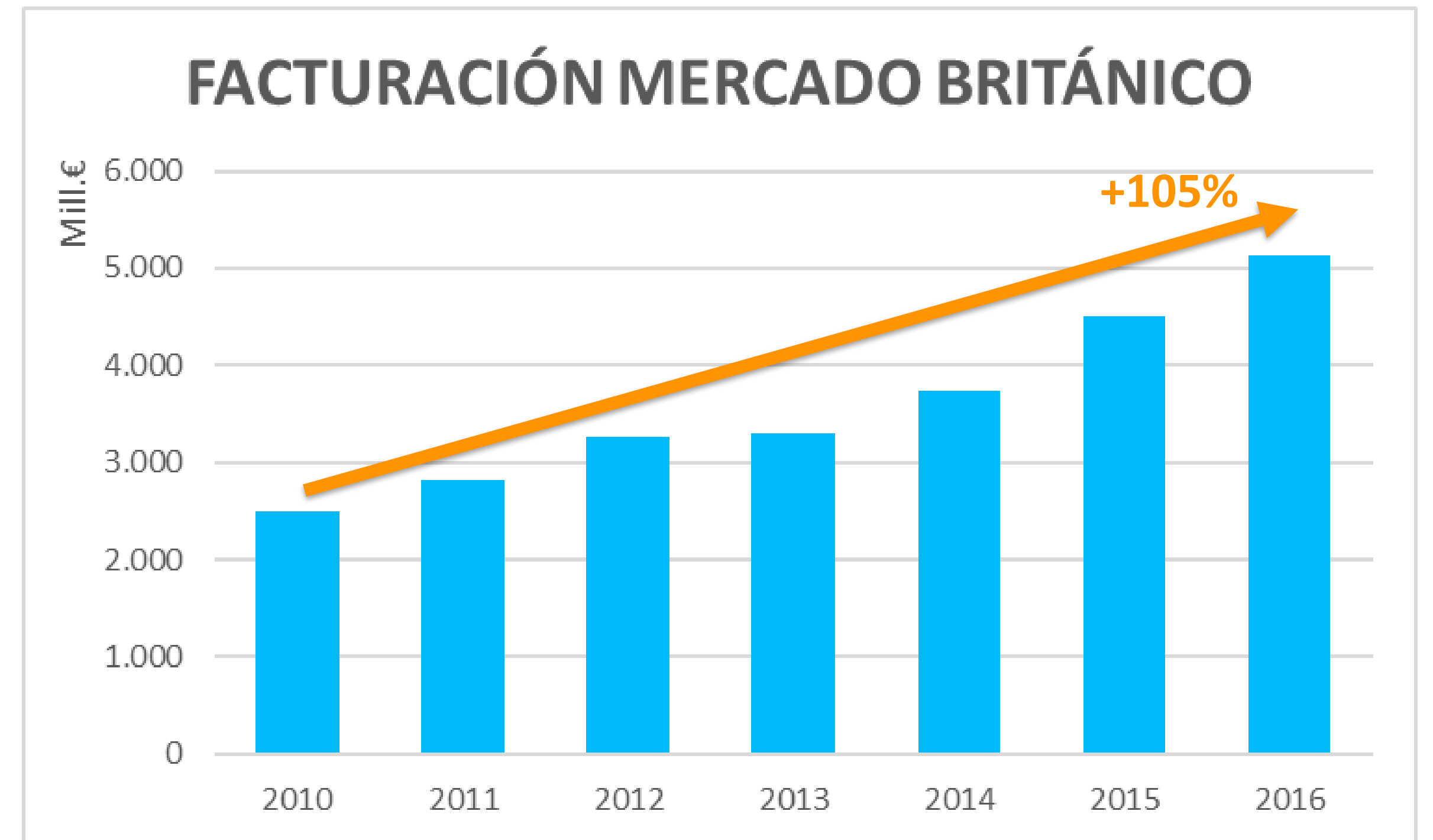
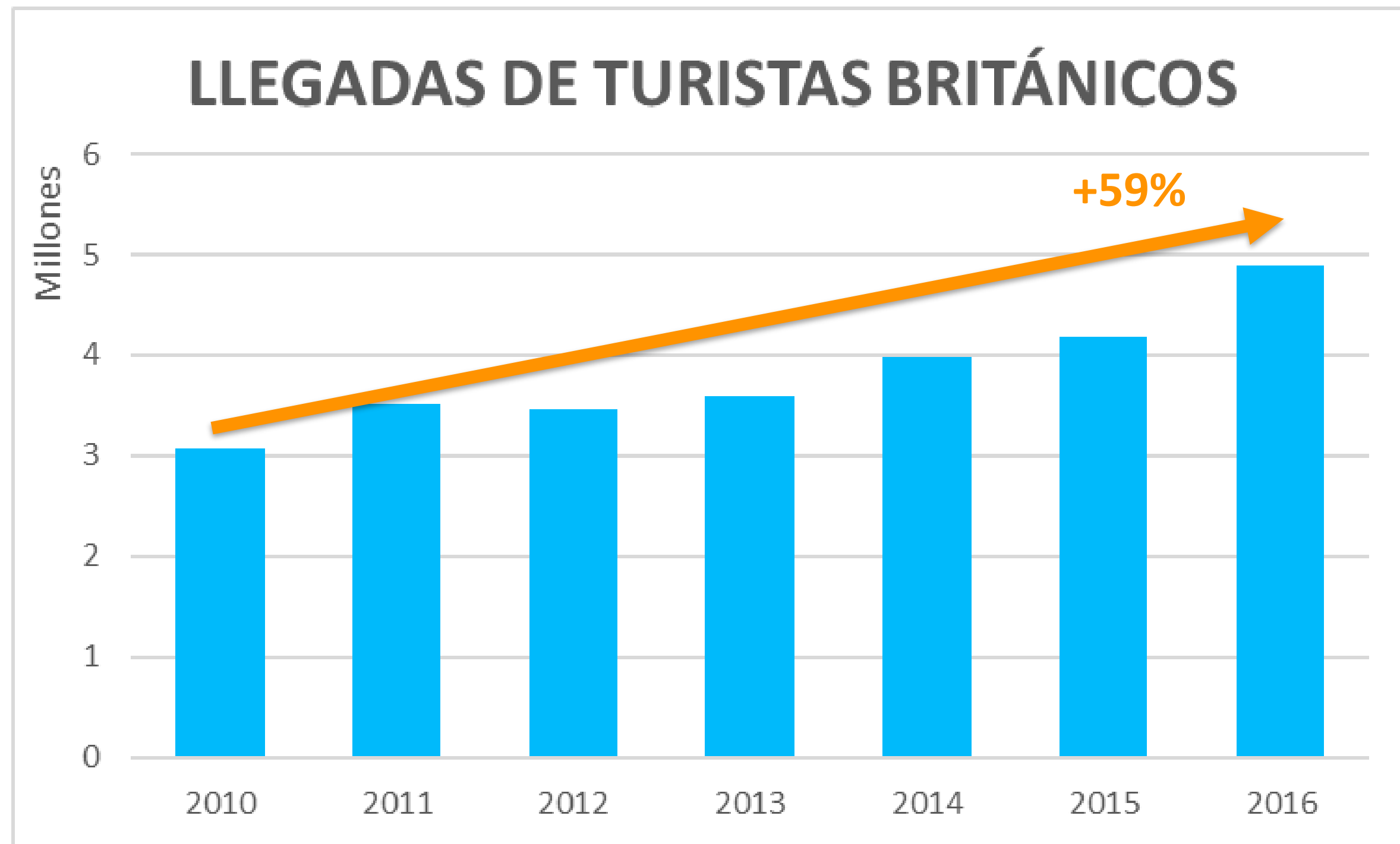


Gobierno
de Canarias

promotur.
TURISMO DE CANARIAS

LA IMAGEN DE MARCA DE ISLAS CANARIAS EN REINO UNIDO

EL TURISMO BRITÁNICO EN CANARIAS HA CRECIDO UN 59% DESDE EL AÑO 2010







METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

19 países

30.095

encuestas

1.722

en Reino Unido

CON LA COLABORACIÓN DE:

ISTAC

ULPGC

METODOLOGÍA

Versión del_07_Español

ENCUESTARIO TRACKING CANARIAS (ES)

ARGUMENTARIO LLAMADA:
Buenos días/tardes. _____ y le llamo del Instituto de Estadística. Estamos realizando un estudio a nivel europeo sobre viajes turísticos y querríamos saber si sería tan amable de colaborar con nosotros con una pequeña encuesta.
> SI NO ACEPTA, INTENTAR INCENTIVARLE CON EL SORTEO DEL VIAJE
> SI ACEPTA PARTICIPAR SEGUIMOS CON EL ARGUMENTARIO:
Al final de la encuesta, por su amable colaboración, podrá participar en el sorteo de un viaje turístico para dos personas en el que se incluyen pasajes y estancia con desayuno en un hotel de cuatro estrellas. Con ese objetivo le comunicaremos por medios electrónicos las bases del concurso, y le solicitaremos la aceptación formal para la participación en el mismo.

DEMOGRÁFICAS

D1. Dígame por favor, ¿qué edad tiene usted?
-7 años: años
Si D1 < 18 -> FIN DE ENTREVISTA

D2. Me podría indicar, ¿cuál es su sexo?
ENCUESTADOR(A): NO LEER.
-7: Ni/Nc
-8: Hombre
-9: Mujer

POBLACIÓN TURÍSTICA

SI PAIS <> ESPAÑA -> IR A Q1

Q0a ESP. ¿Cuál es su Comunidad Autónoma de nacimiento?
 C.C.A.A. de nacimiento (-7.Nu/Nc)
Si Q0a ESP = 05 -> Fin de la entrevista

Q0b ESP. SÓLO PARA MÚJULES: ¿Cuál es su Comunidad Autónoma de residencia?
 C.C.A.A. de residencia (-7.Nu/Nc)
Si Q0b ESP = 05 -> Fin de la entrevista

Página 1 de 5

Q3 a. Por favor, indique los destinos turísticos en los que ha disfrutado sus tres últimas vacaciones en el extranjero, comenzando por el más reciente.
Q3 b. Indique aquel destino (sólo uno) que más le gustó de los tres anteriores.

Q3_a_1 Q3b
Q3_a_2
Q3_a_3

Q4. Indique qué webs o redes sociales, suele utilizar para informarse sobre su destino de viaje
ENCUESTADOR(A): HACER SUGERENCIAS COMO
- ¿Web? ¿Cuáles?
- ¿Redes sociales? ¿Cuáles?
- ¿Agencias o operadores online? ¿Cuáles?
- ¿Reservas? ¿Cuáles?
 No utiliza internet o redes sociales

Q4_1
Q4_2
Q4_3
Q4_4
Q4_5
Q4_6
Q4_7
Q4_8
Q4_9
Q4_10

Q5. De la siguiente lista de motivos, por favor, indique en qué grado le influyen para elegir su destino de vacaciones, donde 1 indica ninguna influencia y 5 mucha influencia

-7: Ni/Nc
1=ninguna influencia
2=may poca influencia
3=poca influencia
4=alguna influencia
5=mucha influencia

Q5_1 Conocer lugares nuevos y diferentes
Q5_2 Evadime de la rutina diaria
Q5_3 Descansar y relajarme
Q5_4 Hacer cosas emocionantes y activas
Q5_5 Buscar diversión y entretenimiento

Q6. Normalmente, cuando realiza vacaciones, ¿qué opción es la que mejor describe su grupo de viaje? MARCAR SOLO UNO.
 Ni/Nc
 Viajo solo
 Sólo en compañía de mi pareja
 Con mi familia y con niños menores de 14 años
 Con mi familia y sin niños menores de 14 años
 Con mi pareja y amigos
 Con amigos
 Otros

Q16. Estamos analizando el destino "Islas Canarias". Cuando le nombre "Islas Canarias", ¿cuáles son las primeras ideas que le vienen a la mente?
Q16_1
Q16_2
Q16_3

Q7. En una escala de 1 a 10, en la que 1 significa "lo conozco muy poco" y 10 significa "lo conozco mucho", ¿cuál diría usted que es el grado de conocimiento que tiene de dicho destino?

1. Lo conozco muy poco
10. Lo conozco mucho
-7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10

Página 2 de 5

COOPERACIÓN ESTADÍSTICA ENCUESTA SEGUIMIENTO MARCA TURÍSTICA DE CANARIAS (TRACKING) Apuntes metodológicos



Diseño cuestionario
Diseño muestral
Trabajo de campo
Validación e imputación
Elevación y calibrado
Análisis

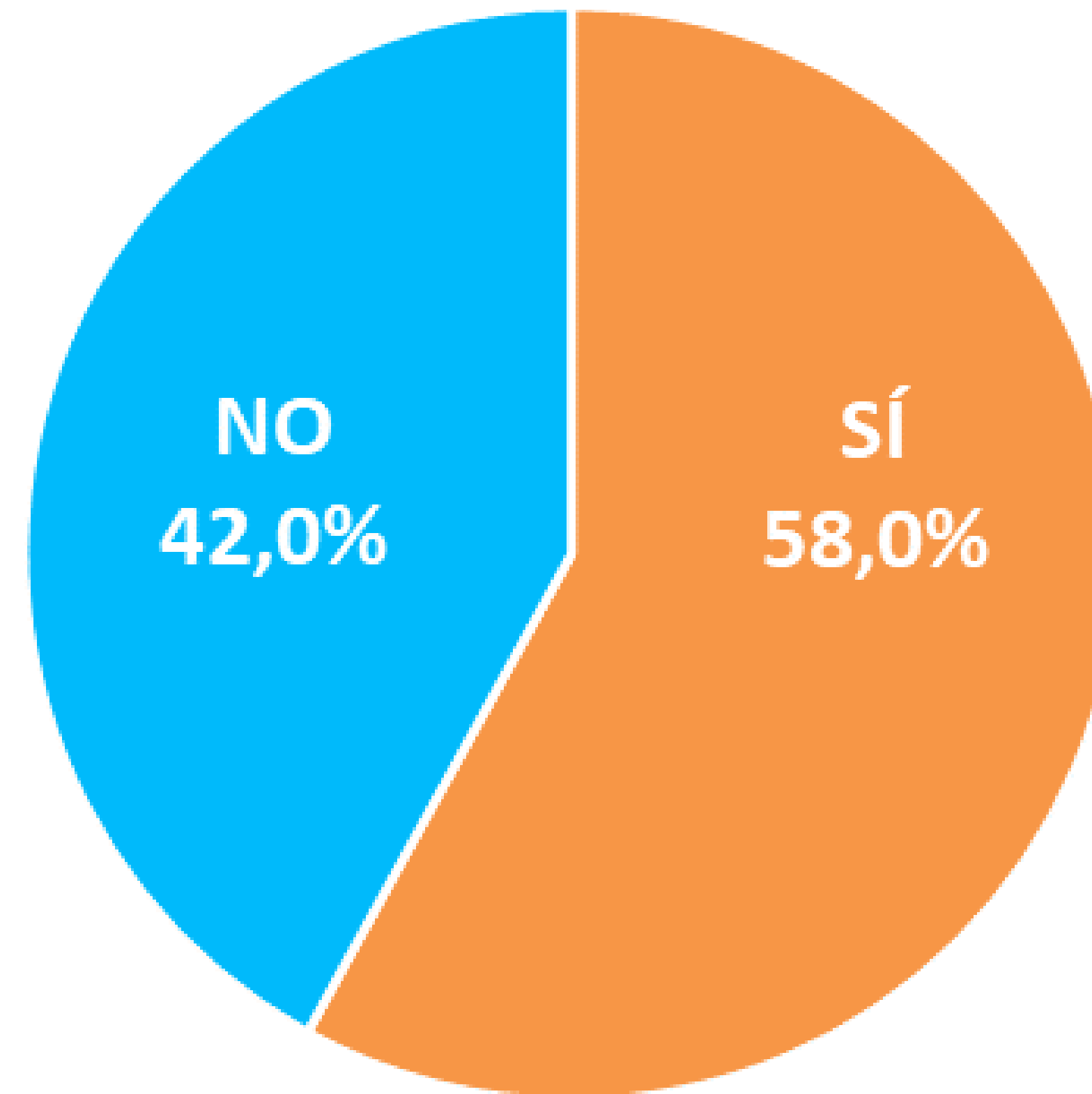
- Consulta el cuestionario en español [AQUÍ](#) -



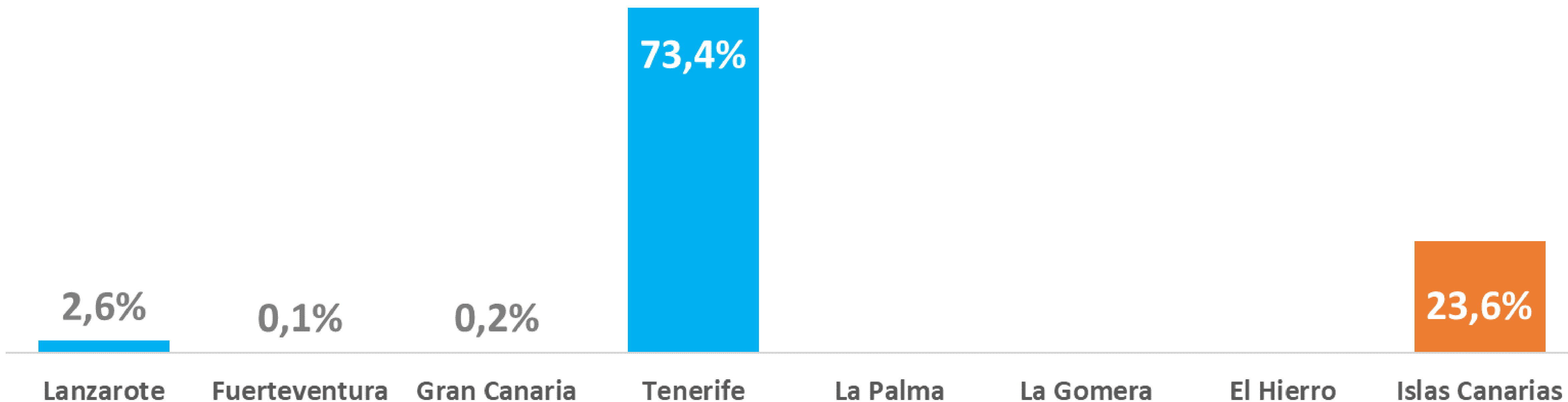
PRINCIPALES RESULTADOS IMAGEN Y NOTORIEDAD



EL 58% DE LA POBLACIÓN BRITÁNICA HA VIAJADO AL EXTRANJERO EN LOS ÚLTIMOS 3 AÑOS

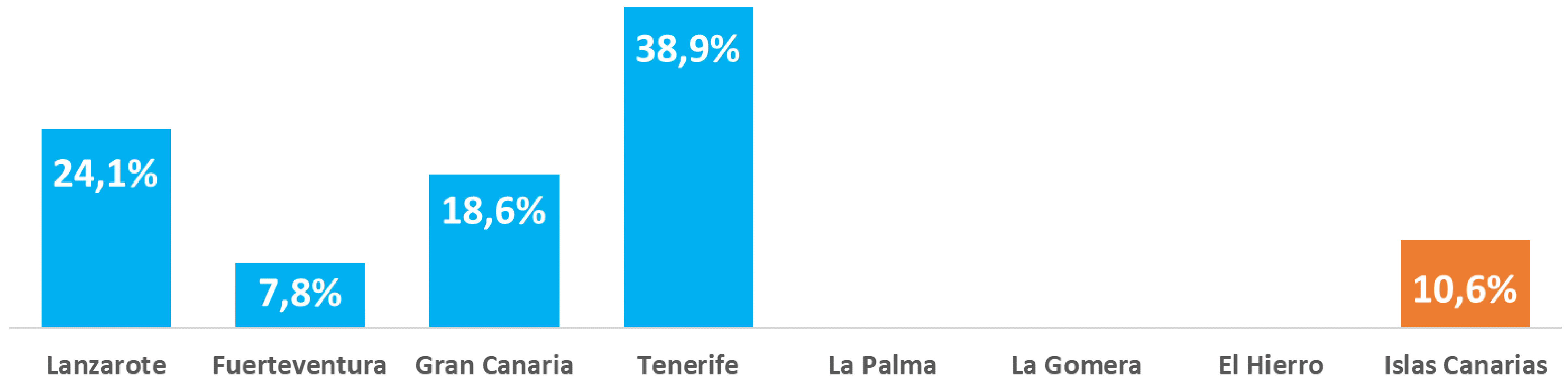


MENCIONES POR ISLAS CUANDO CANARIAS ES EL DESTINO IDEAL



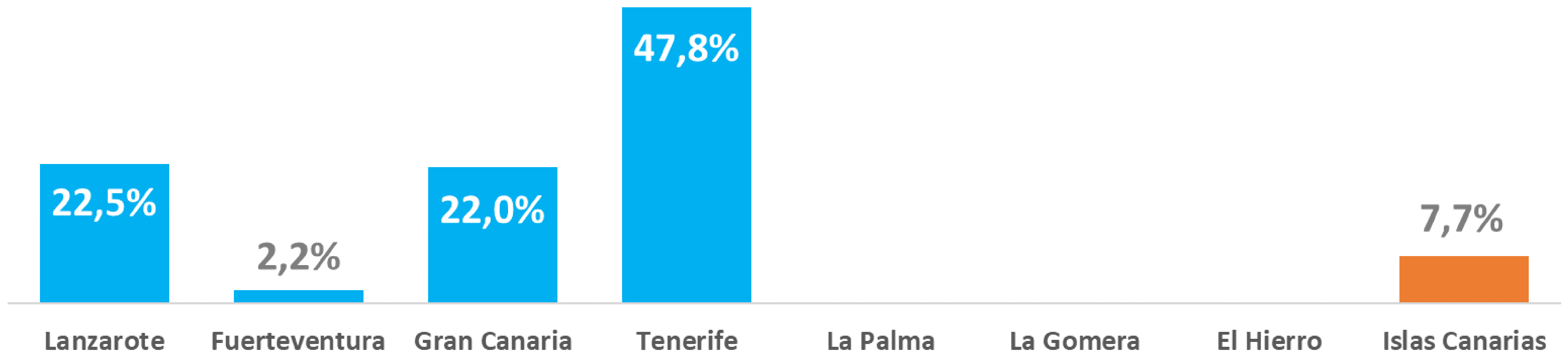
Base: Población viajera que ha indicado que Canarias es su destino ideal.

MENCIONES POR ISLAS CUANDO CANARIAS ESTÁ ENTRE LOS TRES ÚLTIMOS DESTINOS VISITADOS



Base: Población viajera que ha indicado que Canarias es uno de sus tres últimos destinos visitados.

MENCIONES POR ISLAS CUANDO CANARIAS ES EL DESTINO FAVORITO ENTRE LOS TRES ÚLTIMOS DESTINOS VISITADOS

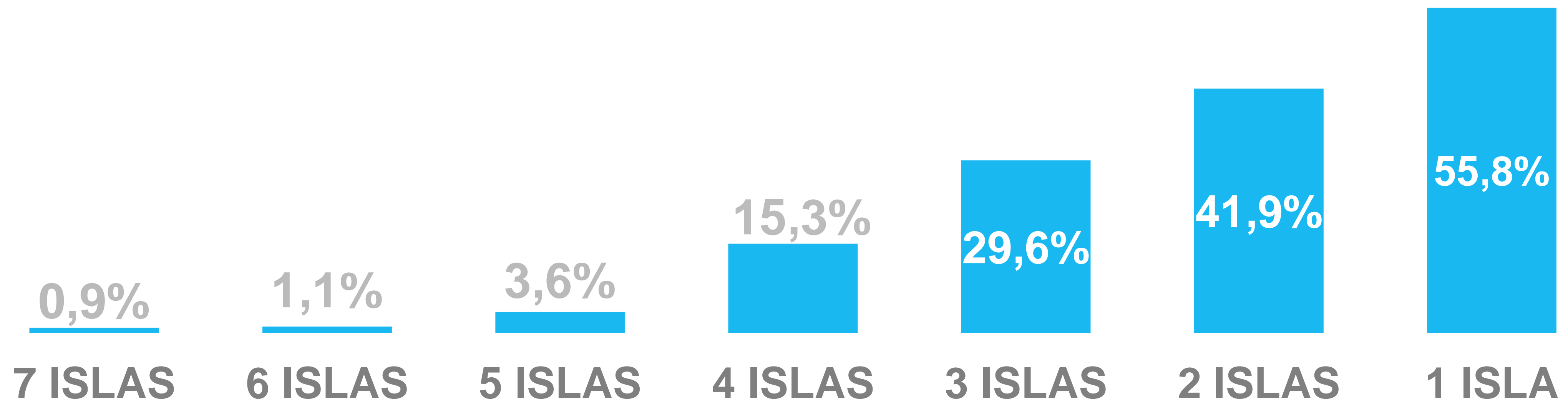


Base: Población viajera que ha indicado que Canarias es su destino favorito entre los tres últimos visitados.

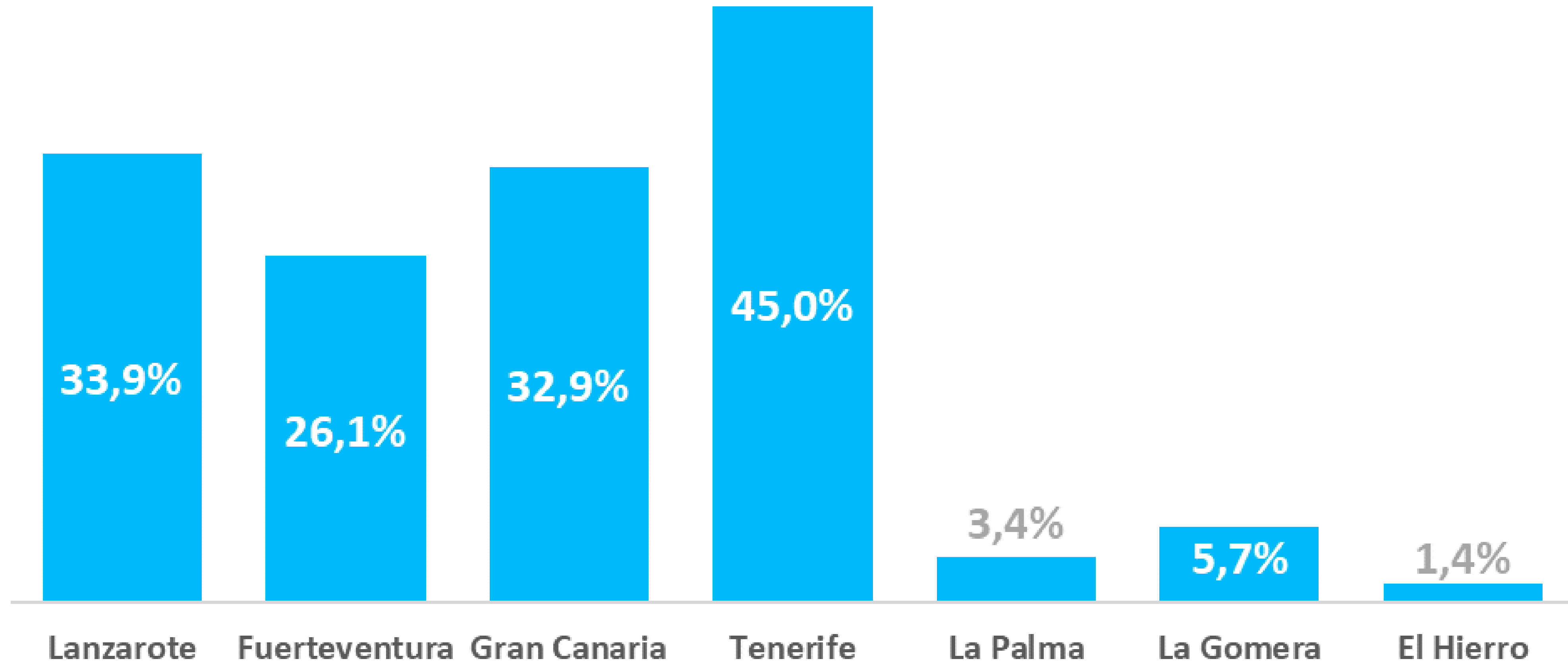


NOTORIEDAD E IMAGEN

EL GRADO DE CONOCIMIENTO SUBJETIVO DE ISLAS CANARIAS ES 3,82/10, MIENTRAS QUE EL 56% ES CAPAZ DE NOMBRAR AL MENOS UNA ISLA

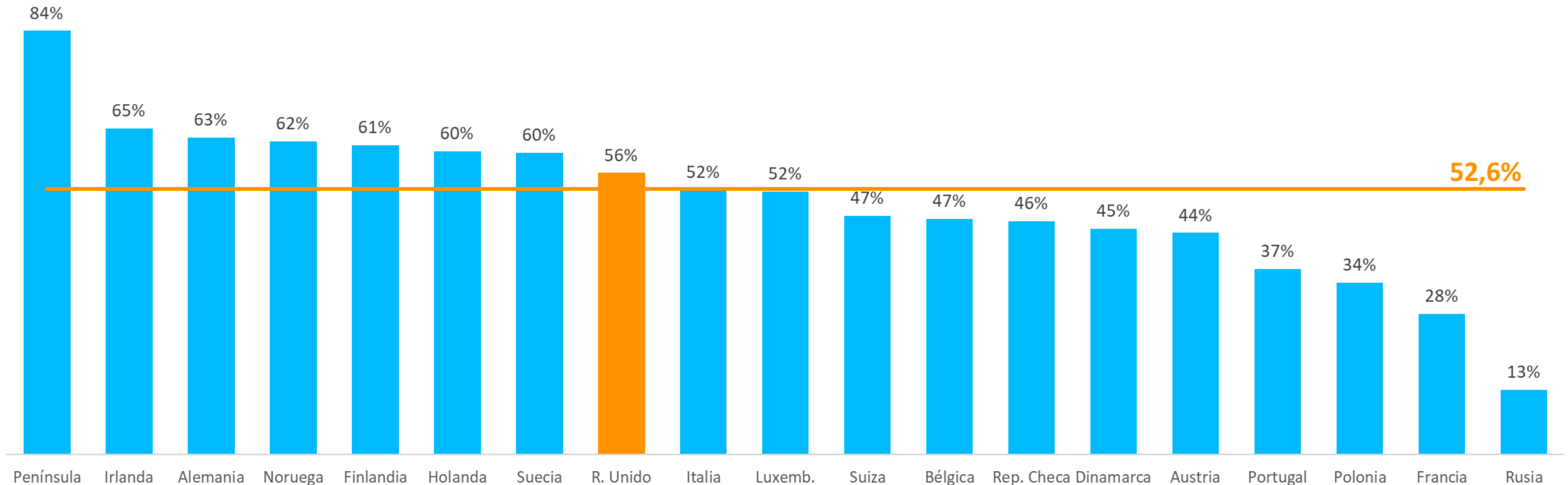


ISLAS RECORDADAS



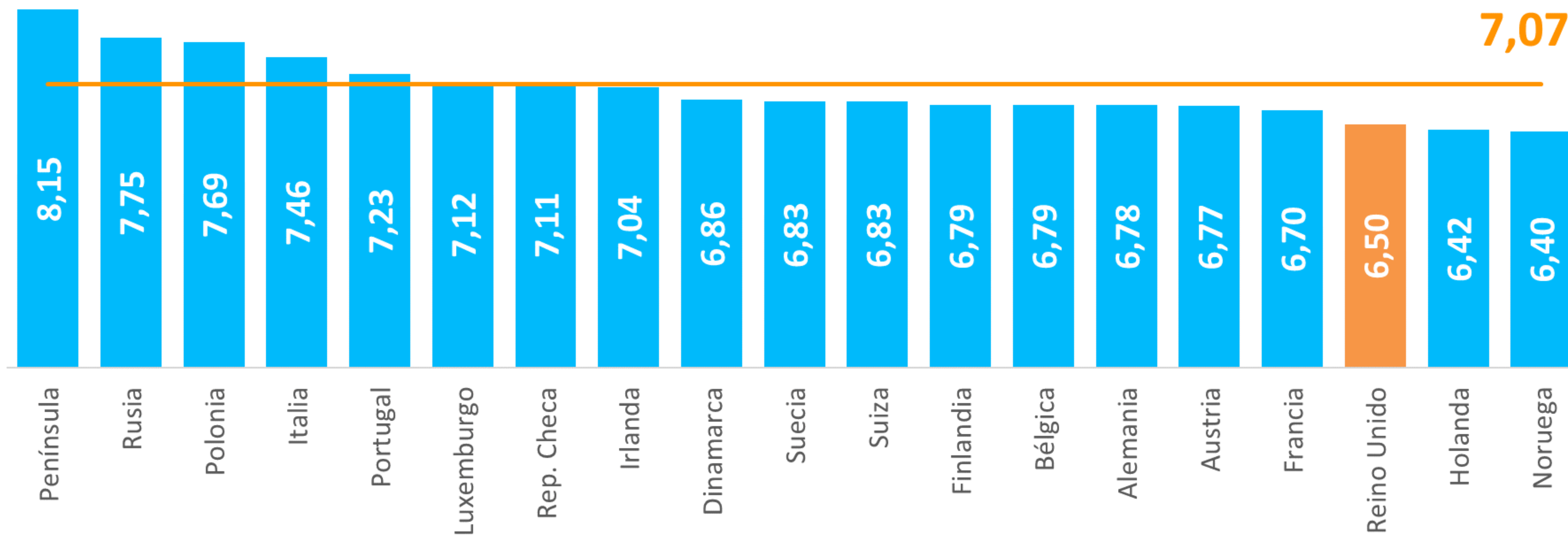
Q8. ¿Podría decir el nombre de las diferentes islas de Canarias de las que se acuerda en este momento? (Pregunta abierta). **Base:** Población viajera.

CONOCIMIENTO OBJETIVO SEGÚN MERCADOS



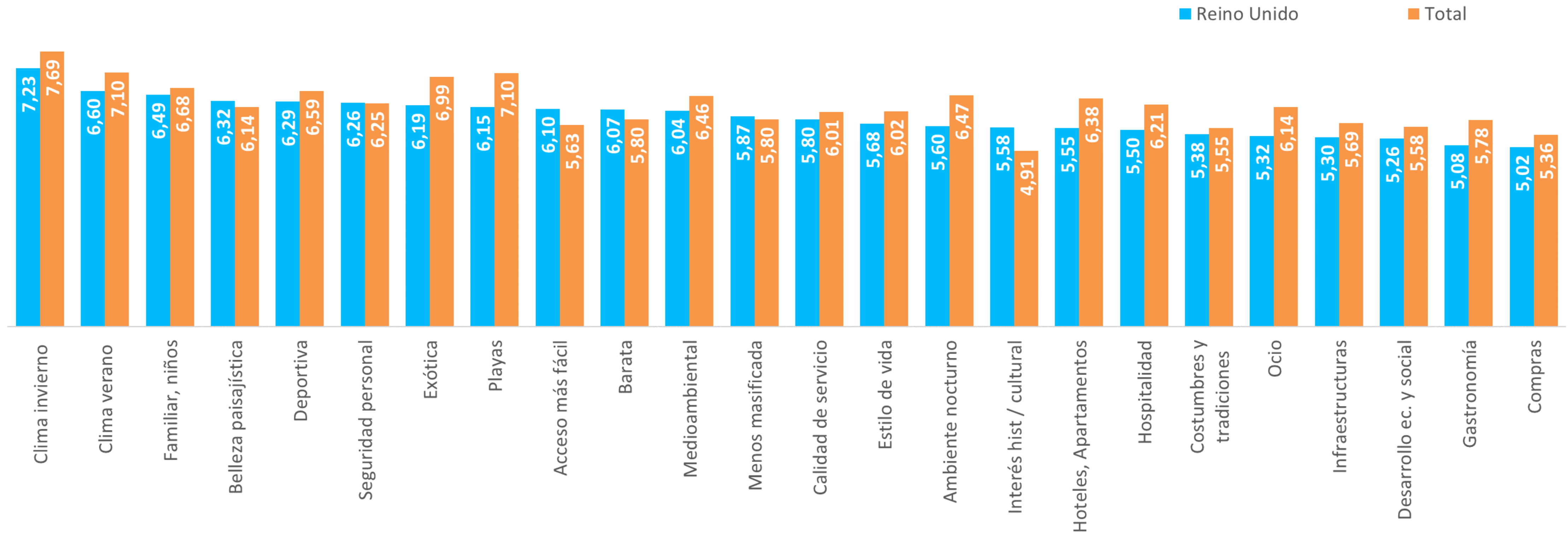
Q8. ¿Podría decir el nombre de las diferentes islas de Canarias de las que se acuerda en este momento? (Pregunta abierta). En el gráfico % de población viajera que recuerda el nombre de, al menos, una isla. **Base:** Población viajera.

IMAGEN GLOBAL ISLAS CANARIAS SEGÚN MERCADOS



Q18. Desde un punto de vista general, ¿cómo de positiva o negativa es la imagen que usted tiene de Islas Canarias, sabiendo que 1 indica una imagen muy negativa y 10 muy positiva? **Base:** Población viajera.

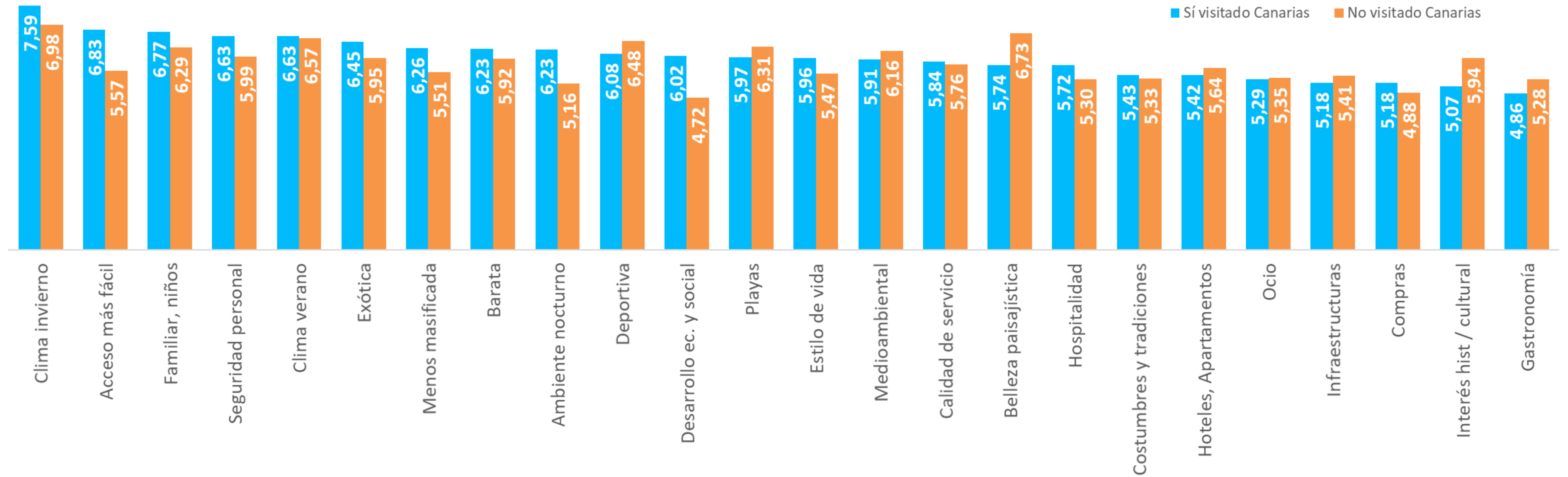
IMAGEN COGNITIVA (comparada)



Q17. Comparando Islas Canarias con el destino que más le ha gustado en sus recientes vacaciones, indique en qué grado usted cree que estas afirmaciones¹ coinciden con su opinión, donde 1 indica totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo con la afirmación. **Nota:** se ha reescalado a 1-10. **Base:** Población viajera.

(1) Para ver las respuestas literales consulte el cuestionario en el apartado Metodología.

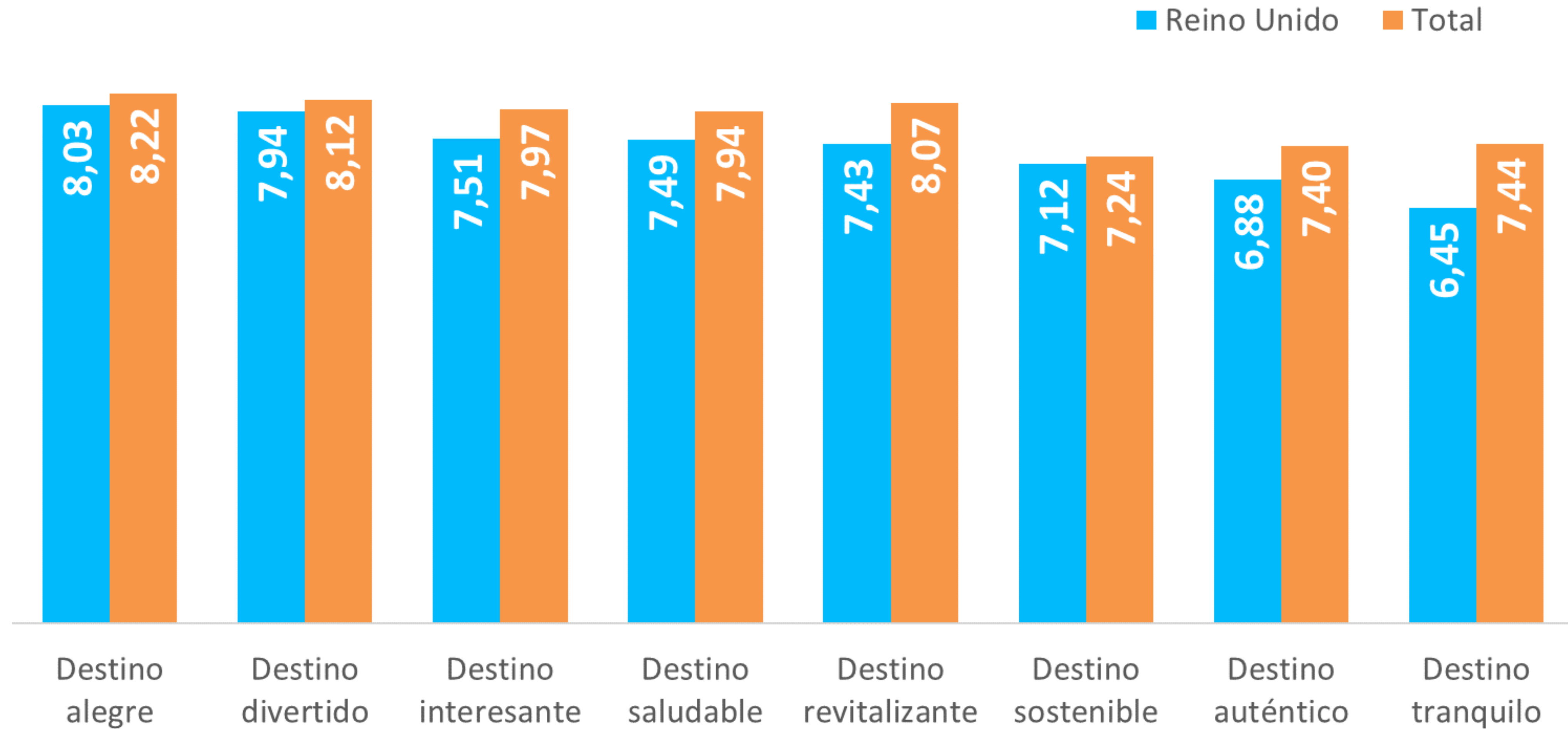
IMAGEN COGNITIVA SEGÚN SI HAN ESTADO / NO EN CANARIAS



Q17. Comparando Islas Canarias con el destino que más le ha gustado en sus recientes vacaciones, indique en qué grado usted cree que estas afirmaciones¹ coinciden con su opinión, donde 1 indica totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo con la afirmación. **Nota:** se ha reescalado a 1-10. **Base:** Población viajera.

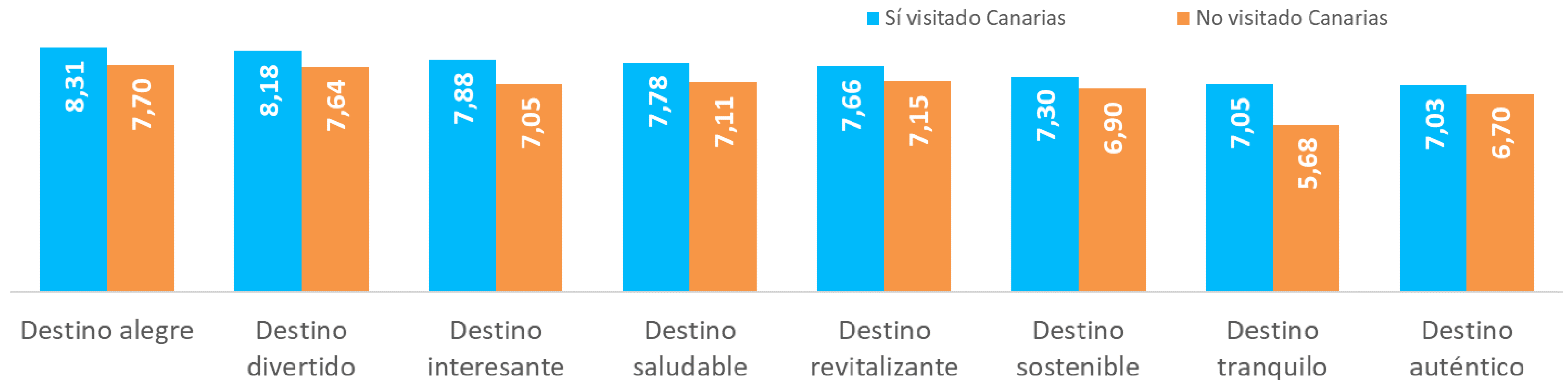
(1) Para ver las respuestas literales consulte el cuestionario en el apartado Metodología.

IMAGEN AFECTIVA



Q19. Por favor, indique en qué medida está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre las Islas Canarias, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. **Nota:** se ha reescalado a 1-10.
Base: Población viajera.

IMAGEN AFECTIVA SEGÚN SI HAN ESTADO / NO EN CANARIAS



Q19. Por favor, indique en qué medida está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre las Islas Canarias, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo. **Nota:** se ha reescalado a 1-10.
Base: Población viajera.

ASOCIACIONES LIBRES Y MOTIVACIONES



ASOCIACIONES LIBRES POR ISLAS



LANZAROTE



NS/NC: 52% población viajera

Q20. Indique una palabra, idea o sentimiento con la que relaciona cada isla (Pregunta abierta).

EL HIERRO



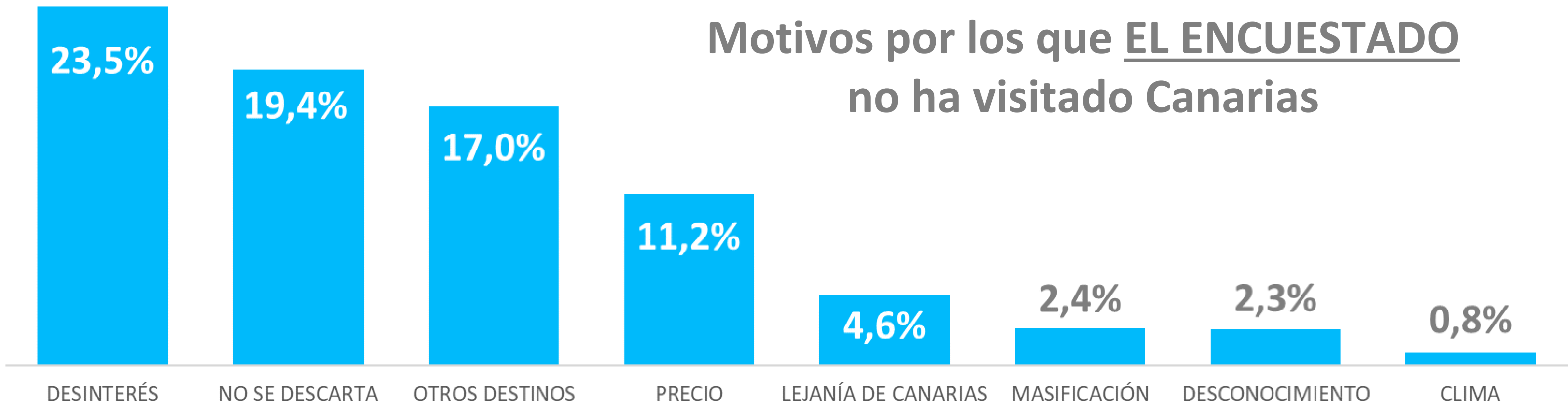
NS/NC: 81% población viajera

Q20. Indique una palabra, idea o sentimiento con la que relaciona cada isla (Pregunta abierta).



VARIABLES DE COMPORTAMIENTO

FALTA DE INTERÉS, EL PRINCIPAL MOTIVO PARA NO ELEGIR CANARIAS



LA LEJANÍA DE CANARIAS TAMBIEN ES OTRA IMPORTANTE BARRERA A LA COMPRA



Q14a. En su opinión, ¿Por qué cree que hay personas que viajan a otros destinos de sol y playa, en lugar de a las Islas Canarias? (Pregunta abierta).

Base: población viajera que ha visitado Islas Canarias (excluyendo "no contesta").

FUENTES DE INFORMACIÓN



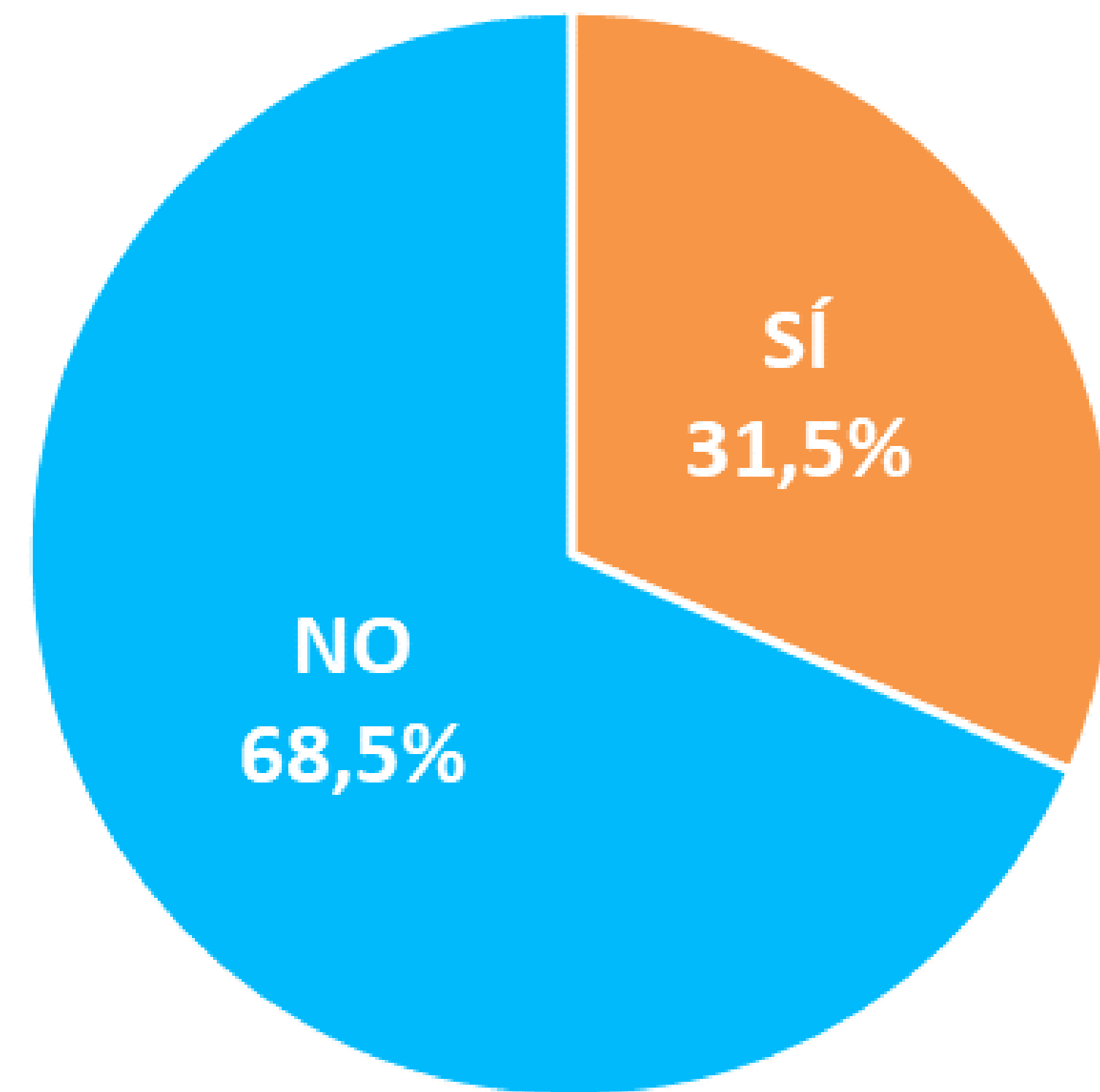
TRIPADVISOR, PRINCIPAL MEDIO DE INSPIRACIÓN Y PLANIFICACIÓN



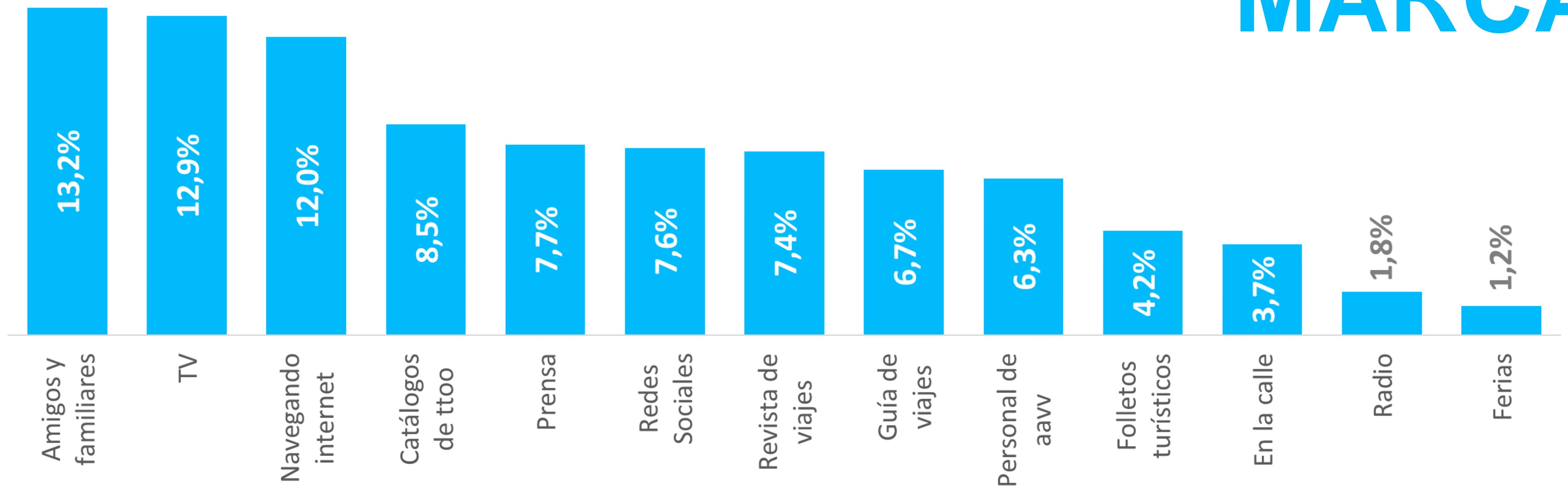
* Sin especificar página.

Q4. Indique qué web o redes sociales suele utilizar para informarse sobre su destino de viaje. (Pregunta abierta).

EL 31,5% DE LA POBLACIÓN VIAJERA BRITÁNICA ES IMPACTADA POR LAS ISLAS CANARIAS



AMIGOS/FAMILIA, TV E INTERNET PRINCIPALES FUENTES DE IMPACTO DE LA MARCA

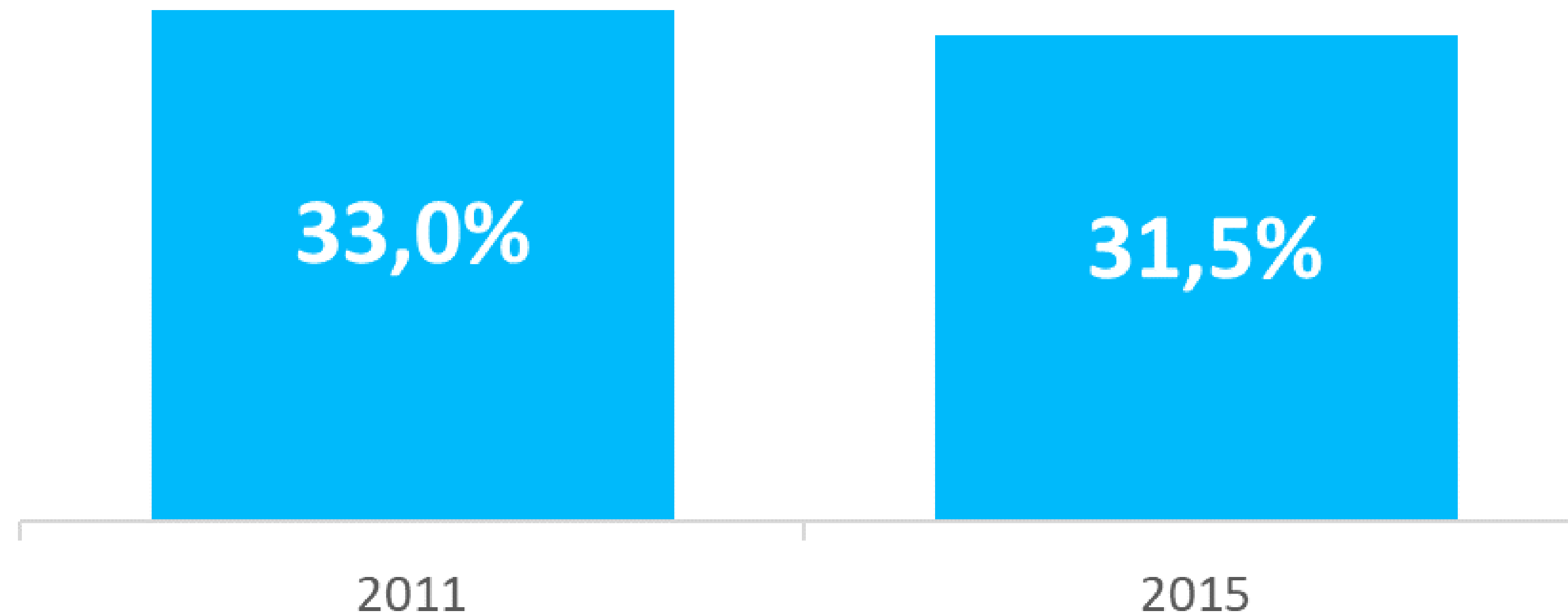


Q10. Indíquenos, por favor, en cuales de los siguientes medios ha visto u oído información o publicidad de las Islas Canarias en los últimos dos años. **Base:** población viajera.

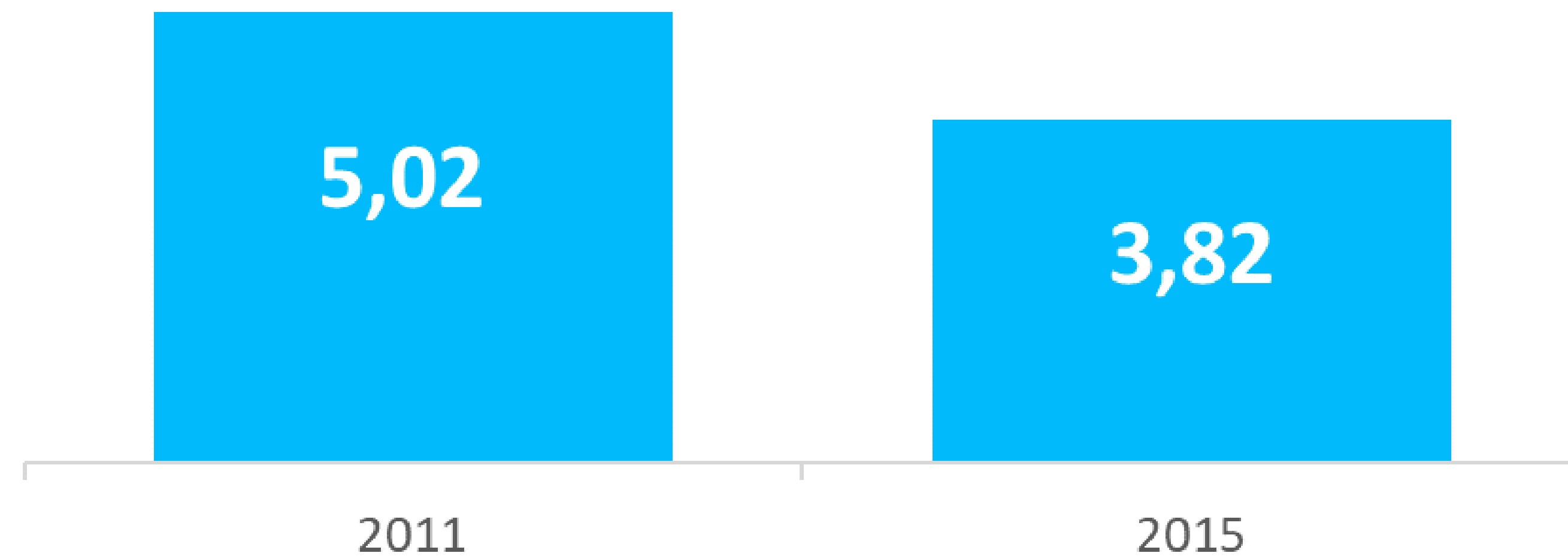


EVOLUCIÓN DE MARCA 2011-2015

DISMINUYE EL % DE POBLACIÓN VIAJERA BRITÁNICA IMPACTADA POR ISLAS CANARIAS

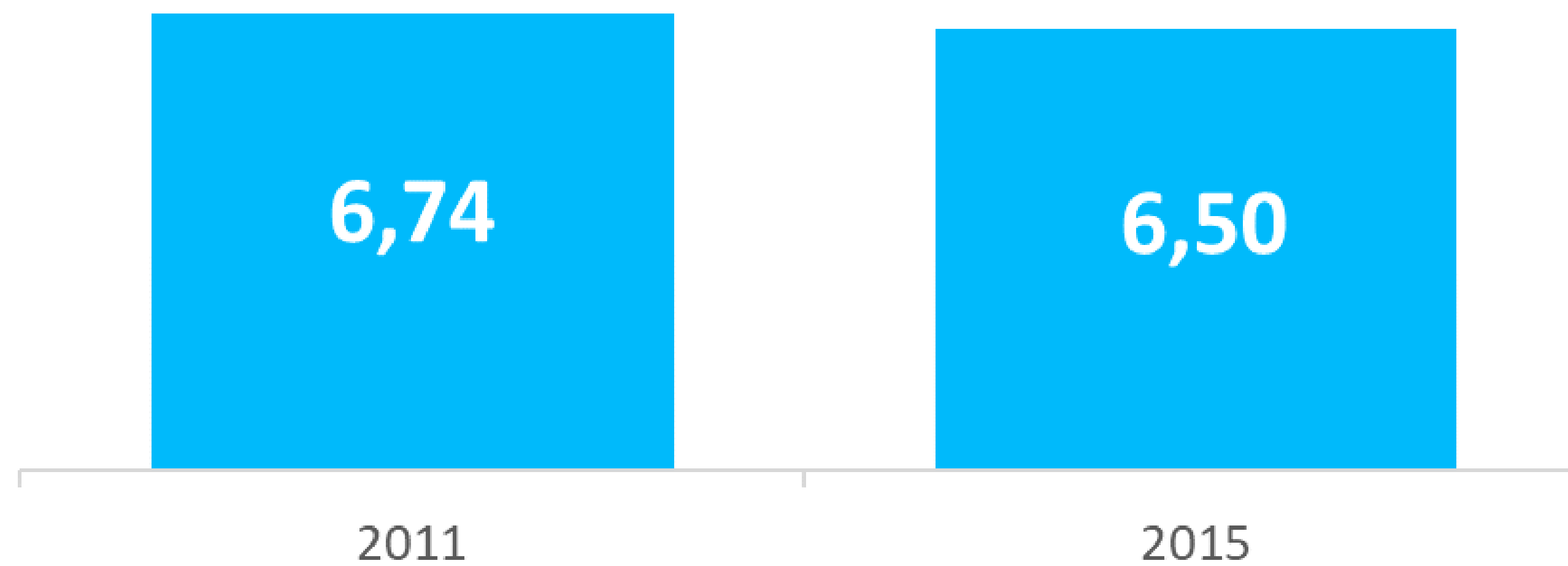


EMPEORA EL CONOCIMIENTO SUBJETIVO



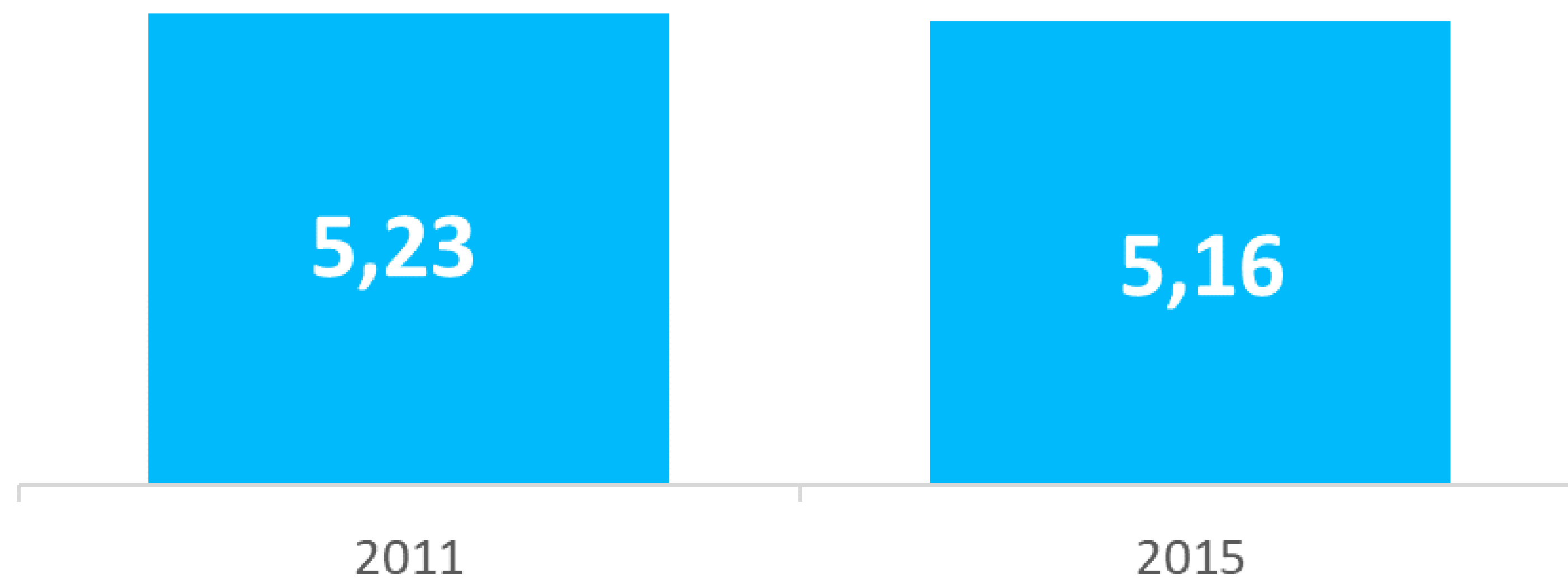
Q7. En una escala de 1-10, en la que 1 significa "lo conozco muy poco" y 10 significa "lo conozco mucho", ¿cuál diría usted que es el grado de conocimiento que tiene de Islas Canarias? **Base:** población viajera.

DESCIENDE LA IMAGEN GLOBAL DE ISLAS CANARIAS



Q18. Desde un punto de vista general, ¿cómo de positiva o negativa es la imagen que usted tiene de Islas Canarias, sabiendo que 1 indica una imagen muy negativa y 10 muy positiva? **Base:** población viajera.

Y DISMINUYE LA INTENCIÓN DE VISITA A LAS ISLAS



Q18. En una escala de 1 a 5, ¿en qué medida considera usted probable que realice unas vacaciones en las Islas Canarias en los próximos dos años?, sabiendo que 1 indica muy poco probable y 5 muy probablemente.
Nota: se ha reescalado a 1-10. **Base:** población viajera.

promotur.

TURISMO DE CANARIAS

