

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Medición de la Estacionalidad de la Demanda Turística en Lanzarote (Measurement of Seasonal Demand for Tourism in Lanzarote)

Autor: Dña. Verónica Machicao Nocerino

Grado en Turismo
ESCUELA UNIVERSITARIA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Curso Académico 2013 / 2014



Santa Cruz de Tenerife, 29 de Mayo de 2014

INDICE

ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	4
MARCO TEORICO	6
¿Qué es la estacionalidad?	6
Causas de la estacionalidad	7
Consecuencias de la estacionalidad	8
RESULTADOS	11
CONCLUSIONES	17
ESTRATEGIAS	18
BIBLIOGRAFÍA	19
ANEXOS	20

Resumen: La estacionalidad en turismo es un ciclo regular y predecible a lo largo de un año. Y aunque la estacionalidad es extremadamente común y conocida, en principio, por ser causada por factores temporales de orden natural e institucional, la importancia relativa de las presiones individuales de cada mercado todavía deben ser cuantificadas. Para evaluar la importancia de los factores naturales e institucionales que condicionan la estacionalidad en Lanzarote se recopilaron datos de los 8 principales países emisores para explicar cada uno de sus patrones estacionales. Este trabajo demuestra que la heterogeneidad de actitudes y percepciones en el sector debe ser tomada en cuenta para desarrollar estrategias efectivas para abordar la estacionalidad. Una aproximación empírica es aplicada utilizando datos de pernoctaciones y los resultados indican que un nivel de segmentación insuficiente podría llevar a adoptar estrategias generalistas enfocadas en la enfermedad y no en las causas y consecuentemente a una subóptima asignación de recursos.

PALABRAS CLAVE: estacionalidad; datos; estrategias; turismo.

Abstract: Seasonality in tourism is a regular and predictable cycle across a year. Although seasonality is extremely common and is a known phenomenon, in principle, often to be driven by temporal changes in a range of natural and institutional factors. The relative importance of the different factor's individual influences has yet to be quantified. To assess the relative importance of natural versus institutional factors driving tourism seasonality in Lanzarote, data on visitation patterns was collected from the 8 main markets to explain their visitation patterns. This paper demonstrates that heterogeneity of attitudes and perceptions in the sector needs to be recognized when developing effective strategies for tackling seasonality. An empirical approach is applied using occupancy data of the accommodation sector. The findings indicate that an insufficient detailed level of segmentation may lead to ill-focused broad-brush strategies and consequent misallocation of resources.

KEYWORDS: seasonality; data; strategies; tourism.

I. INTRODUCCIÓN

La estacionalidad en la actividad turística ha surgido a partir del desarrollo del turismo de masas en la década de los años sesenta del siglo XX. Actualmente, la estacionalidad es tan común que se le considera un rasgo inherente a la actividad turística, lo que ha llevado a este fenómeno a permanecer relativamente inexplorado. La estacionalidad afecta negativamente a numerosos destinos y siempre es tenida muy en cuenta por los gestores turísticos. Lanquar (2001) sostiene que la estacionalidad es una preocupación constante de los responsables de marketing de los destinos turísticos, quienes buscan estrategias específicas para mantenerla dentro de unos límites.

El presente trabajo se ocupa de analizar las variaciones estacionales que se manifiestan desde la perspectiva de la demanda turística en la isla de Lanzarote, en donde el peso del sector servicios en el valor añadido bruto (VAP) siempre ha estado por encima del 80% y en los últimos años ha crecido hasta alcanzar un 83,60% en el 2011, lo que señala que la isla es significativamente sensible a las fluctuaciones de la demanda turística pues la estacionalidad ejercería una gran presión sobre sus empresas, empleados y el propio destino.

Lanzarote es un destino turístico en el que, desde el punto de vista de la oferta, existe poca estacionalidad pues su climatología lo permite. Sin embargo, la estacionalidad de cualquier destino viene determinada por dos variables: *oferta y demanda*. De tal modo que a pesar de tener una oferta bastante plana durante el año, la demanda si podría verse afectada por el fenómeno estacional.

El presente trabajo de investigación pretende comprobar si existe estacionalidad en Lanzarote, y si es así ¿en qué grado?, ¿Qué factores caracterizan a estas fluctuaciones de la demanda? y ¿Cómo podemos gestionarla?

II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

i. Objetivos del estudio

- Comprobar los niveles de la estacionalidad de la demanda turística en función de diferentes variables y especialmente en función de distintos mercados/países emisores.
- Identificar estrategias útiles para Lanzarote y sus empresas que deseen gestionar los impactos de la estacionalidad

ii. Metodología

La variable principal para realizar los cálculos de estacionalidad será la cantidad de noches pernoctadas mensualmente de un espacio de tiempo de 4 años, concretamente para el periodo 2010-2013.

Se van a emplear técnicas estadísticas descriptivas muy extendidas en la literatura revisada y que han sido utilizadas a lo largo del grado, sin embargo se intentará aportar un punto de vista propio. Primero identificaremos los patrones estacionales de la demanda a través del método de las Medias Móviles (MM) para suavizar las fluctuaciones de la demanda y así observar la verdadera tendencia, luego se centrarán las medias móviles (MMC) y aislaremos el componente estacional con el método de la Razón de la Media Móvil (RMM) para proceder a calcular el Índice General de Variación Estacional (I.G.V.E) que finalmente nos dirá cómo se comporta la estacionalidad a lo largo del año.

Posteriormente se va a calcular el Índice de Gini para medir el grado de concentración de la variable y por ende el grado de estacionalidad. El índice de Gini está acotado entre 0 y 1, siendo cero (0) una estacionalidad nula y siendo uno (1) el grado de estacionalidad máximo; su expresión aritmética se establece de la siguiente manera:

$$I_G = \frac{\sum_{i=1}^{k-1} (p_i - q_i)}{\sum_{i=1}^{k-1} p_i}$$

Es necesario mencionar que es posible utilizar diversos coeficientes para medir la estacionalidad, sin embargo el índice de Gini es el indicador más utilizado para ello. Sen (1976), premio Nobel de economía, sostiene que el índice de Gini tiene una alta solidez teórica y satisface muchas de las propiedades metodológicas que deben tener las medidas de concentración. Wanhill (1980) también recomienda el uso de este coeficiente frente al coeficiente de variación media (CVM), ya que el primero tiene en cuenta los sesgos de la distribución.

Por lo tanto, a partir del coeficiente de Gini vamos a calcular la contribucion que cada mercado tiene en el grado de estacionalidad total de Lanzarote. Para ello vamos a emplear un metodo de descomposicion desarrollado por Lerman y Yitzaki (1985) que ha sido utilizado en el contexto turistico por Fernandez-Moralez y Mayorga-Toledano (2008) y tambien por Nigel Halpern (2011), profesor de Molde University College, para descomponer la estacionalidad de la demanda de los aeropuertos de España. Dicho metodo es representado por la siguiente formula:

$$G = \sum_{m=1}^m G_m R_m S_m$$

G_m es el coeficiente de Gini anual del mercado m , R_m es el coeficiente para la correlacion entre el pernотaciones totales mensuales y las pernотaciones mensuales por mercado y

S_m es la cuota de mercado anual del mercado m . Por lo tanto la contribucion que cada mercado (C_m) tiene en la concentracion estacional viene representada por la siguiente formula:

$$C_m = G_m R_m S_m / G$$

El procedimiento se aplicará a cada uno de los mercados/nacionalidades más representativos del total, concretamente: Alemania, Holanda, Irlanda, Países Nórdicos, Reino Unido, Suiza, España y Otros. Dicha segmentación por país se utilizará para observar las variaciones estacionales dentro de cada subgrupo y así tener una perspectiva más amplia a la hora de evaluar las posibles causas institucionales o culturales de la estacionalidad de acuerdo a los respectivos países emisores.

Además utilizaremos otras 2 variables: la cantidad de turistas recibidos mensualmente y el gasto turístico mensual, nuevamente disgregadas por país emisor y para el mismo periodo 2010-2013.

Todos los datos utilizados en este trabajo se han obtenido las páginas web oficiales de las siguientes instituciones:

- Instituto Canario de Estadística ISTAC
- Instituto Nacional de Estadística INE
- Organización Meteorológica Mundial

III. MARCO TEÓRICO

i. ¿Que es la estacionalidad?

Butler (1994) la define como un desequilibrio temporal turístico que puede estar expresado en términos de número de visitantes, gasto de los turistas, tráfico en las autopistas y en otras formas de transporte, empleo y admisión de las atracciones. Desde un punto de vista más general se podría decir que se refiere a una irregularidad temporal que es provocada, esencialmente, por una mayor concentración de los flujos turísticos en ciertos periodos del año y que en este desequilibrio se ve implicado tanto la oferta como la demanda.

Entiéndase bien que la estacionalidad no es una especie de fenómeno incontrolable, generado de manera automática. Es más bien un fenómeno provocado en gran parte por los propios turistas, cuyas motivaciones pueden ser diversas. A su vez esta estacionalidad puede tener efectos sobre la oferta, pero también sobre la demanda, es decir, influye tanto en las organizaciones y el destino como en los propios turistas que reaccionan ella. La mejor manera de ilustrar esto sería el caso de un turista que no va a la playa en verano porque piensa que en temporada alta estará masificada. De modo que, esta es una de las

características que hace posible la introducción de medidas para mitigar la estacionalidad, conocidas como *factores modificadores de la demanda*.

ii. Causas de la estacionalidad

Uno de los estudios más amplios sobre los factores que influyen en la estacionalidad es el de Butler y Mao (1997). Su trabajo es respaldado por muchos otros investigadores que basan sus trabajos sobre un muy similar abanico de factores de influencia.

De acuerdo a Butler y Mao la estacionalidad tiene dos dimensiones: *natural e institucional*. Ambas dimensiones involucran el estudio tanto del destino como del origen. La *estacionalidad natural* es fácilmente comprensible y se refiere a variaciones en fenómenos naturales como el ambiente, clima o temporadas del año. Estas variables incluyen diferencias de temperatura, horas de luz solar, niveles de lluvia y de nieve. Estos factores se traducen en potencial y en recursos estacionales para las regiones receptoras. Pero aunque los factores naturales pueden hacer a un destino perder o ganar atractivo no son la única razón en las variaciones de la demanda turística.

La estacionalidad institucional o cultural es mucho más compleja y está relacionada a los siguientes factores: vacaciones y disponibilidad de tiempo libre, hábitos de viaje y motivaciones y finalmente eventos. Todas estas influyen en el tipo y cantidad de visitantes, por ejemplo, seguidores religiosos que visitan sitios como la Meca, o fanáticos del deporte que asisten a importantes eventos como el Superbowl en Norteamérica o el World Cup en Europa.

Para un mejor entendimiento de las diversas causas de la estacionalidad, las recogeremos en la figura 1 basándonos en los trabajos de Commons y Page (2001), Baum y Hagen (1997), Jang (2004) y Goulding, Baum y Morrison (2004)

CAUSAS NATURALES
Tiempo (lluvia, nieve...)
Clima (horas de luz, temperatura...)
Localización geográfica
CAUSAS INSTITUCIONALES/NATURALES
Vacaciones (vacaciones del colegio, laborales...)
Eventos públicos/religiosos (navidad, pascua...)
Disponibilidad de tiempo libre
Situación económica que pueda afectar el gasto turístico
Cambios en los hábitos de viaje, gustos, motivaciones (debido a tradición, inercia, presión social, moda...)
Temporada de deportes (surf, esquí...)
Necesidad de mantenimiento de los recursos o rejuvenecimiento

<p>Cercanía a las capitales</p> <p>Competencia con otros sectores</p> <p>Usos alternativos de los recursos turísticos</p> <p>Diversidad de actividades</p> <p>Atracción física</p> <p>Autorizaciones y restricciones</p>
--

Figura 1: "causas de la estacionalidad." Fuente: elaboración propia en base a los trabajos de Commons y Page (2001), Baum y Hagen (1997), Jang (2004) y Goulding, Baum y Morrison (2004)

Dichas causas de la estacionalidad aplican tanto para la demanda como para la oferta, y existen numerosas duplicidades entre ellas pero también causas muy individuales, por ejemplo:



Figura 2: “ejemplos concretos de las causas de la estacionalidad, segmentados por oferta y demanda.”
Fuente: elaboración propia a partir del modelo de Butler y Mao (1997).

Estos factores no explican por completo la naturaleza multidimensional de los flujos turísticos. La razón de ello es que los factores que influyen en la estacionalidad están interrelacionados y las interacciones entre ellos son bastante complejas. Esto es importante porque dicha complejidad entre oferta, demanda y competencia entre destinos debe ser gestionada. La gestión de la estacionalidad se hace a través de la implementación de *Factores Modificadores* de la demanda.

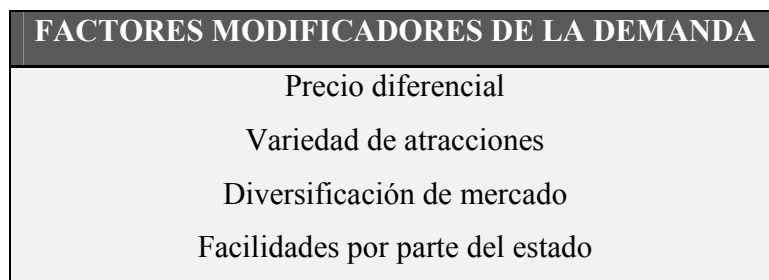


Figura 3: “factores modificadores de la demanda.” Fuente: elaboración propia a partir del modelo de Butler y Mao (1997).

iii. Consecuencias de estacionalidad

La estacionalidad y sus consecuencias sociales, económicas y medioambientales son un asunto muy relevante para el sector turístico. Manning y Powers (1984) capturan la esencia del problema en la siguiente frase que resume muy bien los impactos negativos de la estacionalidad:

“Uno de los problemas más generalizados entre las actividades recreacionales al aire libre y el turismo es la distribución desigual de su uso a través del tiempo, causando esto una utilización ineficiente de los recursos, pérdida de beneficios potenciales, presión social y económica y dificultad de programación administrativa.”

A Manning y Powers les preocupa que las instalaciones y los servicios sean infrautilizados, sin embargo, también recalcan las implicaciones por su sobreutilización sugiriendo que tanto empresas como destinos enfrentan una ineficiencia continua al lidiar con los picos y depresiones de la demanda.

Los impactos de la estacionalidad también han sido investigados desde dos perspectivas, la de la oferta (operadores turísticos, proveedores, empleados y residentes) y la de la demanda (turistas y visitantes del área). Generalmente estos impactos se enfocan en cuatro grandes áreas: empleo, costes, instalaciones y protección ambiental, esta última presentada por Witt y Moutinho (1995) y por Hartmann (1986), quien sostiene que la

Medición de la Estacionalidad de la Demanda Turística en Lanzarote

temporada baja es la única oportunidad que tiene la sociedad y el ambiente para recuperarse.

A continuación se presenta una tabla que recoge los impactos de la estacionalidad, desde el punto de vista de la demanda y de la oferta, considerando tanto costes (C) como beneficios (B).

OFERTA	TIPO
ECONOMÍA	
Incremento de precios durante temporadas pico	(C)
Manejo de presupuesto/cash flow	(C)
Inestabilidad de ingresos/retorno de la inversión en riesgo	(C)
Los ingresos de la temporada alta deben cubrir los costes fijos anuales	(C)
Costes de reclutamiento de personal para la temporada alta	(C)
INSTALACIONES	
La sobre o infra utilización de los recursos	(C)
Productos perecederos que no se pueden almacenar	(C)
Presión en el sistema de transporte y otra infraestructura	(C)
EMPLEO	
La demanda esporádica de empleo inhibe el proceso normal de reclutamiento: - escasez de trabajadores en temporada alta lleva a buscarlos fuera del destino	(C)
La demanda esporádica de empleo afecta la retención y desarrollo de empleados, lo que resulta en: - pérdida de habilidades y experiencia - pérdida de entrenamiento y desarrollo de carrera - la calidad del servicio será inconsistente -falta de compromiso de los trabajadores	(C)
La temporada baja da un tiempo de recuperación para estilos de vida particulares	(B)
Empleo para trabajadores de temporada que necesiten un ingreso extra	(B)
PROTECCIÓN AMBIENTAL	
Da a los recursos naturales un periodo de recuperación tras la temporada	(B)
Masificación durante la temporada alta causa contaminación e incrementa las posibilidades de acciones terroristas	(C)
DEMANDA	
Altos precios durante temporada alta	(C)

La masificación hace difícil la obtención de calidad y satisfacción	(C)
La masificación vuelve a la seguridad más vulnerable	(C)
Se reduce la disponibilidad de alojamiento	(C)
Presión en el sistema de transporte e infraestructura	(C)

Figura 4: “consecuencias de la estacionalidad.” Fuente: elaboración propia a partir de los trabajos de Commos & Page (2001), Gouldin, Baum & Morrison (2004), Krakover (2000), Witt & Mountinho (1995), Butler (2001) y Jang (2004)

IV. RESULTADOS

En la figura 5 se establece una comparativa entre el grado estacional de Canarias y Lanzarote. Ambos destinos presentan una estacionalidad poco marcada como se aprecia en la escala 0-1 del eje Y. La concentración de la demanda crece progresivamente en Lanzarote (0,07568 - 0,06431 - 0,06606 - 0,07586) y en Canarias fluctúa.

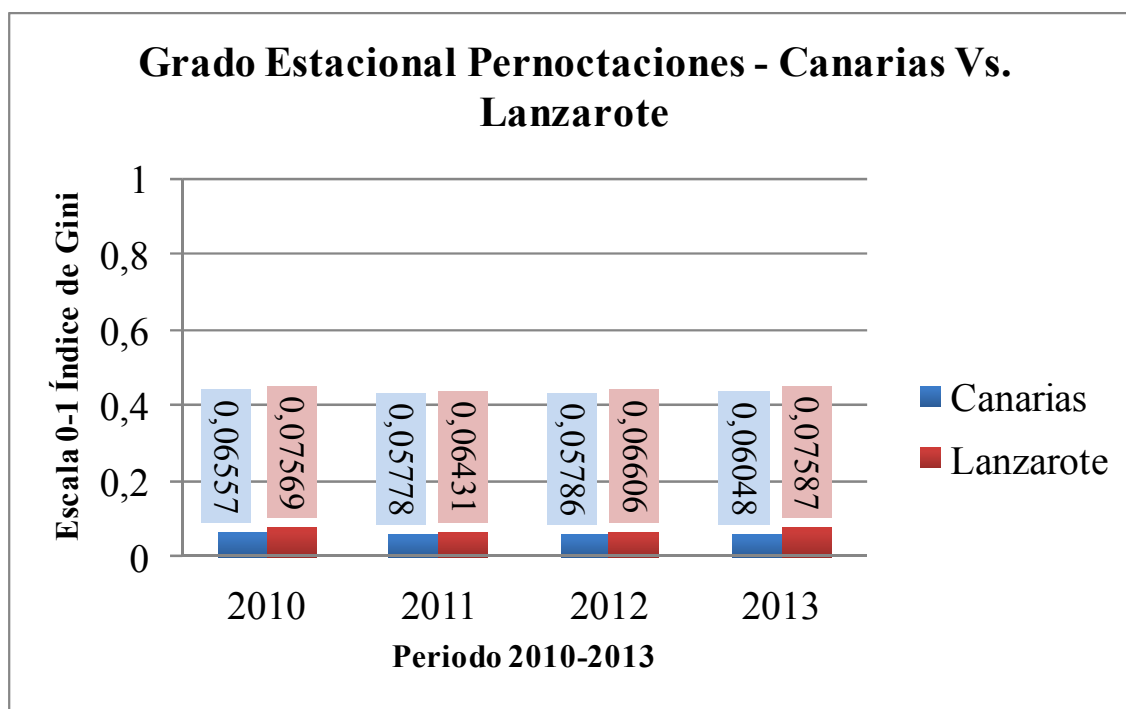


Figura 5: “Grado Estacional Pernoctaciones – Canarias Vs Lanzarote.” Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC

Con el fin de investigar más de cerca dichos grados estacionales, en la figura 6 representamos el I.G.V.M de ambos destinos para observar el patrón estacional en el año.

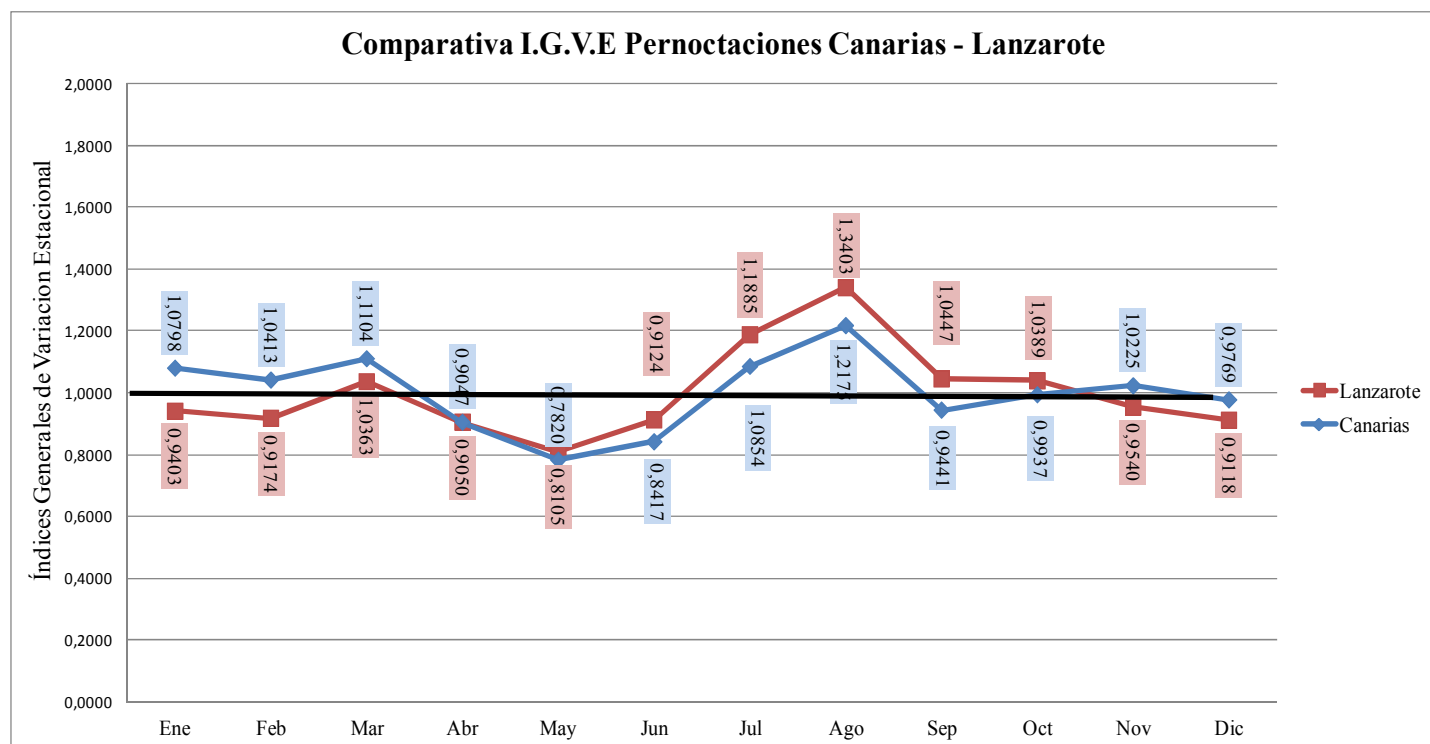


Figura 6: “Comparativa I.G.E.V Canarias – Lanzarote.” Fuente: elaboración propia con datos del ISTAC

Nótese como la estacionalidad lleva un patrón muy similar en ambos casos durante todo año, picos en marzo y agosto y depresión en mayo. En general la mayoría de las pernoctaciones ocurren en verano para ambos destinos, sin embargo en Lanzarote el pico es más dramático (1,3403) mientras que Canarias alcanza 1,2175.

Lanzarote obtiene pernoctaciones por debajo de la media (1) desde Noviembre (0,9540) hasta Febrero (0,9174) mientras que Canarias durante este periodo se mantiene en la media o superior a ella, salvo en diciembre cuando se queda muy próxima a 1 (0,9769).

Ahora veamos en la figura 7 que tan estacional es cada uno de los mercados emisores de forma individual, midiendo sus respectivos índices de Gini.

Grado de estacionalidad de las pernoctaciones en Lanzarote segmentadas por mercado emisor

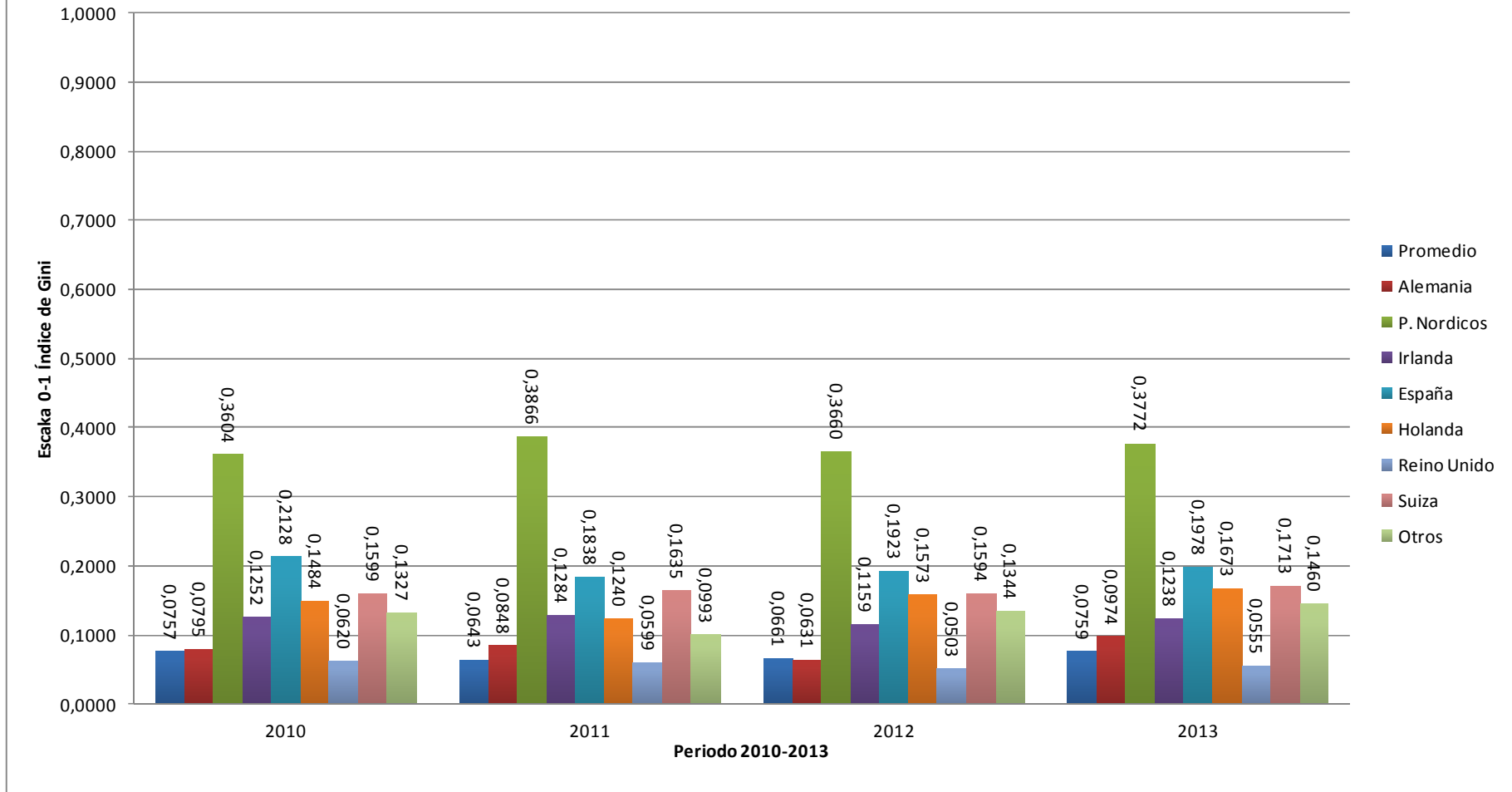


Figura 7: “Grado de estacionalidad (Índice de Gini) de las pernoctaciones en Lanzarote segmentadas por mercado emisor.” Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC.

Medición de la Estacionalidad de la Demanda Turística en Lanzarote

El grado estacional de cada nacionalidad se mantiene muy similar año tras año. Sin embargo, observemos a los nórdicos como en una escala del 0 al 1 alcanzan un índice de 0,3726 en promedio para el periodo 2010-2013, constituyendo así el mercado más estacional de la isla. También resalta como los alemanes pasan de tener un coeficiente de 0,0631 en el 2012 a 0,0974 en el 2013. Por el contrario el Reino Unido se mantiene muy estable año tras año y constituyen la nacionalidad que distribuye de un modo más equitativo sus pernoctaciones, por ende son los menos estacionales.

La estacionalidad de Lanzarote no es una mera suma de los grados de concentración individuales. Para explicarla debemos tomar en consideración la cuota de mercado de cada nacionalidad y determinar en qué medida contribuye cada mercado a la estacionalidad de Lanzarote (figura 8).

Descomposición de la concentración estacional					
Nacionalidad	Cuota Mercado (S)	C. Gini (Gm)	Correlación Pernoctaciones Totales/Mercado (R)	Contribucion Total a la Concentración (G)	Contribución a la Estacionalidad
Nacional	16,9%	0,1967	0,7423	0,0247	43,5%
Internacional					
Reino Unido	43,3%	0,0569	0,5437	0,0134	23,6%
Suiza	1,0%	0,1635	0,0435	0,0001	0,1%
Alemania	14,6%	0,0812	0,1099	0,0013	2,3%
Holanda	3,0%	0,1493	0,6543	0,0029	5,2%
Irlanda	8,6%	0,1233	0,4978	0,0053	9,3%
Países Nórdicos	5,2%	0,3726	0,1120	0,0022	3,8%
Otros	7,3%	0,1281	0,7391	0,0069	12,1%
	100,0%			0,0568	100,0%

Figura 8: "Descomposición de la concentración estacional." Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC

El turismo nacional, con una cuota de mercado del 16,9% es el mercado que más contribuye a la estacionalidad, nótese que su cuota de mercado no es tan alta como la del Reino Unido (43,3%) y sin embargo su contribución a la estacionalidad si es casi el doble de alta (43,5%), esto es debido a que los españoles con un coeficiente de Gini de 0,1967 son muy estacionales, mientras que los británicos con un coeficiente de Gini de 0,0569 reparten sus pernoctaciones de un modo más equitativo en el año. Al mismo tiempo los Países Nórdicos tienen el comportamiento más estacional de todos (0,3726) pero su contribución a la estacionalidad de Lanzarote es de apenas 3,8% pues su cuota de mercado es baja (5,2%).

A continuación se analiza en detalle el I.G.V.E mensual de cada país emisor (figura 9)

I.G.V.E. Pernoctaciones Lanzarote Segmentado por Mercados Emisores

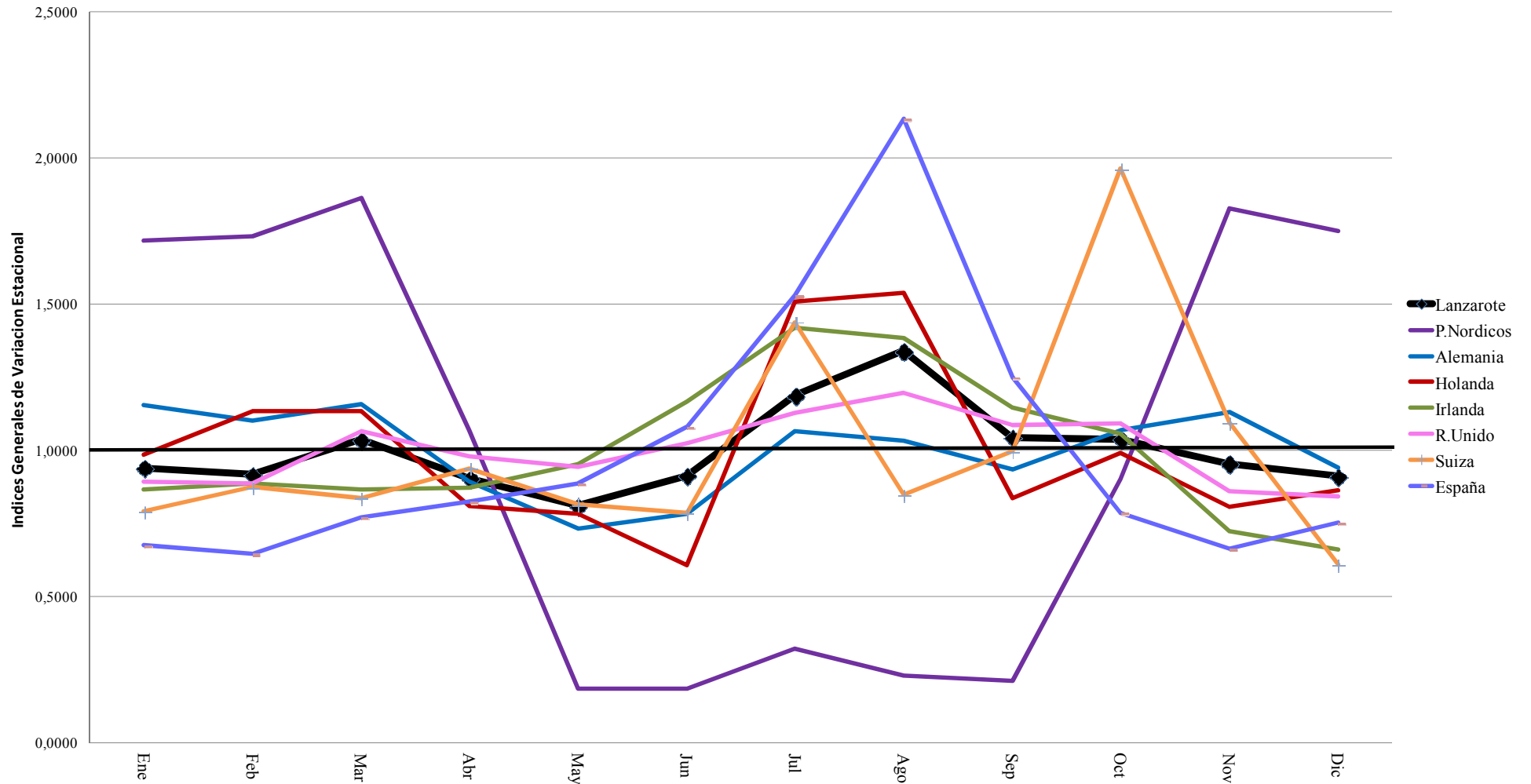


Figura 9: "I.G.V.E de Pernoctaciones en Lanzarote Segmentado por Mercados Emisores." Fuente: elaboración propia con datos del ISTAC

Son evidentes los grandes picos del mercado español y del suizo y la gran depresión en las pernoctaciones del mercado nórdico. También es notable la preferencia de los holandeses por los meses de julio y agosto.

Los nórdicos son un caso excepcional, observemos cómo se comportan de manera totalmente distinta al resto de las nacionalidades concentrando casi todas sus pernoctaciones en los meses de enero, febrero, marzo, noviembre y diciembre, justo cuando las temperaturas son más bajas en la región de origen, lo que resulta en una gran amplitud térmica (la diferencia entre la temperatura de origen y destino)

Amplitud Térmica (°C)	
Ene	22,4
Feb	21,8
Mar	18,2
Abr	13,2
May	7,9
Jun	5,3
Jul	6,8
Ago	8,7
Sep	12,8
Oct	16,7
Nov	20,7
Dic	22,3

Figura 10: “Diferencia térmica anual entre los países nórdicos y Lanzarote.” Fuente: elaboración propia a partir de datos de la Organización Meteorológica Mundial.

Por otro lado, se encuentran los dos picos en la demanda del mercado suizo que coinciden con sus vacaciones de verano en julio y con sus vacaciones de otoño en septiembre. Con los españoles sucede algo similar; concentran casi todas sus pernoctaciones en el mes de agosto coincidiendo con nuevamente con las vacaciones y el tiempo libre.

Además se observa a los alemanes comportarse de un modo distinto a los españoles, pues prefieren pernoctar en Lanzarote cuando la amplitud térmica es mayor, sin embargo la temperatura no parece ser la única motivación para ellos pues las pernoctaciones persisten en buena medida durante el verano, de hecho, recordemos que su grado de concentración (índice de Gini) no es demasiado elevado (0,0812).

Los irlandeses y británicos se comportan de un modo curioso, ya que a pesar de ser países fríos prefieren pernoctar en Lanzarote generalmente durante verano y no durante invierno como prefieren los nórdicos y alemanes.

El gasto turístico en destino coincide con el patrón estacional de las pernoctaciones. La media del gasto turístico anual se ubica en 148.139.385 € por lo que la temporada de baja demanda (abril, mayo y junio) supone 20.108.752 € menos ingresos con respecto a la media, mientras que durante el trimestre de alta demanda (julio, agosto y septiembre) se ingresan 36.512.017 € por encima de la media.

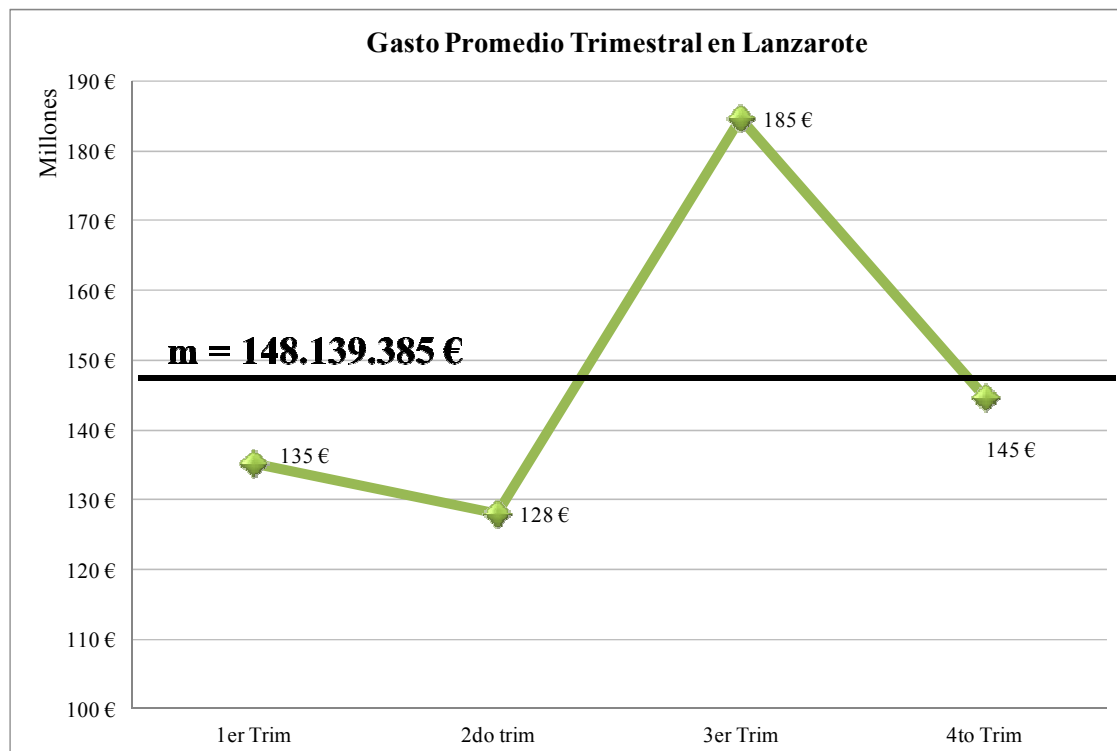


Figura 11: "Gasto Promedio Trimestral en Lanzarote." Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC

V. CONCLUSIONES

- Existe estacionalidad en Lanzarote aunque no es demasiado aguda, siendo el mes de agosto el más demandado y mayo el menos demandado.
- España, Holanda, Reino Unido y otros, concentran la mayor parte de su demanda en el mes de agosto. Irlanda la concentra mayormente en julio, Alemania en enero, Suiza en octubre y los países nórdicos en marzo.
- Todos las nacionalidades, con excepción del nórdico y el alemán, demandan más la temporada de verano.

- Los nórdicos y alemanes prefieren el primer y último trimestre del año, sin embargo los primeros son mucho más estacionales en este aspecto pues el descenso de la demanda en el verano es drástico, mientras que los alemanes se muestran más equitativos.
- El mercado británico influye muchísimo en la concentración de la demanda, afortunadamente es un mercado poco estacional que ayuda a compensar la falta de demanda en temporada baja y la exceso de demanda en la temporada alta.
- El mercado nacional es el que más contribuye a la estacionalidad, no solo por su cuota de mercado sino también por su alto grado de concentración.
- El tiempo libre o las vacaciones resulto ser la principal causa de estacionalidad. La segunda causa de estacionalidad es la diferencia entre la temperatura de origen y la de destino (amplitud térmica)
- En Lanzarote la estacionalidad incremento en un 0,24% con respecto al 2010 mientras que en Canarias se redujo en un 7,76% con respecto al mismo año.
- En Lanzarote la estacionalidad decreció en el 2010 y 2011, lo que podría ser debido al incremento de pernотaciones por parte del Reino Unido (de 6.183.562 en el 2010 a 6.957.571 en el 2012) y a la notable pérdida de cuota de mercado del turismo español (de 22% en el 2010 a 14,6% en el 2012). El posterior incremento en el 2013 coincide con que todas las nacionalidades incrementaron su grado estacional con respecto al año anterior.

VI. ESTRATEGIAS

Contrarrestar la estacionalidad es una tarea compleja dado que influye un gran número de factores sociales, laborales y climatológicos. Pero no se puede pensar que este fenómeno es incontrolable, dado que existe un margen de actuación para conseguir acotar sus efectos negativos.

VARIEDAD DE ATRACCIONES			
ESTRATEGIA	MOTIVO	CUANDO	DIRIGIDO A
Desarrollo de nuevas actividades (productos) y eventos	Motivar a los turistas a visitar Lanzarote en la temporada baja	Abril, mayo y junio	Todas las nacionalidades
Ofrecer Paquetes Tematicos		Ene, feb, abr, nov y dic	Nordicos
Ofrecer Paquetes de Baja Temporada		Junio	España, Irlanda y R. Unido
		Enero, febrero	Alemania, Holanda
		Noviembre	Alemania

DIVERSIFICACIÓN DE MERCADO			
ESTRATEGIA	MOTIVO	CUANDO	DIRIGIDO A
Campañas de marketing para atraer diferentes mercados utilizando un enfoque multi-segmento e incrementar el awareness durante la temporada baja	Atraer turistas en temporadas específicas del año	Enero, febrero, abril, mayo, junio, noviembre y Diciembre	Todas las nacionalidades

VII. BIBLIOGRAFÍA

Sancho Pérez (2001): “Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo”, Organización Mundial del Turismo.

Jiménez, V.; Ramos, A.; García, C. (2007): “Estadística para Turismo”, McGraw Hill, 12-139.

Manning, R.E.; Powers, L.A. (1984): “Peak and off-peak use: redistributing the outdoor recreation - tourism load”, Journal of Travel Research, 23 (2), 25-31.

Mathieson, A.; Wall, G. (1982): “Tourism-economic, physical and social impacts”.

Moore, T.W. (1989): “Handbook of business forecasting”.

Blake, A. (2000): “The economic effects of tourism in Spain”. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute.

Halpern, N. (2011) “Measuring seasonal demand for Spanish airports: implications for counter-seasonal marketing, Research in Transportation Business and Management”, 47-54.

Halpern, N. (2011) “Measurement and Decomposition of Seasonal Demand for Tourism in Norway”, Molde University College-Specialized University in Logistics.

Commons, J.; Page, S. (2001): “Managing seasonality in peripheral tourism regions: The case of Northland, New Zealand”.

Lee, C.; Bergin-Seers, S.; Galloway, G (2008): “Seasonality in the Tourism Industry, Impacts and Strategies”. Sustainable Tourism CRC.

McAleer, M.; Lim, C. (2001): “Time Series Forecasts of International Travel Demand for Australia”. The Institute of Social and Economic Research.

VIII. ANEXOS

I.G.V.E Pernotaciones Lanzarote										
MES	Lanzarote	Canarias	P. Nordicos	Alemania	Holanda	Irlanda	Reino Unido	Suiza	España	Otros
Enero	0,94028	1,07981	1,71795	1,15584	0,98474	0,86581	0,89343	0,79263	0,67549	0,84265
Febrero	0,91737	1,04126	1,73249	1,10293	1,13301	0,88594	0,88594	0,87424	0,64463	0,83765
Marzo	1,03627	1,11038	1,86526	1,15668	1,13394	0,86542	1,06729	0,83752	0,77086	0,86566
Abril	0,90496	0,90472	1,06830	0,89272	0,81092	0,87097	0,98056	0,93923	0,82452	1,07405
Mayo	0,81054	0,78204	0,18561	0,73218	0,78432	0,95194	0,94227	0,81481	0,88608	0,89538
Junio	0,91236	0,84166	0,18507	0,78339	0,60771	1,16776	1,02430	0,78596	1,08043	0,89779
Julio	1,18848	1,08543	0,32225	1,06491	1,50858	1,42104	1,12776	1,43920	1,53045	1,35320
Agosto	1,34032	1,21753	0,22966	1,03446	1,54073	1,38388	1,19630	0,84902	2,13588	1,60951
Septiembre	1,04472	0,94408	0,21005	0,93467	0,83548	1,14486	1,08768	0,99703	1,25011	1,14552
Octubre	1,03891	0,99366	0,90332	1,06900	0,99145	1,05712	1,09246	1,96536	0,78452	0,92123
Noviembre	0,95398	1,02255	1,82965	1,13261	0,80694	0,72463	0,86057	1,09597	0,66395	0,82446
Diciembre	0,91182	0,97687	1,75040	0,94062	0,86217	0,66062	0,84144	0,60902	0,75309	0,73289

Figura 12: "Total de I.G.V.E Pernotaciones en Lanzarote" Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC

Medición de la Estacionalidad de la Demanda Turística en Lanzarote

Nacionalidad	Turistas	Pernoctaciones	Estancia Media	Gasto Absoluto	Gasto Medio	Gasto Medio Total
Alemania						
2010	263.685	2.950.235	11,2	67.331.110 €	23 €	25 €
2011	330.981	2.997.445	9,1	69.953.364 €	23 €	
2012	302.313	2.805.540	9,3	69.635.544 €	25 €	
2013	293.592	2.835.035	9,7	77.325.668 €	27 €	
Holanda						
2010	44.077	435.947	9,9	16.614.815 €	38 €	41 €
2011	49.172	495.147	10,1	23.451.112 €	47 €	
2012	69.584	508.280	7,3	18.103.993 €	36 €	
2013	81.833	544.970	6,7	24.327.121 €	45 €	
Irlanda						
2010	155.544	1.041.230	6,7	N/A	N/A	N/A
2011	172.536	1.128.376	6,5	N/A	N/A	
2012	174.321	1.112.818	6,4	N/A	N/A	
2013	202.761	1.096.185	5,4	N/A	N/A	
Países Nórdicos						
2010	99.207	744.104	7,5	36.518.871 €	49 €	43 €
2011	116.805	896.143	7,7	42.142.446 €	47 €	
2012	94.112	726.802	7,7	36.945.067 €	51 €	
2013	115.028	873.164	7,6	22.043.462 €	25 €	
Reino Unido						
2010	795.765	6.183.562	7,8	202.347.567 €	33 €	36 €
2011	881.746	6.682.451	7,6	256.776.206 €	38 €	
2012	895.383	6.957.571	7,8	250.980.361 €	36 €	
2013	959.513	7.740.612	8,1	271.272.739 €	35 €	
Suiza						
2010	17.081	106.883	6,3	N/A	N/A	N/A
2011	21.918	134.482	6,1	N/A	N/A	
2012	21.567	137.845	6,4	N/A	N/A	
2013	23.416	144.316	6,2	N/A	N/A	
España						
2010	417.889	2.946.396	7,1	84.470.795 €	29 €	33 €
2011	367.611	2.878.158	7,8	94.785.595 €	33 €	
2012	292.960	2.530.185	8,6	79.239.045 €	31 €	
2013	300.609	2.342.264	7,8	86.968.422 €	37 €	
Otros						
2010	106.686	850.139	8,0	109.839.502 €	129 €	114 €
2011	134.772	1.130.082	8,4	131.963.061 €	117 €	
2012	159.414	1.325.086	8,3	134.135.004 €	101 €	
2013	193.377	1.523.827	7,9	163.059.295 €	107 €	

Figura 13. "Resumen de gastos y pernoctaciones medias por nacionalidad para el periodo 2010-2013".

Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC

NOCHES ESTADÍA ABSOLUTAS POR PAÍS DE RESIDENCIA 2010-2013								
MES/AÑO	ALEMANIA	HOLANDA	IRLANDA	P. NORDICOS	REINO UNIDO	SUIZA	ESPAÑA	OTROS
ene-10	275.156	30.411	79.916	113.914	455.223	7.357	151.628	59.248
feb-10	249.479	37.556	75.328	107.844	447.622	8.093	152.763	67.042
mar-10	292.543	41.405	69.455	117.076	576.472	6.525	186.553	55.840
abr-10	224.502	25.711	68.709	50.778	457.248	7.437	190.695	69.712
may-10	173.255	36.339	93.219	14.442	444.486	7.939	189.321	51.672
jun-10	188.982	20.657	106.051	13.403	491.363	6.934	254.959	57.143
jul-10	294.181	52.174	117.209	22.533	557.427	15.269	398.718	97.718
ago-10	255.392	61.283	120.005	16.802	666.457	7.933	576.475	119.179
sep-10	226.786	29.601	104.452	14.997	588.094	7.945	293.565	91.994
oct-10	271.324	39.233	87.632	44.944	562.907	16.630	199.920	64.488
nov-10	277.433	29.712	66.899	110.173	478.549	9.270	174.889	60.661
dic-10	221.202	31.865	52.355	117.198	457.714	5.551	176.910	55.442
	2.950.235	435.947	1.041.230	744.104	6.183.562	106.883	2.946.396	850.139
ene-11	270.795	30.497	79.739	118.843	510.392	8.305	165.201	67.737
feb-11	288.562	47.728	82.770	141.782	496.029	9.467	151.322	79.744
mar-11	324.101	51.956	76.491	173.353	605.029	9.262	175.060	81.718
abr-11	239.489	35.687	79.377	103.232	556.667	9.518	210.209	102.662
may-11	176.528	31.542	90.020	13.564	461.244	9.182	198.865	77.502
jun-11	190.580	24.918	108.818	11.327	531.162	8.287	230.406	89.263
jul-11	229.032	56.210	143.840	19.315	648.388	13.747	358.604	114.284
ago-11	268.396	55.246	124.600	14.012	671.475	10.151	493.273	137.538
sep-11	241.451	40.932	109.618	12.881	619.726	11.117	329.197	108.724
oct-11	277.887	45.283	104.848	62.789	629.273	24.114	186.869	95.704
nov-11	275.986	36.697	64.639	118.459	472.731	13.968	186.236	94.425
dic-11	214.638	38.451	63.616	106.586	480.335	7.364	192.916	80.781
	2.997.445	495.147	1.128.376	896.143	6.682.451	134.482	2.878.158	1.130.082
ene-12	276.330	46.635	75.801	95.839	529.931	9.340	160.227	94.897
feb-12	255.248	49.328	87.759	98.187	488.460	9.574	154.589	89.891
mar-12	236.978	42.475	81.466	90.349	618.965	9.031	168.785	83.160
abr-12	207.080	29.668	78.948	53.521	495.830	10.099	203.707	110.299
may-12	182.524	32.565	86.282	12.117	521.712	10.035	204.953	101.422
jun-12	194.350	26.194	109.885	12.701	586.997	9.645	250.575	102.546
jul-12	255.415	73.724	127.776	20.998	683.699	15.943	313.327	163.369
ago-12	234.511	69.664	133.604	14.308	669.186	8.806	422.698	192.004
sep-12	215.575	31.642	99.182	13.531	629.001	13.043	246.776	117.871
oct-12	230.825	37.014	98.439	67.744	670.812	22.904	156.036	104.702
nov-12	270.249	33.117	67.708	127.986	532.298	12.484	102.011	84.392
dic-12	246.455	36.254	65.968	119.521	530.680	6.941	146.501	80.533
	2.805.540	508.280	1.112.818	726.802	6.957.571	137.845	2.530.185	1.325.086
ene-13	286.709	46.285	82.834	124.173	527.314	8.083	133.666	90.231
feb-13	249.644	45.460	74.204	104.092	581.753	9.294	125.976	85.053
mar-13	270.704	48.874	81.192	110.988	659.165	9.072	162.331	105.177
abr-13	193.703	37.577	82.894	59.855	693.012	11.645	131.262	127.388
may-13	164.776	35.959	87.917	11.804	710.953	8.417	173.530	112.682
jun-13	178.407	26.863	105.427	13.736	728.322	9.227	218.479	100.874
jul-13	203.491	70.310	129.566	24.980	678.468	15.183	310.365	180.227
ago-13	251.300	82.439	125.009	16.904	673.159	8.653	422.931	228.919
sep-13	204.727	32.913	102.688	16.905	598.184	13.009	208.758	126.138
oct-13	249.439	36.336	104.930	86.289	704.848	22.237	153.765	148.313
nov-13	308.415	39.656	63.578	159.762	590.237	18.571	177.712	108.277
dic-13	273.720	42.298	55.946	143.676	595.197	10.925	123.489	110.548
	2.835.035	544.970	1.096.185	873.164	7.740.612	144.316	2.342.264	1.523.827

Figura 14: "Noches de estadía absolutas por país de residencia 2010-2013". Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC

Medición de la Estacionalidad de la Demanda Turística en Lanzarote

CANTIDAD DE TURISTAS POR PAÍS DE RESIDENCIA 2010-2013								
MES/AÑO	ALEMANIA	HOLANDA	IRLANDA	P.NORDICOS	REINO UNIDO	SUIZA	ESPAÑA	OTROS
ene-10	26.666	2.816	13.411	16.707	51.309	1.512	22.765	10.380
feb-10	19.438	3.720	12.092	14.160	61.236	1.402	24.983	10.815
mar-10	23.321	4.805	11.006	16.488	75.407	1.583	23.762	7.921
abr-10	16.514	3.198	7.466	5.995	62.318	1.794	26.633	10.666
may-10	16.832	3.756	14.235	3.110	57.849	1.370	26.107	8.207
jun-10	20.153	1.886	16.530	2.471	64.026	1.252	38.408	6.687
jul-10	21.074	5.317	18.712	1.967	78.824	1.287	54.421	9.545
ago-10	21.413	4.216	17.273	1.981	74.713	1.600	69.626	14.084
sep-10	18.764	2.861	13.751	1.859	76.340	1.269	52.045	6.604
oct-10	23.888	4.379	13.254	8.707	77.625	1.986	34.529	6.958
nov-10	32.462	3.007	8.370	12.814	61.157	1.003	22.692	8.051
dic-10	23.160	4.116	9.444	12.948	54.961	1.023	21.918	6.768
263.685	44.077	155.544	99.207	795.765	17.081	417.889	106.686	
13,9%	2,3%	8,2%	5,2%	41,9%	0,9%	22,0%	5,6%	
ene-11	34.060	1.865	13.556	14.536	54.600	1.691	19.538	7.682
feb-11	32.165	5.152	11.522	21.064	66.872	1.818	18.281	13.267
mar-11	36.656	4.207	10.125	21.019	80.242	1.779	19.965	8.989
abr-11	26.868	4.262	11.167	13.584	82.300	2.299	25.377	13.418
may-11	20.098	4.238	15.162	2.467	66.154	1.422	21.690	9.448
jun-11	20.462	3.185	18.423	1.310	75.509	1.511	26.976	9.454
jul-11	26.755	2.176	20.636	1.670	80.707	2.135	46.535	13.441
ago-11	23.104	2.077	17.461	1.064	77.601	1.924	61.431	17.040
sep-11	22.723	4.398	17.074	1.748	84.723	1.915	42.367	11.045
oct-11	26.824	7.253	16.218	9.827	84.818	2.601	32.342	10.945
nov-11	35.031	4.774	10.685	13.511	63.316	1.539	24.962	11.132
dic-11	26.235	5.585	10.507	15.005	64.904	1.284	28.147	8.911
330.981	49.172	172.536	116.805	881.746	21.918	367.611	134.772	
15,9%	2,4%	8,3%	5,6%	42,5%	1,1%	17,7%	6,5%	
ene-12	33.803	9.085	12.191	12.851	59.514	1.280	20.875	12.853
feb-12	26.521	5.622	11.142	12.553	66.016	1.765	19.051	14.258
mar-12	28.588	5.841	13.472	15.421	80.500	1.821	18.722	11.127
abr-12	21.859	5.290	12.803	4.071	77.699	1.454	22.291	13.130
may-12	21.272	4.627	12.354	1.073	72.844	1.521	20.317	10.552
jun-12	19.416	3.223	17.709	1.774	75.004	1.509	25.442	11.879
jul-12	27.072	8.198	19.279	1.346	82.323	2.212	40.874	19.252
ago-12	20.264	7.407	16.769	1.242	83.224	1.955	45.213	21.056
sep-12	23.420	4.633	16.655	1.295	79.265	2.126	32.088	13.009
oct-12	26.216	5.333	16.214	10.590	81.620	2.773	23.807	11.625
nov-12	26.480	4.867	13.750	17.074	67.649	1.988	11.077	9.074
dic-12	27.402	5.458	11.983	14.822	69.725	1.163	13.203	11.599
302.313	69.584	174.321	94.112	895.383	21.567	292.960	159.414	
15,0%	3,5%	8,7%	4,7%	44,6%	1,1%	14,6%	7,9%	
ene-13	26.925	4.766	13.428	13.460	58.413	1.151	17.276	8.428
feb-13	27.714	7.303	13.227	14.214	62.839	1.749	14.833	11.022
mar-13	26.835	8.565	15.702	17.645	83.572	2.235	16.429	15.164
abr-13	21.222	6.727	14.993	6.106	75.629	2.002	17.971	16.201
may-13	18.420	5.435	17.943	1.382	79.487	1.692	21.891	13.533
jun-13	20.361	4.457	22.002	1.352	81.660	1.619	29.131	14.009
jul-13	22.557	8.032	23.002	1.633	84.780	2.080	41.006	22.751
ago-13	21.747	7.235	20.513	1.437	94.230	2.097	45.763	25.924
sep-13	21.684	4.994	19.792	1.854	86.507	2.204	30.290	14.285
oct-13	26.844	6.815	19.217	11.863	95.932	2.780	26.245	19.042
nov-13	33.270	7.579	11.742	22.676	81.090	2.197	21.903	14.758
dic-13	26.013	9.925	11.200	21.406	75.374	1.610	17.871	18.260
293.592	81.833	202.761	115.028	959.513	23.416	300.609	193.377	
13,5%	3,8%	9,3%	5,3%	44,2%	1,1%	13,9%	8,9%	

Figura 15: "cantidad de turistas por país de residencia con sus respectivas cuotas de mercado". Fuente: elaboración propia a partir de datos del ISTAC