



Características del turismo de Tenerife

2022

Fuente: EGT 2022 ISTAC

INDICE

Contenido

Características del turismo que visitó Tenerife en el año 2022	3
Edad.....	3
Renta familiar.....	8
Fidelidad.....	9
Estancia Media	11
Tipo de alojamiento utilizado.....	12
Contratación del viaje	15
Actividades turísticas.....	18
Visitas turísticas	21
Gasto turístico	24
Facturación turística.....	30
Destinos competidores	32
Satisfacción.....	34
Motivación.....	39
Sostenibilidad	42
Características del turismo que visitó Tenerife en 2022 según modalidad alojativa	43

Características del turismo que visitó Tenerife en el año 2022

Edad

La media de edad del turismo que visitó Tenerife en el año 2022 se sitúa en 44,5 años de media, 2,9 años más que en 2021 (41,6 años) y prácticamente similar (-0,4 años menos) a la del turismo de 2019 (44,9 años de media).

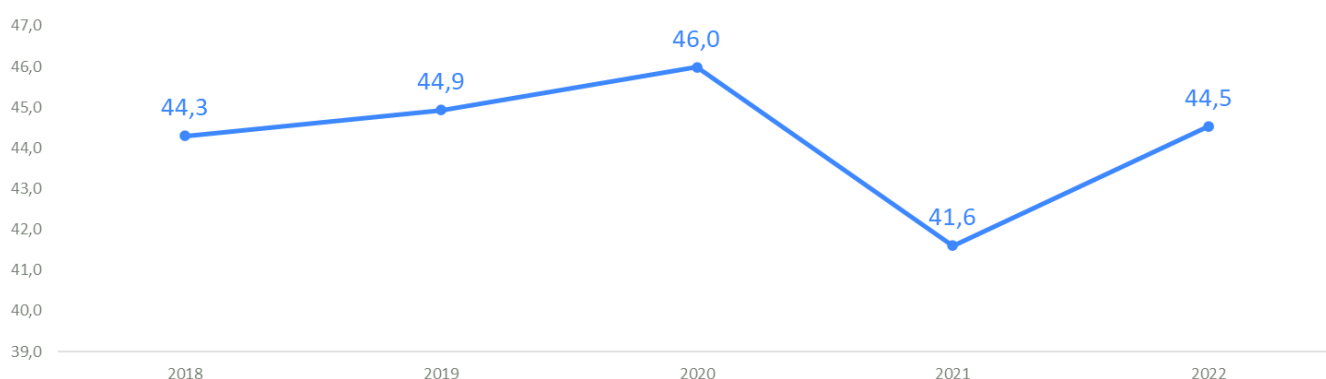
Con la Pandemia, la edad del turismo desciende considerablemente, remontando nuevamente a partir del último trimestre 2021, coincidiendo con la recuperación del turismo británico y el nórdico, los mercados de mayor edad en Tenerife, además del turismo belga, un mercado que, ya desde finales del año 2021, aumenta por encima de su afluencia 2019.

En comparación con el año 2019, aumenta la franja de mayores de 60 años un 6,3%, pero también las de los más jóvenes, de 16 a 25 años, un +19,3%. El otro segmento que crece en 2022 es el de 31 a 45 años, siendo éste el de mayor peso en la isla, con una cuota del 31,5%. Con diez puntos menos se sitúa la cuota del segmento de mayores de 60 años, que suponen el 21,1% del turismo de 2022.

En lo relativo a la edad de los diferentes mercados, ya se ha comentado como, el turismo de mayor edad son los nórdicos suecos, daneses, finlandeses, siendo el más joven de ellos el noruego. Los belgas y británicos se sitúan también entre los mercados de mayor edad. Más jóvenes, aunque también por encima del promedio, los holandeses y alemanes. Los mercados más jóvenes, peninsulares, suizos e italianos, además del grupo de Resto del mundo, entre los que se incluyen algunos mercados jóvenes como so países del este).

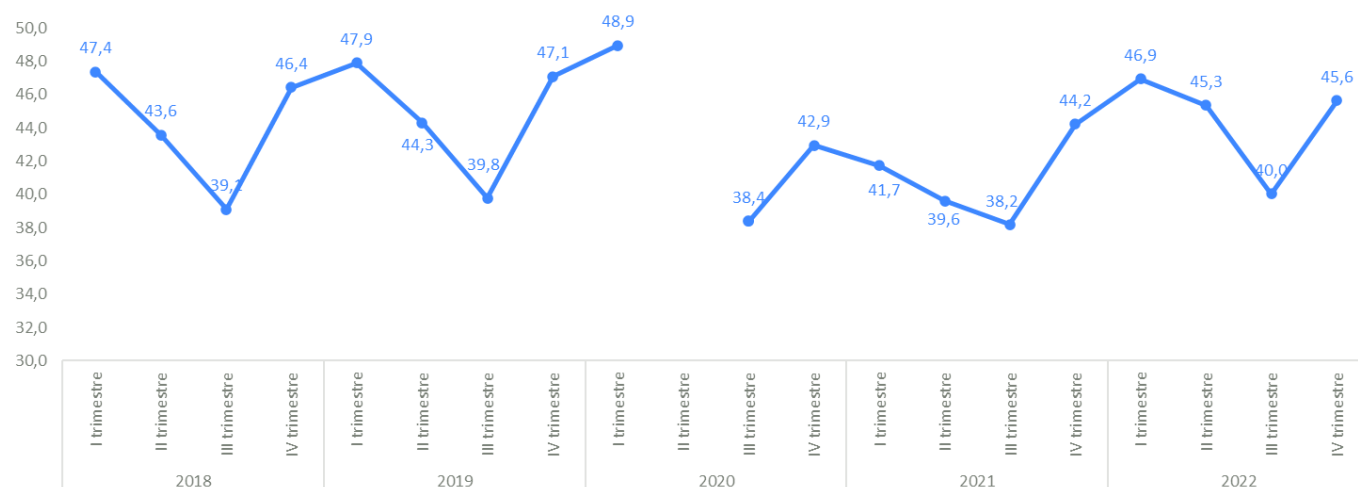
En 2022 y en comparación con 2019, reducen la media de edad los británicos, holandeses, irlandeses y finlandeses. Las restantes nacionalidades incrementan la edad.

Media de edad (años)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Media de edad (años)

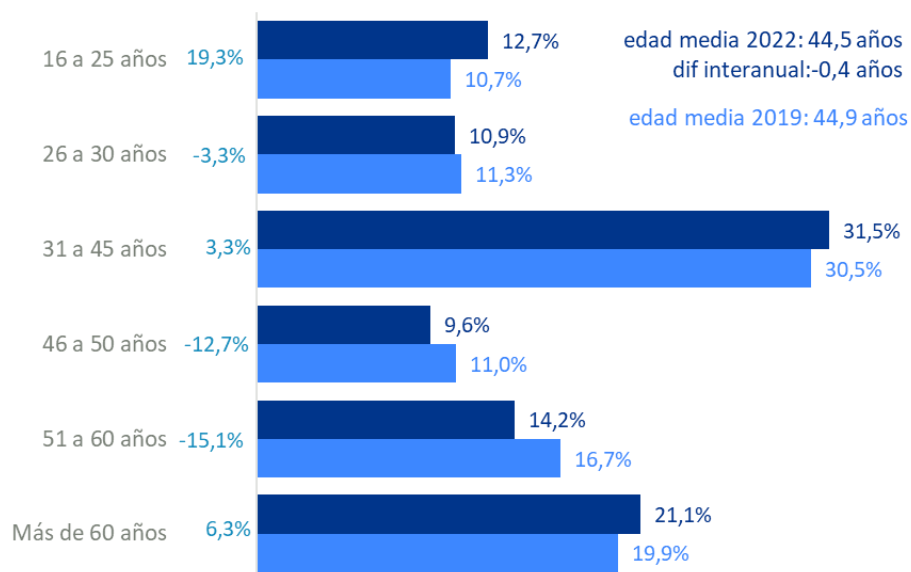


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Distribución por edad del turismo (%)

año

■ 2022 ■ 2019 var. 22/19

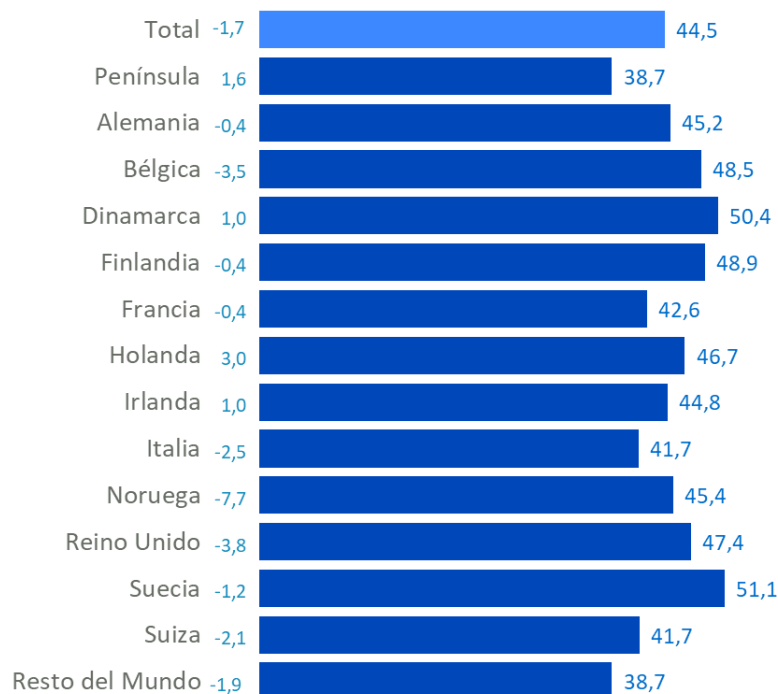


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Media de edad por mercados (años)

■ año 2022

□ variación 22/19



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

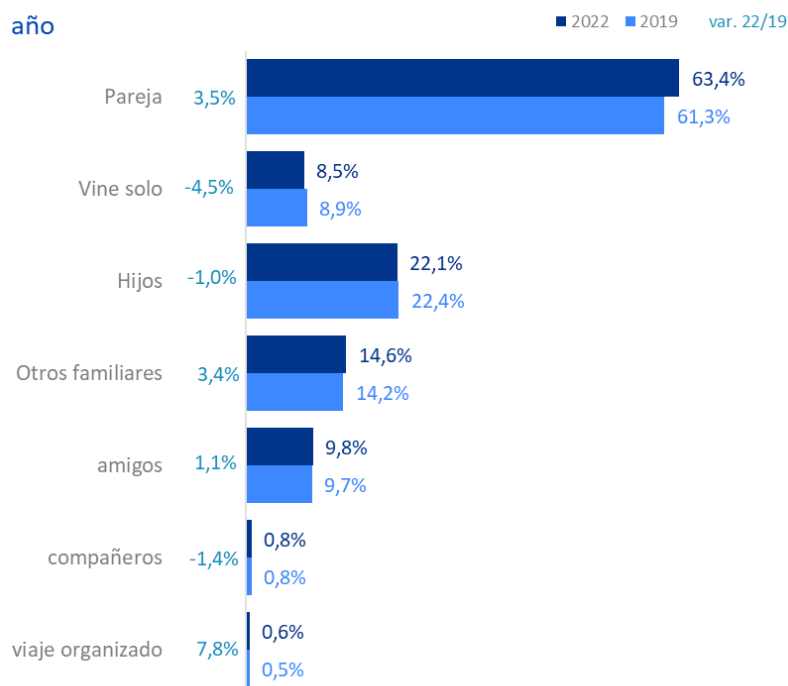
Acompañantes

El 63,4% viajó en pareja a Tenerife, aumentando con respecto a 2019 un +3,5%. El viaje con hijos, un 22,1% disminuye un 1% entre los dos años. Aumenta, sin embargo, el viaje acompañado por otros familiares, que representa un 14,6%, así como viaje con amigos, y que supone un 9,8% del total. Se reduce el viaje de personas solas, segmento que representa un 8,5% del total y el viaje con compañeros. Aunque apenas supone un 0,6% del total, los viajes organizados aumentan en 2022 en comparación con los de 2019.

Los grupos de viajes acompañados por menores de 16 años, un 23% de los grupos, incrementan un leve 0,8%. El segmento de niños más frecuentes es el de 3 a 12 años.

La presencia de menores es superior a la media entre los noruegos, suecos y finlandeses, así como entre los franceses. Aunque con menor diferencia, también entre los españoles.

Acompañantes en el viaje



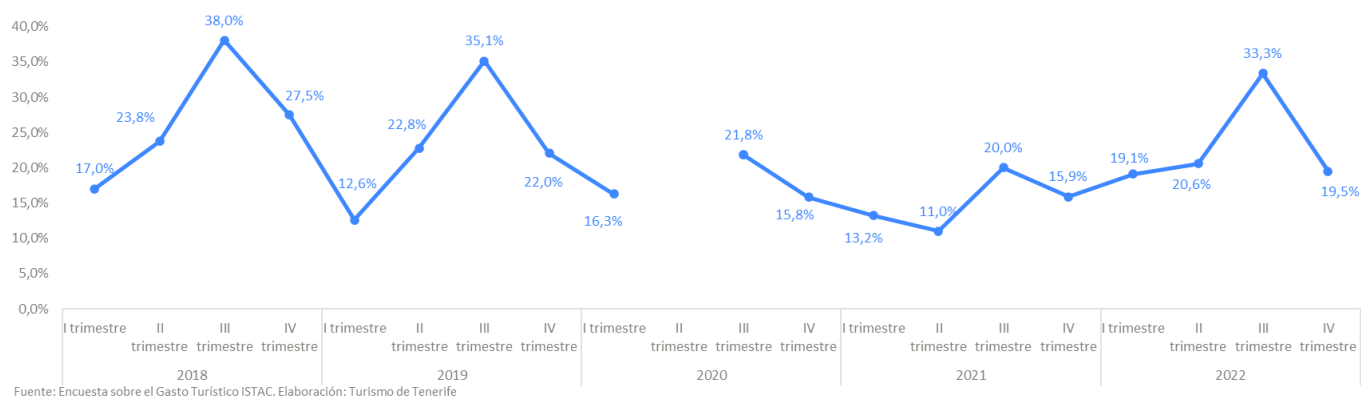
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Grupos con niños (%)

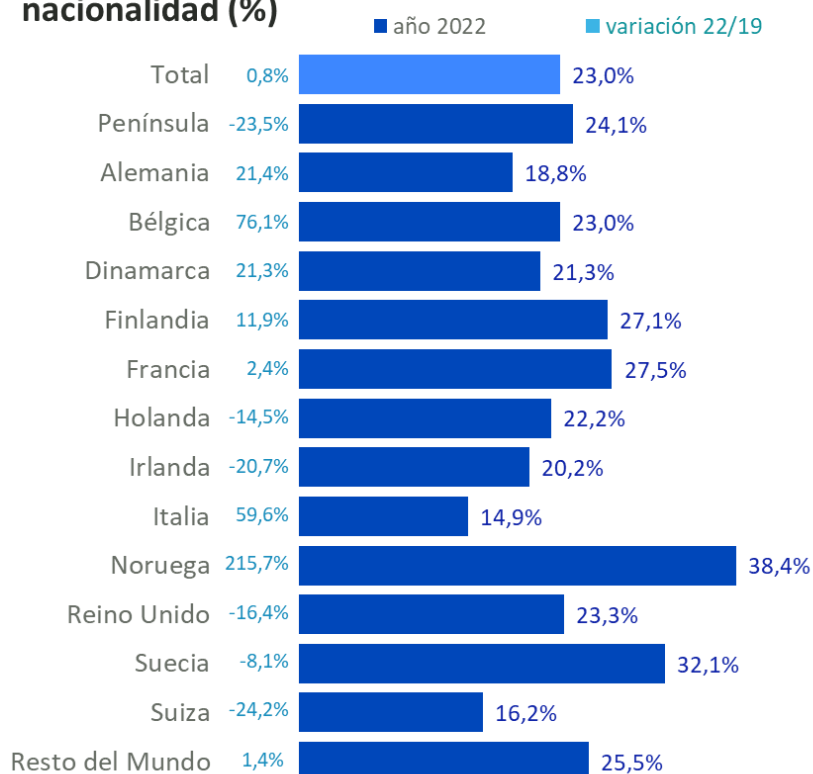
	año		
	2019	2022	var. 22/19
Grupos con niños	22,8%	23,0%	0,8%
Grupos sin niños	77,2%	77,0%	-0,2%
menores 2 años	3,6%	2,6%	-27,2%
menores 3 a 12 años	17,0%	17,1%	0,7%
menores 13 a 15 años	6,9%	7,8%	12,9%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Grupos con niños (%)



Cuota presencia de menores de 16 años por nacionalidad (%)



Renta familiar

La renta media familiar anual del turismo que viajó a Tenerife en 2022 se sitúa en 56.614 €, aumentando un 8% en comparación con 2019 (52.022 €/año).

Aumentan los segmentos de renta superiores, con incremento de un 15% en la cuota de rentas de 50.000€-74.999€ % y un 24,5% en las rentas superiores a 75.000€. Ambos segmentos suponen casi el 50% del turismo de la isla.

El segmento de rentas de 25.000€ a 49.999€, el de mayor volumen, con una cuota del 35%, se redujo un -7,7% entre los dos años. También se ha reducido el de rentas inferiores a 25.000€, un 25,8%.

Además del incremento de renta en el balance del año 2019-2022, el crecimiento de la renta se mantiene durante todos los trimestres del año. Además de ello, el patrón de descenso de renta en el 3º trimestre (verano) no es tan acentuado en 2022 como en años anteriores.

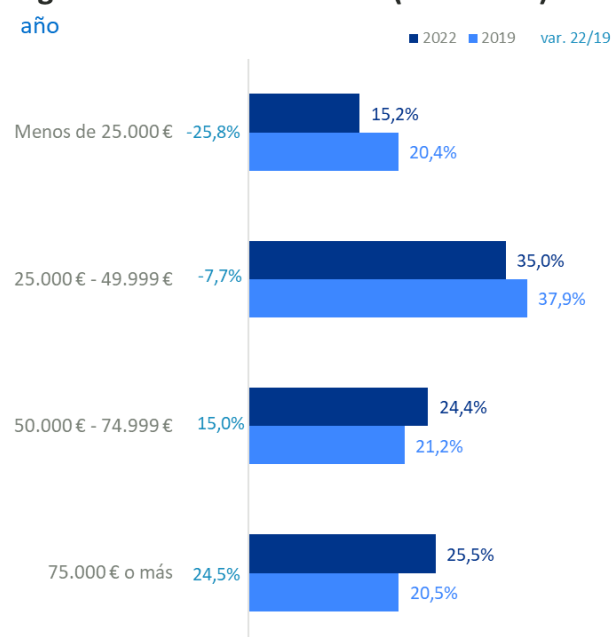
Atendiendo a las diferentes nacionalidades, noruegos y suizos destacan por encima del resto de los mercados con las rentas más elevadas. También sobresalen por encima del promedio las rentas de suecos, daneses, irlandeses, holandeses, británicos o finlandeses.

En el extremo de las menores rentas se coloca el turismo peninsular e italiano.

En 2022, y en comparación al año 2019, aumentan las rentas medias en la mayor parte de los mercados, con la excepción de Italia, Dinamarca y, en menor medida, Finlandia.

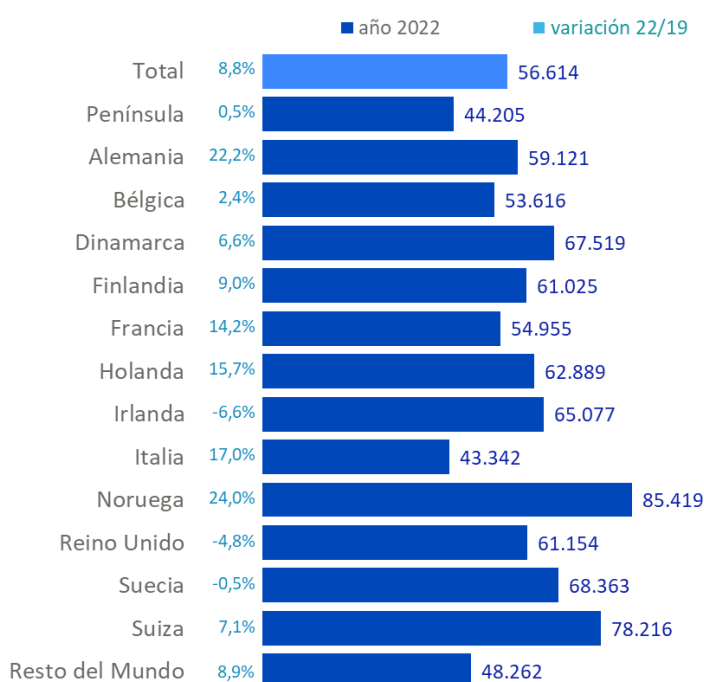
Es destacado el incremento de renta media que se da en el mercado de Noruega y Holanda, así como en el Suecia, Irlanda y Reino Unido.

Ingresos anuales familiares (% turistas)



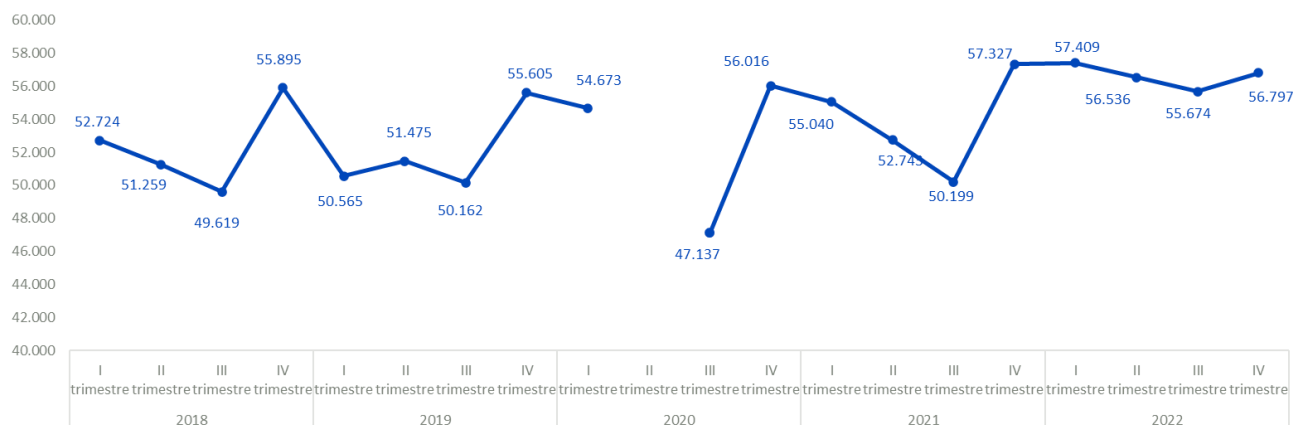
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Renta media familiar (€)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Renta media familiar (€)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Fidelidad

En lo relativo a fidelidad, en 2022 el 61,8% del turismo que visitó Tenerife repetía viaje, frente a un 62,4% de repetidores en 2019. El índice de repetición retrocede un 1,1%, con descenso de repetidores de 1 o 2 visitas anteriores a la isla. Aumenta, sin embargo, los repetidores de mayor fidelidad con tres o más visitas anteriores.

Al mismo tiempo, el 38,2% visita por primera vez Tenerife, aunque de estos, un 5,1% ya había estado con anterioridad en otra isla canaria. Para un 36,9% el viaje en 2022 ha sido su primera experiencia en Canarias y Tenerife.

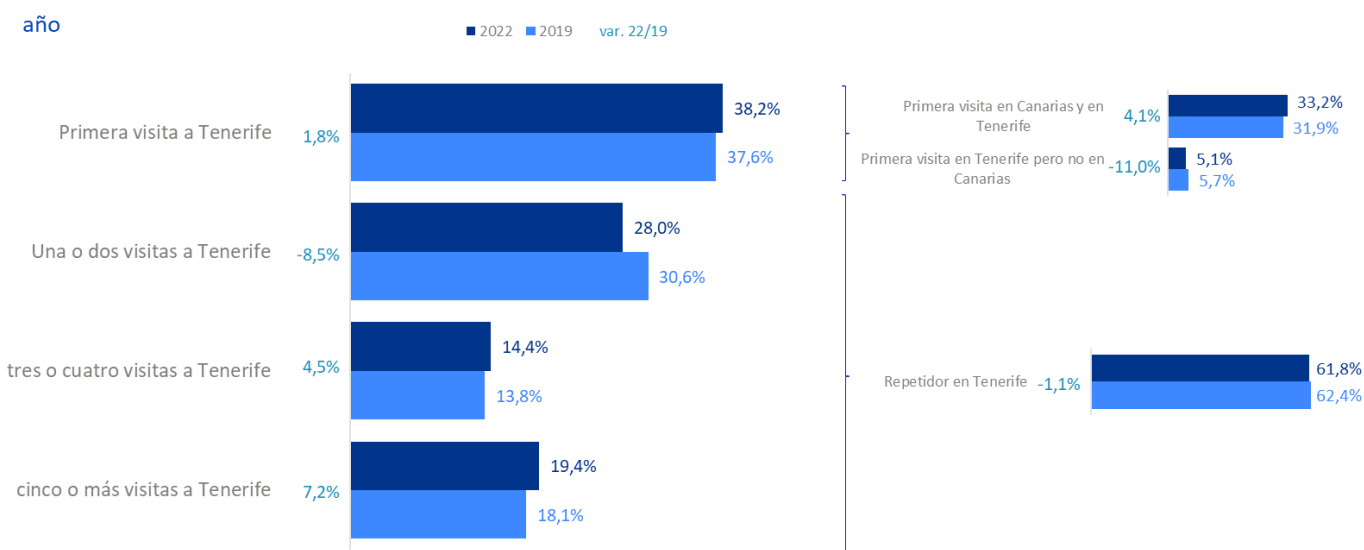
El turismo sueco, finlandés y danés, así como el británico, lo de mayor nivel de repetición, con índices en torno al 72%. Aunque con índices menos acentuados, también belgas y noruegos superan al promedio en fidelidad, con índices de un 68% los noruegos y 65% los belgas.

Los mercados con menor índice de repetición son los franceses, con un índice de apenas un 39,6%.

En 2022, y con respecto a 2019, aumentan el nivel de repetición de los mercados de Suiza, Italia, Suecia, Alemania, Reino Unido, Dinamarca y Finlandia.

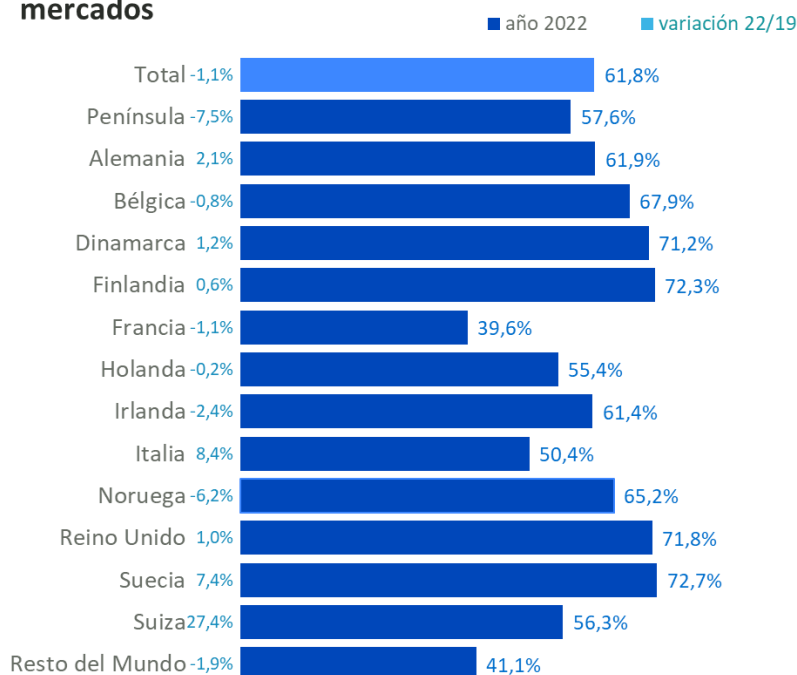
Se reduce el peso de repetidores entre peninsulares, noruegos, belgas, franceses, holandeses y noruegos.

Índice de fidelidad (% turistas)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Nivel de fidelidad: porcentaje de repetidores según mercados



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Estancia Media

La duración de la estancia en 2022 se situó en 8,9 noches de media, casi similar a los 8,8 noche de 2019. No obstante, se ha reducido con respecto a los dos años anteriores, cuando las estancias medias se situaron en 9-10 días.

El 50,6% de las estancias han sido de 6 a 8 noches, intervalo que se reduce un 5,3%. Las estancias más prolongadas, de 9 a 16 noches, con una cuota del 27%, han aumentado un 3,3%. Lo mismo que las de más de 16 noches, que con una menor cuota (5,4%), crecen un 9,9% con respecto al año 2019. Las estancias más cortas, y que suponen casi un 17%, crecen también un 9,9%.

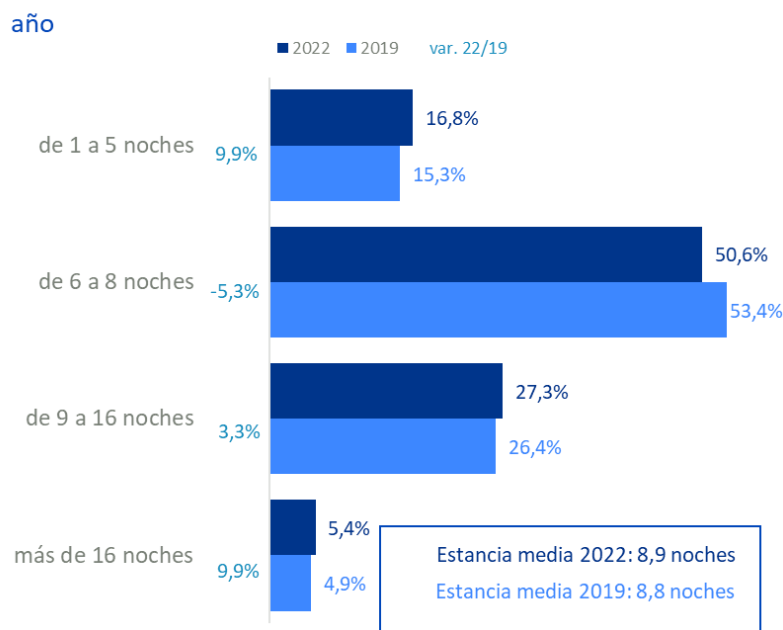
La duración de la estancia en los alojamientos propios o privados (13,5 días) se incrementa de media 1 día y, en los apartamentos/villas turísticas, en 1,4 días con respecto a 2019, para una media de 10,5 días.

Aunque casi todos los mercados incrementan la duración de su estancia en la isla en 2021, los mayores aumentos se dan en el mercado italiano y alemán, dos mercados con la mayor duración en su estancia, por su vinculación con turismo residencial o alojamientos en propiedad. Reducen su estancia noruegos, finlandeses, belgas y holandeses.

En lo que respecta a horas fuera del establecimiento, la media se situaba en 7,7 horas en 2019 y en 2022 en 7,6 horas. Incrementan el tiempo fuera del alojamiento en 2022, los alemanes, daneses, franceses, holandeses y peninsulares. Las restantes nacionalidades lo reducen.

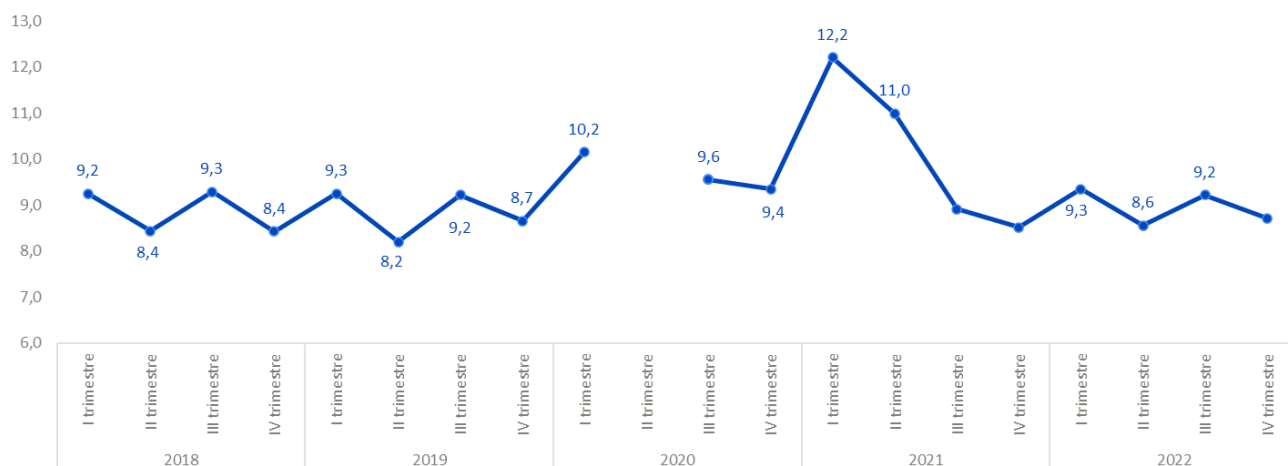
Son los turistas italianos y los españoles los que pasan más tiempo fuera del establecimiento. Tras ellos, destacan también los turistas de Francia.

Duración de la estancia (% turistas)



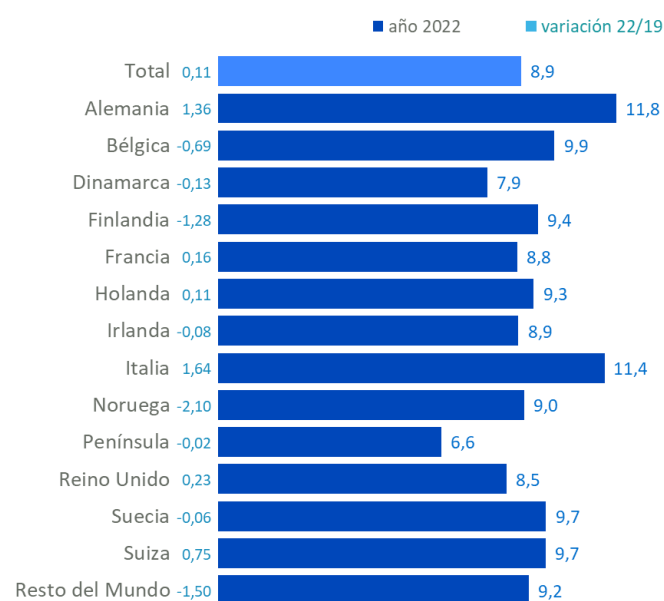
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Estancia media (días)



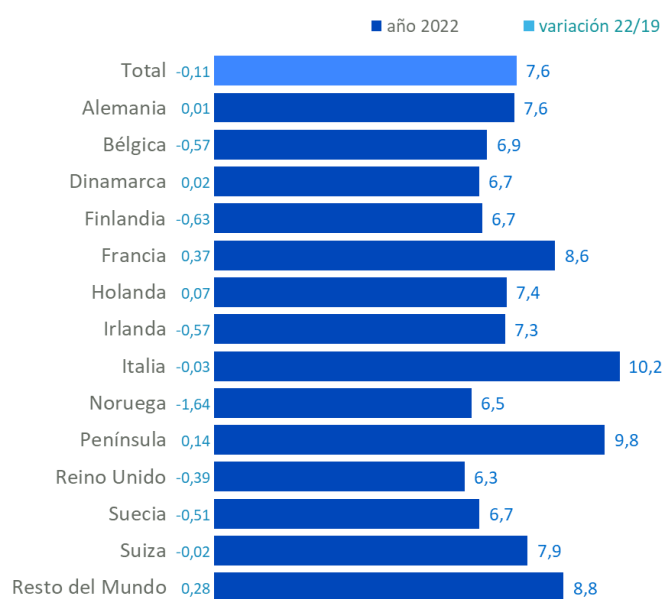
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Estancia media según mercados



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Media de horas fuera del establecimiento



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Tipo de alojamiento utilizado

En 2022 y, comparado con el año 2019, se ha incrementado el peso que tiene el alojamiento en hoteles, en particular en los de 4* y 5*, y también, la cuota en alojamientos privados propios, así como en viviendas alquiladas. También incrementa la cuota el alojamiento en otros establecimientos colectivos.

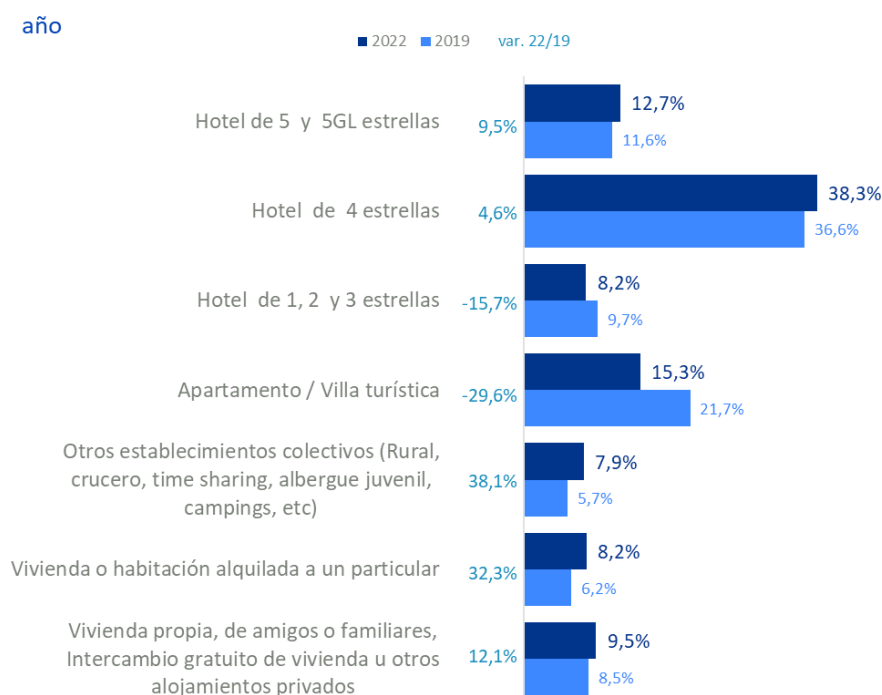
Los apartamentos y villas, que se recuperan muy lentamente tras la pandemia, pierden casi siete puntos en su cuota alojativa, pasando de casi un 22% en 2019 a un 15% en 2022. Sus indicadores alojativos también reflejan esta lenta recuperación: con sólo un 68% de los establecimientos abiertos en 2019 y un 16% menos en su oferta de plazas, las cifras de alojados son un 27% menos que en 2019; las pernoctaciones, casi un 30% inferiores y la ocupación, cerca de 8 puntos menos que la de 2019.

Sin embargo, y como ya se ha visto, los hoteles, con un 1% más de plazas en la oferta, prácticamente ya alcanzan la misma cifra de alojados de 2019 y superan la de viajeros entrados. A pesar de ello, dada una menor estancia media, con casi un día menos, las pernoctaciones son un 3,2% inferiores y, la ocupación, en un 81%, se coloca un -4,3% inferior a la de 2019.

Es la oferta de menor categoría, tanto hotelera pero especialmente la de apartamentos, la que peor recuperación ha tenido.

De otra parte, crece el alojamiento en modalidades privadas, tanto propias como de alquiler, restando peso a la modalidad de apartamentos, modalidades que, además, tienen estancias medias en torno a los 12-13 días, superando a la media de la estancia en apartamentos (9,53 días).

Tipo de alojamiento utilizado (% turistas)



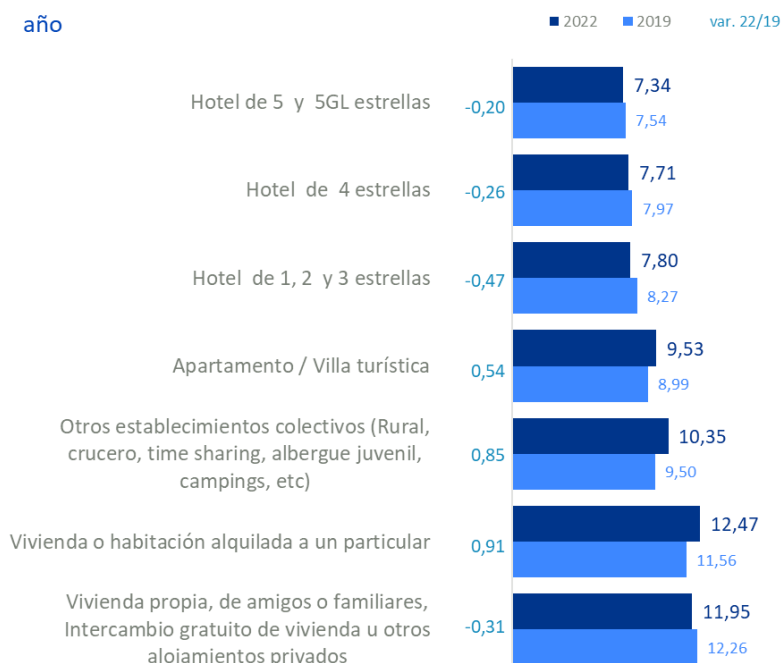
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Tipo de alojamiento utilizado (% turistas)

	año		
	2019	2022	var. 22/19
Hotel de 5 y 5GL estrellas	11,6%	12,7%	9,5%
Hotel de 4 estrellas	36,6%	38,3%	4,6%
Hotel de 1, 2 y 3 estrellas	9,7%	8,2%	-15,7%
Apartamento / Villa turística	21,7%	15,3%	-29,6%
Otros establecimientos colectivos (Rural, crucero, time sharing, albergue juvenil, campings, etc)	5,7%	7,9%	38,1%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	6,2%	8,2%	32,3%
Vivienda propia, de amigos o familiares, Intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados	8,5%	9,5%	12,1%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Estancia media según tipo de alojamiento utilizado (días)

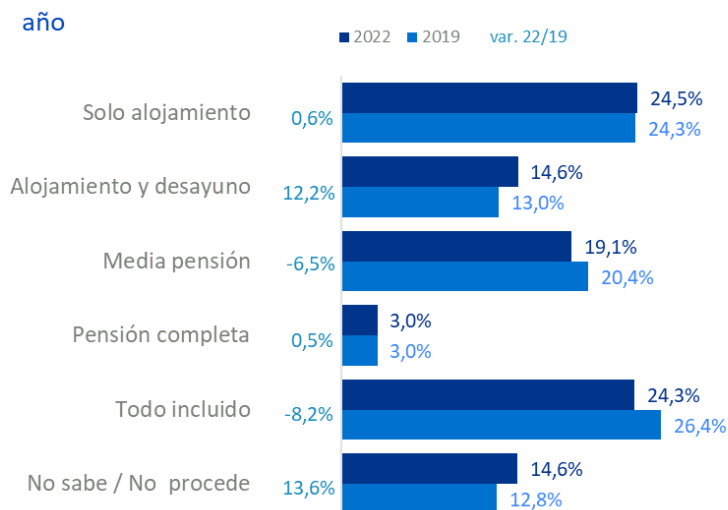


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

En cuanto a la pensión contratada en el alojamiento, la contratación de *sólo alojamiento* y, de otra parte, el *Todo Incluido*, son las dos modalidades de mayor peso en 2022, con un 24% aproximadamente cada una. Sin embargo, mientras que modalidad de *sólo alojamiento* aumenta levemente, retrocede un 8,2% las de *Todo incluido*. También se reduce la *Media Pensión*, que ocupa un 19%.

Se incrementa la contratación del paquete *Alojamiento+desayuno* un 12,2% y, apenas un 0,5%, la *Pensión Completa*. También aumenta la cuota del turismo que indica *no procede* en la contratación de pensión, normalmente vinculado a viviendas privadas.

Tipo de pensión contratada (% turistas)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Contratación del viaje

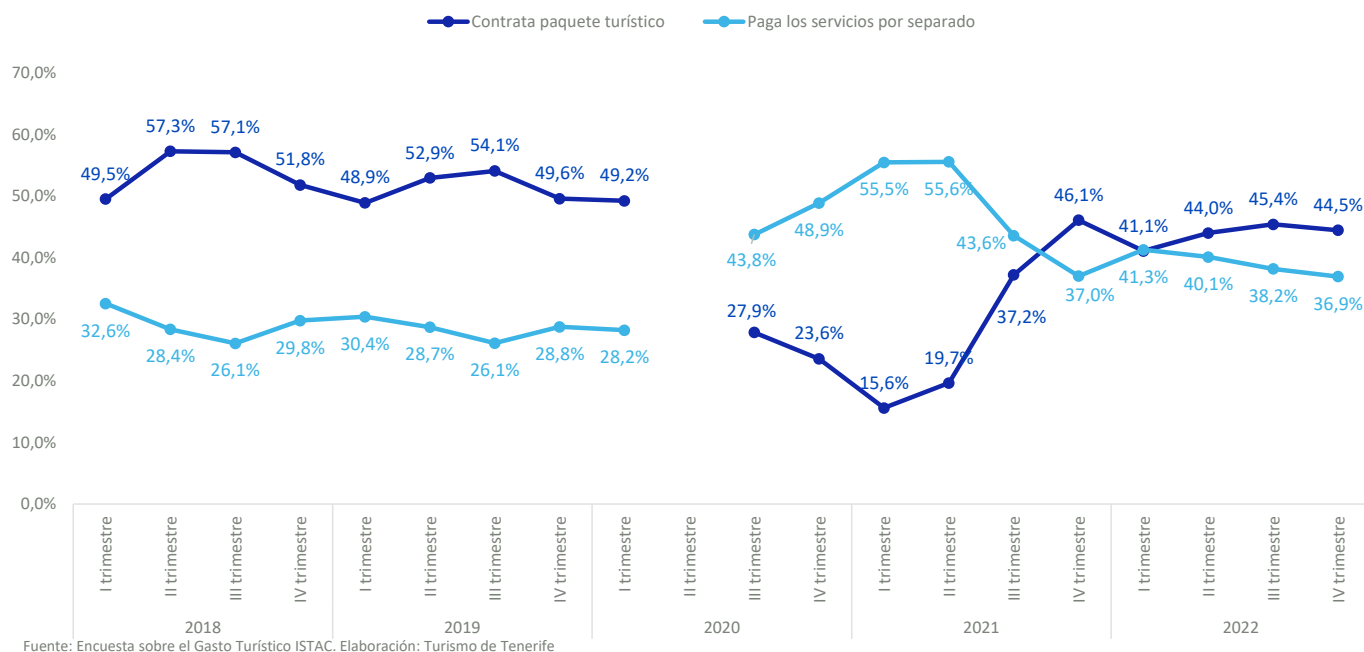
La contratación independiente de los servicios del viaje se incrementa considerablemente en los periodos más restrictivos de la Pandemia, cayendo, al mismo tiempo, la contratación de paquetes turísticos. Aunque a finales de 2021 se recupera el paquete turístico, superando a la contratación independiente, no recuperan tampoco en 2022, los niveles que tenía antes del COVID. Por el contrario, la contratación independiente, aunque se modera, se mantiene en niveles que casi duplican los que poseían prepandemia.

En 2022, la contratación de paquetes turísticos se sitúa en un 43,8% frente a un 51,2% de 2019. Por su parte, la contratación independiente alcanza un 39%, diez puntos más que su cuota en 2019 (28,6%).

Sin duda, la recuperación del paquete turístico acompaña a la recuperación de los mercados nórdicos y británicos, mercados con mayor peso en esta modalidad además del turismo de Holanda.

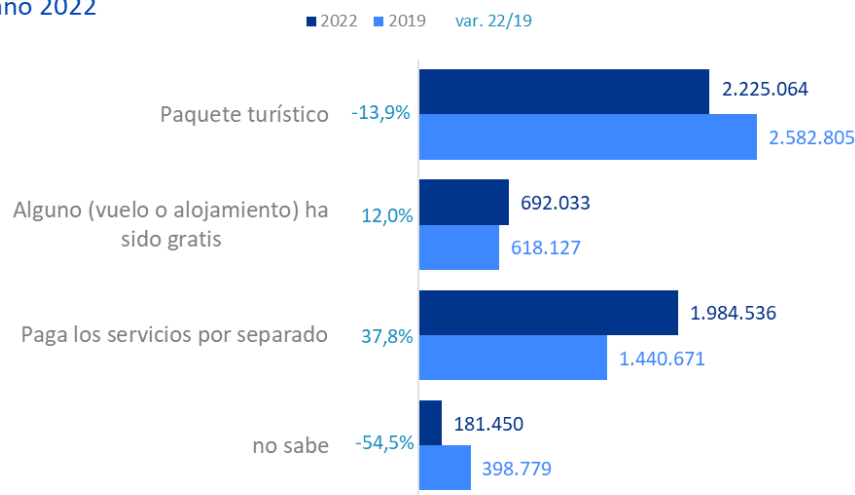
También el mercado alemán supera a la media en contratación de paquetes, aunque su cuota es menor que en los anteriores mercados. Por el contrario, los mercados con menor uso de paquete son los españoles, italianos, franceses, irlandeses y suizos. Unos mercados que ostentan las mayores cuotas de contratación directa, tanto del vuelo como del alojamiento.

Forma de contratación (%)



Forma de contratación

año 2022



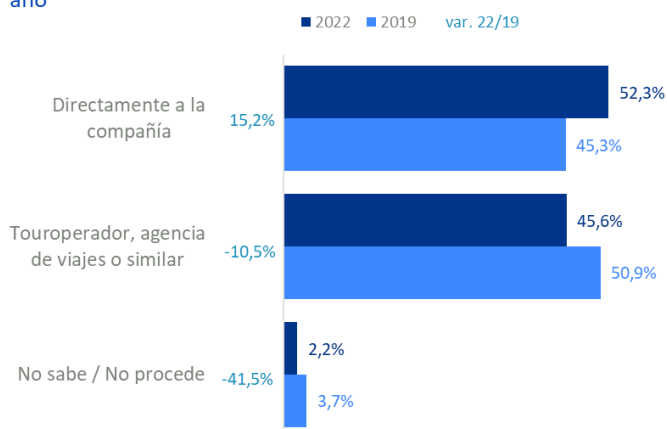
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Para la contratación del vuelo, aumenta un 15,2%, hasta una cuota del 52,3%, la contratación directa con la compañía. La contratación vía TTOO/AAVV se sitúa en un 45,6%, un 10,5% menor que la cuota que tenía en 2019.

La contratación del alojamiento, aunque también incrementa su peso un 16,3% en contratación directa, colocándose en una cuota del 33,4%, se queda por debajo de la cuota de la contratación vía TTOO/AAVV (52%), aunque ésta última pierde un -6,2% desde 2019.

Fórmula de contratación del vuelo

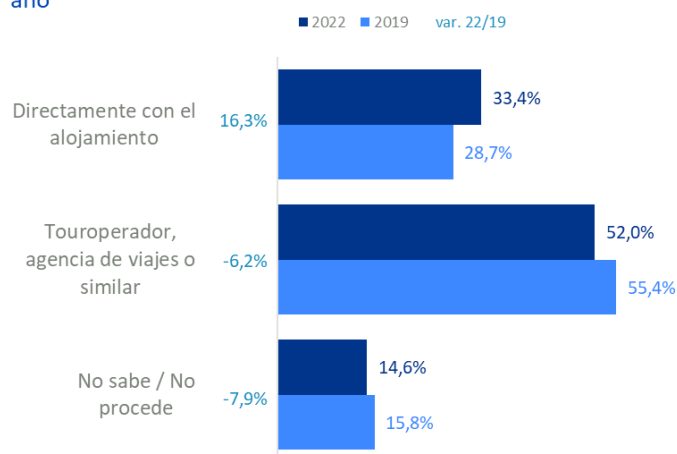
año



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Fórmula de contratación del alojamiento

año



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Fórmula de contratación del vuelo

	2018	2019	2020	2021	2022	año		
	año	año	año	año	año	2019	2022	var. 22/19
Directamente a la compañía	42,6%	45,3%	54,9%	57,2%	52,3%	45,3%	52,3%	15,2%
Touroprador, agencia de viajes o similar	54,5%	50,9%	41,5%	40,5%	45,6%	50,9%	45,6%	-10,5%
No sabe / No procede	3,0%	3,7%	3,7%	2,3%	2,2%	3,7%	2,2%	-41,5%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Fórmula de contratación del alojamiento

	2018	2019	2020	2021	2022	año		
	año	año	año	año	año	2019	2022	var. 22/19
Directamente con el alojamiento	27,8%	28,7%	35,4%	36,5%	33,4%	28,7%	33,4%	16,3%
Touroprador, agencia de viajes o similar	57,9%	55,4%	46,8%	46,6%	52,0%	55,4%	52,0%	-6,2%
No sabe / No procede	14,3%	15,8%	17,8%	16,8%	14,6%	15,8%	14,6%	-7,9%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Forma de contratación por mercado (%) (año 2022)

	TOTAL MERCADOS	ALEMANIA	BÉLGICA	DINAMARCA	ESPAÑA	FINLANDIA	FRANCIA	HOLANDA	IRLANDA	ITALIA	NORUEGA	REINO UNIDO	SUECIA	SUIZA	Otros
Paquete turístico	43,8%	47,5%	40,9%	70,3%	18,4%	73,9%	27,9%	60,4%	28,6%	15,8%	79,9%	57,9%	72,0%	28,6%	29,2%
Alguno (vuelo o alojamiento) ha sido gratis	13,6%	15,7%	17,5%	10,5%	19,6%	5,9%	10,7%	7,4%	9,5%	23,5%	4,0%	10,7%	7,8%	15,7%	15,7%
Paga los servicios por separado	39,0%	34,6%	35,2%	17,8%	55,3%	15,6%	59,3%	27,4%	60,3%	55,9%	14,5%	29,3%	17,9%	52,4%	48,6%
No sabe / No procede	3,6%	2,2%	6,3%	1,4%	6,7%	4,6%	2,2%	4,8%	1,7%	4,8%	1,6%	2,1%	2,3%	3,3%	6,5%
CONTRATACIÓN DEL VUELO															
Directamente a la compañía	52,3%	42,9%	52,6%	21,3%	64,0%	19,6%	63,9%	35,6%	71,8%	71,1%	20,8%	48,0%	32,4%	68,7%	59,5%
Touroprador, agencia de viajes o similar	45,6%	55,2%	45,5%	77,9%	32,3%	78,1%	34,4%	63,0%	26,7%	23,8%	78,9%	50,6%	66,9%	27,0%	37,1%
No sabe / No procede	2,2%	1,9%	1,9%	0,8%	3,7%	2,3%	1,7%	1,4%	1,5%	5,1%	0,4%	1,4%	0,7%	4,3%	3,5%
CONTRATACIÓN DEL ALOJAMIENTO															
Directamente con el alojamiento	33,4%	24,4%	31,3%	18,6%	38,9%	16,3%	41,1%	28,1%	46,8%	38,8%	17,5%	32,1%	26,0%	42,9%	38,5%
Touroprador, agencia de viajes o similar	52,0%	58,8%	49,2%	74,2%	38,8%	75,4%	45,1%	65,0%	40,0%	33,7%	78,0%	58,0%	65,4%	39,1%	43,3%
No sabe / No procede	14,6%	16,8%	19,5%	7,2%	22,3%	8,2%	13,9%	6,9%	13,2%	27,5%	4,5%	9,9%	8,6%	18,0%	18,2%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Actividades turísticas

La práctica de actividades turísticas se incrementa considerablemente tras la reapertura turística, alcanzando en 2021 una media del 81,6% que practica actividades frente a un 77% en 2019.

Gran parte de las actividades turísticas evaluadas incrementan la afluencia de turismo en comparación con el año 2019, con la excepción de la Observación astronómica, las visitas a Bodegas, mercadillos y fiestas populares, las actividades en el mar y las deportivas.

Se duplican las actividades de naturaleza, y el crecimiento es alto en actividades como recorrer la isla por su cuenta, degustación de gastronomía canaria o las excursiones marítimas y de avistamiento de cetáceos.

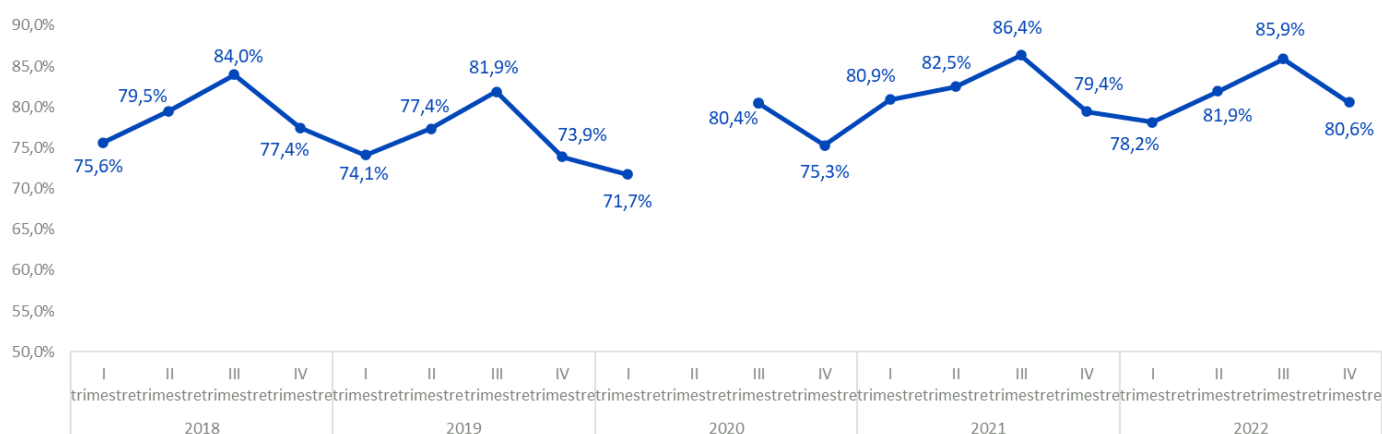
En lo que se refiere a las actividades con mayor peso en Tenerife, éstas son: recorrerla por su cuenta, degustar gastronomía canaria, actividades en la naturaleza, parques de ocio, excursiones organizadas y, excursiones marítimas. Además, son también relevantes, los paseos, playa y piscina.

Por nacionalidades, alemanes, franceses y suizos son los mercados de mayor actividad, así como peninsulares, holandeses y finlandeses.

Aumenta en 2022 el nivel de actividad de casi todos los mercados, con la excepción de Holanda. Aumenta la actividad, especialmente, entre noruegos. También relevante aumento en el mercado belga, alemán o irlandés.

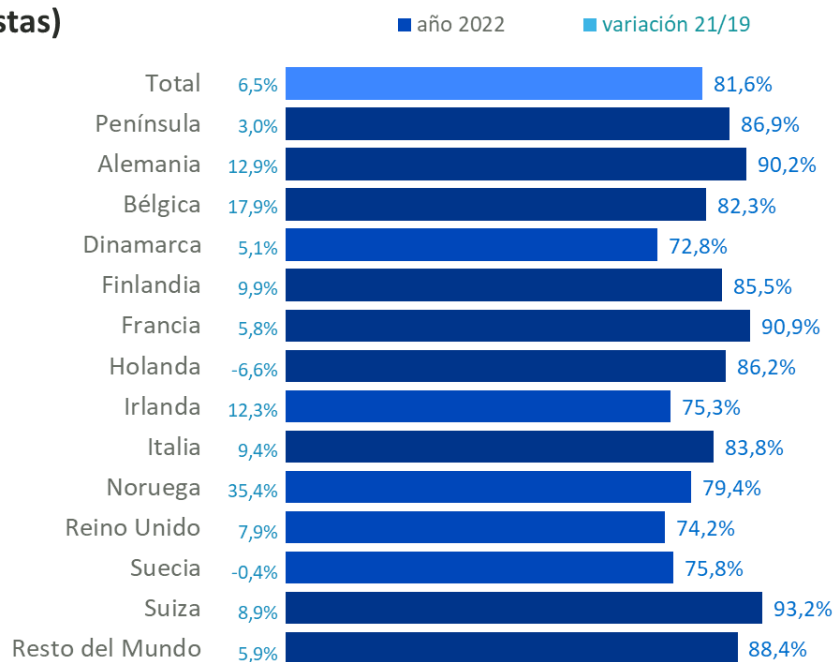
El verano es la temporada de mayor actividad turística. Si bien actividades con las de naturaleza o deportivas tienen mayor afluencia fuera de los meses estivales, otras no reflejan apenas estacionalidad. Sin embargo, las actividades en el mar, las excursiones marítimas o la visita a parques de ocio, tienen mayores afluencias durante el trimestre del verano que en los restantes periodos del año.

Realiza actividades turísticas (%) - Tenerife



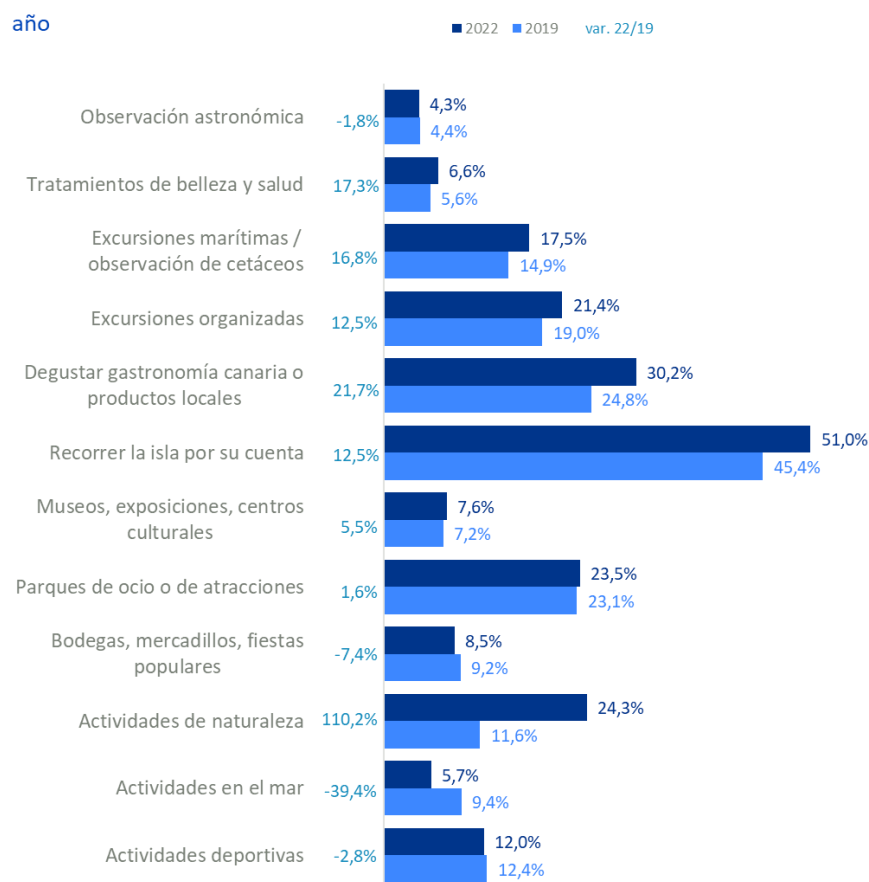
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Realización de actividades durante la estancia en Tenerife (% turistas)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Actividades realizadas durante la estancia en Tenerife (%)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Actividades realizadas durante la estancia en Tenerife (%)

	año		
	2019	2022	var. 22/19
Realiza alguna actividad	76,6%	81,6%	6,5%
Observación astronómica	4,4%	4,3%	-1,8%
Tratamientos de belleza y salud	5,6%	6,6%	17,3%
Excursiones marítimas / observación de cetáceos	14,9%	17,5%	16,8%
Excursiones organizadas	19,0%	21,4%	12,5%
Degustar gastronomía canaria o productos locales	24,8%	30,2%	21,7%
Recorrer la isla por su cuenta	45,4%	51,0%	12,5%
Museos, exposiciones, centros culturales	7,2%	7,6%	5,5%
Parques de ocio o de atracciones	23,1%	23,5%	1,6%
Bodegas, mercadillos, fiestas populares	9,2%	8,5%	-7,4%
Actividades de naturaleza	11,6%	24,3%	110,2%
Senderismo	-	20,4%	-
Otras actividades de naturaleza	-	8,9%	-
Actividades en el mar	9,4%	5,7%	-39,4%
Buceo (submarinismo-botella)	-	3,0%	-
Surf	-	2,5%	-
Windsurf / Kitesurf	-	0,9%	-
Actividades deportivas	12,4%	12,0%	-2,8%
Ciclismo / Mountain bike	-	1,7%	-
Correr	-	5,1%	-
Golf	-	2,5%	-
Practicar otro deporte	-	4,5%	-
Otras actividades (estas actividades no están contabilizadas en la realización de actividades)			
Pasear, callejear	71,6%	79,3%	10,7%
Piscina, instalaciones del hotel	59,9%	63,8%	6,5%
Playa	60,6%	67,3%	11,1%
Nadar	-	9,8%	-

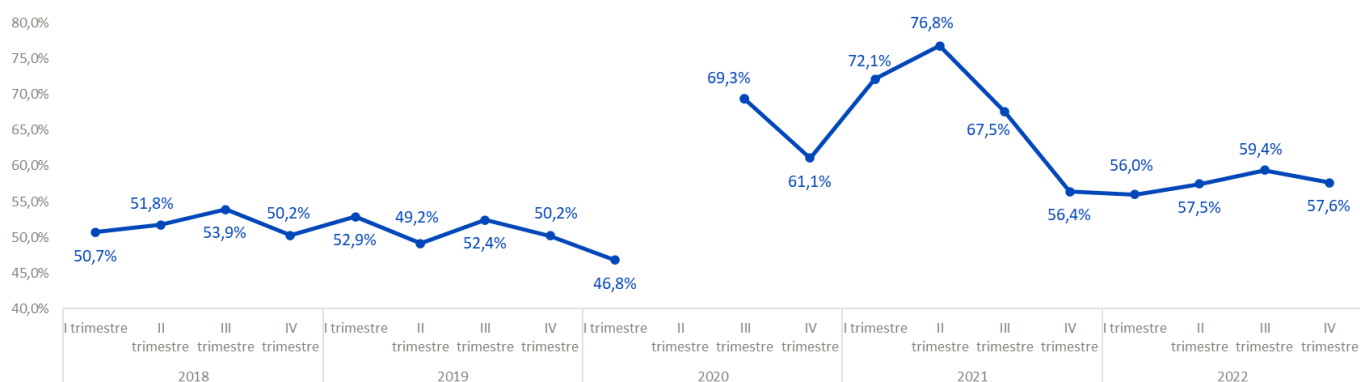
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife
nc: no comparable por cambio metodológico introducido en el I trimestre 2020

Visitas turísticas

Al igual que las actividades, también en 2022 aumentan las visitas a lugares de interés de la isla, en comparación con 2019, año en el que el peso de turismo que realizaba visitas fue de un 51,2%, aumentando hasta un 57,6% en 2022.

Aunque durante los años de pandemia incrementan considerablemente las visitas a lugares de interés, en 2022 la cuota de visitas retorna a sus cuotas anteriores, aunque se mantiene en un nivel más elevado.

Realiza visitas a lugares de turísticas (%) - Tenerife



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

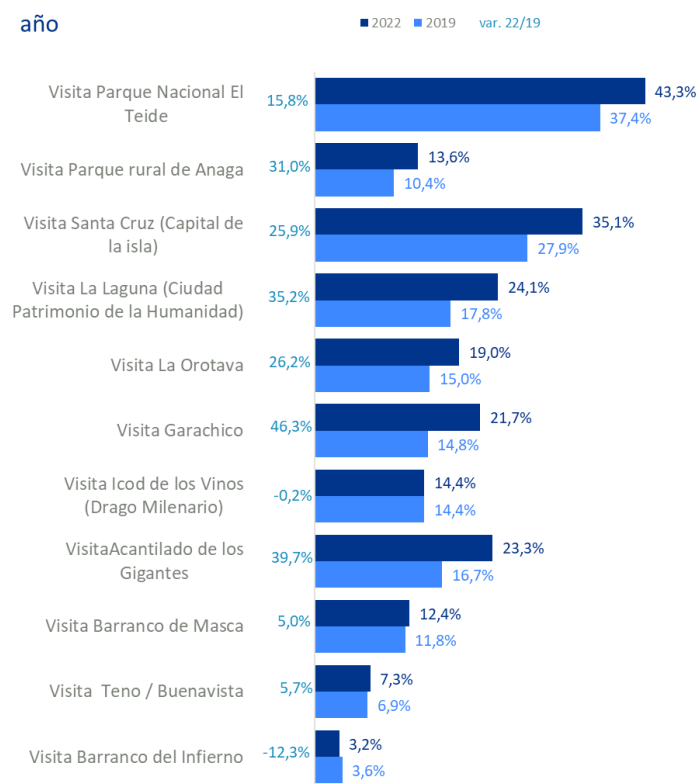
En general, aumentan las visitas a todos los lugares valorados salvo el Barranco del Infierno, que pierde afluencia. Y la visita a Icod, que se mantiene estable, aunque con una afluencia ligeramente inferior. De los restantes lugares, aumenta la visita en todos ellos

Entre los lugares con mayor cuota de visita, se mantienen como en años anteriores, el PN del Teide, Santa Cruz, La Laguna y Los Gigantes, incrementando todos ellos la afluencia con respecto a 2019. Tras estos lugares se sitúa la visita a Garachico, a La Orotava y a Icod de los Vinos.

Las visitas al PR de Anaga y a Masca se sitúan en un 13%-14%, y las realizadas a Teno/Buenavista, en un 7%. Por último, la visita al Bº del Infierno en un 3%.

Franceses, peninsulares, alemanes, suizos e italianos, son las nacionalidades con mayor cuota de visitas. Todas las nacionalidades, salvo Suecia, aumentan su nivel de visita a todos los lugares evaluados.

Visitas realizadas durante la estancia en Tenerife (%)

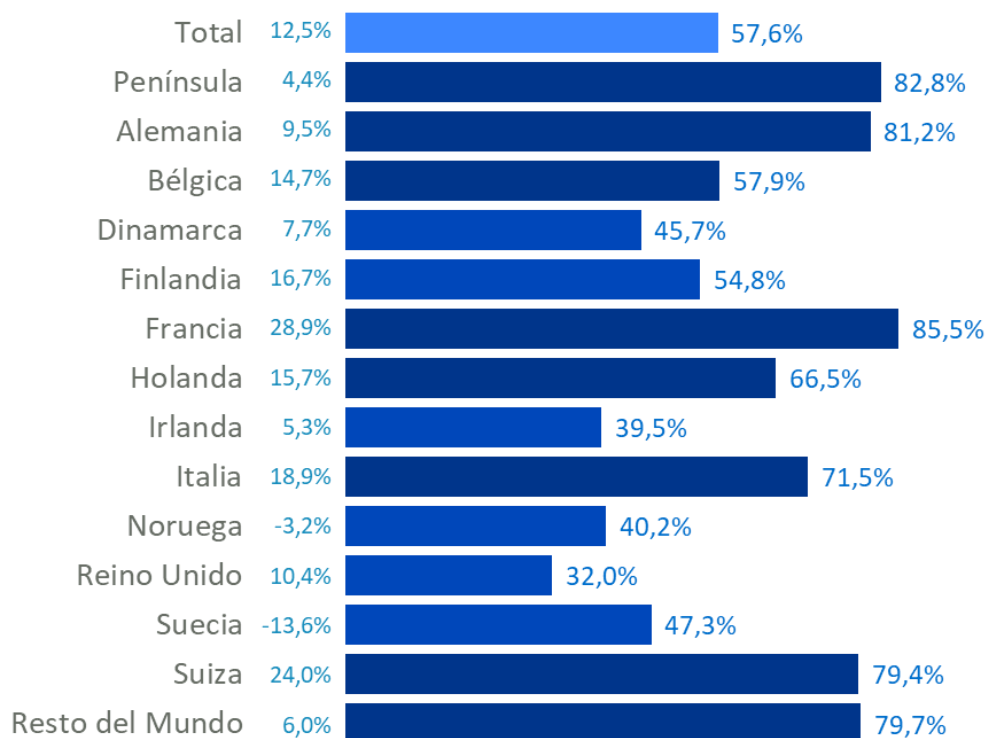


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Realización de visitas durante la estancia en Tenerife (%)

■ año 2022

■ variación 22/19



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto turístico

El gasto turístico en Tenerife, que sufrió un recorte tras el inicio de la pandemia, vuelve a los niveles anteriores a finales de 2021 y, en 2022, aumenta incluso por encima de los niveles prepandemia.

El gasto por persona se situó en 2022 en 1.329,53€, un 19,3% superior a gasto de 2019 (1.114,03 €). De otra parte, el gasto por persona y día, situado en 2022 en 166,33€, también crece casi un 19% con respecto al de 2019 (139,83€).

La duración de la estancia en 2022 (8,9 noches), que se sitúa en una duración media similar a la de 2019 (8,8 noches), repercute en ese incremento similar entre el gasto por persona y su equivalente en gasto diario, indicadore de un incremento de gasto que responde a un aumento de la cantidad pagada por igual días de estancia en la isla. Eso no sucedió durante los años de Pandemia 2020-2021, cuando las estancias medias llegaron a incrementarse hasta 9-10 días, lo que repercutió en el resultado de gasto.

En 2022 se incrementa el gasto en el vuelo, en la contratación del alojamiento y también, el gasto en otras partidas, entre las que destaca el aumento de gasto en restauración, en actividades de ocio y deportivas y, en transporte local, como alquiler de coche, taxis, VTC, transfer, transporte público y pasajes entre islas.

De otra parte, se reduce en gasto diario en compras alimenticias y en compras generales, siendo el sector del comercio el único que sufre reducción de gasto.

Las partidas de gasto de mayor cuantía corresponden, además del vuelo y del alojamiento, a la alimentación y al transporte local. En el ocio, las mayores cuantías son las que se destinan a excursiones, a parques de atracciones y en ocio nocturno.

Hay que tener en cuenta que, la cantidad de gasto por persona resultante es un dato del gasto medio calculado entre el total de visitantes y no sólo entre aquellos que efectivamente gastan en una partida concreta, por lo que, en algunas partidas de gasto, las cantidades podrían parecer no reales e inferiores a los costes reales que supone el servicio.

De las dos partidas principales, el vuelo a Tenerife supone un gasto medio por persona de 359,12€, un 27% del gasto turístico. La contratación del alojamiento, 540,87€ por persona, que representa un 41% del gasto. Ambas partidas, aunque aumentan un 15% el vuelo y un 21% el alojamiento, mantienen sus cuotas prácticamente estables en los dos años 2019-2022.

El gasto en restauración, unos 145,65€ por persona, supone un 11% del gasto total, mientras que en los supermercados y tiendas de alimentación se gasta de media 55,7€ por persona, lo que representa un 4,2% del gasto. El en restauración aumentó un 38% y el destinado a compras alimenticia, casi estable, se reduce un leve -0,6%.

El ocio supone un gasto de unos 71,4€ por turista, y que viene a suponer el 5,4% del total gastado. Esta partida aumenta un 61% entre 2019 y 2022. Del total de lo que se gasta en ocio, la mayor cantidad corresponde a excursiones, con una media de 29€ por persona. Tras esta actividad se sitúan los gastos en parques de ocio, el gasto en pub y discotecas y el gasto en actividades deportivas. El gasto en ocio, que ya viene aumentando desde 2021, en la comparativa entre 2019 y 2022 registra incremento en todas las partidas de gasto en ocio.

El gasto en transporte local, en conjunto un 8,1% del gasto, asciende a 107,37€, del cual el alquiler de coche representa la mayor partida, con una media de casi 53€ por persona, duplicando la cantidad que se pagaba en 2019. Aumentan el gasto en todas las modalidades de transporte.

En lo que respecta a coche de alquiler, entre 2019 y 2022 el número de turistas que gastan en coche de alquiler se incrementa un 57%, tras haber caído durante la Pandemia. Se recupera a partir del 3º trimestre 2021, fecha que coincide también con la recuperación del mercado británico, nórdicos, y en general, la recuperación del turismo extranjero. Esta partida de gasto, que representaba en torno a un 2% del gasto turístico Prepandemia, en 2021 y 2022 aumenta su peso hasta un 4%-5% del gasto total.

Con respecto a esta partida de gasto, el gasto que efectúa el turismo alojado en Viviendas alquiladas a particulares en alquiler de coches, duplica al que realiza el promedio. Es elevado también, aunque no tanto como en las viviendas alquiladas, el que realiza el turismo en establecimientos colectivos como rural, time sharing, albergues, etc.

El porcentaje de turistas que gastan en alquiler de coches ha pasado de un 24%-25% prepandemia, hasta un 38% en el último año. Durante los años de pandemia esta cuota llegó a niveles de un 44%, cuando se

evitaban los transportes colectivos. Un servicio que prácticamente se mantiene durante todo el año sin patrón estacional.

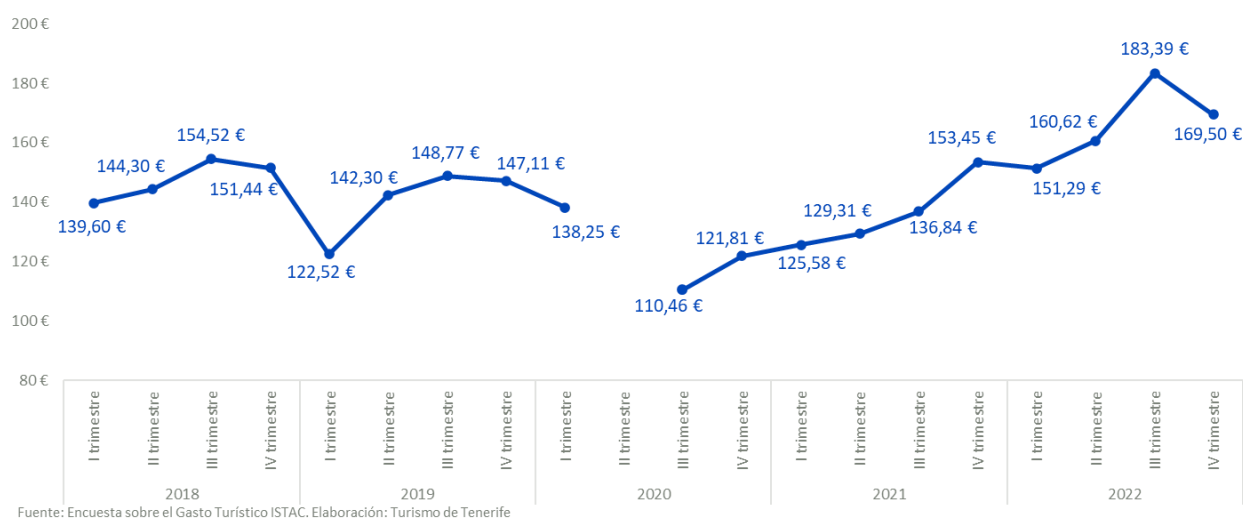
En la partida de gasto en comercio, el gasto global asciende a 32,9€ por persona de media, la mitad de lo que se gastó en 2019. Las compras no alimenticias absorben la práctica totalidad de esta partida. Prácticamente desaparece el gasto en Bienes Inmuebles y, apenas significativo el de otras compras de valor.

En este último año y en comparación con el gasto de 2019, todos los mercados extranjeros incrementan su nivel de gasto. El turismo peninsular, retrae un -1,4% su gasto por persona, pero no el gasto diario, que incrementa un +0,9%, a causa de la disminución de su estancia.

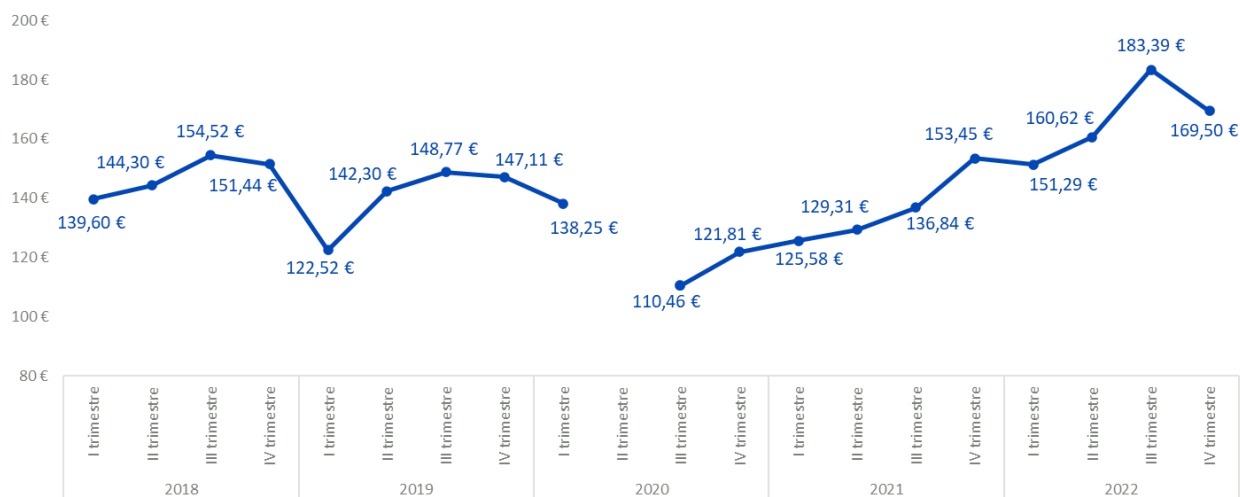
Por mercados, el mayor nivel de gasto diario corresponde al turismo noruego, cuyo gasto ha sido un 50% superior al del promedio. Tras este mercado se sitúa el gasto del turismo sueco, un 21% más elevado que el promedio, seguido por el gasto del finlandés, un 16% superior al promedio. Tras ellos, el gasto del británico, del suizo y del danés.

Por debajo del promedio, y entre los mercados de menor nivel de gasto diario, se sitúan los italianos (un -26% inferior al del promedio), peninsulares (-13% inferior a la media), alemanes (-9% inferior al promedio) y franceses (-8% inferior al del promedio). Los alemanes, a pesar de disponer de renta superior a la del promedio, como ya se ha visto anteriormente, sin embargo, un nivel de gasto diario es inferior.

Gasto turístico (euros/persona/día) - Tenerife

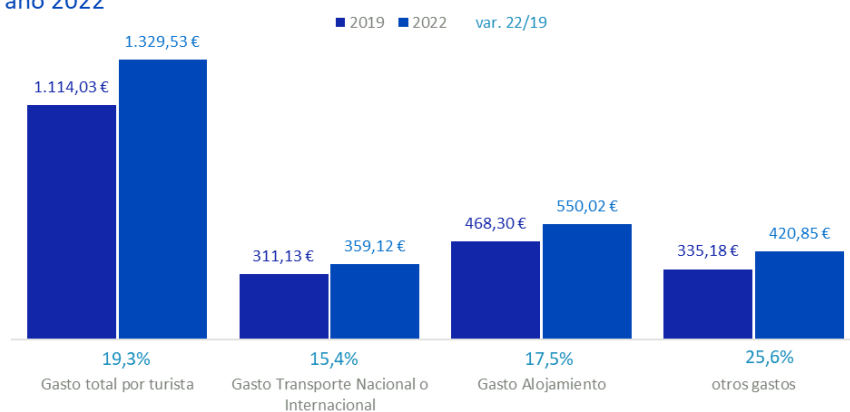


Gasto turístico (euros/persona/día) - Tenerife



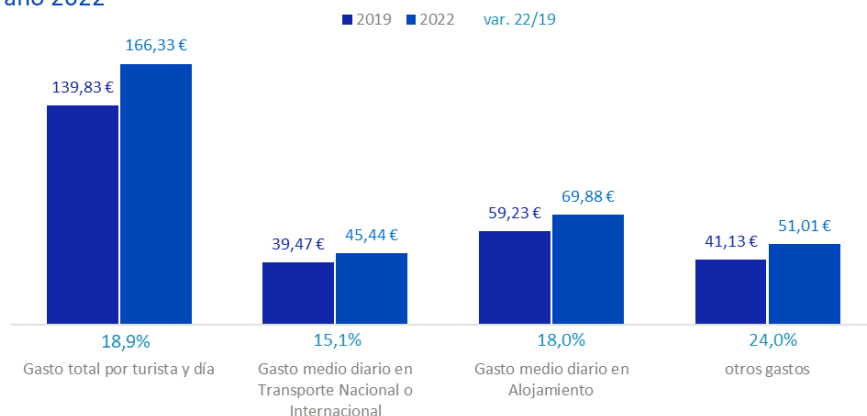
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto turístico (euros/persona) año 2022



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto turístico (euros/persona/día) año 2022



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

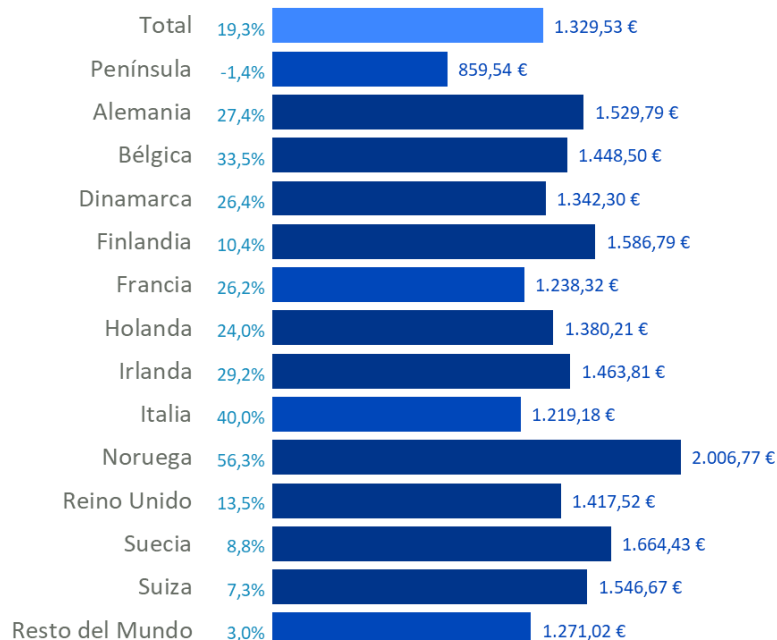
Gasto turístico (gasto/persona/día)

	año		
	2019	2022	var. 22/19
	Total	Total	Total
Gasto total por turista y día	139,83 €	166,33 €	18,9%
Gasto medio diario en Transporte Nacional o Internacional	39,47 €	45,44 €	15,1%
Gasto medio diario en Alojamiento	59,23 €	69,88 €	18,0%
Gasto medio diario principal del alojamiento	56,54 €	68,63 €	21,4%
Gasto medio diario servicios auxiliares alojamiento (lavandería, etc.)	2,69 €	1,25 €	-53,5%
Gasto medio diario transporte local	7,30 €	13,41 €	83,7%
Gasto medio diario rent a car y combustible	2,93 €	6,29 €	114,3%
Gasto medio diario autobuses regulares o tranvía	0,19 €	0,29 €	52,6%
Gasto medio diario pasajes entre islas	0,33 €	0,46 €	37,3%
Gasto medio diario taxi, transfer, VTC	3,84 €	6,38 €	65,9%
Gasto medio diario en Alimentación	19,58 €	23,69 €	21,0%
Gasto medio diario restaurantes, cafeterías o similares	13,44 €	17,83 €	32,6%
Gasto medio diario Supermercados o similares	6,14 €	5,86 €	-4,6%
Gasto medio diario Ocio	5,62 €	9,10 €	62,0%
Gasto medio diario Excursiones o servicios de guía turística	2,58 €	3,75 €	44,9%
Gasto medio diario actividades o eventos deportivos	0,55 €	0,98 €	79,6%
Gasto medio diario actividades o espectáculos culturales	0,14 €	0,22 €	54,9%
Gasto medio diario museos o similares	0,07 €	0,14 €	92,7%
Gasto medio diario parques de ocio o atracciones	1,05 €	1,88 €	79,2%
Gasto medio diario discotecas y pubs	1,00 €	1,49 €	48,6%
Gasto medio diario SPA, tratamientos de belleza o salud	0,21 €	0,63 €	196,5%
Gasto medio diario Compras	7,77 €	3,96 €	-49,0%
Gasto medio diario Compras no alimenticias (souvenirs, etc.)	6,40 €	3,76 €	-41,2%
Gasto medio diario Bienes Inmuebles	1,27 €	0,05 €	-95,9%
Gasto medio diario Otras Compras de valor (vehículos, obras de arte, etc.)	0,10 €	0,15 €	47,2%
Gastos médicos, farmacéuticos	0,26 €	0,31 €	21,4%
Gastos Otros	0,62 €	0,54 €	-12,2%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto medio por turista según mercados (euros/persona)

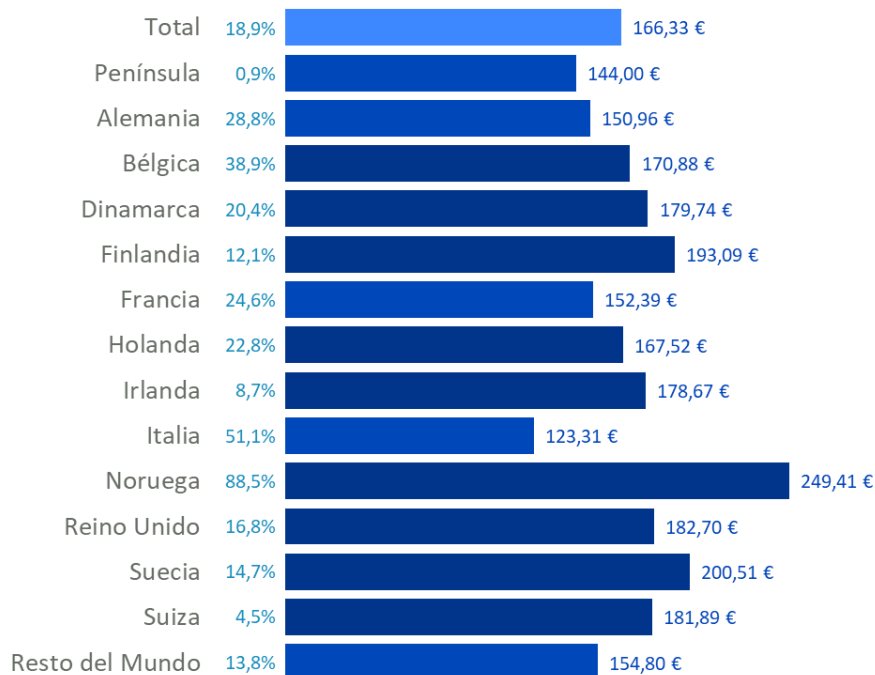
■ año 2022 ■ variación 22/19



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto medio por turista y día según mercados (euros/persona/día)

■ año 2022 ■ variación 21/19



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

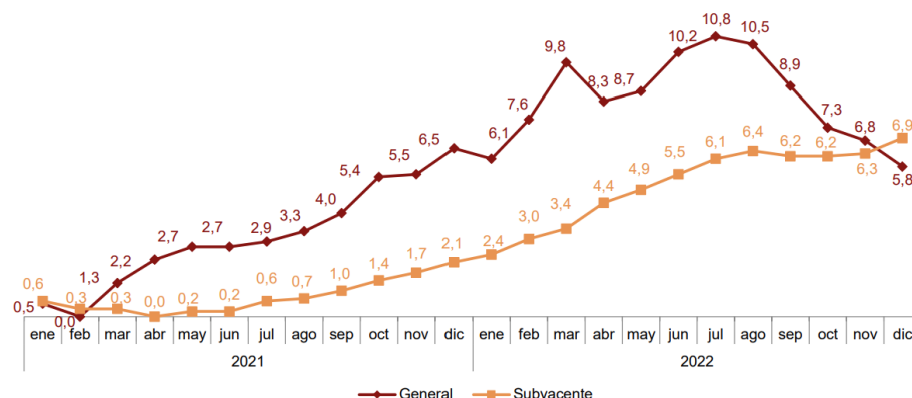
Facturación turística

La facturación generada por el gasto del turista ascendió en 2022 a 6.758 millones de euros (6.758.100.905,6), un 20,4% superior que la cantidad facturada en 2019 (5.615.155.360 €), lo cual supone un aumento de casi 1.143 millones de euros con respecto a 2019. Se recupera así las pérdidas sufridas durante los trimestres más duros de la pandemia, con niveles de facturación durante el segundo semestre 2022 que supera al de todos los años anteriores. Es posible que la inflación registrada también haya podido incidir sobre estos resultados.

Notas de prensa • Instituto Nacional de Estadística

Evolución anual del IPC¹

Índice general y subyacente. Porcentaje



¹ El último dato se refiere al indicador adelantado

Aumenta la facturación generada por todas las partidas de gasto salvo las de las compras. Aunque aumenta el número de turistas que gastan en esta partida, se reduce la cantidad gastada en este servicio, repercutiendo en un menor valor de la facturación. También se redujo la facturación por gasto en servicios auxiliares del alojamiento, al reducirse tanto el número de turistas que gastan como las cantidades gastadas.

El gasto en compras alimenticias, que también se reducía, incrementa el volumen de turistas que gastan, lo que incrementa la facturación en la partida.

Todas las restantes partidas de gasto aumentan, tanto el número de personas que gastan como las cantidades gastadas, lo que incide en incrementos de la facturación.

En lo referente a la contribución de los diferentes mercados en la facturación, el mercado británico aporta el 41% de la facturación, tanto por su elevada cuota de turistas como por un gasto superior al gasto medio.

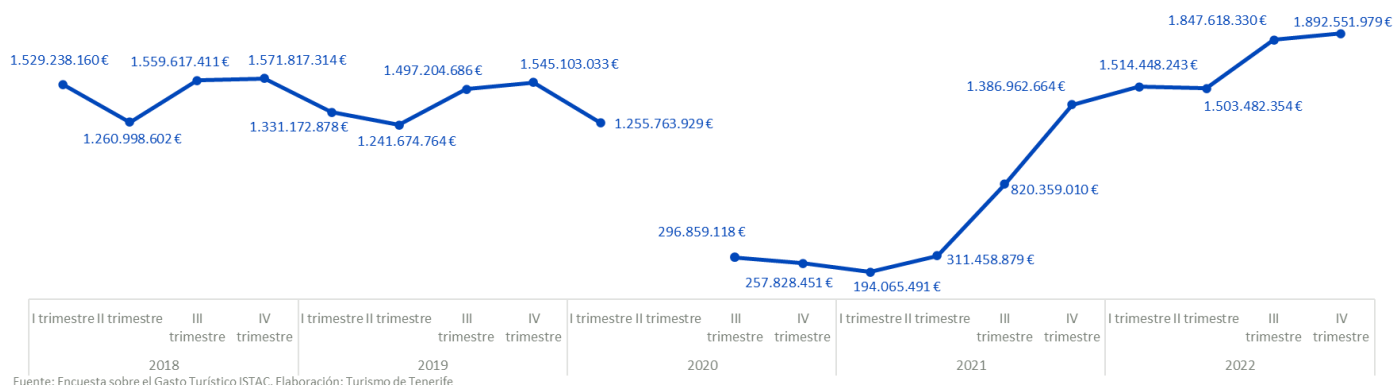
El 13% de la facturación corresponde al turismo alemán, y un 9% al peninsular, mercado que, aunque es el segundo en cuota de mercado, su menor nivel de gasto relega su aporte por detrás del del alemán. El mercado alemán, sin embargo, posee una cuota sobre la facturación superior a su cuota turística.

Tras los tres principales mercados se sitúa el aporte económico de belgas e italianos, el primero por su mayor gasto mientras que el segundo, por su mayor cuota turística.

Igual que sucede con el mercado alemán, tienen mayor cuota en facturación que cuota turística mercados como Reino Unido, Bélgica, Noruega, Suecia, Finlandia, Francia, Holanda, Irlanda o Suiza.

No sucede lo mismo para españoles e italianos. Y los daneses, mantienen similar cuota turística que peso en facturación.

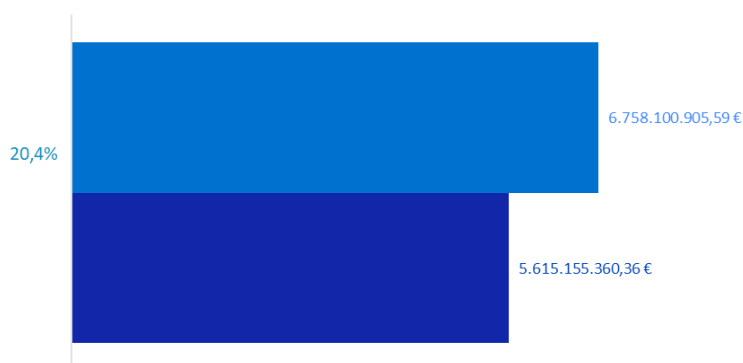
Gasto turístico (euros/persona/día) - Tenerife



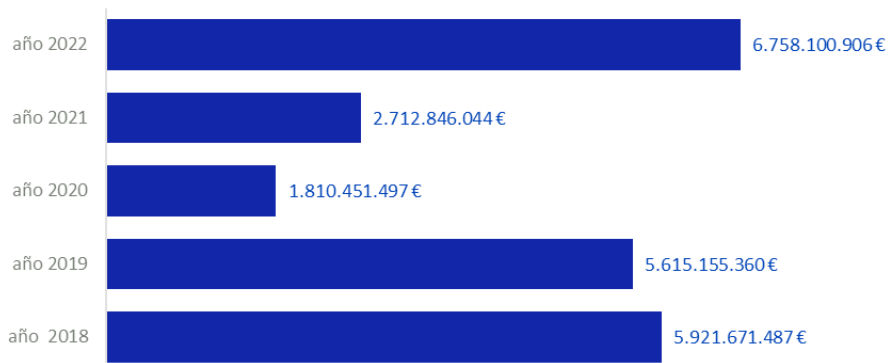
Facturación (€)

año

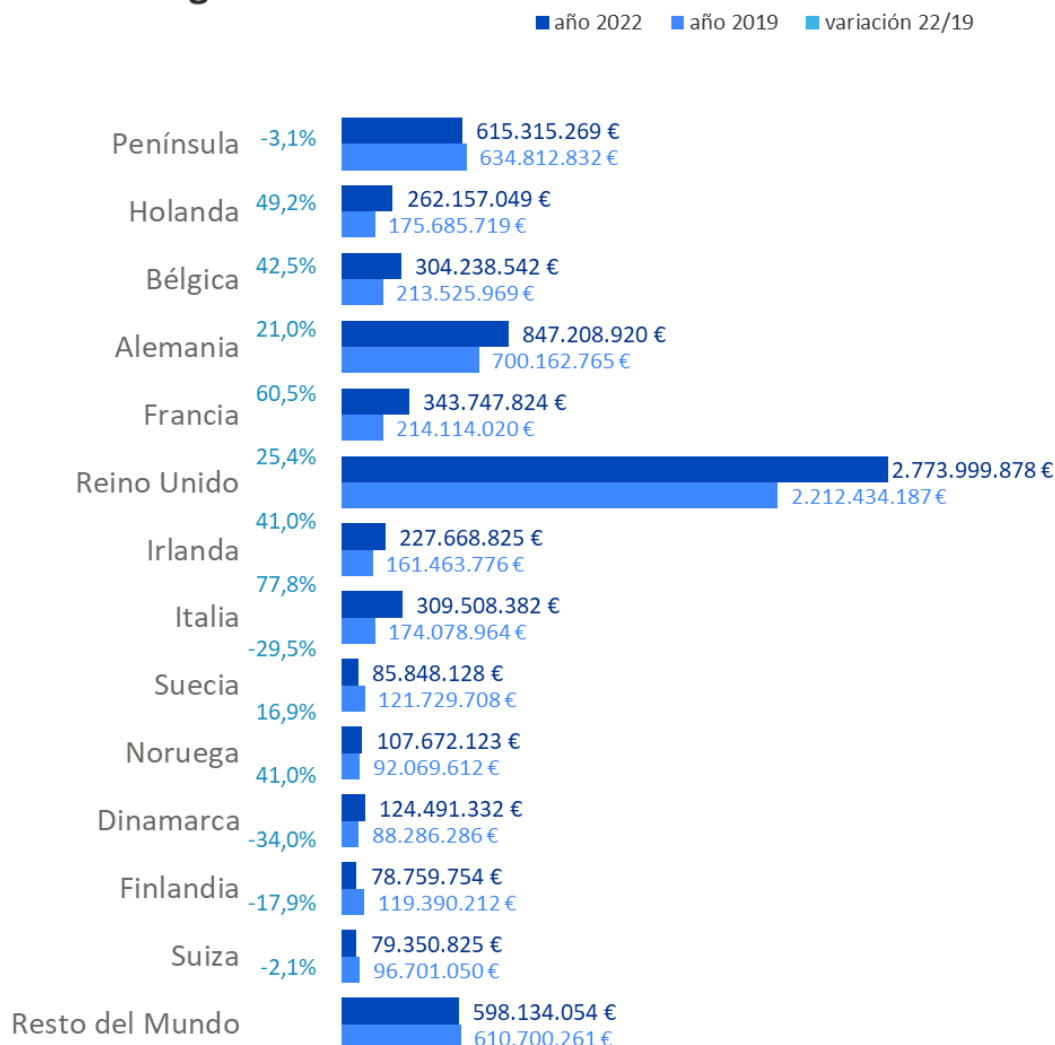
■ 2022 ■ 2019 ■ var. 22/19



Facturación (€)



Facturación según mercados



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Destinos competidores

Variable no comparable con datos 2019 al no medirse esta variable en ese año. Comparativa 2021-2022.

El 41,6% del turismo que viajó a Tenerife en 2022 no contempló viajar a ningún otro destino alternativo a la isla, un 6,5% más que el que se registraba en 2021.

Entre los que sí barajaron otros destinos opcionales para su viaje, un 32,1% consideraron otras islas de Canarias, porcentaje similar o ligeramente inferior que en el año 2021. Un 9,2% consideró Baleares, destino que redujo un -1,9% su peso. Y un 17,8% consideró otros destinos españoles, aumentando la cuota un +17,8%.

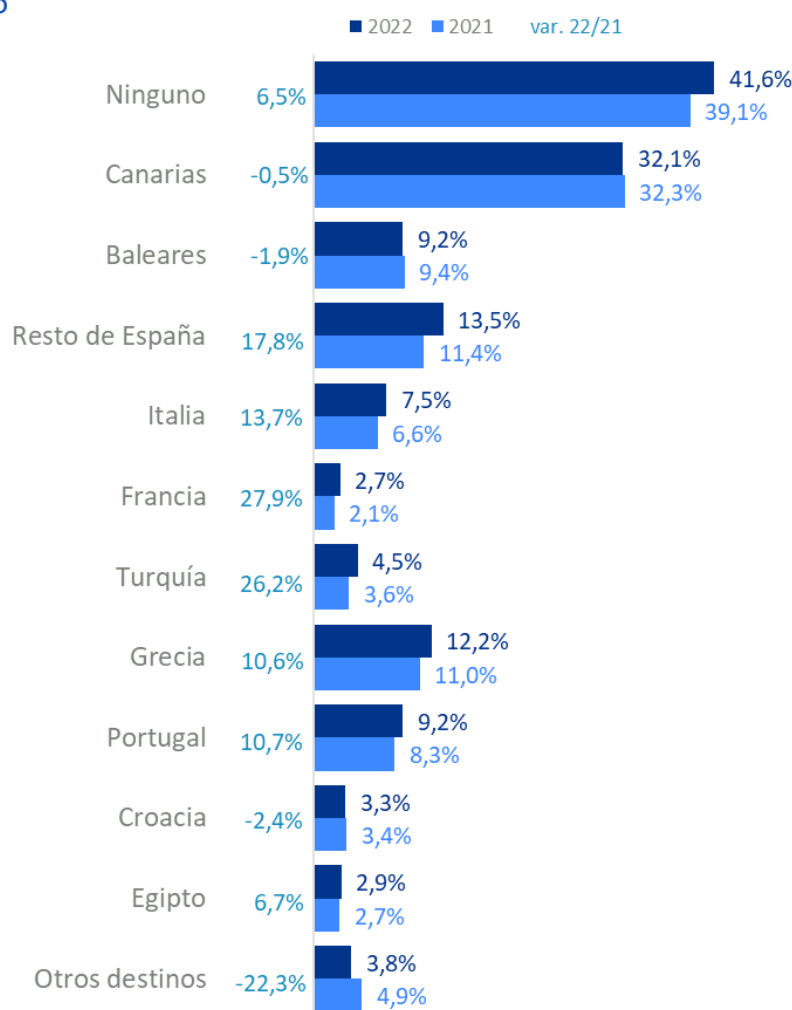
Entre los destinos internacionales, en 2022 un 12,2% se planteó Grecia como alternativa, un 9,2% Portugal y un 7,5% Italia, aumentando la cuota de los tres países más de un 10%.

Turquía, Croacia, Egipto y Francia, los siguientes destinos considerados, aumentando la cuota en 2022, todos salvo Croacia.

Como destino vacacional de las vacaciones anteriores, destaca Canarias, con un 20,5% y resto de España con un 12,4%. Baleares se sitúa en un 4,1%. Como destinos internacionales, destacan en las vacaciones anteriores Italia (7,1%), Grecia (5,5%) y Francia (5,1%). Un 34,6% no haber estado en ningún destino vacacional en el año anterior.

Otros destinos considerados para este viaje

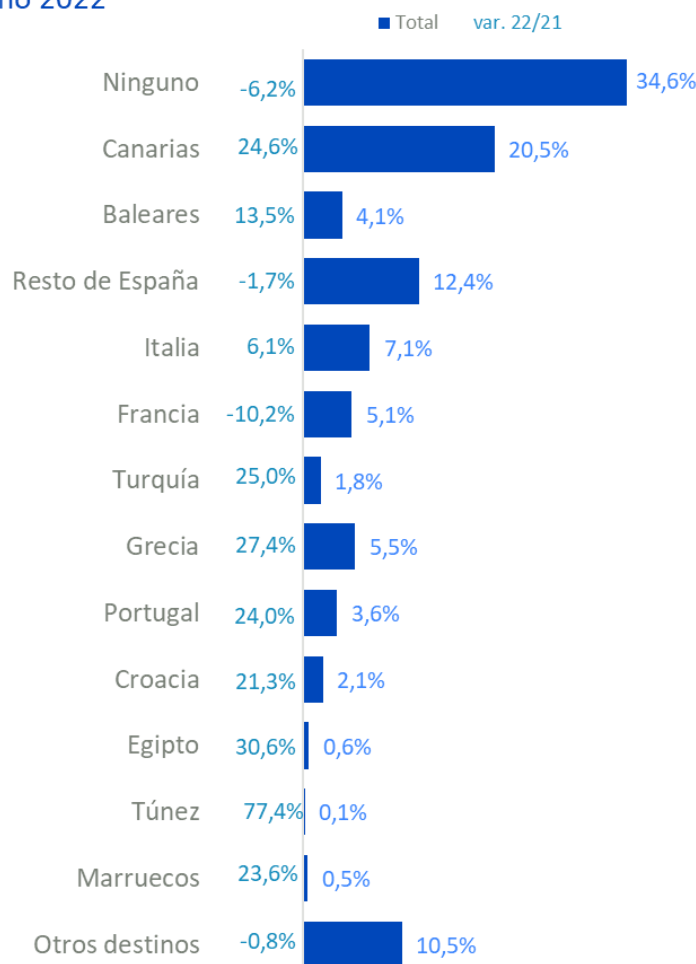
año



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Destino de las vacaciones anteriores

año 2022



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Satisfacción

El nivel de satisfacción con el viaje a Tenerife en 202, valorado con 8,86 puntos, se mantiene igual que en el año anterior, pero mejora con respecto a 2019 (8,66 puntos) y también con respecto al año 2020 (8,67puntos).

Un 43% considera la experiencia mejor o mucho mejor de lo esperado; un 51% a la altura de lo esperado y, para un 2,8% la experiencia no ha cubierto las expectativas.

Aumenta el porcentaje de los que consideran la experiencia mejor de lo esperado, pero se reduce los que la consideran mucho mejor. También se reduce los que opinan que estaba a la altura de lo esperado o los que valoran la experiencia mucho peor de lo esperado.

La intención de volver a Canarias se puntúa con 8,82 puntos frente a los 8,68 puntos de 2019 y similar a la de 2021 (8,81 puntos).

La recomendación de Canarias (9,07 puntos), supera a la de 2019 (8,92 puntos) pero no a la de 2021 (9,10).

Sólo el mercado británico, además del grupo de otros, superan la satisfacción del promedio. No obstante, salvo los belgas, todos los mercados incrementaron la satisfacción con el viaje a Tenerife en 2022 comparado con el año 2019. La menor satisfacción la muestran belgas y holandeses.

Daneses, españoles y británicos los que muestran mejor disposición a volver a Canarias.

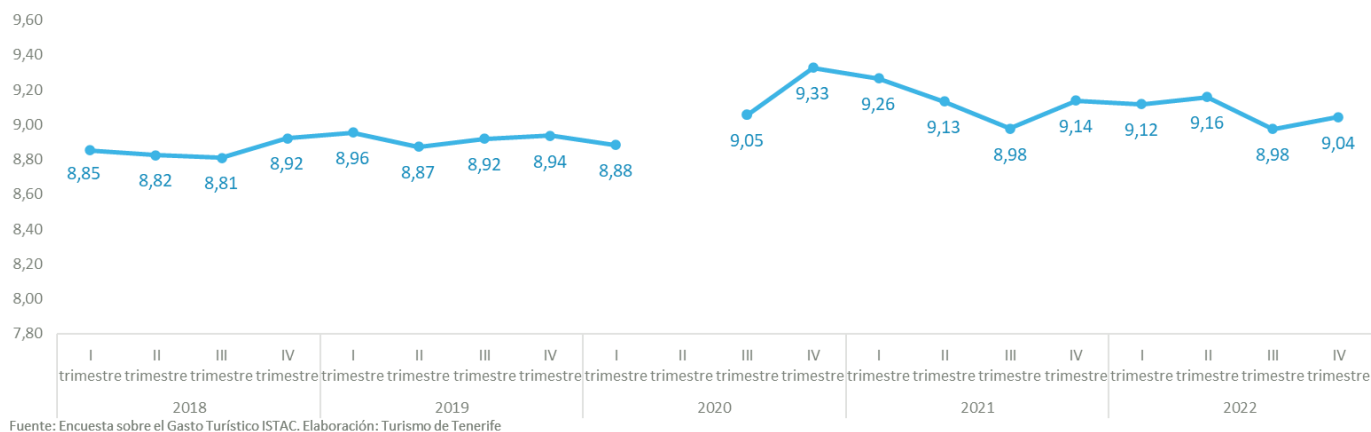
En lo relativo a cumplimiento de expectativas, Noruega, Alemania, Irlanda, Italia, Suecia, los mercados que mejor valoran su experiencia con el destino, con mayor peso en considerar que su experiencia supera a las expectativas previas. Por el contrario, es en los mercados belga, francés, danés, holandés o suizo, en los que se encuentra el mayor peso de turismo con peor cumplimiento de sus expectativas. Menor que la media también españoles y finlandeses.

Satisfacción (0-10 puntos) - Tenerife



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Recomendación (0-10 puntos) - Tenerife

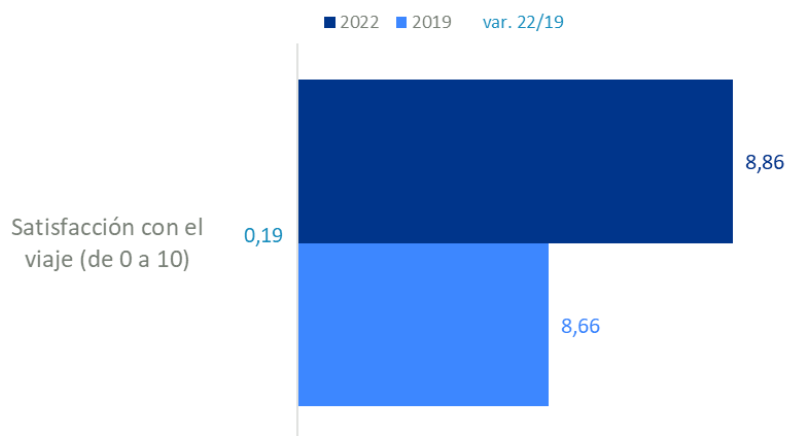


Intención de volver (0-10 puntos) - Tenerife



Satisfacción con el viaje (de 0 a 10)

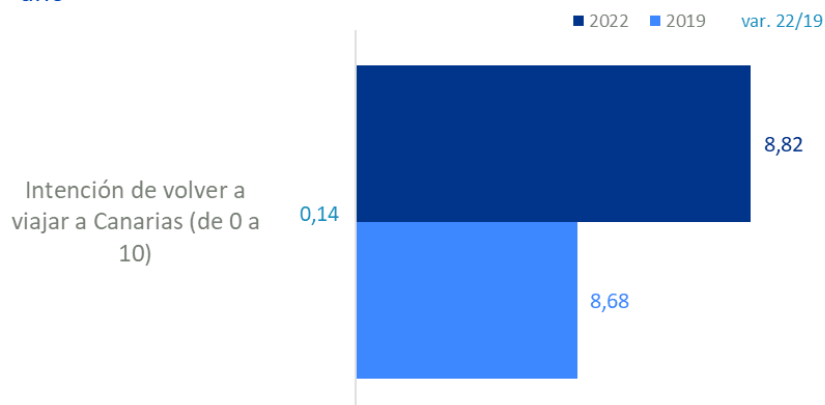
año



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Intención de volver a viajar a Canarias (de 0 a 10)

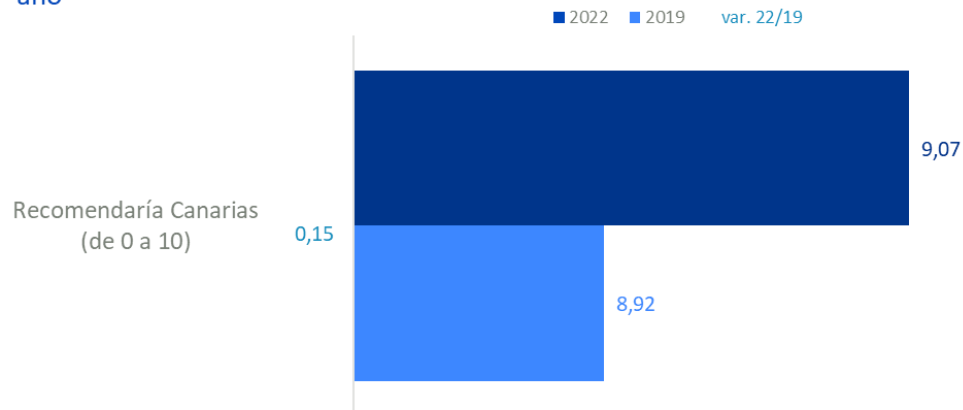
año



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Recomendaría Canarias (de 0 a 10)

año

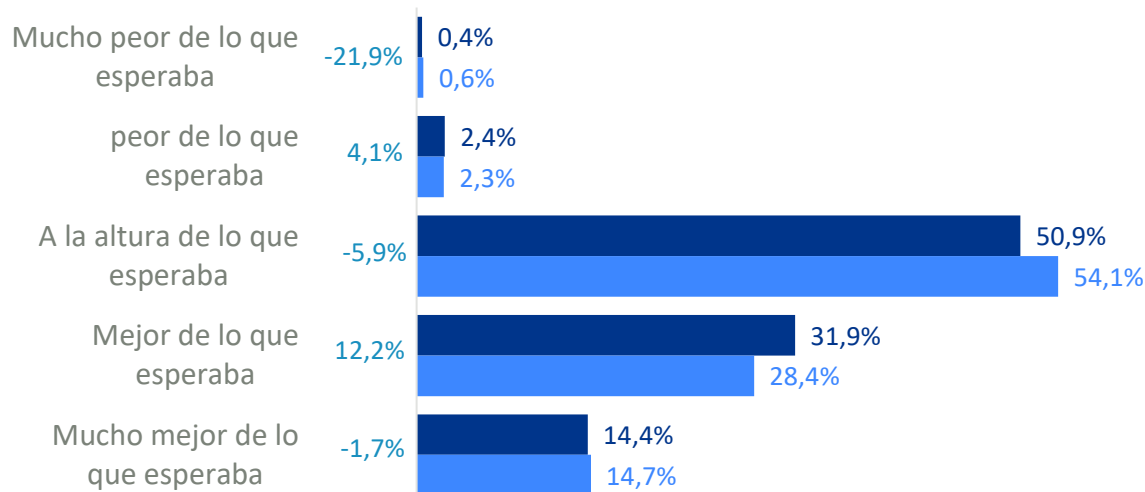


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Calificación de la experiencia

año

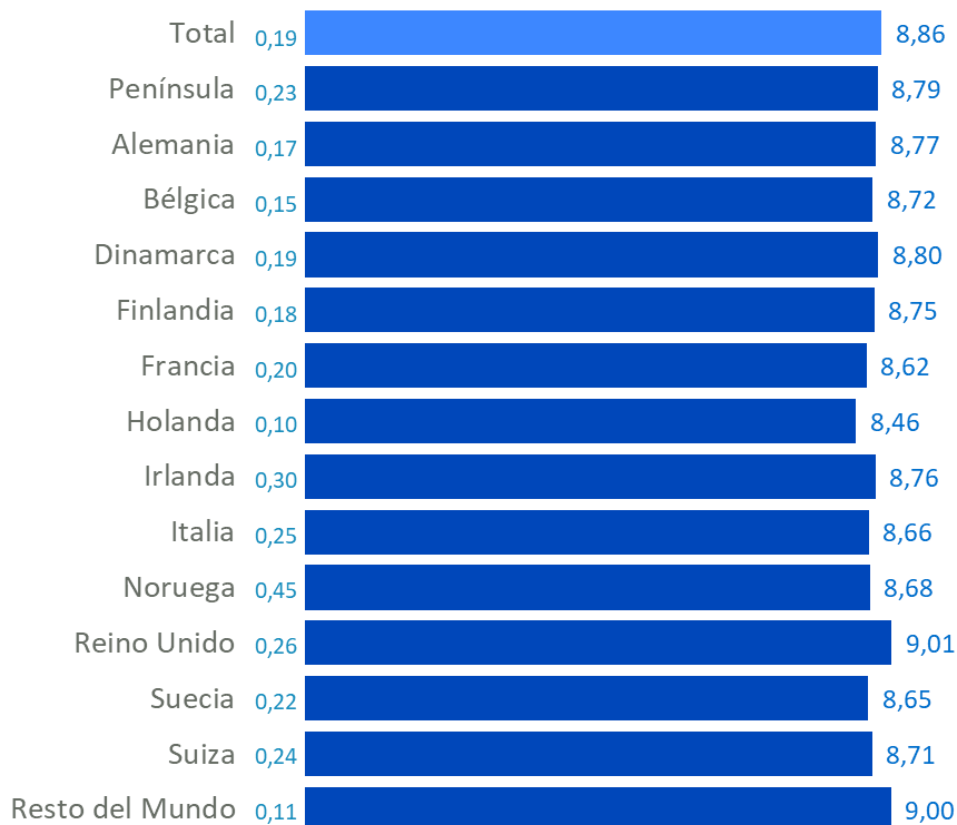
■ 2022 ■ 2019 var. 22/19



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Satisfacción por mercados (valoración de 0 a 10)

■ año 2022 □ variación 22/19



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

Motivación

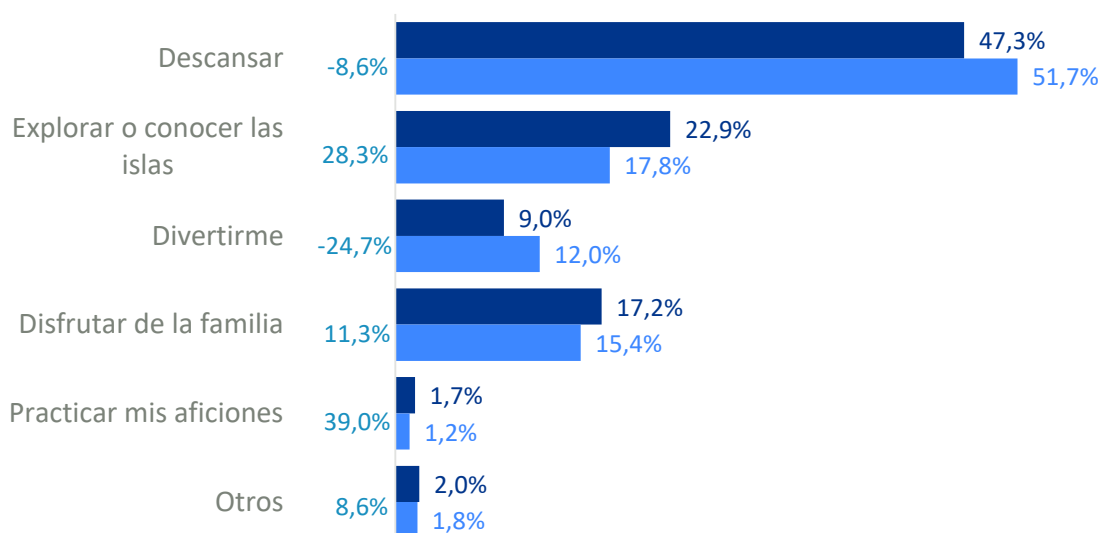
El descanso es la principal motivación del turista para viajar a Tenerife, aunque en 2022 este factor pierde peso, ganándolo, sin embargo, otras motivaciones como la de conocer la isla, que incrementa un 28,3% con respecto a 2019, o disfrutar de la familia, que también aumenta un 11,3%.

La práctica de aficiones es la principal motivación para un 1,7%, aumentando ligeramente desde 2019 (1,2% de cuota ese año). Pierde relevancia la diversión.

Motivación principal para sus vacaciones

año

■ 2022 ■ 2019 var. 22/19



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife
no procede: si los motivos de viaje son: negocios y trabajo, entrenamiento deportivo o Ferias y Congresos

Los aspectos de mayor relevancia en la motivación del turista en 2022 han sido el clima, en primer lugar, seguido por la seguridad y la tranquilidad.

Con importancia relativa se sitúa el mar, el entorno ambiental, el precio, la oferta alojativa, el paisaje y la sencillez del viaje.

Como factores de menor importancia, el ocio nocturno, la red de senderos, la oferta comercial o el patrimonio histórico.

Comparado con 2019, ganan peso en 2022: el mar, los paisajes, las playas, la gastronomía, la autenticidad o los senderos. La mayor pérdida de importancia se da en la oferta comercial y en el ocio nocturno.

En lo que respecta a diferencias entre mercados, para los cuatro nórdicos y el mercado británico, el descanso es su motivación más importante, muy por encima del promedio.

Mientras que explorar o conocer la isla es más relevante entre alemanes, franceses, suizos, italianos o españoles.

La diversión, es motivación más importante para británicos, holandeses e irlandeses.

El disfrute de la familia, para nórdicos y españoles.

Por último, la práctica de aficiones, para daneses, suizos, suecos, alemanes, franceses y holandeses.

Según nacionalidades, encontramos las siguientes diferencias:

- Para los alemanes es importante el mar, los paisajes, los senderos, las playas y la gastronomía. También que sea un viaje sencillo. En lo referente a su motivación conocer la isla y la práctica de sus aficiones son relevantes.
- Los británicos dan importancia al clima, la seguridad, el alojamiento, la diversión y el ocio nocturno. Como los alemanes, también que sea un viaje sencillo. El descanso y disfrutar de la familia, las motivaciones destacadas de este mercado.
- Para los españoles tiene importancia en su elección los paisajes, la tranquilidad, el entorno, las playas o la gastronomía. Relevante también el Patrimonio histórico. Para este mercado, destaca como motivación explorar la isla y disfrutar de la familia.
- El mercado belga valora en su elección el clima, la tranquilidad, los paisajes, el mar, los senderos, la gastronomía y, el hecho de tratarse de un destino europeo. Conocer la isla o practicar aficiones, además del descanso, entre sus principales motivaciones.
- Para los daneses, solo destaca sobre la media en la importancia del exotismo y ligeramente en el clima. No obstante, puntúa por encima de la media en la motivación para el descanso, el disfrute de la familia y la práctica de aficiones.
- Para los finlandeses es importante el clima, el mar, la seguridad, los paisajes, los senderos, los alojamientos, el entorno, el comercio. Relevante para este mercado el descanso, y el disfrute de la familia.
- Para los noruegos el clima, el mar, el alojamiento, la sencillez del viaje, las playas, la oferta comercial o el ocio nocturno. Como a los finlandeses, les motiva el descanso y disfrutar de la familia, aunque están algo más interesado en la práctica de aficiones.
- Para los suecos, el clima, el mar, el entorno ambiental, las playas, que sea un viaje sencillo, la gastronomía y los senderos. El disfrute de la familia y la práctica de aficiones, entre sus motivaciones destacadas.
- Para los holandeses, el entorno ambiental, la diversión, el exotismo o los senderos. Su motivación también se inclina por la diversión y la práctica de aficiones.
- Para irlandeses, clima, seguridad, tranquilidad, alojamiento, sencillez, que sea destino europeo. También destacan en importancia a playas, la diversión, la gastronomía o la oferta comercial. El descanso y la diversión, sus motivaciones destacadas.
- Los franceses otorgan importancia al clima, a los paisajes, al entorno ambiental, mar, tranquilidad, playas, que sea destino europeo, al exotismo, los senderos, el Patrimonio o la oferta cultural. Por ello, conocer la isla o practicar sus aficiones, son motivaciones relevantes.
- Para los italianos son relevantes todos los factores, puntuando sólo menos que la media en seguridad, alojamiento o gastronomía. Explorar la isla, su principal motivación.
- Por último, los suizos valoran por encima del promedio los paisajes, el mar, la sencillez del viaje, la gastronomía, la autenticidad, los senderos o el comercio. Los más motivados por la práctica de aficiones y con valor destacado en la motivación para explorar la isla.

Mercados con mayor peso en cada factor motivacional

Descansar	FINLANDIA	IRLANDA	REINO UNIDO
Explorar o conocer las islas	FRANCIA	ALEMANIA	OTROS
Divertirme	HOLANDA	REINO UNIDO	IRLANDA
Disfrutar de la familia	SUECIA	DINAMARCA	NORUEGA
Practicar mis aficiones	SUIZA	DINAMARCA	SUECIA
Otros	HOLANDA	ALEMANIA	SUECIA

Mercados con mayor índice de importancia en cada factor

Importancia clima	FINLANDIA	SUECIA	NORUEGA
Importancia playas	ITALIA	SUECIA	NORUEGA
importancia mar	FINLANDIA	SUECIA	ALEMANIA
importancia paisajes	FRANCIA	ITALIA	ESPAÑA
importancia entorno ambiental	ITALIA	FRANCIA	ESPAÑA
importancia red de senderos	FINLANDIA	ITALIA	FRANCIA
importancia oferta alojativa	REINO UNIDO	FINLANDIA	IRLANDA
importancia patrimonio histórico	FRANCIA	ESPAÑA	ITALIA
importancia oferta cultural	FRANCIA	ITALIA	ESPAÑA
importancia diversión	IRLANDA	HOLANDA	ITALIA
importancia ocio nocturno	ITALIA	IRLANDA	REINO UNIDO
importancia oferta comercial	ITALIA	IRLANDA	FINLANDIA
importancia gastronomía	SUIZA	ESPAÑA	ALEMANIA
importancia viaje sencillo	REINO UNIDO	IRLANDA	SUIZA
importancia seguridad	IRLANDA	REINO UNIDO	OTROS
importancia tranquilidad	BÉLGICA	FRANCIA	ESPAÑA
importancia europa	IRLANDA	FINLANDIA	BÉLGICA
importancia precio	Total mercados	ALEMANIA	ALEMANIA
importancia exotismo	FRANCIA	BÉLGICA	OTROS
importancia autenticidad	FRANCIA	ESPAÑA	OTROS

Sostenibilidad

En general, el turismo que visitó Tenerife, así como las restantes islas de Canarias, aunque se muestra dispuesto a elegir opciones más sostenibles en las reservas de su viaje, esas opciones se eligen por un 43% siempre que no supongan ningún inconveniente. Un 35% no las elegiría y sólo un 22% optaría por ellas, aun suponiendo algún inconveniente.

Los hoteles de menor categoría, las viviendas alquiladas u otros alojamientos colectivos pueden tener mejor disposición a esta opción aun suponiendo algún inconveniente.

La reducción de huella de carbono a cambio de un gasto extra, no es una elección para el 36% de los turistas. Por el contrario, un 31% estaría dispuesto a pagar hasta un 5% más, un 22% hasta un 10% más y un 11% pagaría más del 10%. Los alemanes muestran mayor disposición que los españoles o británicos. Y los alojamientos rurales mayor disposición que otras modalidades.

En la valoración que realiza el turismo sobre medidas de sostenibilidad en el destino, los aspectos mejor valorados son la tolerancia de la población hacia el turismo, la calidad del aire, la limpieza de la isla o la calidad de vida percibida. Los aspectos peor valorados son la masificación de zonas turísticas, el ahorro energético en alojamientos, restaurantes y espacios públicos, el uso de energías renovables o el reciclaje.

También con menores puntuaciones, la oferta de productos locales, la facilidad de movilidad en transporte público en la isla o, el consumo racional de agua.

Los alemanes valoran peor los aspectos sostenibles de la isla que españoles o británicos.

Y en general, el turismo en los hoteles tiene mejor percepción de la sostenibilidad en la isla, que en otras modalidades alojativas.

Características del turismo que visitó Tenerife en 2022 según modalidad alojativa

Se dan algunas diferencias relevantes en las características del turismo, según su modalidad alojativa.

El turismo de los hoteles, tanto de 4*, como en los de categorías superiores, tienen una media de **edad** superior a la del promedio y a la de otras modalidades alojativas. También es de mayor edad el que se aloja en otros establecimientos colectivos (rural, crucero, time sharing, camping...). Los turistas de menor edad son los de las viviendas/habitaciones alquiladas a particulares, que tienen de media, 4 años menos que el promedio. También es menor la edad entre los turistas que se alojan en viviendas propias o de amigos/familiares. En estas dos modalidades se encuentra un peso superior de turismo menor de 30 años que en el resto. Los apartamentos/villas, aunque también tienen una media de edad inferior a la del promedio, reparten de manera más equitativa a su turismo entre todos los segmentos de edad, por lo que, a pesar de tener cuotas también altas de turismo joven, también lo tiene en los segmentos de más edad.

Los **acompañantes del viaje** también difieren entre modalidades. Se da un mayor porcentaje de familias con hijos en hoteles y apartamentos que en viviendas alquiladas o viviendas propias. En las alquiladas, además de parejas, familias o grupos de familiares, el porcentaje que destaca sobre la media es el de grupos de amigos. En las viviendas propias, sin embargo, es muy relevante el turismo que viaja solo.

También los grupos acompañados de menores son más frecuentes en los hoteles, en particular de 5*, o en los apartamentos que en otras modalidades. La menor presencia de menores se da en viviendas propias y en los establecimientos colectivos tipo rural, cruceros, albergues, etc.

En lo que respecta al **nivel de renta familiar**, el nivel más alto lo tienen los hoteles de categoría superior (68.627 €), siendo la renta un 21% superior a la del promedio. En los hoteles de 4* (56.854 €), aunque la renta es apenas algo más elevada (+0,4%), no destaca tanto como en la categoría superior. El menor nivel de renta se encuentra en las viviendas propias (49.802€) y en los hoteles de 1*, 2* y 3* (51.131 €). En las viviendas alquiladas, la renta media es un -3,2% inferior a la del promedio. En 2022 aumenta la renta en todas las modalidades alojativas, en particular, la del turismo de viviendas alquiladas.

Aunque Internet y RRSS, en primer lugar, las visitas anteriores, en segundo y las recomendaciones de conocidos, en tercero, son los **canales más usados para organizar el viaje** en todas las modalidades alojativas, se dan algunas diferencias. Así, las Redes Sociales e Internet, los amigos y familiares, los blogs especializados y las guías y revistas de viajes, son los canales más relevantes para el turismo en viviendas de alquiler.

En los hoteles, además de los tres principales, destacan los TTOO y AAVV, en particular en los de 4*, donde tienen mayor peso que en los de 5* o en las categorías inferiores.

En los apartamentos, las cuotas de viajes anteriores, Internet o recomendación de conocidos son más elevadas que en los hoteles. Y en las viviendas propias, el canal más destacado son los propios amigos y familiares.

Como es de esperar, el **nivel de repetición** más elevado lo tienen las viviendas propias, con un 73,7% de repetidores. Pero superando el nivel medio de repetición (61,8%), también se encuentran los hoteles de 5* (63,8%) y los apartamentos/villas (62,9%). El menor índice de fidelidad lo tienen las viviendas alquiladas a particulares (52,5%).

La **duración de la estancia** en la isla varía desde las más prolongadas en viviendas propias (12,87 días) y viviendas alquiladas (12,6 días) hasta las menores en los hoteles de 5 estrellas (7,8 días) o los 8 días en las

restantes categorías hoteleras. Los apartamentos se sitúan en un punto intermedio con 9,8 días de estancia media.

En lo referente a **fórmula de contratación**, los hoteles, y en particular los de 4*, son los que tienen mayor peso de paquetes turísticos (68,4%) y siendo este porcentaje menor en los hoteles de 5* y en los de categorías inferiores. No obstante, la modalidad hotelera tiene peso superior en la contratación de paquetes que el resto de las modalidades alojativas.

En los hoteles, en particular los de 4* y los de 3*, 2*, 1*, la cuota de contratación del alojamiento vía TTOO/AAVV se mueve entre un 72,5% para los 4* y un 65% para categorías menores. Sin embargo, esta cuota es de sólo un 56% en los hoteles de 5*, categoría con un 41% de contratación directa, la más alta en la modalidad hotelera. Para la contratación del vuelo, el turismo alojado en hoteles de 4* es el que tiene el mayor peso en TTOO\AAVV (66,5%). En los hoteles 5*, el 51,7% ha contratado el vuelo directamente con la LLAA y un 47% vía TTOO\AAVV.

Los apartamentos tienen también más de la mitad de su contratación (56,4%) como servicios independientes y sólo un 31% contrata paquete turístico. Estos alojamientos reparten sus cuotas de contratación alojativa de manera equilibrada entre la contratación vía TTOO/AAVV (42%) y la directa (47%). Mientras tanto, para la contratación del vuelo, un 67% contrata directamente con la LLAA.

Sin duda, el mayor volumen de contratación independiente se da en las Viviendas alquiladas, con una cuota del 90,5%. Para la contratación del alojamiento, el 70,2% de las contrataciones de Viviendas alquiladas se hace directamente con el propio alojamiento y sólo un 19,5% vía TTOO/AAVV. También el 85% contrata el vuelo directamente con la compañía aérea.

En las viviendas propias o de conocidos/familiares, para el 93,3% de los que han usado esta opción el alojamiento es un servicio sin coste. Y el vuelo ha sido contratado un 86% directamente con la compañía aérea.

En las otras modalidades alojativas, el 52% contrata servicios por separado y, un 18,3% en paquete turístico y, un 26% ha tenido gratuidad en alguno de los servicios de vuelo o alojamiento. Para la contratación del alojamiento, el 43,6% ha contratado directamente y un 39% ha usado TTOO/AAVV. Para el vuelo, el 70,8% contrata directamente con la compañía aérea.

Forma de contratación por tipología alojativa (%) (año 2022)

	Total	Hotel de 5 y 5GL estrellas	Hotel de 4 estrellas	Hotel de 1, 2 y 3 estrellas	Apartamento / Villa turística	Otros establecimientos colectivos (Rural, crucero, time sharing, albergue juvenil, campings, etc)	Vivienda o habitación alquilada a un particular	Vivienda propia, de amigos o familiares, Intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados
Paquete turístico	43,8%	54,9%	68,4%	52,5%	31,0%	18,3%	1,6%	0,0%
Alguno (vuelo o alojamiento) ha sido gratis	13,6%	1,8%	1,1%	2,6%	9,4%	26,2%	5,1%	93,3%
Paga los servicios por separado	39,0%	38,3%	27,2%	41,7%	56,4%	52,0%	90,5%	2,4%
no sabe	3,6%	4,9%	3,3%	3,2%	3,3%	3,5%	2,8%	4,3%
CONTRATACIÓN DEL VUELO								
Directamente a la compañía	52,3%	48,8%	31,8%	42,8%	63,3%	70,8%	84,6%	86,2%
Touroporador, agencia de viajes o similar	45,6%	48,9%	66,5%	55,3%	34,6%	26,5%	12,5%	10,1%
No sabe / No procede	2,2%	2,3%	1,6%	1,9%	2,0%	2,7%	2,9%	3,7%
CONTRATACIÓN DEL ALOJAMIENTO								
Directamente con el alojamiento	33,4%	40,8%	25,3%	31,2%	43,7%	43,6%	70,2%	1,4%
Touroporador, agencia de viajes o similar	52,0%	55,9%	72,5%	65,1%	46,2%	39,3%	19,5%	0,7%
No sabe / No procede	14,6%	3,3%	2,2%	3,7%	10,1%	17,1%	10,3%	97,9%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Hotel de 5 y 5GL estrellas

En lo referente a **realización de actividades** según modalidad alojativa, la mayor cuota de actividad la tiene el turismo de Vivienda Alquilada, con un 90% que ha realizado alguna actividad durante su estancia, destacando entre ellas, los recorridos por la isla de forma independiente, la degustación de gastronomía, las excursiones marítimas/avistamiento de cetáceos, las actividades en la naturaleza, actividades marítimas o los deportes (salvo golf). También destacan en visitas culturales o visitas a bodegas, mercadillos o fiestas populares.

En los alojamientos propios y en los otros establecimientos colectivos, el porcentaje de actividad es de un 83,5%, también entre los más altos. En esta modalidad también destaca recorrer la isla por su cuenta, la degustación de gastronomía, las actividades en la naturaleza, el mar y los deportes, las visitas culturales o visitas a bodegas, mercadillos o fiestas populares.

En los apartamentos/villas, el 86% de sus alojados ha realizado alguna actividad, destacando también recorrer la isla por su cuenta, la degustación de gastronomía, las excursiones marítimas, las actividades en la naturaleza, y no tanto como en los anteriores, las actividades en el mar, o los deportes, las visitas culturales o visitas a bodegas, mercadillos o fiestas populares. Sin embargo, sobresalen en playa, piscina o pasear.

Y en los hoteles de categorías 1*,2*,3*, la actividad llega a un 84%. Y son los hoteles de 4* y los de 5* lo que tienen menor nivel de actividad.

Los hoteles de menor categoría destacan en excursiones, por su cuenta y organizadas, excursiones marítimas, gastronomía o actividades en la naturaleza.

En los de 4*, con nivel de actividad similar a la media, apenas sobresale sobre el promedio en excursiones marítimas, excursiones organizadas y algo de actividad en la naturaleza. Para esta modalidad, los paseos, la piscina y las instalaciones del hotel son relevantes.

Los alojados en hoteles de 5*, prácticamente no destacan sobre el promedio en ninguna actividad, salvo en algún deporte como golf o correr. No obstante, también realizan actividades, aunque en menor medida que otras modalidades.

Las **visitas turísticas** a los lugares de interés de la isla van en la misma línea que las actividades. El mayor porcentaje de visitas se da entre los alojados en viviendas alquiladas y en las viviendas propias. También los hoteles de menor categoría, los apartamentos y otros colectivos tienen porcentajes de visitas superiores al de hoteles de 4* y 5*.

En lo que se refiere a **gasto turístico**, y teniendo como comparativa el gasto diario, ya que elimina el efecto de las diferencias en duración de la estancia, el mayor nivel de gasto se da entre los alojados en hoteles de 5*, que gastan un 51% más que el promedio. Los alojados en 4* gasta un 8% más que la media y, progresivamente las restantes modalidades registran menores niveles de gasto, siendo las de menor gasto, las viviendas alquiladas, que gastan un 29% menos que el promedio y, por su menor gasto en contratación alojativa, las viviendas en propiedad.

Con respecto a 2019, en general, todas las modalidades han incrementado el nivel de gasto en 2022.

Gasto medio por turista y día según isla de alojamiento (euros/persona/día)

	año		variación 22/19
	2019	2022	
Total	139,83 €	166,33 €	18,9%
Hotel de 5 y 5GL estrellas	211,34 €	266,54 €	26,1%
Hotel de 4 estrellas	151,20 €	182,61 €	20,8%
Hotel de 1, 2 y 3 estrellas	131,98 €	155,69 €	18,0%
Apartamento / Villa turística	129,96 €	144,55 €	11,2%
Otros establecimientos colectivos (Rural, crucero, time sharing, albergue juvenil, campings, etc)	114,66 €	130,12 €	13,5%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	99,90 €	119,73 €	19,9%
Vivienda propia, de amigos o familiares, Intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados	73,32 €	81,14 €	10,7%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Los hoteles de 5* gastan un 51% más que otras modalidades en vuelo y el doble en la contratación del alojamiento. Aunque con menor diferencia, también el gasto en vuelo del turismo de 4* es superior al de las otras modalidades.

El gasto en el alojamiento va desde la mayor cuantía diaria de los hoteles de 5*, seguidos por los de 4* y, los de 1*, 2*, 3* estrellas. Los apartamentos tienen un nivel de gasto inferior al de los hoteles, pero superior al de otras modalidades colectivas y al de las viviendas alquiladas, siendo ésta la modalidad con menor gasto en contratación, si se excluye a las viviendas propias dado que, casi no entrañan gasto alojativo.

Quitando las dos partidas principales de vuelo y alojamiento, el gasto en alimentación más elevado lo tienen los apartamentos y las viviendas propias y el menor gasto corresponde a los hoteles de 4*. Dentro de esta partida, el gasto en restaurantes supera en los hoteles de 5*, en los apartamentos y en las viviendas propias a las restantes modalidades. Las viviendas de alquiler gastan menos en restaurantes que otras modalidades, con la excepción de los hoteles de 4*, que es el alojamiento con menor gasto en restaurantes. En lo que

respecta a gasto en supermercados y similares, las viviendas de alquiler, las viviendas propias y los apartamentos superan a la media en esta partida.

En transporte local, el gasto en alquiler de coches más elevado corresponde a las viviendas alquiladas. Aunque la cuantía es menor, también superan al gasto medio en esta partida los hoteles de 1*, 2* y 3* y los otros establecimientos colectivos, así como los apartamentos. El gasto en taxi, transfer, VTC, que en cantidad representa cantidad similar al de coche de alquiler, es más elevado en hoteles de 4*. También superan a otras modalidades las restantes categorías hoteleras.

El ocio tiene como mayor nivel de gasto los hoteles de 1*, 2* y 3* estrellas en primer lugar, seguido por los de 4* y los de 5* además de los apartamentos. Entre los menores niveles de gasto, las viviendas propias y las viviendas de alquiler.

Por último, el gasto en compras sólo supera a la media en las viviendas propias y, con menor diferencia, en los hoteles de 5* y 4*. La menor cuantía de gasto en comercio la tienen las viviendas de alquiler.

Gasto turístico (gasto/persona/día)

	total			Hotel de 5 y 5GL estrellas			Hotel de 4 estrellas			Hotel de 1, 2 y 3 estrellas			Apartamento / Villa turística			Otros establecimientos colectivos (Rural, crucero, time sharing, albergue juvenil, campings, etc.)			Vivienda o habitación alquilada a un particular			Vivienda propia, de amigos o familiares, intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados		
	año			año			año			año			año			año			año			año		
	2019	2022	variación 2019-2022	2019	2022	variación 2019-2022	2019	2022	variación 2019-2022	2019	2022	variación 2019-2022	2019	2022	variación 2019-2022	2019	2022	variación 2019-2022	2019	2022	variación 2019-2022	2019	2022	variación 2019-2022
Gasto total por turista y día	139,83 €	166,33 €	18,9%	211,34 €	266,54 €	26,1%	151,20 €	182,61 €	20,8%	131,98 €	155,69 €	18,0%	129,96 €	144,55 €	11,2%	114,66 €	130,12 €	13,5%	99,90 €	119,73 €	19,9%	73,32 €	81,14 €	10,7%
Gasto medio diario en Transporte Nacional e Internacional	39,47 €	45,44 €	15,1%	55,66 €	68,81 €	23,6%	43,48 €	48,62 €	11,8%	35,42 €	40,95 €	15,6%	34,53 €	38,24 €	10,7%	34,72 €	38,81 €	11,8%	26,74 €	32,12 €	20,1%	29,84 €	33,88 €	13,5%
Gasto medio diario en Alojamiento	59,23 €	69,88 €	18,0%	110,16 €	142,50 €	29,4%	71,98 €	85,27 €	18,5%	54,68 €	58,87 €	7,7%	49,32 €	51,20 €	3,8%	37,67 €	41,21 €	9,4%	29,78 €	38,36 €	28,8%	1,01 €	1,18 €	16,7%
Gasto medio diario servicios auxiliares alojamiento (lavandería, etc.)	56,54 €	68,63 €	21,4%	104,17 €	139,58 €	34,0%	69,56 €	84,14 €	21,0%	51,76 €	57,74 €	11,6%	46,72 €	50,14 €	7,3%	35,38 €	40,12 €	13,4%	28,11 €	37,14 €	32,1%	0,77 €	1,13 €	47,0%
Gasto medio diario transporte local	7,30 €	13,41 €	83,7%	8,08 €	13,48 €	66,8%	8,24 €	15,44 €	87,5%	7,99 €	15,95 €	99,5%	6,78 €	12,11 €	78,7%	6,62 €	12,18 €	83,9%	6,48 €	13,01 €	100,8%	3,73 €	6,35 €	70,1%
Gasto medio diario rent a car y combustible	2,93 €	6,29 €	114,3%	2,98 €	5,08 €	70,4%	2,77 €	5,32 €	92,1%	2,57 €	7,58 €	195,5%	2,72 €	6,95 €	155,8%	3,59 €	7,45 €	107,7%	4,97 €	11,05 €	122,1%	2,63 €	4,56 €	73,2%
Gasto medio diario autobuses regulares o transfer	0,19 €	0,29 €	52,6%	0,10 €	0,09 €	-9,0%	0,16 €	0,23 €	45,1%	0,40 €	0,39 €	-2,5%	0,14 €	0,31 €	126,2%	0,22 €	0,36 €	60,8%	0,24 €	0,32 €	31,1%	0,26 €	0,56 €	118,8%
Gasto medio diario pasajes entre islas	0,33 €	0,46 €	37,3%	0,34 €	0,49 €	42,7%	0,22 €	0,45 €	105,9%	0,43 €	0,41 €	-5,7%	0,42 €	0,38 €	-8,2%	0,40 €	0,74 €	84,2%	0,48 €	0,43 €	-10,6%	0,33 €	0,39 €	19,7%
Gasto medio diario taxi, transfer, VTC	3,84 €	6,38 €	65,9%	4,66 €	7,82 €	67,8%	5,09 €	9,44 €	85,5%	4,59 €	7,57 €	64,7%	3,51 €	4,48 €	27,5%	2,41 €	3,63 €	50,6%	0,78 €	1,22 €	55,4%	0,51 €	0,83 €	62,0%
Gasto medio diario en Alimentación	19,58 €	23,69 €	21,0%	23,13 €	26,77 €	15,8%	13,05 €	17,97 €	37,8%	20,14 €	24,09 €	19,6%	24,72 €	29,55 €	19,5%	24,84 €	26,22 €	5,6%	23,69 €	26,40 €	11,5%	22,64 €	28,41 €	25,5%
Gasto medio diario restaurantes, cafeterías o similares	13,44 €	17,83 €	32,6%	17,87 €	23,00 €	28,7%	9,21 €	14,21 €	54,3%	14,67 €	18,13 €	23,6%	16,50 €	21,35 €	29,4%	15,05 €	18,45 €	22,9%	14,27 €	17,23 €	20,7%	14,32 €	19,59 €	36,8%
Gasto medio diario Supermercados o similares	6,14 €	5,86 €	-4,6%	5,26 €	3,77 €	-28,3%	3,84 €	3,77 €	-1,9%	5,47 €	5,96 €	8,9%	8,22 €	8,20 €	-0,2%	9,19 €	7,77 €	-15,4%	9,41 €	9,18 €	-2,5%	8,31 €	8,81 €	6,0%
Gasto medio diario Ocio	5,62 €	9,10 €	62,0%	5,49 €	9,91 €	80,3%	6,03 €	10,18 €	68,9%	6,40 €	10,76 €	66,0%	6,04 €	9,54 €	58,1%	4,92 €	7,56 €	53,7%	4,03 €	6,33 €	57,3%	3,64 €	5,16 €	42,0%
Gasto medio diario Excursiones o servicios de guía turística	2,58 €	3,75 €	44,9%	2,31 €	3,80 €	64,4%	3,28 €	4,77 €	45,3%	3,02 €	4,26 €	41,0%	2,56 €	3,51 €	37,1%	2,12 €	2,93 €	38,2%	1,22 €	2,50 €	104,1%	0,80 €	1,23 €	53,3%
Gasto medio diario actividades o eventos deportivos	0,55 €	0,98 €	79,8%	0,57 €	1,30 €	128,8%	0,45 €	0,75 €	65,8%	0,45 €	0,91 €	100,9%	0,72 €	1,34 €	85,8%	0,54 €	1,47 €	173,8%	0,82 €	0,85 €	4,6%	0,40 €	0,69 €	72,7%
Gasto medio diario actividades o espectáculos culturales	0,14 €	0,22 €	54,9%	0,13 €	0,28 €	112,6%	0,12 €	0,21 €	70,5%	0,13 €	0,22 €	60,7%	0,16 €	0,22 €	30,7%	0,10 €	0,28 €	170,6%	0,17 €	0,12 €	-28,8%	0,21 €	0,25 €	19,3%
Gasto medio diario museos o similares	0,07 €	0,14 €	92,7%	0,06 €	0,10 €	60,4%	0,07 €	0,13 €	72,0%	0,09 €	0,29 €	214,5%	0,06 €	0,16 €	183,1%	0,12 €	0,12 €	4,5%	0,12 €	0,16 €	42,1%	0,06 €	0,11 €	74,0%
Gasto medio diario parques de ocio o atracciones	1,05 €	1,88 €	79,2%	1,03 €	2,06 €	99,0%	1,19 €	2,24 €	88,6%	1,07 €	1,93 €	79,8%	1,13 €	2,10 €	85,2%	0,76 €	1,08 €	41,9%	0,76 €	1,54 €	102,0%	0,66 €	0,79 €	20,0%
Gasto medio diario discotecas y pubs	1,00 €	1,49 €	48,6%	0,80 €	0,99 €	24,7%	0,72 €	1,53 €	112,0%	1,50 €	2,47 €	64,7%	1,27 €	1,85 €	46,0%	1,10 €	1,22 €	11,4%	0,86 €	0,81 €	-5,6%	1,26 €	1,32 €	4,5%
Gasto medio diario SPA, tratamientos de belleza o salud	0,23 €	0,63 €	196,5%	0,59 €	1,37 €	132,6%	0,19 €	0,55 €	194,0%	0,13 €	0,69 €	414,3%	0,13 €	0,36 €	178,9%	0,18 €	0,46 €	147,7%	0,07 €	0,34 €	353,3%	0,24 €	0,77 €	222,4%
Gasto medio diario Compras	7,77 €	3,36 €	-49,0%	7,95 €	4,36 €	-45,8%	7,58 €	4,20 €	-44,6%	6,63 €	4,07 €	-38,6%	7,74 €	3,12 €	-59,7%	5,09 €	3,31 €	-34,9%	8,30 €	2,97 €	-64,2%	10,97 €	5,12 €	-53,3%
Gasto medio diario Compras no alimenticias (souvenirs, etc.)	6,40 €	3,76 €	-41,2%	7,02 €	4,14 €	-41,7%	7,30 €	4,04 €	-44,6%	6,56 €	3,84 €	-41,5%	5,43 €	3,01 €	-44,7%	5,02 €	3,25 €	-35,2%	3,69 €	2,66 €	-28,0%	5,63 €	4,65 €	-17,2%
Gasto medio diario Bienes Inmuebles (vehículos, obras de arte, etc.)	1,27 €	0,05 €	-95,9%	0,01 €	0,00 €	-73,9%	0,22 €	0,03 €	-86,3%	0,01 €	0,04 €	163,0%	2,21 €	0,05 €	-97,7%	0,00 €	0,00 €	551,4%	4,60 €	0,21 €	-95,3%	4,98 €	0,13 €	-97,4%
Gasto medio diario Otras Compras de valor (vehículos, obras de arte, etc.)	0,10 €	0,15 €	47,2%	0,13 €	0,22 €	72,6%	0,07 €	0,13 €	94,8%	0,05 €	0,19 €	305,5%	0,10 €	0,06 €	-39,0%	0,07 €	0,06 €	-17,3%	0,01 €	0,11 €	954,8%	0,36 €	0,34 €	-5,3%
Gastos médicos, farmacéuticos	0,25 €	0,31 €	24,4%	0,38 €	0,28 €	-27,3%	0,19 €	0,28 €	48,1%	0,25 €	0,30 €	18,4%	0,29 €	0,35 €	20,7%	0,27 €	0,24 €	-11,0%	0,23 €	0,31 €	33,4%	0,52 €	0,48 €	-7,6%
Gastos Otros	0,62 €	0,54 €	-12,2%	0,38 €	0,43 €	15,9%	0,65 €	0,64 €	-2,0%	0,47 €	0,79 €	49,9%	0,63 €	0,45 €	-28,9%	0,52 €	0,58 €	9,9%	0,65 €	0,23 €	-64,9%	0,96 €	0,55 €	-42,8%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico (GTIC). Elaboración: Turismo de Tenerife

Derivado del gasto turístico y el número de turistas en cada modalidad, la **facturación turística** aporta información económica relevante.

Teniendo en cuenta ambas variables, la mayor rentabilidad en términos de la relación de la facturación en proporción al volumen de turistas, la aportan los hoteles de 5*. También es mayor, aunque en menor medida, la rentabilidad en los hoteles de 4*. La menor rentabilidad correspondería a los hoteles de menor categoría, los apartamentos y, otros colectivos. También es menor la rentabilidad aportada por las Viviendas alquiladas.

La facturación de mayor volumen corresponde a los hoteles de 4*, con 2.655 millones de euros en 2022, cantidad que supone el 39% de la facturación total. Una modalidad que alojó casi al 38,3% del turismo del año y cuyo nivel de gasto, a pasar de no ser el más elevado, si supera al gasto medio.

Los hoteles de 5* generaron 1.252,6 millones de euros de facturación, el 19% del total, en una modalidad que alojó al 13% del turismo.

Tras estos dos se sitúan los apartamentos, que facturaron 966 millones de euros, el 14% del total con una cuota de alojados del 15,3%.

Las viviendas alquiladas, con el 8,2% del turismo alojado en ellas, facturaron en 2022 algo más de 523 millones de euros, el 7,7% del total.

Los hoteles de 1,2,3 estrellas, con el 7% de la facturación (479 millones) y una cuota alojativa del 8,2%.

Los otros alojamientos colectivos, que facturan el 7% del total con un 7,9% de cuota alojativa y, por último, las viviendas en propiedad, que alojó al 9,5% y cuya facturación representa el 6% del total.

La facturación turística entre 2019 y 2022 ha disminuido en los apartamentos y en los hoteles de 1,2,3 estrellas, fundamentalmente por la pérdida de turismo.

Facturación según tipo de alojamiento

	año						
	2019	2022	variación 22/19	2019 cuota facturación	2022 cuota facturación	2019 cuota turismo	2022 cuota turismo
Total	5.615.155.360 €	6.758.100.906 €	20,4%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Hotel de 5 y 5GL estrellas	893.954.067 €	1.252.603.584 €	40,1%	15,9%	18,5%	11,6%	12,7%
Hotel de 4 estrellas	2.141.464.101 €	2.655.565.712 €	24,0%	38,1%	39,3%	36,6%	38,3%
Hotel de 1, 2 y 3 estrellas	499.118.316 €	479.029.143 €	-4,0%	8,9%	7,1%	9,7%	8,2%
Apartamento / Villa turística	1.189.036.919 €	966.466.664 €	-18,7%	21,2%	14,3%	21,7%	15,3%
Otros establecimientos colectivos (Rural, crucero, time sharing, albergue juvenil, campings, etc)	279.100.630 €	474.623.678 €	70,1%	5,0%	7,0%	5,7%	7,9%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	304.028.381 €	523.344.576 €	72,1%	5,4%	7,7%	6,2%	8,2%
Vivienda propia, de amigos o familiares, Intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados	308.452.947 €	406.467.549 €	31,8%	5,5%	6,0%	8,5%	9,5%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

En concordancia con su vinculación alojativa con Tenerife, el turismo alojado en viviendas propias o de familiares y conocidos es el que menos se ha planteado **viajar a otros destinos alternativos**, con un 69% que no contempló ninguna alternativa. Entre los que sí barajaron otras opciones, destacan fundamentalmente otras islas canarias, otros destinos españoles, Portugal o Italia, aunque en esta modalidad se supera a la media en la consideración de Grecia o Turquía. En esta modalidad alojativa, también un 59% pasó sus vacaciones anteriores en Canarias

También es alto, aunque menos que en las viviendas propias, el 48,8% que tampoco se plantea destinos alternativos entre los alojados en otros establecimientos colectivos. También estos tienen como alternativas de mayor peso otras islas canarias, resto de España, Italia o Baleares. Pero destacan sobre el promedio en considerar Portugal o Egipto como alternativas. En esta modalidad, aunque la cuota de Canarias como destino de las anteriores vacaciones es de un 33,4%, también superan a la media en viajes a otros destinos como Francia, Turquía o Egipto.

El 43,5% de los alojados en viviendas de alquiler tampoco plantea alternativas, aunque en esta modalidad, los que barajaron otros destinos, plantearon, además de los de mayor peso ya comentados, como diferenciales, Italia, Portugal o Francia. En las viviendas alquiladas la cuota de los que pasaron sus anteriores vacaciones en Canarias es inferior a la del promedio, pero algo superior que la de los hoteles. Entre los destinos mencionados destacan Italia, Grecia, Portugal, Croacia o Egipto.

El 42,7% de los alojados en apartamentos no tuvo en cuenta otras alternativas para sus vacaciones. Sí se plantearon otros destinos canarios un 58,4% y destinos del resto de España, un 25,2%. También destaca sobre la media los que barajaron ir a Portugal. Además de los destinos anteriores, y a pesar de no superar

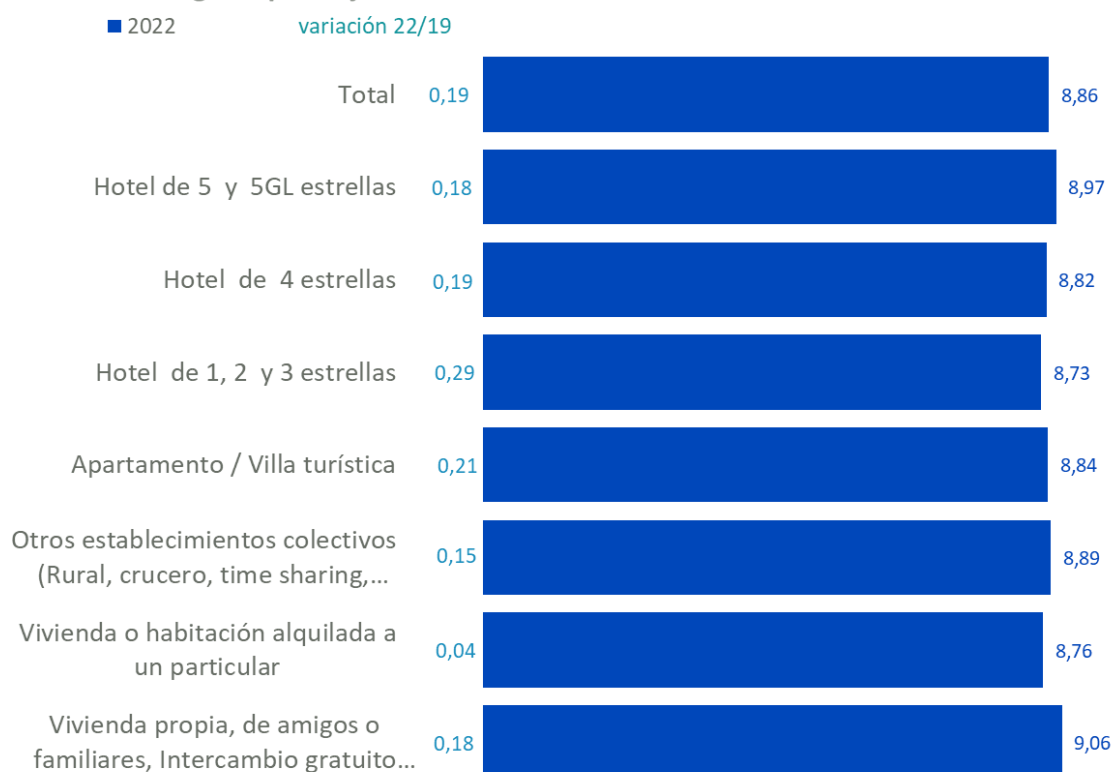
al porcentaje promedio, tienen cuotas altas en considerar como destinos alternativos a Grecia, Baleares o Italia. En las vacaciones anteriores también un 36,6% viajó a Canarias. De resto, también destacable Grecia.

Por último, son los hoteles, y fundamentalmente los de 4* y en los de 1*,2*,3* estrellas, los que más barajan destinos alternativos en su decisión. Otras islas canarias, Baleares, otros destinos españoles o Grecia Portugal, Italia o Croacia entre lo más relevantes. También en estas categorías hoteleras, el porcentaje de Canarias como destino de las anteriores vacaciones es inferior al del promedio, destacando otras opciones en los hoteles de categoría superior, como Grecia, otros destinos españoles u otros destinos. Resto de España, Baleares, Italia, Croacia o Turquía en los hoteles de 4*. O, resto de España, Baleares, Italia, Croacia, Turquía o Marruecos, en los de menor categoría. DE otra parte, son los hoteles los que tienen el porcentaje más elevado de no haber visitado ningún destino en las vacaciones anteriores.

La **satisfacción** con su viaje a Tenerife, aunque muy bien valorada en todas las modalidades, se puntúa mejor entre los que disponen de vivienda propia o de conocidos (9,06 puntos) o entre los alojados en hoteles de 5* (8,97 puntos). Por encima de la satisfacción del promedio también se sitúan los alojados en otros establecimientos colectivos. Entre las modalidades con nivel de satisfacción inferior al resto, se encuentran los hoteles de 1*,2*, 3* estrellas y las viviendas de alquiler.

En relación con los niveles de satisfacción, el **cumplimiento de las expectativas previas**, estas se encuentra mejor valorada entre los alojados en hoteles de 5* y entre los que se alojaron en viviendas propias. Los niveles más bajos se dan entre los alojados en hoteles de 1*,2* y 3*.

Satisfacción según tipo alojamiento



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. . Elaboración: Turismo de Tenerife

En lo relativo a la **motivación** que les ha traído a Tenerife, en los hoteles de 5* predomina el descanso y disfrute de la familia. En los de 4* también es relevante el descanso. Pero en los hoteles de menor categoría, se inclinan por conocer la isla y la diversión, lo mismo que en los apartamentos, en los que también empieza a ganar importancia la práctica de aficiones.

En otros establecimientos colectivos y en las viviendas alquiladas, destaca el conocimiento de la isla y la práctica de aficiones como motivos diferenciales. Y en las viviendas propias, un 44% viaja a la isla para disfrutar de la familia.

Como **factores importantes en la motivación**, el clima es relevante para los alojados en hoteles de 5* y 4* mientras que las playas lo son para los hoteles de menor categoría, apartamentos y viviendas alquiladas.

El mar importa más que en otras modalidades, en los otros alojamientos colectivos, en las viviendas de alquiler y en las propias.

Además de los factores mencionados, en los hoteles de 5* resulta importante la oferta alojativa, la seguridad y la tranquilidad. Esta es la modalidad alojativa con mayor peso en importancia de la gastronomía local.

Mientras tanto, en los hoteles de 4* adquiere mayor relevancia, además del clima y de la oferta alojativa, el precio y la diversión.

En los hoteles de menor categoría gana importancia las playas, los precios, el entorno ambiental, la diversión, el ocio nocturno y el comercio.

Entre los alojados en apartamentos, las playas, el precio, la diversión, el ocio nocturno y el comercio, pero también los senderos y la autenticidad.

Para los alojados en otros alojamientos colectivos, han sido relevantes en su motivación, los paisajes, el entorno ambiental, el mar, los senderos, la oferta cultural y el patrimonio, así como el ser destino europeo, el exotismo y la autenticidad.

Entre los alojados en viviendas alquiladas, ha sido importante en la motivación, las playas, el mar, los paisajes, el entorno ambiental, los senderos, la autenticidad o el exotismo.

Y, por último, entre los que se alojan en viviendas propias, las playas, el mar, los paisajes, el entorno ambiental, los senderos, la gastronomía, el patrimonio histórico y la oferta cultural, así como la autenticidad.

Para finalizar, y aunque ya se ha detallado en el apartado de sostenibilidad, resumir que, son los alojados en hoteles de menor categoría, en las viviendas alquiladas o en otros alojamientos colectivos los que tienen una mejor disposición a elegir opciones de viaje más sostenibles, aunque suponga algún inconveniente.

Los alojamientos rurales muestran mayor disposición que otras modalidades a reducción de la huella de carbono a cambio de un gasto extra.

Y en general, el turismo alojado en hoteles valora las medidas de sostenibilidad en el destino mejor que en otras modalidades alojativas.

