



Características del turismo de Tenerife

2023

Fuente: Encuesta Gasto Turístico de Canarias 2023 (EGT ISTAC)

INDICE

Contenido

Características del turismo que visitó Tenerife en el año 2022	3
Edad.....	3
Renta familiar.....	7
Fidelidad.....	9
Estancia Media	11
Tipo de alojamiento utilizado.....	14
Contratación del viaje	16
Actividades turísticas.....	20
Visitas turísticas	23
Gasto turístico	26
Facturación turística.....	32
Facturación turística y aspectos socioeconómicos de los diferentes mercados.....	33
Destinos competidores	36
Satisfacción.....	38
Motivación.....	43
Sostenibilidad	46

Características del turismo que visitó Tenerife en el año 2022

Edad

La media de edad del turismo que visitó Tenerife en el año 2023 se situó en 45 años de media, 0,4 años más que en 2022 (44,5 años) y prácticamente igual que la de 2019 (44,9 años de media).

La edad del turismo que visita Tenerife descendió con la pandemia, recuperándose a partir del último trimestre 2021, coincidiendo con la recuperación del turismo británico y el crecimiento de turismo belga, los mercados de mayor edad en Tenerife.

En 2023 aumenta un 11,5% el segmento de mayores de 60 años, un segmento que supone el 23,6% del turismo del año. Al mismo tiempo se reducen los restantes segmentos de edad, los cuales tienen un peso destacado en la isla. Sin embargo, incrementa el turismo más joven de 16 a 25 años un 11,2%, segmento que supone el 14,1% del total.

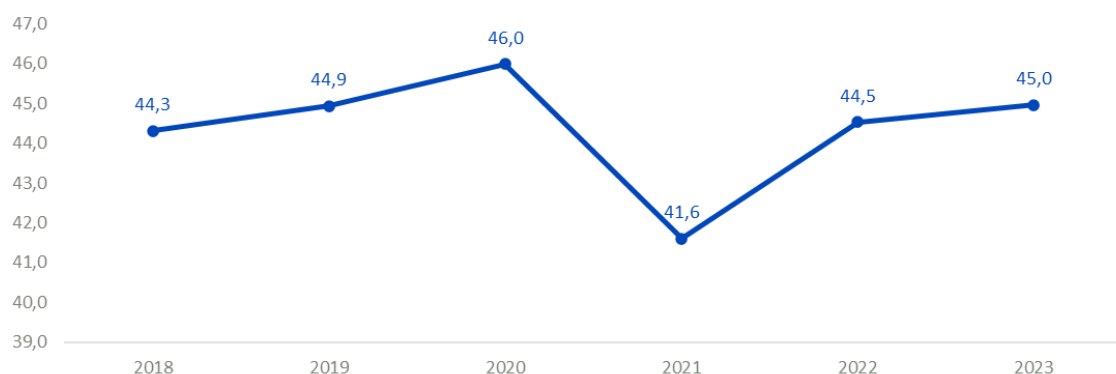
El turismo de mayor edad en la isla es el belga, con 51,6 años de media y aumentando 3,1 años la edad que tenía este mercado en 2022. Con 48,2 años se sitúa en británico, que también aumento su edad en 0,9 años.

Por encima del promedio se sitúan, además de británicos y belgas, también los alemanes que aumentan su edad 1,2 años.

Sin embargo, los mercados hasta ahora de mayor edad, como eran los nórdicos, reducen en 4,4 años su media de edad colocándose con 41,9 años, incluso por debajo de la media de edad del conjunto de los visitantes.

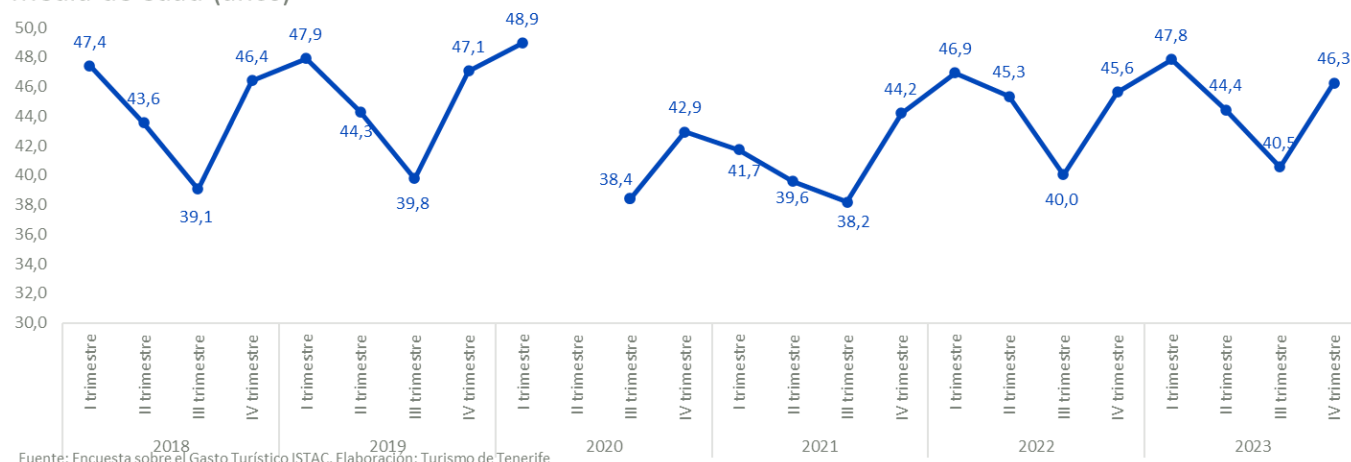
Los mercados más jóvenes siguen siendo peninsulares e italianos, ambos con reducción de su edad en 2023.

Media de edad (años)



Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración:

Media de edad (años)

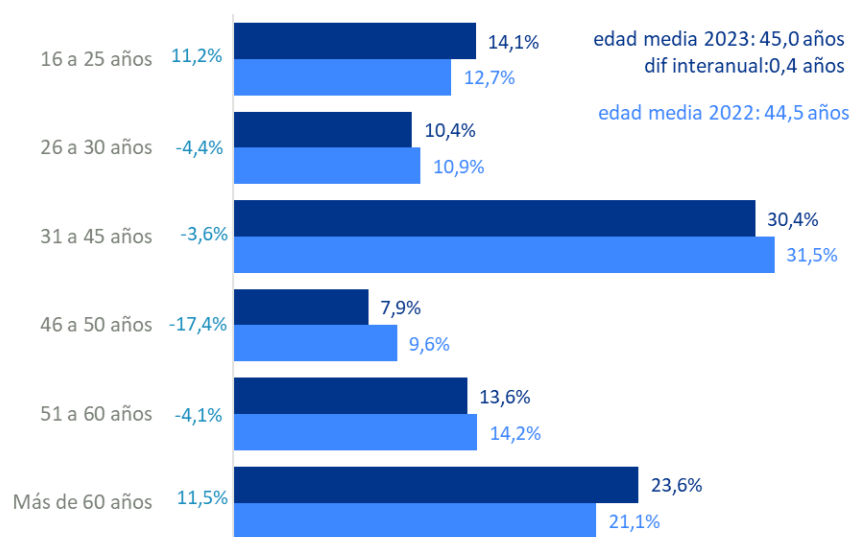


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Distribución por edad del turismo (% turistas)

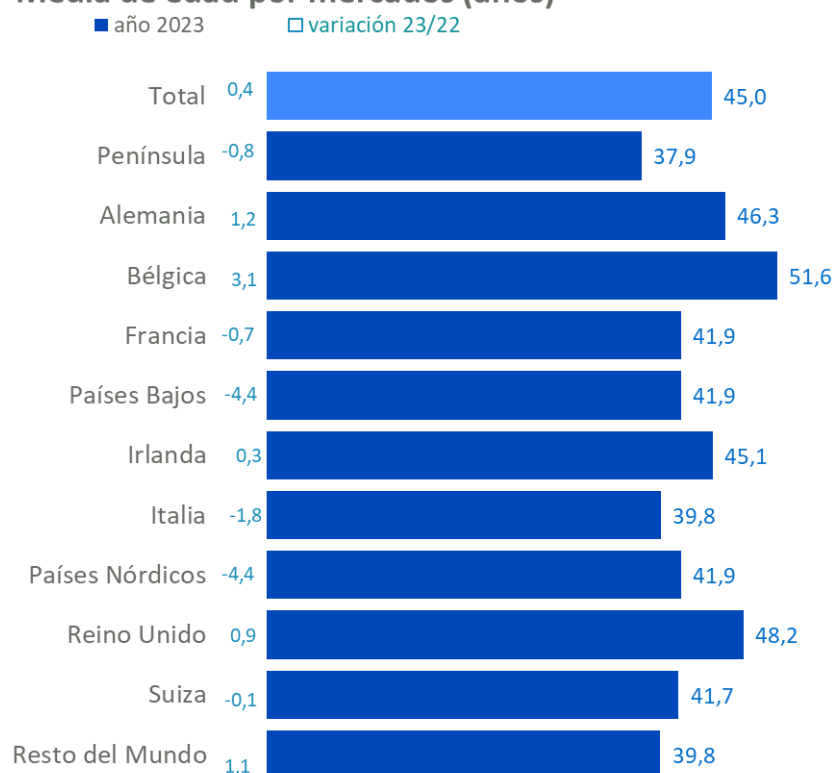
año

■ 2023 ■ 2022 var. 23/22



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

Media de edad por mercados (años)



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

Acompañantes

El 64% del turismo que visitó Tenerife en 2023 viajó en pareja a Tenerife, un 0,9% más que en el año anterior.

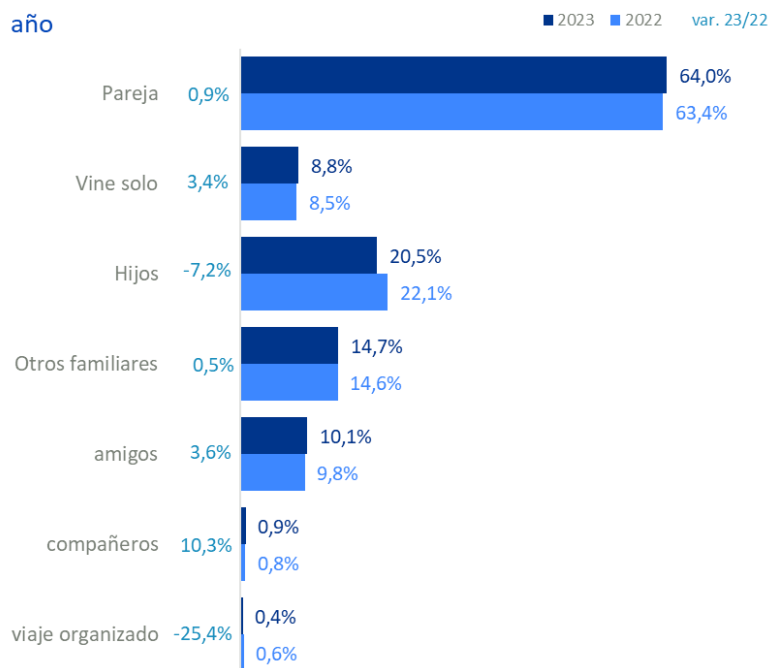
El viaje con hijos, un 20,5%, sigue retrocediendo, perdiendo en 2023 un 7,2%, prácticamente el único grupo de viaje que pierde presencia. Retroceden también un 7,4%, los grupos de viajes acompañados por menores de 16 años, de los que sólo aumentan los grupos con menores de 2 años, que suponen solamente un 2,8%, pero se reducen los que se acompañan de menores de 3 y más años, los más frecuentes en la isla.

Aumentan los viajes acompañados por otros familiares (un 14,7% del total), los grupos de amigos (10,1% del total) y los que viajan solos (8,8% del total).

Aunque apenas supone un 0,4% del total, los viajes organizados caen un 25,4%.

La presencia de menores en 2023 ha sido superior a la media en los mercados de Países Bajos, Nórdicos y franceses, así como entre los peninsulares. Mercados con una media de edad inferior a la del promedio en 2023.

Acompañantes en el viaje (% turistas)



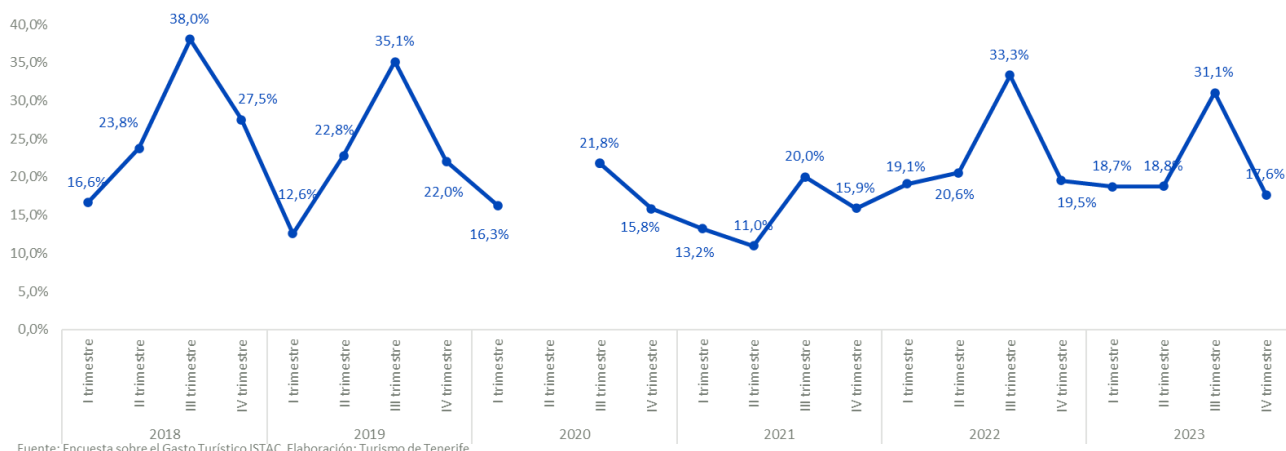
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Grupos con niños (%)

	año			año		
	2019	2023	var. 23/19	2022	2023	var. 23/22
Grupos con niños	22,8%	21,3%	-6,7%	23,0%	21,3%	-7,4%
Grupos sin niños	77,2%	78,7%	2,0%	77,0%	78,7%	2,2%
menores 2 años	3,6%	2,8%	-22,6%	2,6%	2,8%	6,4%
menores 3 a 12 años	17,0%	15,7%	-7,9%	17,1%	15,7%	-8,5%
menores 13 a 15 años	6,9%	7,1%	3,2%	7,8%	7,1%	-8,6%

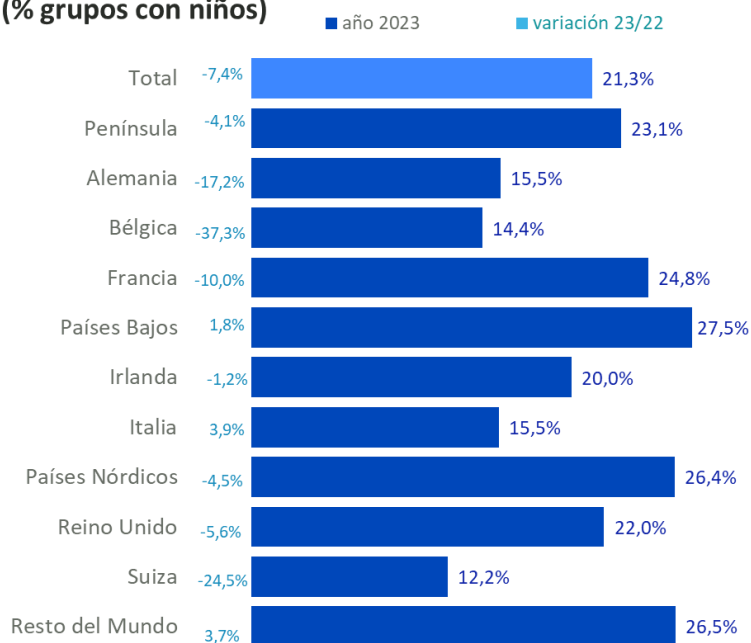
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Grupos con niños (%)



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

Cuota presencia de menores de 16 años por nacionalidad (% grupos con niños)



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

Renta familiar

La renta media familiar anual del turismo que viajó a Tenerife en 2023 se situó en 57.309 €, aumentando un 1,2% en comparación con la de 2022 y un 10% comparada con la de 2019.

El segmento de turismo de renta superior a 75.000€, un 27% del total, aumentó un 6,1% en el año. Se reduce sin embargo, casi en igual proporción, un 5,6%, el de rentas entre 50.000€ y 75.000€, grupo con una cuota del 23%.

El segmento de mayor peso, el de 25.000€ a 49.999€, con una cuota del 35,4%, aumentó un 1,4% en el año, reduciéndose, por el contrario, un -4,4% el de rentas inferiores a 25.000, segmento que supone el 14,5% del turismo de 2023.

Si bien antes de la pandemia se observaban oscilaciones importantes entre trimestres, en las rentas del turismo que visitaba la isla, con niveles más bajos en verano, en 2022 y 2023 se observa cierta continuidad a lo largo del año con variaciones menos acentuadas entre trimestres. No obstante, pareciera que en 2023 se empieza a despuntar nuevamente ciertos niveles más bajos en los trimestres centrales del año y rentas más elevadas en los trimestres de temporada de invierno.

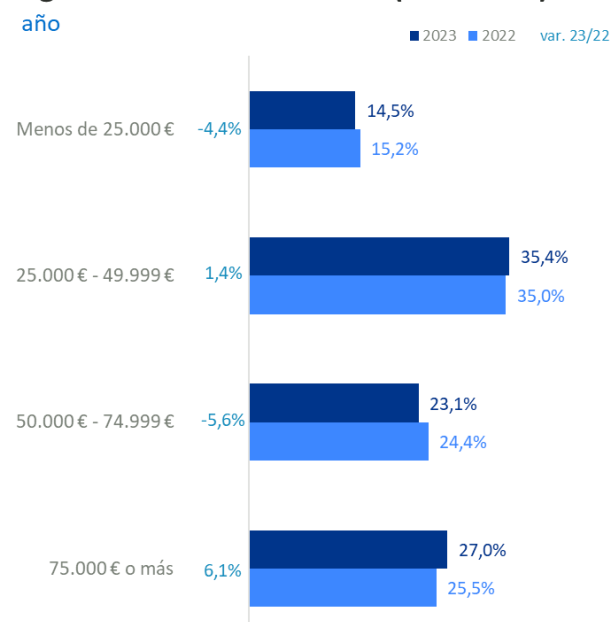
Atendiendo a las rentas de las diferentes nacionalidades, el mercado suizo despunta muy por encima del resto con un nivel de renta un 42% superior al promedio. También elevadas, las rentas de los mercados nórdicos, que superan en un 20% al promedio.

También por encima del promedio, aunque con mucha menor diferencia, las rentas de británicos, alemanes y Países Bajos.

En el extremo inferior, el turismo peninsular e italiano poseen los menores niveles de renta familiar, aunque ambos, mercados han subido su nivel de ingresos en 2023.

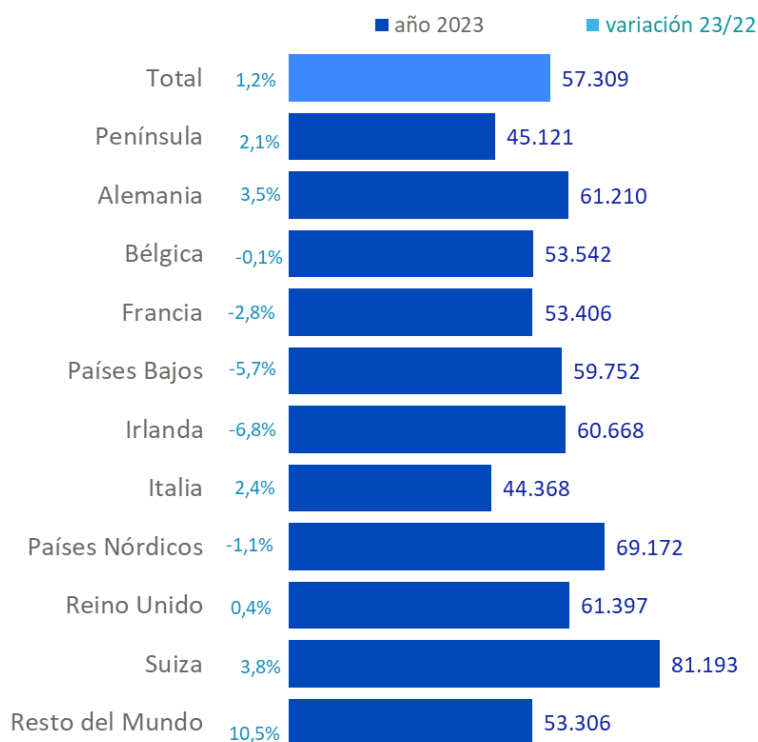
También aumenta la renta de los mercados de Alemania, Reino Unido y Suiza. Retrocede en el resto de los mercados.

Ingresos anuales familiares (% turistas)



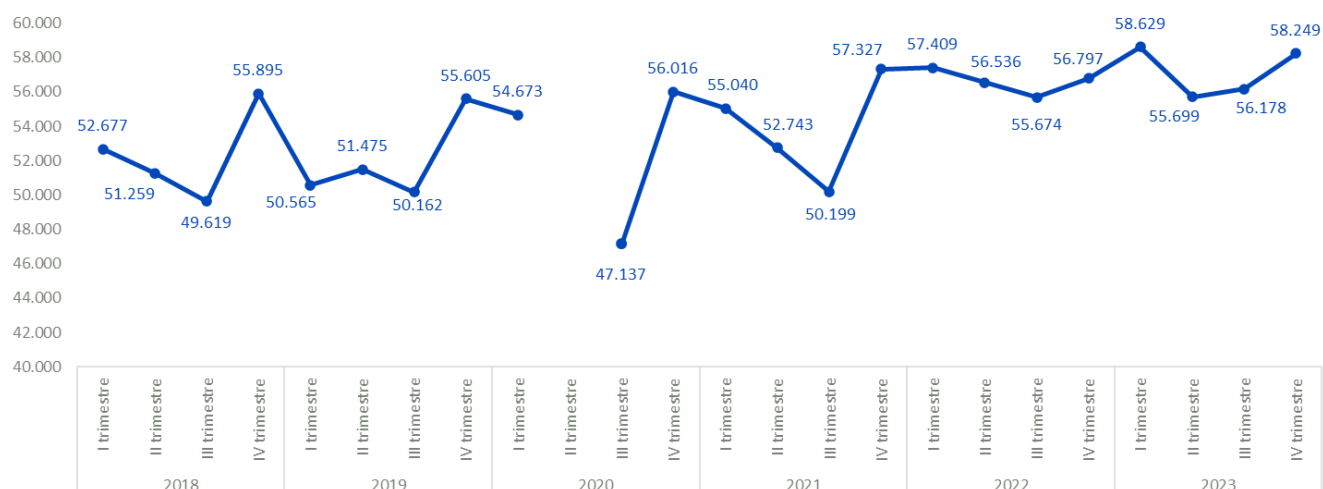
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

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

El 63,6% del turismo que visitó Tenerife repetía viaje, frente a un 61,8% de repetidores en 2022, aumentando el índice un 3%. Aumentan los que han tenido 1 o 2 visitas anteriores a la isla así como los que ya han repetido en 5 o más ocasiones.

De otra parte, el 36,4% visitó por primera vez Tenerife. Retrocede un 9,3%, el turismo que visitó por primera vez Tenerife y Canarias y cuya cuota es de un 30,2%, pero sin embargo, aumentó un 24,2% el que ya había estado con anterioridad en Canarias pero en 2023 visitó por primera vez Tenerife y que supone un 6,3% del total.

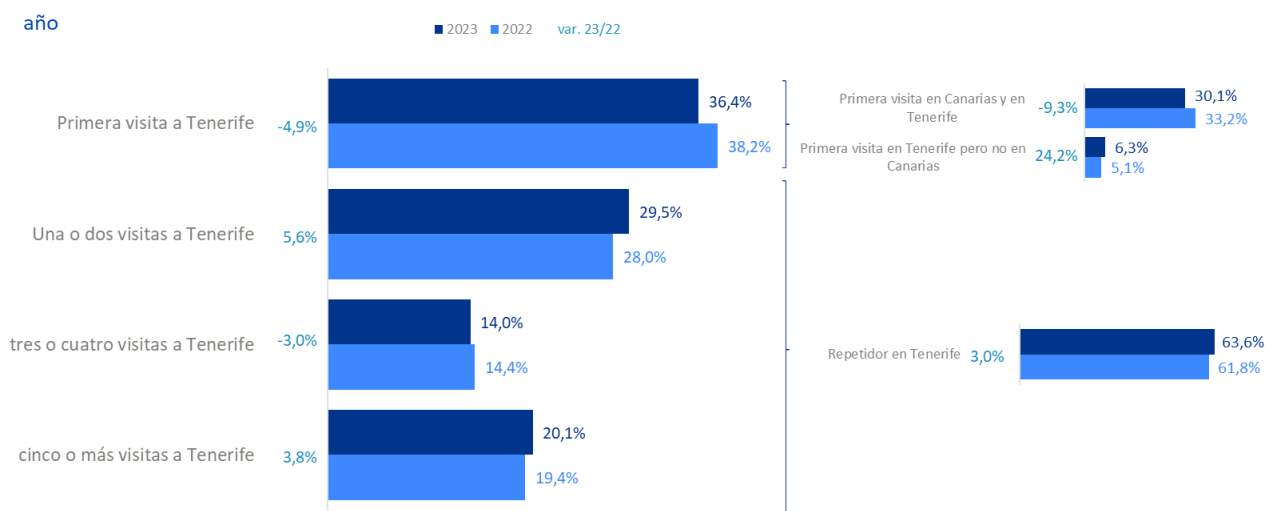
Británicos y Nórdicos son los mercados con mayor nivel de repetición en Tenerife, habiendo estado con anterioridad en la isla el 74% de los nórdicos que la visitaron en 2023 y un 73,3% de los británicos. El nivel de repetición de los nórdicos aumentó un 11,2% en el año y el de los británicos un 3%.

Con nivel de repetición también superior a la media, Irlanda (66,8%) y Bélgica (66,4%). En estos dos mercados, el turismo irlandés incrementó el porcentaje de repetidores un 8,7% pero desciende entre los belgas un 2,1%.

El mercado con menor índice de repetición es Francia, con un índice de apenas un 39,6% y cayendo el porcentaje de repetidores un 6,6%.

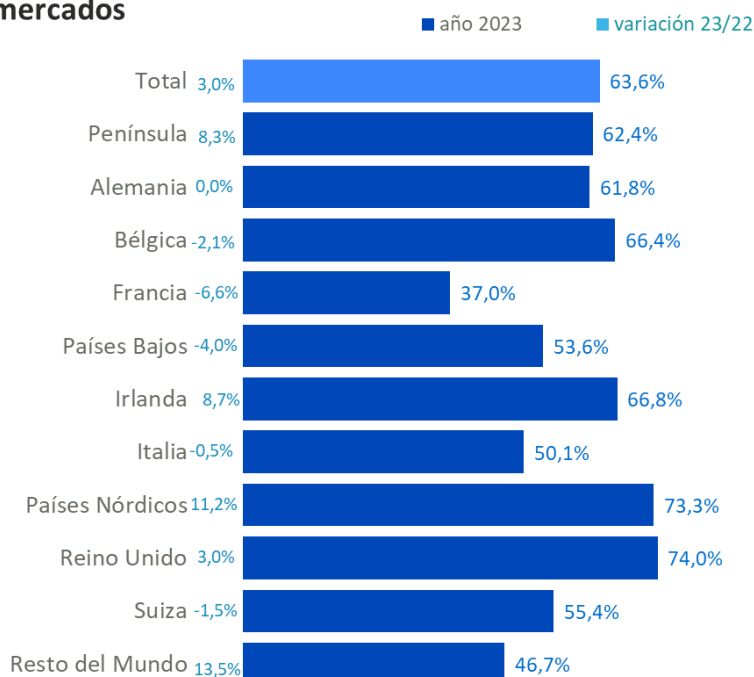
Italia tampoco destaca entre los mayores repetidores con un 50,1% de índice y también leve descenso de un -0,5% en 2023. Países Bajos, con un 53,6% y Suiza, con un 55,4%, también pierden puntos en su nivel de repetición en el último año. Y con niveles en torno a la media, peninsulares (62,4%) y alemanes (61,8%), aumentando el nivel de repetición en 2023 los peninsulares y manteniéndolo estable el turismo alemán.

Índice de fidelidad (% turistas)



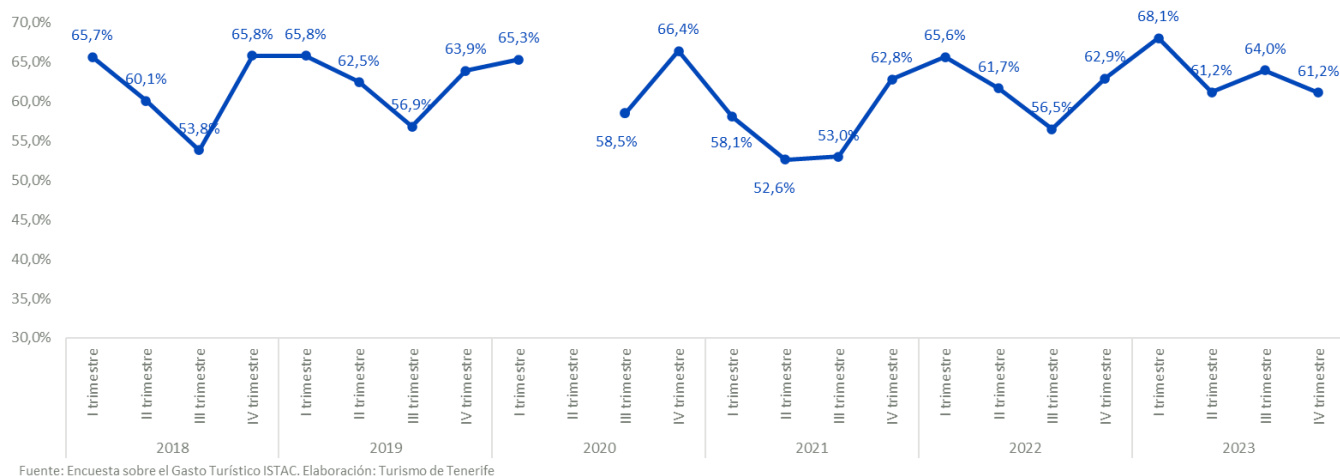
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Nivel de fidelidad: porcentaje de turistas repetidores según mercados



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

Repetidores en Tenerife (% turistas)



Estancia Media

La duración de la estancia del turismo que visitó Tenerife fue de 9,2 noches de media en 2023, aumentando 0,2 días con respecto a 2022.

Crecen las estancias más prolongadas, un 7,8% las de más de 16 días y un 2,5% las de 9 a 16 días, pero también las más cortas de sólo 1 a 5 noches (+3,5%).

Se reducen un 3,3% las estancias de 6 a 8 noches, siendo este intervalo el de mayor peso en la isla con un 49% de cuota.

Las estancias más prolongadas se producen durante el primer trimestre del año, así como durante el verano.

Asimismo, la modalidad alojativa utilizada también influye en la duración de la estancia. Es por ello por lo que, las viviendas alquiladas a particulares (12,64 días) y los alojamientos propios o de conocidos (12,35 días) alojan a turismo con estancias más prolongadas que las de los hoteles, cuyas estancias rondan los 7-8 días, con los hoteles de 5* con las estancias más cortas. En los apartamentos y en otros alojamientos colectivos las estancias medias se sitúan en unos 10 días.

La duración de las estancias varía de unos mercados a otros, siendo los de estancias más prolongadas en la isla, Bélgica, Países Nórdicos, Alemania y Suiza. Mercados que aumentan la duración en 2023, salvo Alemania que la redujo en 1,04 días, posiblemente relacionado con el aumento que registró este mercado en hoteles en el año.

Por el contrario, permanecieron menos tiempo en la isla los peninsulares, con apenas 6,57 días de media o, los británicos, con estancias en 2023 de 8,65 días. Este último aumentó la duración de su viaje, manteniéndolo estable el mercado peninsular.

En lo que respecta a horas fuera del establecimiento, la media se sitúa en 7,64 horas en 2023, similar a las 7,61 horas de 2022.

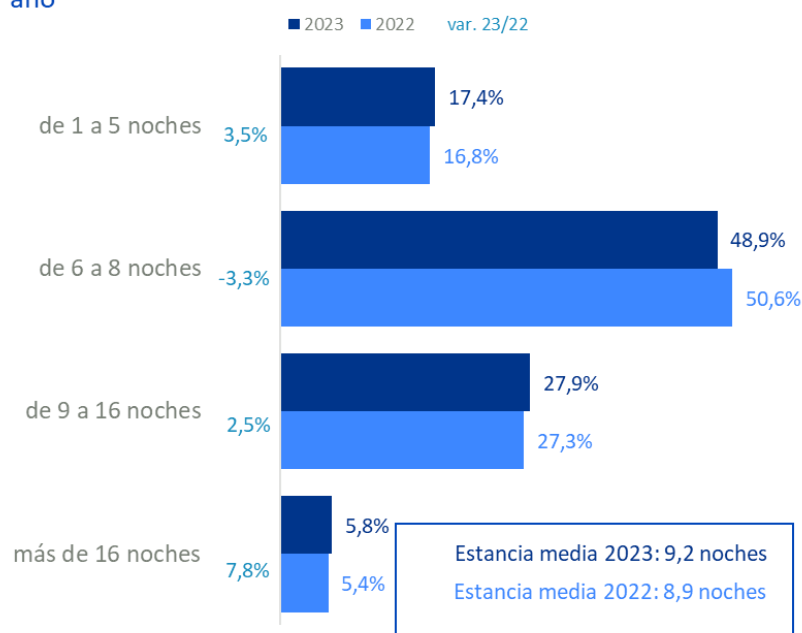
Incrementan el tiempo fuera del alojamiento la mayoría de los mercados con la excepción de Alemania, Francia y Países Bajos.

Son los turistas italianos y los españoles los que pasan más tiempo fuera del establecimiento con más de 10 horas de media. También franceses y suizos salen de sus alojamientos más que el promedio, en estos mercados, con una media de 8,32 horas.

Por otro lado, permanecen dentro de ellos más tiempo que el resto, el Reino Unido (6,31 horas), los Países Bajos, Belgas y Nórdicos.

Duración de la estancia (% turistas)

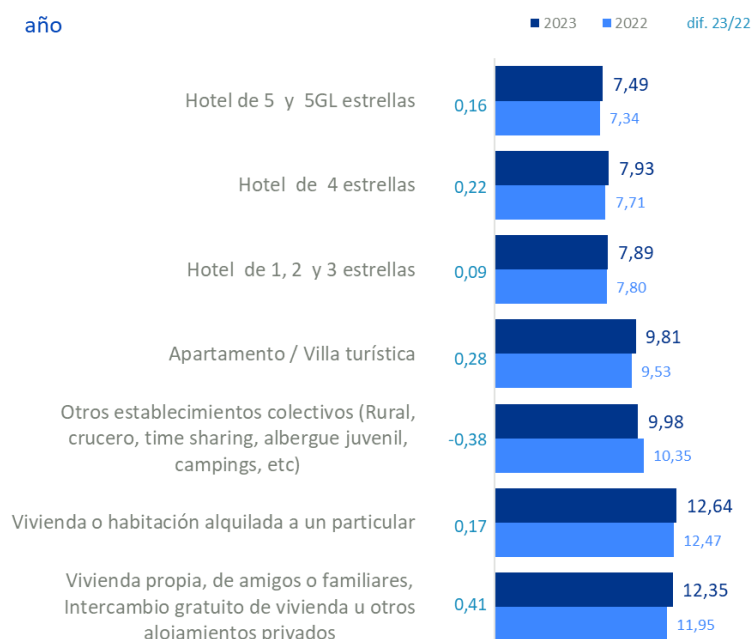
año



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

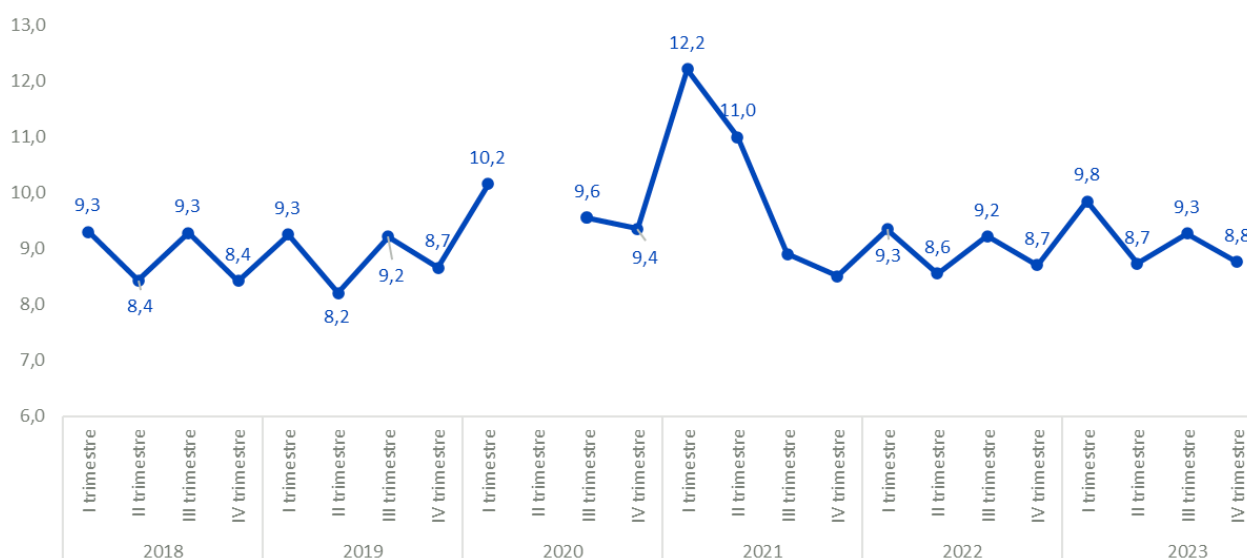
Estancia media según tipo de alojamiento utilizado (días)

año



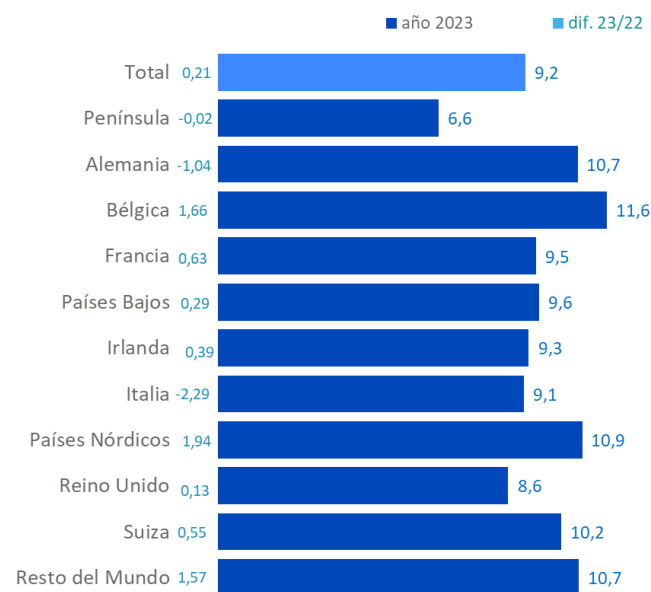
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Estancia media (días)



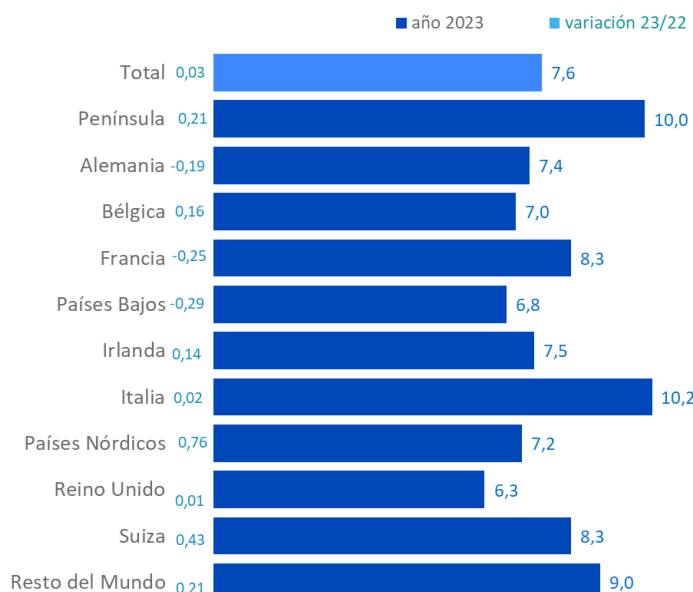
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Estancia media según mercados (días)



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

Media de horas fuera del establecimiento (horas)



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

Tipo de alojamiento utilizado

Aumenta en el año el uso de apartamentos y hoteles de 1,2,3*, así como el de otros establecimientos colectivos o de viviendas propias. Reduciéndose el uso de hoteles de 4* y 5* y el de viviendas alquiladas a particulares.

En 2023 un 58% del turismo que visitó la isla utilizó hoteles para alojarse, con los 4* como alojamiento principal, con una cuota del 37,7%.

Los apartamentos fueron utilizados por un 15,7% y, aunque se aumenta el uso un 2,4%, siguen sin recuperar la cuota que tenían en 2019 (21,7%), manteniéndose como la única modalidad, además de los hoteles de 1,2 y 3*, que aún no han recuperado su estatus prepandemia.

También aumenta el uso de otros alojamientos colectivos, utilizados por el 8,3% de los turistas y que incrementaron su peso un 5,3% en 2023.

Las viviendas propias, usadas por un 10,2%, aumentan su uso un 8,2%, mientras que las alquiladas, utilizadas por el 7,8%, lo redujeron un 5,3%.

El mayor uso de viviendas propias se da entre los italianos y españoles, con un 20% de cuota en esta modalidad. Superan también a la media los suizos o las otras nacionalidades, aunque su peso de un 12,1% no es tan acentuado como el de los italianos y españoles.

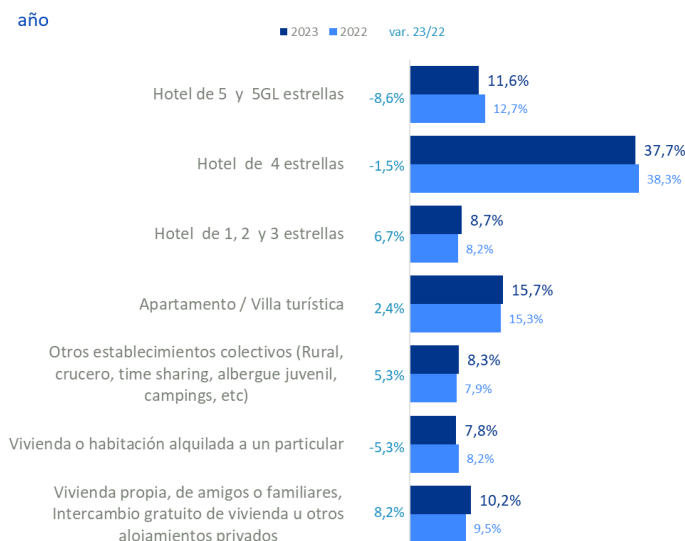
Las viviendas privadas alquiladas tuvieron en 2023 como principales mercados a los franceses principalmente, además de alemanes, suizos, italianos y otras nacionalidades.

En los hoteles es destacable la presencia de Reino Unido y Suiza en los de 5*; alemanes, belgas y británicos en 4*; nórdicos, holandeses, españoles y alemanes, además de suizos y otros, en los hoteles de 1*, 2*, 3*.

Los apartamentos fueron usados, principalmente por irlandeses, nórdicos, italianos y holandeses.

Y por último, los otros establecimientos colectivos, usados en mayor medida por franceses, holandeses, italianos, nórdicos, belgas, suizos y otros.

Tipo de alojamiento utilizado (% turistas)



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

Tipo de alojamiento utilizado (% turistas)

	año			año		
	2019	2023	var. 23/19	2022	2023	var. 23/22
Hotel de 5 y 5GL estrellas	11,6%	11,6%	0,1%	12,7%	11,6%	-8,6%
Hotel de 4 estrellas	36,6%	37,7%	3,0%	38,3%	37,7%	-1,5%
Hotel de 1, 2 y 3 estrellas	9,7%	8,7%	-10,1%	8,2%	8,7%	6,7%
Apartamento / Villa turística	21,7%	15,7%	-27,9%	15,3%	15,7%	2,4%
Otros establecimientos colectivos (Rural, crucero, time sharing, albergue juvenil, campings, etc)	5,7%	8,3%	45,4%	7,9%	8,3%	5,3%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	6,2%	7,8%	25,2%	8,2%	7,8%	-5,3%
Vivienda propia, de amigos o familiares, Intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados	8,5%	10,2%	21,2%	9,5%	10,2%	8,2%

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

Tipo de alojamiento (% turistas) (año 2023)

	TOTAL MERCADOS	ALEMANIA	BÉLGICA	ESPAÑA	FRANCIA	PAÍSES BAJOS	IRLANDA	ITALIA	PAÍSES NÓRDICOS	DINAMARCA	FINLANDIA	NORUEGA	SUECIA	REINO UNIDO	SUIZA	Otros
Hotel de 5 y 5GL estrellas	11,6%	8,4%	10,9%	7,5%	8,3%	7,5%	8,2%	3,9%	6,4%	nd	nd	nd	nd	17,8%	14,3%	7,8%
Hotel de 4 estrellas	37,7%	41,1%	40,5%	36,4%	32,3%	40,2%	35,7%	24,2%	36,6%	nd	nd	nd	nd	41,6%	32,8%	30,6%
Hotel de 1, 2 y 3 estrellas	8,7%	9,5%	3,9%	10,1%	7,4%	7,9%	11,0%	8,9%	11,4%	nd	nd	nd	nd	8,1%	9,3%	9,5%
Apartamento / Villa turística	15,7%	8,8%	11,1%	16,4%	12,2%	20,0%	27,5%	21,4%	22,8%	nd	nd	nd	nd	15,8%	9,3%	13,2%
Otros establecimientos colectivos (Rural, crucero, time sharing, albergue juvenil, campings, etc)	8,3%	8,9%	11,0%	3,5%	14,2%	11,9%	5,4%	11,5%	10,8%	nd	nd	nd	nd	6,8%	10,0%	11,2%
Vivienda o habitación alquilada a un particular	7,8%	12,4%	5,4%	6,8%	17,1%	8,6%	6,5%	10,1%	5,0%	nd	nd	nd	nd	4,0%	12,2%	14,1%
Vivienda propia, de amigos o familiares, Intercambio gratuito de vivienda u otros alojamientos privados	10,2%	10,8%	17,1%	19,4%	8,3%	3,9%	5,6%	20,0%	7,1%	nd	nd	nd	nd	6,0%	12,1%	13,6%

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

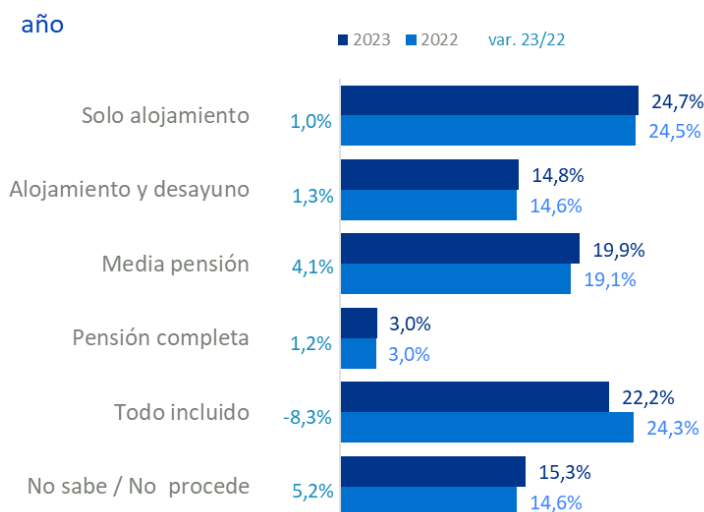
En cuanto a la pensión contratada en el alojamiento, la contratación de *sólo alojamiento* ha sido la más utilizada en 2023 con una cuota del 24,7% e incremento de un 1% en el año.

De otra parte, también la fórmula de *Todo Incluido*, con un 22,2% de uso, fue otra de las más usadas aunque esta modalidad perdió un 8,3% de peso en 2023, sumándose al que ya había perdido en el año anterior.

Aumenta el uso de *Media Pensión*, utilizada por un 19,9%, así como el de *Alojamiento+desayuno*, fórmula contratada por un 14,8%. Aumenta también la *Pensión Completa*, contratada por un 3% de los turistas.

Por último, un 15,3%, un 5,2% más que en el año anterior, indica *no procede* en la contratación de pensión en su alojamiento, normalmente vinculado al uso de viviendas privadas.

Tipo de pensión contratada (% turistas)



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

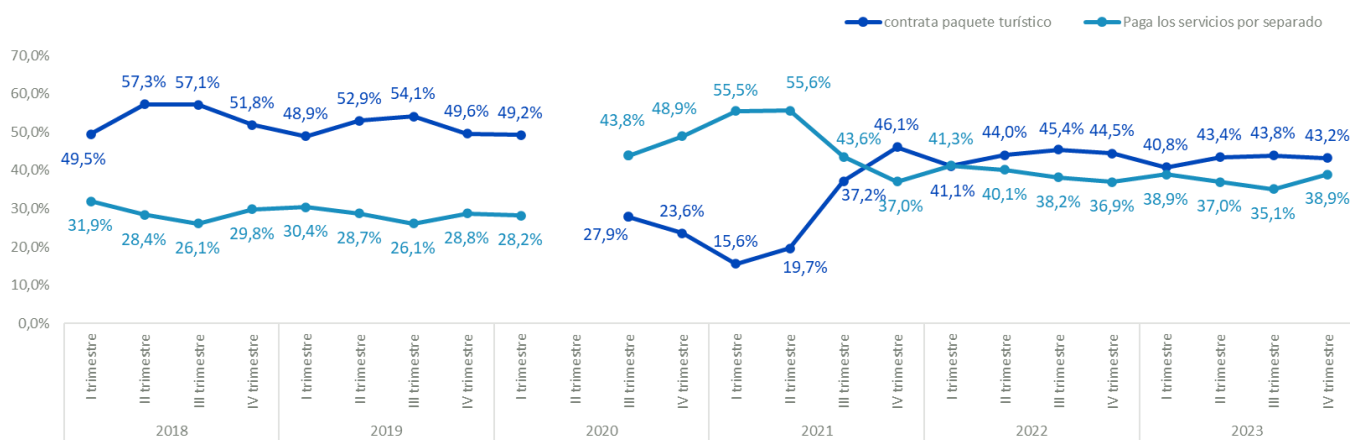
Contratación del viaje

La contratación de paquetes turístico continúa perdiendo peso, reduciéndose un 2,3% en 2023, y situándose en un 42,8% en el año, un punto porcentual menos que en 2022 (43,8%) y 8 puntos menos que en 2019 (51,2%). Una fórmula que parecía haberse recuperado tras la pandemia, pero que no llega a remontar.

Sin embargo, la contratación independiente, que alcanza un 37,6%, también se redujo un 3,6% con respecto a 2022, aunque ha aumentado con respecto a lo que había en 2019.

Y aumenta la falta de respuesta, posiblemente vinculado a fórmula de compras de los servicios que el usuario no clasifica en ninguna opción.

Contratación de paquete turístico (% turistas)

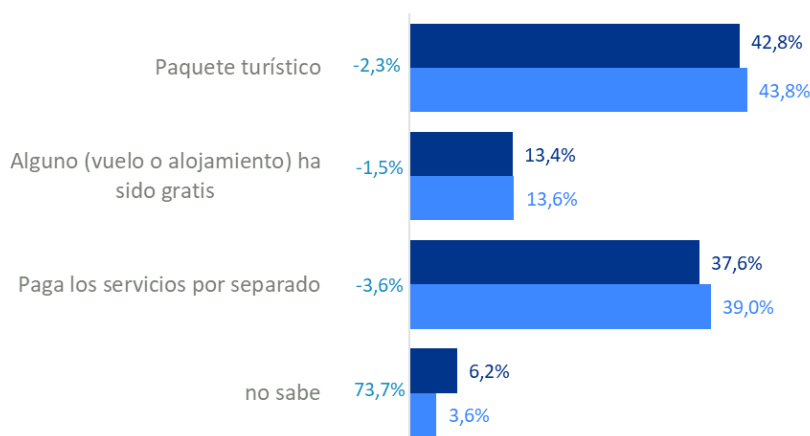


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Forma de contratación (% turistas)

año

■ 2023 ■ 2022 var. 23/22



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

Para la contratación del vuelo, un 52,3% contrató directamente con la compañía aérea, manteniendo la misma cuota que en el año anterior. Un 45% contrató su vuelo vía TTOO/AAVV, perdiendo un 1,1% de peso con respecto a 2022 (45,6%) y seis puntos menos que la cuota de 2019.

La contratación directa del alojamiento (33,3%), como el vuelo, se mantiene estable con respecto a 2022, aunque ha aumentado desde 2019, cuando sólo era un 28,7%. Para la contratación alojativa, TTOO y AAVV siguen teniendo predominancia con una cuota del 51,3%, aunque disminuye ligeramente con respecto al año anterior.

También, un 14,6% indica que no procede una contratación que, al igual que los que indicaban que *no procede* en la contratación de pensión en su alojamiento (15,3%), o los que indican que alguno de los servicios ha sido gratuito (13,4%), se encuentra relacionado con el uso de viviendas particulares y propias

que, como se ha comentado en párrafos anteriores, fueron usadas por un 10,2% las viviendas propias y por un 7,8% las alquiladas a particulares.

El uso de paquetes turísticos en los mercados de Países Nórdicos, Reino Unido, Países Bajos y Alemania, con más de 10 puntos por encima del uso de esta fórmula en el total de los visitantes. Con menor diferencia, también Bélgica contrata el paquete turístico por encima del uso que hace de él el promedio.

De otra parte, tienden a la contratación de servicios independientes, Irlanda, España, Italia, Francia o Suiza, con más del 50% que opta por esta modalidad. En concreto, entre un 66%-67% de los españoles e irlandeses contrataron su vuelo directamente con la compañía aérea o un 63% de los italianos y de los suizos. La cuota de Francia en contratación directa del vuelo es algo inferior que la de los anteriores, con un peso del 55,2%.

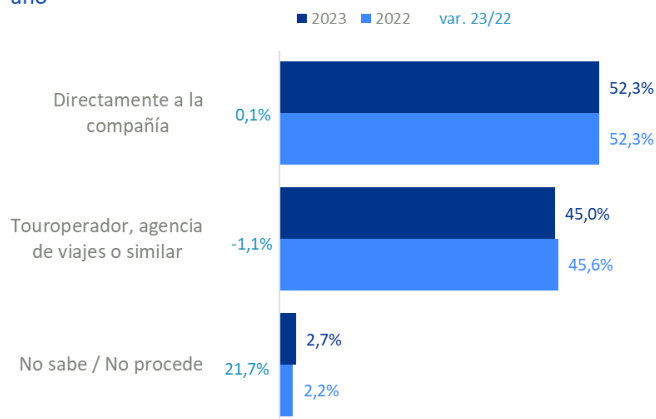
Los mismos mercados que utilizan contratación directa del vuelo, también utilizan más que la media la contratación directa del alojamiento, siendo el porcentaje de uso directo de un 46,3% en el mercado irlandés, 40,2% en el suizo, 38,1% en el español o, en torno a un 35% en el italiano y francés.

El británico, si bien tiene un porcentaje de contratación directa del vuelo (50,2%) algo inferior al del promedio, su contratación directa del alojamiento, un 34,1%, es ligeramente superior.

En cuanto a la contratación vía TTOO/AAVV, los mercados con mayor uso para contratación de sus vuelos y alojamientos han sido, los que también hacen mayor uso de los paquetes turísticos, como son los Nórdicos, Países Bajos o Alemania, Bélgica o Reino Unido. Sin embargo, el mayor uso de alojamientos privados entre los belgas hace que, aunque su porcentaje de contratación del alojamiento vía TTOO/AAVV supere a la media, esta diferencia sea inferior que la de nórdicos, Países Bajos, alemanes o británicos.

Forma de contratación del vuelo (% turistas)

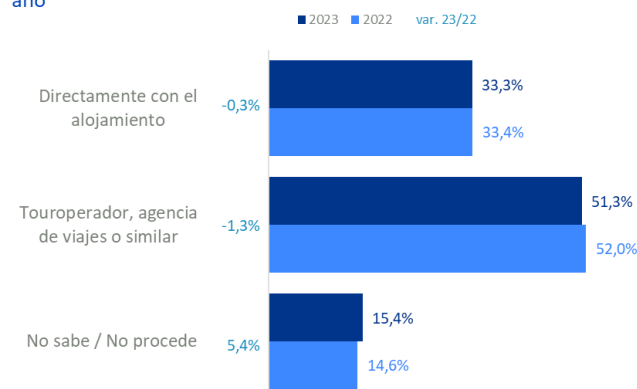
año



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

Forma de contratación del alojamiento (% turistas)

año



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

Forma de contratación (% turistas)

	año			año		
	2019	2023	var. 23/19	2022	2023	var. 23/22
Paquete turístico	51,2%	42,8%	-16,5%	43,8%	42,8%	-2,3%
Alguno (vuelo o alojamiento) ha sido gratis	12,3%	13,4%	9,4%	13,6%	13,4%	-1,5%
Paga los servicios por separado	28,6%	37,6%	31,6%	39,0%	37,6%	-3,6%
no sabe	7,9%	6,2%	-21,6%	3,6%	6,2%	73,7%
CONTRATACIÓN DEL VUELO						
Directamente a la compañía	45,3%	52,3%	15,3%	52,3%	52,3%	0,1%
Touroprador, agencia de viajes o similar	50,9%	45,0%	-11,5%	45,6%	45,0%	-1,1%
No sabe / No procede	3,7%	2,7%	-28,7%	2,2%	2,7%	21,7%
CONTRATACIÓN DEL ALOJAMIENTO						
Directamente con el alojamiento	28,7%	33,3%	16,0%	33,4%	33,3%	-0,3%
Touroprador, agencia de viajes o similar	55,4%	51,3%	-7,4%	52,0%	51,3%	-1,3%
No sabe / No procede	15,8%	15,4%	-2,9%	14,6%	15,4%	5,4%

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

Forma de contratación por mercado (% turistas) (año 2023)

	TOTAL MERCADOS	ALEMANIA	BÉLGICA	ESPAÑA	FRANCIA	PAÍSES BAJOS	IRLANDA	ITALIA	PAÍSES NÓRDICOS	DINAMARCA	FINLANDIA	NORUEGA	SUECIA	REINO UNIDO	SUIZA	Otros
Paquete turístico	42,8%	52,3%	45,0%	17,5%	32,8%	54,3%	31,2%	20,1%	56,4%	nd	nd	nd	nd	55,2%	32,5%	27,3%
Alguno (vuelo o alojamiento) ha sido gratis	13,4%	10,5%	22,3%	21,5%	9,7%	6,3%	9,5%	23,0%	8,2%	nd	nd	nd	nd	10,9%	12,2%	17,1%
Paga los servicios por separado	37,6%	31,9%	24,7%	52,8%	50,3%	30,7%	55,8%	51,5%	30,6%	nd	nd	nd	nd	28,9%	48,6%	47,0%
no sabe	6,2%	5,3%	8,0%	8,3%	7,2%	8,8%	3,6%	5,4%	4,7%	nd	nd	nd	nd	5,0%	6,7%	8,6%
CONTRATACIÓN DEL VUELO																
Directamente a la compañía	52,3%	40,8%	46,9%	66,2%	55,2%	37,8%	67,3%	62,7%	33,5%	nd	nd	nd	nd	50,2%	63,0%	58,6%
Touroprador, agencia de viajes o similar	45,0%	56,5%	51,2%	29,4%	41,4%	59,3%	31,4%	32,4%	63,3%	nd	nd	nd	nd	48,3%	36,1%	37,6%
No sabe / No procede	2,7%	2,6%	1,9%	4,4%	3,4%	2,9%	1,3%	4,9%	3,2%	nd	nd	nd	nd	1,5%	0,9%	3,8%
CONTRATACIÓN DEL ALOJAMIENTO																
Directamente con el alojamiento	33,3%	24,2%	23,4%	38,1%	35,4%	26,3%	46,3%	34,6%	25,9%	nd	nd	nd	nd	34,1%	40,2%	38,6%
Touroprador, agencia de viajes o similar	51,3%	61,6%	52,6%	36,7%	49,4%	64,5%	43,1%	39,0%	64,6%	nd	nd	nd	nd	54,9%	44,0%	42,0%
No sabe / No procede	15,4%	14,2%	24,0%	25,1%	15,2%	9,1%	10,6%	26,4%	9,5%	nd	nd	nd	nd	11,0%	15,8%	19,4%

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

Actividades turísticas

La práctica de actividades turísticas se mantiene prácticamente en igual nivel que en 2022, con un 81,3% que practica alguna actividad, con un ligero descenso del 0,4% en 2023.

Frente al incremento de afluencia que se registró el año anterior en la mayor parte de las actividades turísticas evaluadas, en 2023 se observa una pérdida en varias de ellas, tales como son las Excursiones marítimas y de Observación de cetáceos, las Excursiones organizadas, la Degustación de gastronomía canaria, las Visitas a Museos y Exposiciones, Los Parques de Ocio, el Surf o windsurf, muchas de estas actividades son de los que tienen mayor afluencia de visitantes.

Así, las actividades con mayor peso en Tenerife en 2023 se mantienen las mismas que en 2022 son los Recorridos por su cuenta (50,9%), Degustar gastronomía canaria (29,9%), Senderismo y otras actividades en la naturaleza (24,8%), los Parques de ocio (23,3%), las Excursiones organizadas (20,3%), las Excursiones marítimas (17,3%). De estas actividades, como se ha comentado, sólo ganan afluencia en 2023 las actividades en la Naturaleza, con un incremento del 1% en práctica de senderismo (20,6%) y un incremento del 7,4% en otras actividades de naturaleza (9,6% de cuota).

En el grupo de las actividades con mayor afluencia se encuentran también las Actividades deportivas, que pasa de una cuota del 12% en 2022 a un 13,2% en 2023. Entre estas actividades, destacan correr, golf, ciclismo u otras actividades. Todas ellas incrementaron el peso en 2023.

Las actividades en el mar, con un 5,7% de afluencia en el conjunto, pero destacando entre ellas el buceo (3,2%), el Surf (2,4%) y el Windsurf/Kitesurf (0,8%), pierde afluencia solo el Surf y Windsurf pero aumenta ligeramente la práctica de buceo.

Otras de las actividades turísticas que han incrementado en 2023 son la Observación Astronómica, los Tratamientos de Belleza y la Visita a Bodega/Mercadillo.

Aparte de todas las actividades ya mencionadas, el turismo que visitó la isla en 2023 un 78,2% se dedicó a pasear y callejear, un 66,5% acudió a la playa, un 62% piscina y actividades en el alojamiento y, un 8,1% nadar. Todas estas actividades han perdido afluencia en 2023.

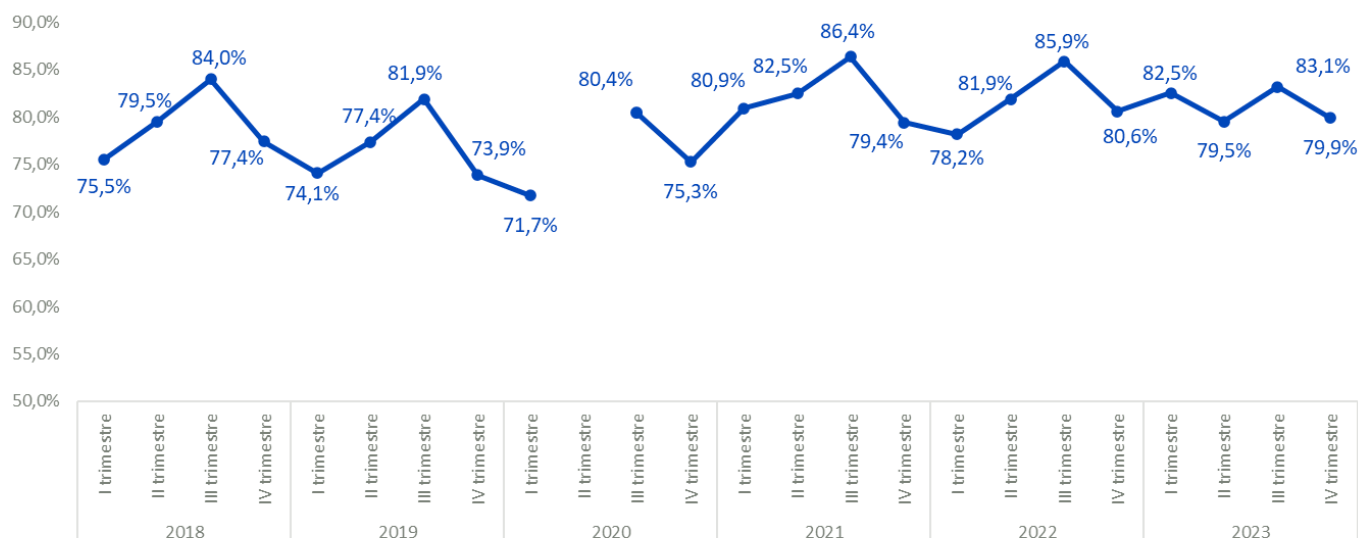
En general, el verano es la temporada de mayor actividad turística si bien no todas las actividades tienen la mayor afluencia en esta temporada. Las excursiones marítimas, los parques de ocio, las excursiones organizadas, las actividades en el mar o algunos deportes se practican más durante el verano. Pero otras actividades como el senderismo y la visita a bodegas y mercadillos son más frecuentes en el primer trimestre del año o en el invierno. Otras, apenas reflejan estacionalidad.

En lo que respecta a la actividad turística en los diferentes mercados, los alemanes se sitúan como el turismo de mayor actividad durante su estancia, junto a los franceses y suizos. Un 90% del turismo de estos mercados realizó alguna de las actividades evaluadas durante su estancia en Tenerife. DE estos, si bien Alemania incrementó ligeramente la actividad, se redujo, por el contrario, entre franceses y suizos.

Italianos, holandeses, españoles, belgas y nórdicos, mercados con nivel de actividad superior al del promedio, aunque menos intensa que los anteriores. Aumentaron su afluencia en las actividades todos ellos, salvo los españoles. El mayor aumento lo registra la actividad de los nórdicos.

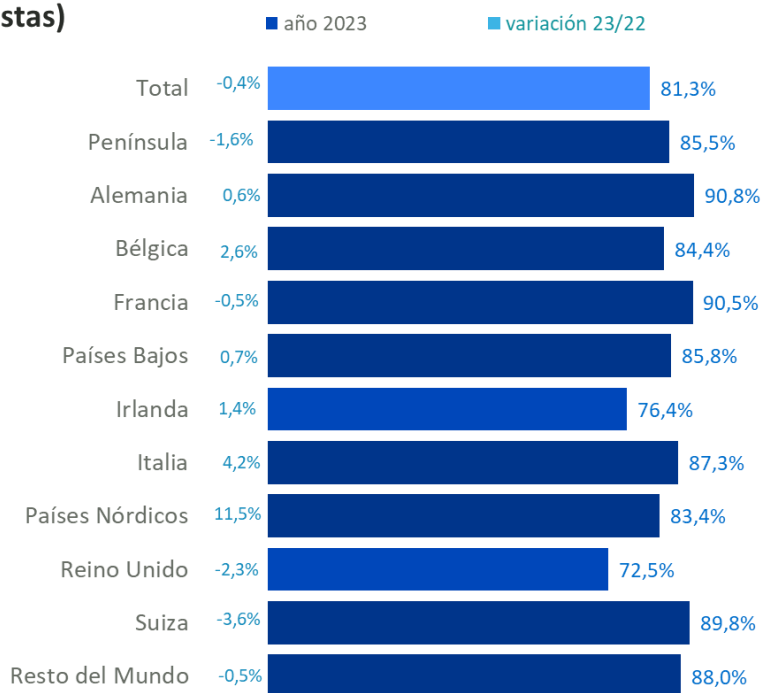
Por el contrario, británicos e irlandeses, situados tradicionalmente como los mercados menos activos entre los que visitan la isla, reduce la actividad el turismo del Reino Unido pero la incrementa el de Irlanda.

Realiza actividades turísticas (% turistas)



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

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

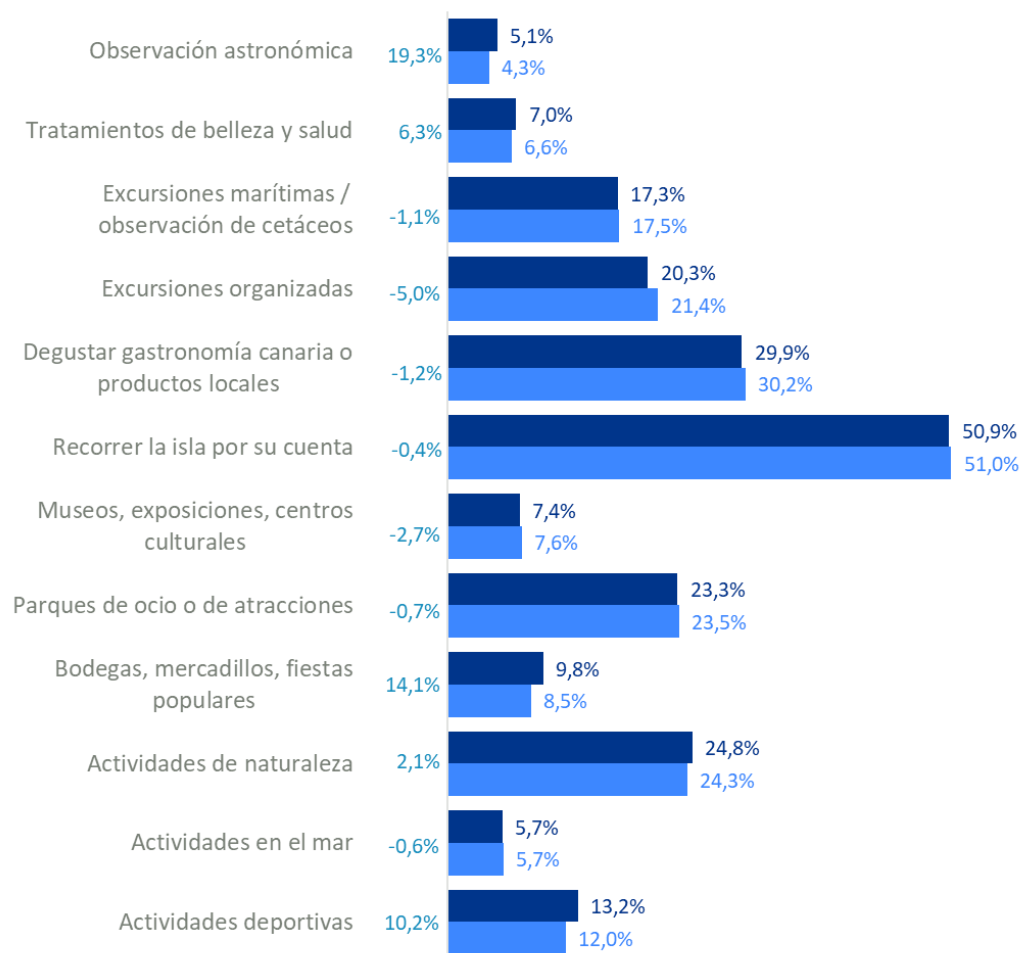


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Actividades realizadas durante la estancia en Tenerife (% turistas)

año

■ 2023 ■ 2022 var. 23/22



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

Actividades realizadas durante la estancia en Tenerife (% turistas)

	año			año		
	2019	2023	var. 23/19	2022	2023	var. 23/22
Realiza alguna actividad	76,6%	81,3%	6,0%	81,6%	81,3%	-0,4%
Observación astronómica	4,4%	5,1%	17,1%	4,3%	5,1%	19,3%
Tratamientos de belleza y salud	5,6%	7,0%	24,7%	6,6%	7,0%	6,3%
Excursiones marítimas / observación de cetáceos	14,9%	17,3%	15,6%	17,5%	17,3%	-1,1%
Excursiones organizadas	19,0%	20,3%	6,8%	21,4%	20,3%	-5,0%
Degustar gastronomía canaria o productos locales	24,8%	29,9%	20,2%	30,2%	29,9%	-1,2%
Recorrer la isla por su cuenta	45,4%	50,9%	12,1%	51,0%	50,9%	-0,4%
Museos, exposiciones, centros culturales	7,2%	7,4%	2,7%	7,6%	7,4%	-2,7%
Parques de ocio o de atracciones	23,1%	23,3%	0,9%	23,5%	23,3%	-0,7%
Bodegas, mercadillos, fiestas populares	9,2%	9,8%	5,6%	8,5%	9,8%	14,1%
Actividades de naturaleza	11,6%	24,8%	114,5%	24,3%	24,8%	2,1%
Senderismo	0,0%	20,6%	-	20,4%	20,6%	1,0%
Otras actividades de naturaleza	0,0%	9,6%	-	8,9%	9,6%	7,4%
Actividades en el mar	9,4%	5,7%	-39,7%	5,7%	5,7%	-0,6%
Buceo (submarinismo-botella)	0,0%	3,2%	-	3,0%	3,2%	8,9%
Surf	0,0%	2,4%	-	2,5%	2,4%	-3,7%
Windsurf / Kitesurf	0,0%	0,8%	-	0,9%	0,8%	-13,8%
Actividades deportivas	12,4%	13,2%	7,1%	12,0%	13,2%	10,2%
Ciclismo / Mountain bike	0,0%	1,9%	-	1,7%	1,9%	12,2%
Correr	0,0%	5,5%	-	5,1%	5,5%	8,1%
Golf	0,0%	2,9%	-	2,5%	2,9%	18,4%
Practicar otro deporte	0,0%	4,7%	-	4,5%	4,7%	5,4%
Otras actividades (estas actividades no están contabilizadas en la realización de actividades)						
Pasear, callejear	71,6%	78,2%	9,2%	79,3%	78,2%	-1,4%
Piscina, instalaciones del hotel	59,9%	62,0%	3,4%	63,8%	62,0%	-2,9%
Playa	60,6%	66,5%	9,8%	67,3%	66,5%	-1,2%
Nadar	0,0%	8,1%	-	9,8%	8,1%	-17,1%

Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC.

Elaboración: Turismo de Tenerife

nc: no comparable por cambio metodológico introducido

Visitas turísticas

En el año 2023 también se reduce, al igual que la actividad, las visitas turísticas a lugares de interés de la isla, realizadas por un 55,7% de los turistas, un 3,4% menos que en el año anterior.

Aunque durante los años de pandemia incrementan considerablemente las visitas a lugares de interés, ligado a la necesidad de actividades exteriores por parte del turismo, ya en 2022 y 2023 se observa un retorno a las cuotas de visitas más moderadas, aunque se mantiene por encima de las que había en años previos a la Pandemia.

Durante 2023 se ha reducido la afluencia turística a todos los lugares de interés evaluados, salvo al Barranco del Infierno, efecto lógico, teniendo en cuenta el descenso que también apunta la actividad de excursiones organizadas (-5%) o el leve retroceso de los recorridos independientes por la isla (-0,4%).

Entre los lugares con mayor afluencia de visitas se mantienen, como en años anteriores, el PN del Teide, aunque pierde en 2023 un 12,4% de la afluencia del año anterior. Santa Cruz, visitada por el 33,8%, también redujo la afluencia un 3,6%, lo mismo que La Laguna (22%) , que pierde un 8,4% o Los Gigantes (18,5%), que redujo un destacado 20,6% la afluencia de visitas. Garachico, visitado por un 17,7%, o La Orotava, con un 17% de afluencia, pierden más de un 18% de afluencia la primera y un 10% la segunda.

Icod de los Vinos, con un 14,3% de visitantes, se mantuvo más o menos estable en 2023.

Las visitas al PR de Anaga y las de Masca, con entre un 12%-13% de afluencia, también se redujeron, pese al incremento de la actividad de senderismo, especialmente la visita al Barranco de Masca.

Y las realizadas a Teno/Buenavista, con un 7,2% de turismo que ha visitado la zona, pierde también un 2,3% de la afluencia del año anterior.

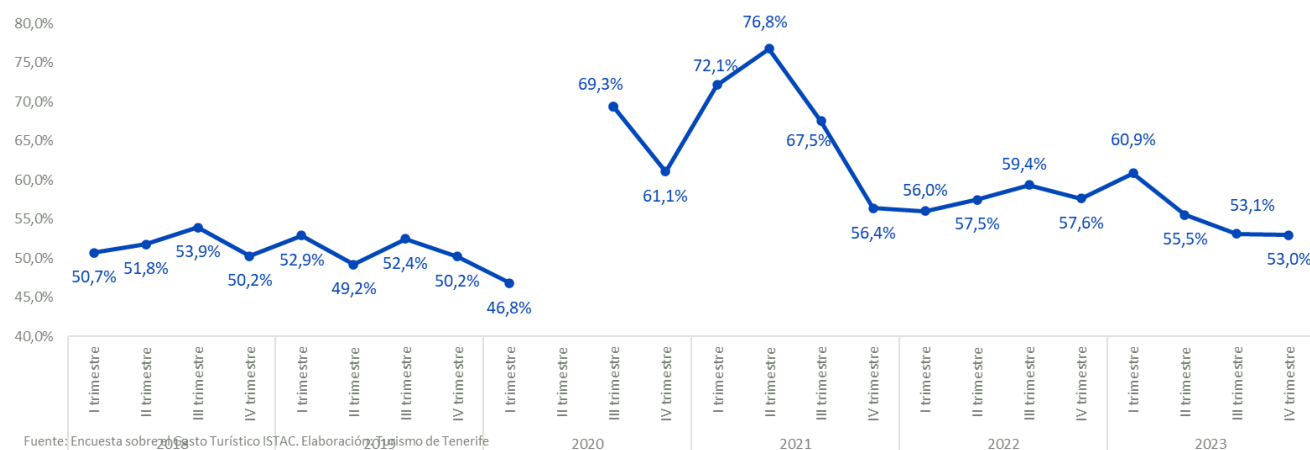
Los mercados con mayor cuota de visitas, peninsulares, franceses y alemanes, pierden flujos de visitas a los lugares de interés de la isla. También con cuotas altas de visitas, los suizos o italianos, pierden flujos de visitas los primeros pero la aumentan ligeramente los italianos.

Los holandeses, con un 64,8% de visitas, supera al porcentaje medio y también reducen afluencia.

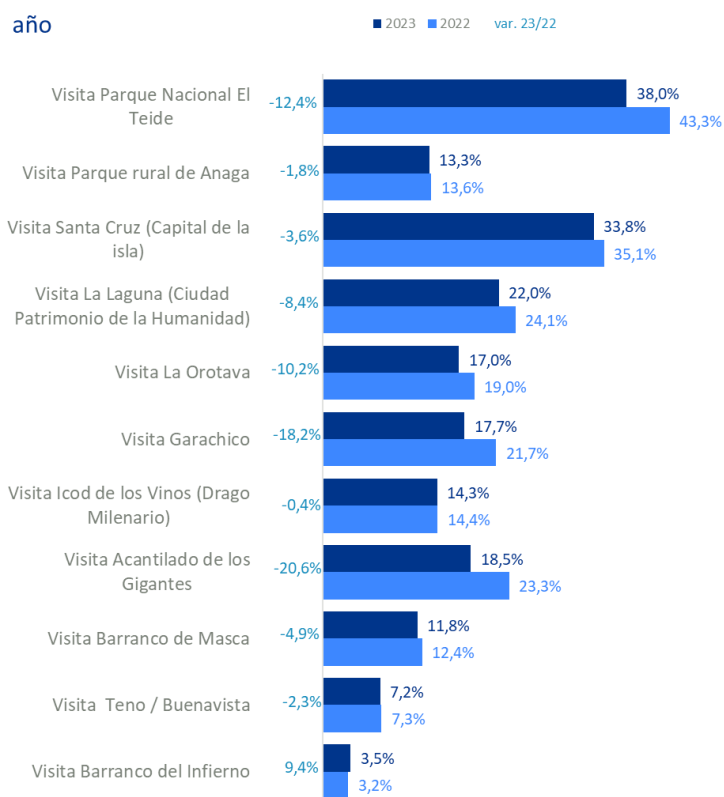
Tampoco los nórdicos han destacado por un nivel elevado de visitas turísticas aunque un 54,2% de ellos visitó alguno de los lugares de interés de Tenerife, siendo de los pocos que incrementó la afluencia.

Por último, irlandeses y británicos son los mercados con niveles más bajos de visitas turísticas, situándose éstas en un 35,6% en el mercado de Irlanda y en apenas un 28,5% en el del Reino Unido.

Realiza visitas a lugares de turísticas (% turistas)

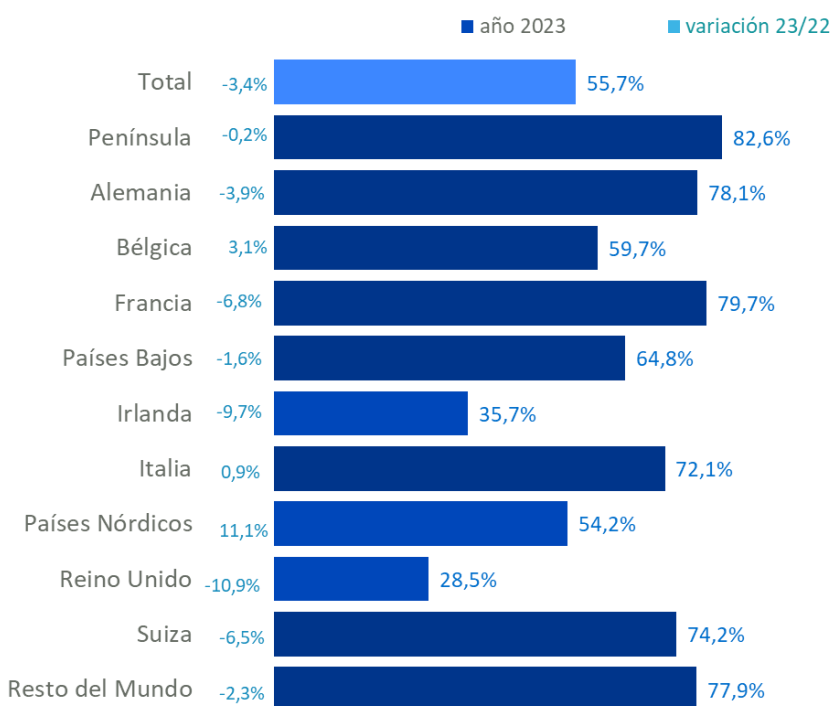


Visitas realizadas durante la estancia en Tenerife (% turistas)



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

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



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

Visitas realizadas durante la estancia en Tenerife (% turistas)

	año			año		
	2019	2023	var. 23/19	2022	2023	var. 23/22
Realiza visitas a algún lugar de interés turístico	51,2%	55,7%	8,7%	57,6%	55,7%	-3,4%
Visita Parque Nacional El Teide	37,4%	38,0%	1,4%	43,3%	38,0%	-12,4%
Visita Parque rural de Anaga	10,4%	13,3%	28,6%	13,6%	13,3%	-1,8%
Visita Santa Cruz (Capital de la isla)	27,9%	33,8%	21,4%	35,1%	33,8%	-3,6%
Visita La Laguna (Ciudad Patrimonio de la Humanidad)	17,8%	22,0%	23,8%	24,1%	22,0%	-8,4%
Visita La Orotava	15,0%	17,0%	13,3%	19,0%	17,0%	-10,2%
Visita Garachico	14,8%	17,7%	19,6%	21,7%	17,7%	-18,2%
Visita Icod de los Vinos (Drago Milenario)	14,4%	14,3%	-0,5%	14,4%	14,3%	-0,4%
Visita Acanalado de los Gigantes	16,7%	18,5%	11,0%	23,3%	18,5%	-20,6%
Visita Barranco de Masca	11,8%	11,8%	-0,2%	12,4%	11,8%	-4,9%
Visita Teno / Buenavista	6,9%	7,2%	3,3%	7,3%	7,2%	-2,3%
Visita Barranco del Infierno	3,6%	3,5%	-4,0%	3,2%	3,5%	9,4%

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, se recupera completamente, aumentando incluso, por encima de los niveles prepandemia.

El gasto por persona se situó en 2023 en 1.355,46€, un 2% superior al gasto de 2022 y un 21,7% por encima del de 2019 (1.114,03 €). De otra parte, el gasto por persona y día, situado en 2023 en 168,91€ de media, también incrementó un 1,6% con respecto al año anterior y, un 20,8% con respecto al de 2019 (139,83€).

En 2023 se mantuvo estable el gasto que se realiza en la compra del vuelo, que se sitúa de media en unos 359€ por persona.

Aumenta el gasto en la contratación del alojamiento y otros gastos alojativos, que se situó en una media de 70,98€ por persona y día., un 1,6% más que en 2022.

De las restantes partidas, el gasto en coche de alquiler y combustible se redujo un 7,6%, sin duda, consecuencia del menor número de recorridos por la isla y de visitas turísticas. Aumenta por el contrario el gasto en viajes entre islas y el gasto en transporte público.

El gasto en alimentación, la tercera partida más cuantiosa tras el vuelo y el alojamiento, aumentó, tanto el gasto en restaurantes como el de las compras alimenticias.

También se incrementa el gasto en actividades de ocio, aumentando la cantidad gastada por persona y día en excursiones, actividades deportivas, cultura, y espectáculos, parques de ocio y ocio nocturno. La única partida que se redujo ha sido el gasto en SPA y tratamientos de belleza.

Las compras también incrementan las cantidades diarias, tanto comercios no alimenticios como en compras de valor o de bienes inmuebles. Por último, crece también el gasto médico y farmacéutico.

Por mercados, el mayor nivel de gasto diario, eliminando así la incidencia de la duración de la estancia, corresponde al turismo nórdico, al del Reino Unido y al de Irlanda. También con gastos superiores al promedio, el gasto del mercado holandés, suizo y belga.

Por debajo del gasto diario del promedio se sitúa el gasto del mercado alemán y del francés, quedando como mercados con menor cantidad de gasto diario, el turismo italiano y el peninsular.

Como partidas de gasto por persona, sin tener en cuenta la duración de la estancia, las mayores cantidades totales corresponden a los Países Nórdicos, Bélgica, Suiza, Holanda y Alemania, aunque en este último, la duración prolongada de su estancia llega a un equivalente diario inferior al del promedio.

Gasto turístico (euros/persona)



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

Gasto turístico (euros/persona/día)

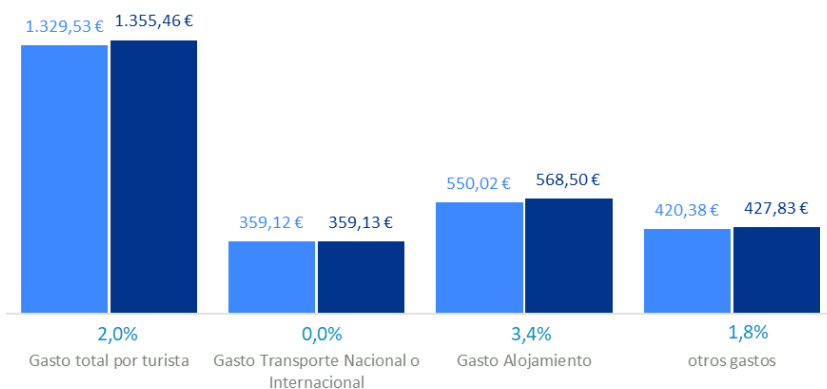


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto turístico (euros/persona)

año

■ 2022 ■ 2023 var. 23/22

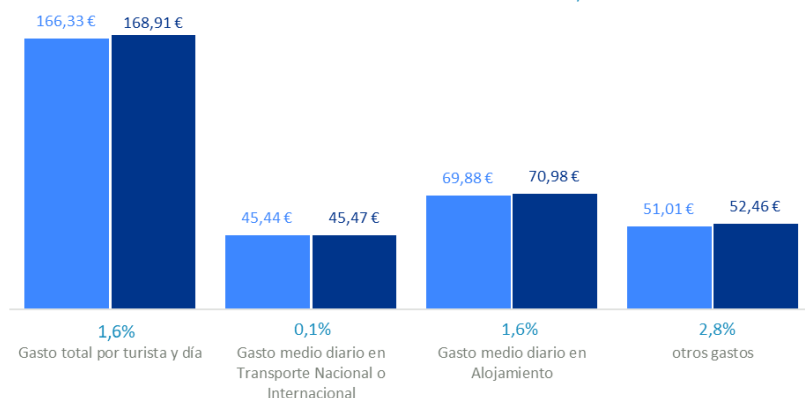


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto turístico (euros/persona/día)

año

■ 2022 ■ 2023 var. 23/22



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

Gasto turístico (gasto/persona) (euros)

	año			año		
	2019	2023	var. 23/19	2022	2023	var. 23/22
	Total	Total	Total	Total	Total	Total
Gasto total por turista	1.114,03 €	1.355,46 €	21,7%	1.329,53 €	1.355,46 €	2,0%
Gasto Transporte Nacional o Internacional	311,13 €	359,13 €	15,4%	359,12 €	359,13 €	0,0%
Gasto Alojamiento	468,30 €	568,50 €	21,4%	550,02 €	568,50 €	3,4%
Gasto principal del alojamiento	446,61 €	558,56 €	25,1%	540,87 €	558,56 €	3,3%
Gasto servicios auxiliares alojamiento (lavandería, etc.)	21,69 €	9,94 €	-54,2%	9,15 €	9,94 €	8,7%
otros gastos	334,60 €	427,83 €	27,9%	420,38 €	427,83 €	1,8%
Gasto transporte local	54,63 €	101,29 €	85,4%	107,37 €	101,29 €	-5,7%
Gasto rent a car y combustible	22,13 €	46,68 €	111,0%	52,74 €	46,68 €	-11,5%
Gasto autobuses regulares o tranvía	1,56 €	3,00 €	91,8%	2,97 €	3,00 €	0,9%
Gasto pasajes entre islas	2,75 €	4,41 €	60,3%	4,37 €	4,41 €	0,8%
Gasto taxi, transfer, VTC	28,19 €	47,21 €	67,5%	47,29 €	47,21 €	-0,2%
Gasto en Alimentación	161,91 €	205,81 €	27,1%	201,32 €	205,81 €	2,2%
Gasto restaurantes, cafeterías o similares	105,89 €	147,59 €	39,4%	145,65 €	147,59 €	1,3%
Gasto Supermercados o similares	56,02 €	58,22 €	3,9%	55,67 €	58,22 €	4,6%
Gasto Ocio	43,78 €	73,82 €	68,6%	70,98 €	73,82 €	4,0%
Gasto Excursiones o servicios de guía turística	20,35 €	29,80 €	46,5%	28,58 €	29,80 €	4,3%
Gasto actividades o eventos deportivos	4,79 €	8,91 €	86,1%	8,65 €	8,91 €	3,0%
Gasto actividades o espectáculos culturales	1,16 €	1,91 €	64,3%	1,68 €	1,91 €	13,4%
Gasto museos o similares	0,58 €	1,23 €	113,0%	1,22 €	1,23 €	0,9%
Gasto parques de ocio o atracciones	7,80 €	14,49 €	85,9%	14,10 €	14,49 €	2,8%
Gasto discotecas y pubs	7,36 €	12,34 €	67,7%	11,22 €	12,34 €	10,0%
Gasto SPA, tratamientos de belleza o salud	1,75 €	5,13 €	192,8%	5,54 €	5,13 €	-7,4%
Gasto Compras	66,24 €	38,28 €	-42,2%	32,89 €	38,28 €	16,4%
Gasto Compras no alimenticias (souvenirs, etc.)	51,89 €	34,63 €	-33,3%	30,54 €	34,63 €	13,4%
Gasto Bienes Inmuebles	13,17 €	2,03 €	-84,6%	1,04 €	2,03 €	95,0%
Gasto Otras Compras de valor (vehículos, obras de arte, etc.)	1,18 €	1,62 €	36,5%	1,30 €	1,62 €	24,0%
Gastos médicos, farmacéuticos	2,44 €	3,47 €	42,1%	3,32 €	3,47 €	4,3%
Gastos Otros	5,61 €	5,17 €	-7,8%	4,50 €	5,17 €	14,8%

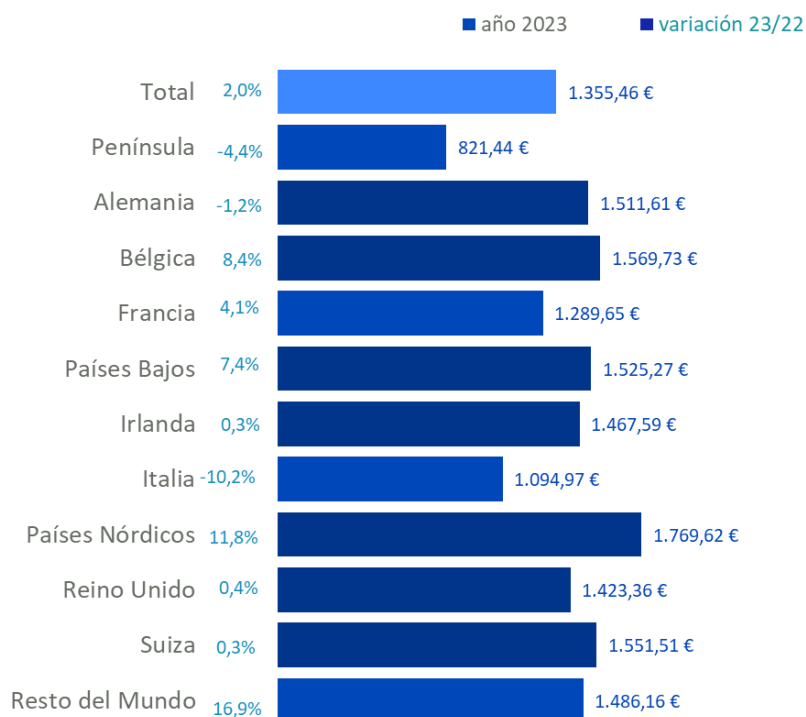
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto turístico (gasto/persona/día)

	año			año		
	2019	2023	var. 23/19	2022	2023	var. 23/22
	Total	Total	Total	Total	Total	Total
Gasto total por turista y día	139,83 €	168,91 €	20,8%	166,33 €	168,91 €	1,6%
Gasto medio diario en Transporte Nacional o Internacional	39,47 €	45,47 €	15,2%	45,44 €	45,47 €	0,1%
Gasto medio diario en Alojamiento	59,23 €	70,97 €	19,8%	69,88 €	70,98 €	1,6%
Gasto medio diario principal del alojamiento	56,54 €	69,63 €	23,2%	68,63 €	69,63 €	1,5%
Gasto medio diario servicios auxiliares alojamiento (lavandería, etc.)	2,69 €	1,34 €	-50,1%	1,25 €	1,34 €	7,3%
otros gastos	41,13 €	52,46 €	27,5%	51,01 €	52,46 €	2,8%
Gasto medio diario transporte local	7,30 €	12,95 €	77,5%	13,41 €	12,95 €	-3,4%
Gasto medio diario renta car y combustible	2,93 €	5,81 €	98,1%	6,29 €	5,81 €	-7,6%
Gasto medio diario autobuses regulares	0,19 €	0,34 €	78,6%	0,29 €	0,34 €	17,1%
Gasto medio diario pasajes entre islas	0,33 €	0,49 €	48,6%	0,46 €	0,49 €	8,2%
Gasto medio diario taxi, transfer, VTC	3,84 €	6,31 €	64,2%	6,38 €	6,31 €	-1,0%
Gasto medio diario en Alimentación	19,58 €	24,34 €	24,3%	23,69 €	24,34 €	2,7%
Gasto medio diario restaurantes, cafeterías o similares	13,44 €	18,06 €	34,4%	17,83 €	18,06 €	1,3%
Gasto medio diario Supermercados o similares	6,14 €	6,28 €	2,2%	5,86 €	6,28 €	7,1%
Gasto medio diario Ocio	5,62 €	9,54 €	69,9%	9,10 €	9,54 €	4,9%
Gasto medio diario Excursiones o servicios de guía turística	2,58 €	3,87 €	49,9%	3,75 €	3,87 €	3,4%
Gasto medio diario actividades o eventos deportivos	0,55 €	1,10 €	100,2%	0,98 €	1,10 €	11,5%
Gasto medio diario actividades o espectáculos culturales	0,14 €	0,22 €	56,1%	0,22 €	0,22 €	0,8%
Gasto medio diario museos o similares	0,07 €	0,15 €	95,1%	0,14 €	0,15 €	1,2%
Gasto medio diario parques de ocio o atracciones	1,05 €	1,95 €	85,0%	1,88 €	1,95 €	3,2%
Gasto medio diario discotecas y pubs	1,00 €	1,67 €	66,9%	1,49 €	1,67 €	12,3%
Gasto medio diario SPA, tratamientos de belleza o salud	0,21 €	0,59 €	176,1%	0,63 €	0,59 €	-6,9%
Gasto medio diario Compras	7,77 €	4,61 €	-40,7%	3,96 €	4,61 €	16,3%
Gasto medio diario Compras no alimenticias (souvenirs, etc.)	6,40 €	4,22 €	-34,1%	3,76 €	4,22 €	12,1%
Gasto medio diario Bienes Inmuebles	1,27 €	0,22 €	-82,6%	0,05 €	0,22 €	328,2%
Gasto medio diario Otras Compras de valor (vehículos, obras de arte, etc.)	0,10 €	0,17 €	69,0%	0,15 €	0,17 €	14,8%
Gastos médicos, farmacéuticos	0,26 €	0,36 €	39,5%	0,31 €	0,36 €	14,9%
Gastos Otros	0,62 €	0,67 €	8,3%	0,54 €	0,67 €	23,4%

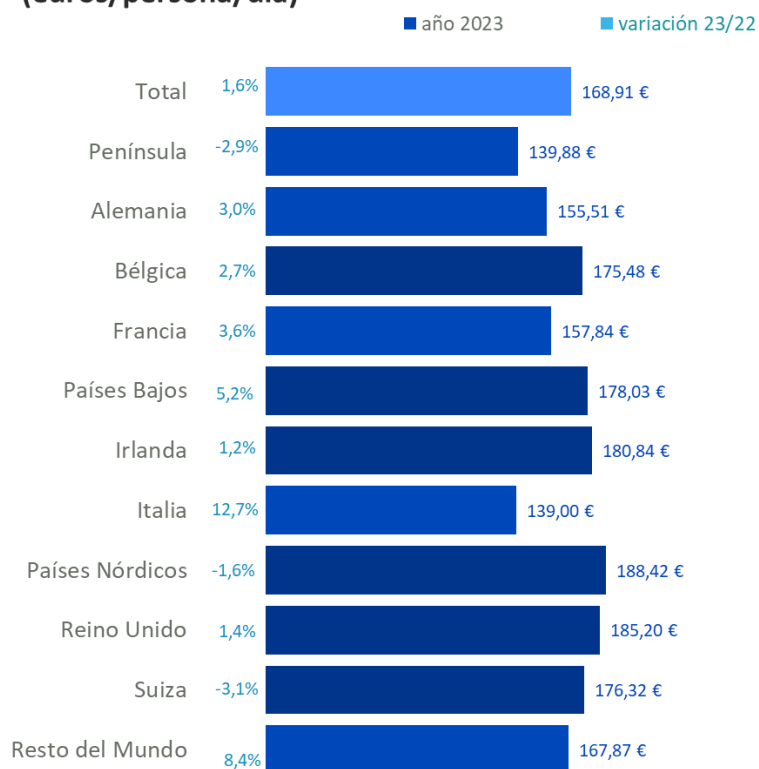
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Gasto medio por turista según mercados (euros/persona)



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

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



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

Facturación turística

La facturación generada por el gasto del turista ascendió en 2023 a 7.593 millones de euros (7.593.190.593,31 €), un 12,4% superior a la cantidad facturada en 2022 (6.758.100.905,59€) y un 35% superior a la que se facturó en 2019 (5.615.155.360 €).

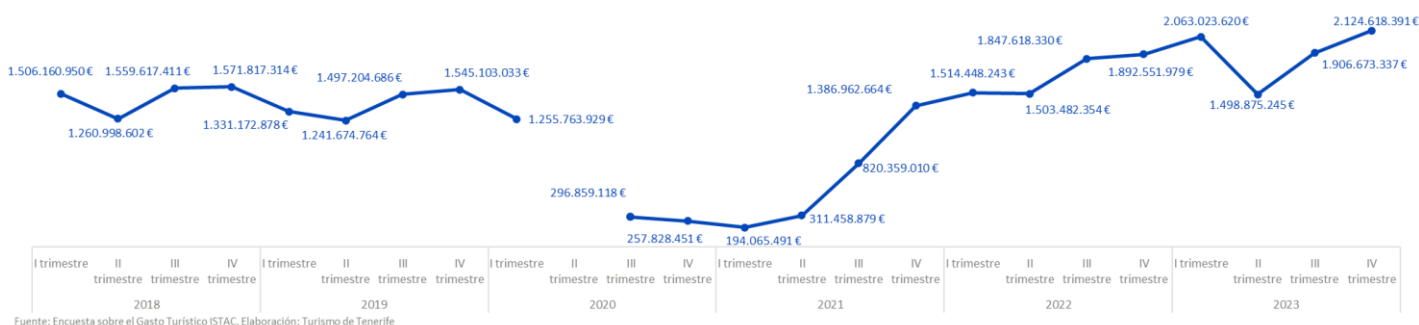
Sobre este incremento de facturación incide tanto el aumento del número de turistas extranjeros y peninsulares que visitaron la isla en 2023 (+10,4%), como el incremento que registró su gasto (+2%).

Aumenta la facturación generada por todas las partidas de gasto salvo la del coche de alquiler, tanto por la reducción del gasto como por el número de turistas que gastan en este servicio.

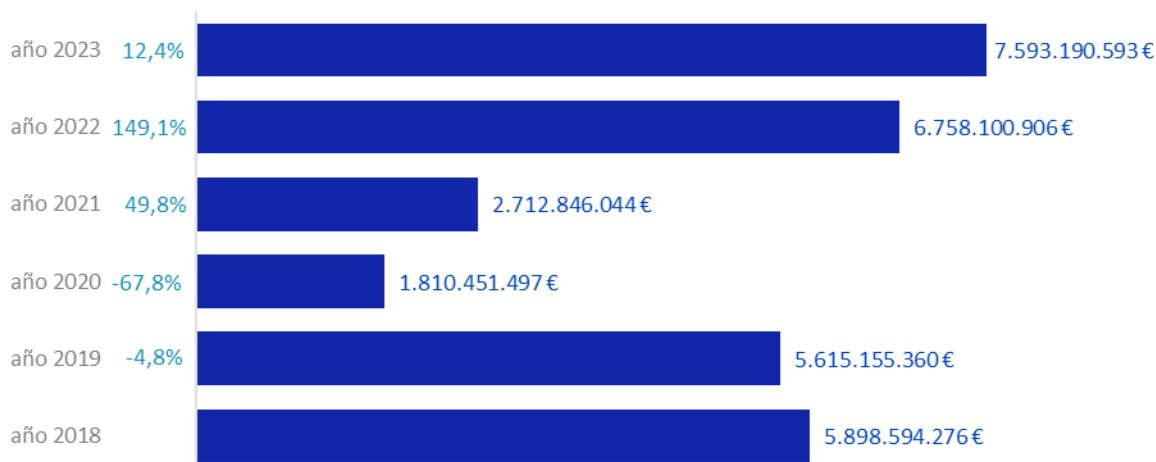
También hay un menor volumen de turismo que gaste en alimentación, como también se vio en la actividad de degustación de gastronomía, pero, sin embargo, el aumento del gasto deriva en una mayor facturación.

Algo similar sucede en algunas actividades de ocio tales como las excursiones, las actividades culturales y de visitas de museos o las compras, que, a pesar de menor número de consumidores, el aumento de las cantidades gastadas repercute en mayor facturación.

Gasto turístico (euros/persona/día) - Tenerife

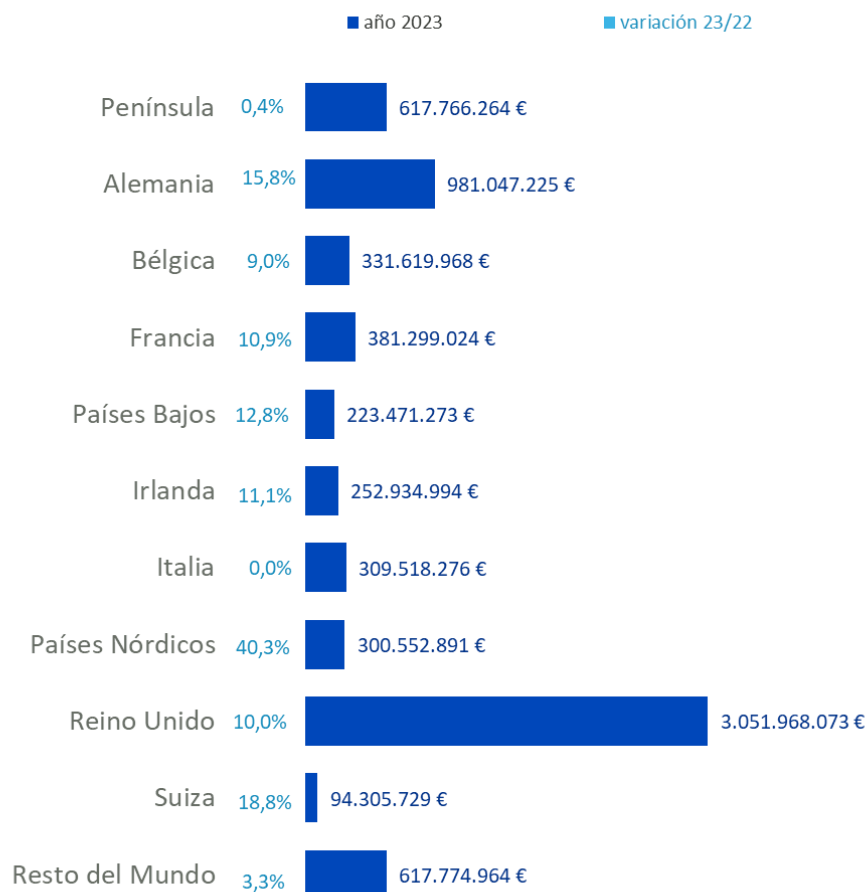


Facturación (€)



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

Facturación según mercados (euros)



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

Facturación turística y aspectos socioeconómicos de los diferentes mercados

En lo referente a la contribución de los diferentes mercados en la facturación turística de la isla se observa lo siguiente:

El **mercado británico** aporta a la isla el 40% de la facturación, con 2.774 millones de euros, tanto por su elevada cuota de turistas (38%) como por un gasto superior al gasto medio, con 1.423,36 € de gasto por persona y 185,20€ de gasto diario, aunque mantiene una duración de la estancia algo inferior (8,65 días). Con una renta familiar también un 7% superior a la del promedio y, como se ha visto, con 3 años más que la media.

El **mercado alemán** aportó en 2023 el 13% de la facturación con una cuota de mercado del 11,8%, inferior que la de facturación. Mercado cuyo gasto por persona (1.511,61€) es un 12% superior al del promedio, pero no su gasto diario (155,51€) a causa de estancias medias más prolongadas (10,72 días). Su renta

familiar es un 12% superior a la del promedio, así como ligeramente de mayor edad que el promedio (1,3 años), aunque no tanto como el británico.

El **mercado peninsular**, aun siendo el segundo en volumen turístico (13,6%), solo aporta un 8,1% de la facturación. Ello es debido a un nivel de gasto (821,44 €) es un 39% inferior al del promedio, aunque su equivalente de gasto diario (139,88 €) mantiene menor diferencias con respecto a la media (-17% inferior), dada su limitada estancia en la isla, de sólo 6,57 días. Un turista joven, con 7 años menos que el promedio y cuya renta familiar es un 21% inferior a la del promedio de visitantes.

El **mercado francés**, el 4º en cuota turística con un 5,1%, su facturación turística aporta el 5% del total. Ello es debido a un nivel de gasto (1.289,65 €) es un 5% inferior al del promedio y su equivalente de gasto diario (139,88 €) hasta un 7% inferior al de la media, al pasar en la isla un 3% más de tiempo, 9,47 días de media. Un turista más joven que el promedio, con 3 años menos, y cuya renta familiar es un 7% inferior a la del promedio de visitantes.

El **mercado italiano** se sitúa en 5ª posición en volumen turístico (4,8%) y aporta un 4,1% de la facturación. Su nivel de gasto (1.094,97 €) es un 19% inferior al del promedio y también su equivalente de gasto diario (139,00 €) mantiene menor diferencias con respecto a la media (-18% inferior) ya que, a diferencia del español, tiene una duración de la estancia en la isla de 9,1 días, similar a la del promedio. Un turista joven, con 6 años menos que el promedio y cuya renta familiar es un 23% inferior a la del promedio de visitantes.

El **mercado belga**, con una cuota del 3,6%, su facturación turística aporta el 4,4% del total. Su nivel de gasto (1.569,73 €) es un 16% superior al de promedio, aunque su equivalente de gasto diario (175,48 €) un 4% superior al de la media, al tener en la isla las estancias más prolongadas con 11,57 días de media. Un turista con casi 7 años más que el promedio, pero rentas un 7% inferiores.

El **mercado holandés**, con una cuota del 3,6%, similar a la del belga, su facturación turística aporta el 2,9% del total, menos que el mercado belga. Su nivel de gasto (1.525,27 €) es un 13% superior al de promedio, aunque su equivalente de gasto diario (178,03 €) supera al del turismo belga, siendo un 5% superior al de la media, al tener en la isla las estancias, si bien más prolongadas que la media con 9,56 días de media, ésta es inferior a la del turismo belga. Un turista más joven, 41,9 años, 3 años menos que el promedio, y rentas también un 4% más elevadas que la media.

El **mercado irlandés**, con una cuota turística (3,1%), aporta un 3,3% de la facturación total. Su nivel de gasto (1.467,59 €) es un 8% superior al del promedio y también su equivalente de gasto diario (180,84 €), que supera en un 7% al del promedio. Tiene una duración de la estancia en la isla de 9,26 días, similar y algo superior a la del promedio, con edad de 45,1 años, como la edad promedio y, una renta familiar un 6% más elevada.

De los **Países Nórdicos** solo se cuenta, en 2023, con el dato global no desagregado, aunque se dan grandes diferencias entre. Su cuota turística asciende a un 5,1%, aportando el 4% de la facturación del año. Su gasto por persona (1.769,62 €) es un 31% superior al del promedio así como su equivalente de gasto diario (188,42€), que supera en un 12% al del promedio, con menor diferencia por la duración de la estancia en la isla de 10,86 días, superior en 1,7 días a la del promedio. Su media de edad, 41,9 años, es una de la que más ha descendido en 2023, con 4,4 años menos que la que tenía el mercado en 2022. Esto hace que haya pasado de ser uno de los mercados con mayor edad a situarse en una edad 3 años más joven que el promedio. Su renta familiar se reduce un 1,1% pero se mantiene un 21% por encima de la del promedio de visitantes.

El **mercado suizo** aportó en 2023 el 1,2% de la facturación con una cuota de mercado del 1%. Mercado cuyo gasto por persona (1.551,51€) es un 14% superior al del promedio pero su gasto diario (176,32€) es sólo un 4% superior debido a una estancia en la isla de 10,22 días, algo más de un día más que el promedio. Su renta familiar es un 12% superior a la del promedio. El turismo suizo se posiciona en primer lugar con las rentas más elevadas, un 42% por encima de la renta media. Es también más joven que el promedio, con 3,3 años menos.

En resumen, los mercados con mayor aporte de facturación, Reino Unido y Alemania, generan estos ingresos tanto por el mayor volumen de turistas como por su mayor nivel de gasto en sus vacaciones en la isla. Ambos mercados tienen son de mayor edad que el promedio y disponen de rentas más elevadas. Sin embargo, mientras que el gasto diario del británico supera al promedio, el del alemán no a casusa de una estancia más prolongada.

El mercado español, aunque se sitúa entre los tres de mayor aporte económico, esto es debido, fundamentalmente, a su volumen de turista, al tener este mercado menor nivel de gasto que la media. Un mercado joven y con menos nivel de renta, aunque su corta estancia favorece un nivel de gasto diario no tan distante del del promedio.

Tras los tres principales mercados se sitúan los aportes económicos de Francia y Bélgica aunque sus características son diferentes. Si bien ambos tienen estancias largas en la isla, más prolongadas en el caso del belga, y que inciden en el equivalente de gasto diario, el gasto del francés se mantiene inferior al del promedio pero lo supera el del turismo belga, lo que compensa su menor cuota turística y su estancia más prolongada. Ambos disponen de ingresos familiares inferiores a los del promedio siendo el francés más joven que la media y el belga de los mercados de mayor edad.

Para los mercados de Italia y Nórdicos, los siguientes en aporte a la facturación, encontramos en 2023 dos mercados jóvenes, pero con rentas inferiores a la media así como gasto inferior en el mercado italiano y rentas y gasto superiores en el mercado nórdico. La estancia del nórdico es superior a la del italiano, lo que afecta a su nivel de gasto diario pero, el mayor aporte de gasto del nórdico compensa su menor cuota turística.

También más joven, con renta más elevada que la media y mayor nivel de gasto, se encuentra el turista de Holanda, cuyo aporte de facturación podría aumentar si creciera su cuota turística. Lo mismo que el mercado de Irlanda, aunque no tan joven como el holandés, si tiene rentas y gasto superior a los del promedio. O el de Suiza, con el mayor nivel de ingresos, joven, gasto superior a la media y estancias prolongadas.

Comparativa según mercados

	Frontur turistas						Gasto						Renta media familiar						Edad media			Estancia media		
	Turistas			cuota			Gasto por turista			gasto por turista y día														
	2022	2023	var. 23/22	2022	2023		2022	2023	var. 23/22	2022	2023	var. 23/22	2022	2023	var. 23/22	2022	2023	DIF. 23/22	2022	2023	DIF. 23/22			
Total	5.951.456	6.572.823	10,4%	100,0%	100,0%		1.329,53 €	1.355,46 €	2,0%	166,33 €	168,91 €	1,6%	56.613,79 €	57.308,98 €	1,2%	44,5	45,0	0,43	8,95	9,16	0,21			
Península	835.206	894.417	7,1%	14,0%	13,6%		859,54 €	821,44 €	-4,4%	144,00 €	139,88 €	-2,9%	44.205,04 €	45.120,64 €	2,1%	38,7	37,9	-0,84	6,59	6,57	-0,02			
Alemania	666.318	773.544	16,1%	11,2%	11,8%		1.529,79 €	1.511,61 €	-1,2%	150,96 €	155,51 €	3,0%	59.121,43 €	61.209,66 €	3,5%	45,2	46,3	1,18	11,76	10,72	-1,04			
Bélgica	230.574	238.263	3,3%	3,9%	3,6%		1.448,50 €	1.569,73 €	8,4%	170,88 €	175,48 €	2,7%	53.615,92 €	53.542,41 €	-0,1%	48,5	51,6	3,05	9,93	11,59	1,66			
Francia	318.567	335.897	5,4%	5,4%	5,1%		1.238,32 €	1.289,65 €	4,1%	152,39 €	157,84 €	3,6%	54.954,92 €	53.405,89 €	-2,8%	42,6	41,9	-0,69	8,84	9,47	0,63			
Países Bajos	217.409	238.075	9,5%	3,7%	3,6%		1.420,61 €	1.525,27 €	7,4%	169,24 €	178,03 €	5,2%	63.362,91 €	59.751,84 €	-5,7%	46,3	41,9	-4,40	9,27	9,56	0,29			
Irlanda	182.609	205.954	12,8%	3,1%	3,1%		1.463,81 €	1.467,59 €	0,3%	178,67 €	180,84 €	1,2%	65.076,58 €	60.668,13 €	-6,8%	44,8	45,1	0,29	8,86	9,26	0,39			
Italia	281.581	314.388	11,7%	4,7%	4,8%		1.219,18 €	1.094,97 €	-10,2%	123,31 €	139,00 €	12,7%	43.342,09 €	44.367,80 €	2,4%	41,7	39,8	-1,84	11,41	9,11	-2,29			
Países Nórdicos	294.599	336.577	14,2%	5,0%	5,1%		1.582,38 €	1.769,62 €	11,8%	191,42 €	188,42 €	-1,6%	69.909,93 €	69.172,40 €	-1,1%	46,3	41,9	-4,40	8,91	10,86	1,94			
Dinamarca	-	-	-	0,0%	0,0%		1.342,30 €	nd	-	179,74 €	nd	-	67.518,53 €	nd	-	50,4	nd	-	7,94	nd	-			
Finlandia	-	-	-	0,0%	0,0%		1.586,79 €	nd	-	193,09 €	nd	-	61.024,57 €	nd	-	48,9	nd	-	9,44	nd	-			
Noruega	-	-	-	0,0%	0,0%		2.066,77 €	nd	-	249,41 €	nd	-	85.419,39 €	nd	-	45,4	nd	-	9,04	nd	-			
Suecia	-	-	-	0,0%	0,0%		1.664,43 €	nd	-	200,51 €	nd	-	68.363,04 €	nd	-	51,1	nd	-	9,68	nd	-			
Reino Unido	2.275.351	2.500.430	9,9%	38,2%	38,0%		1.417,52 €	1.423,36 €	0,4%	182,70 €	185,20 €	1,4%	61.154,47 €	61.397,36 €	0,4%	47,4	48,2	0,87	8,52	8,65	0,13			
Suiza	-	-	-	0,0%	0,0%		1.546,67 €	1.551,51 €	0,3%	181,89 €	176,32 €	-3,1%	78.216,08 €	81.193,17 €	3,8%	41,7	41,7	-0,06	9,67	10,22	0,55			
Resto del Mundo	649.241	735.277	13,3%	10,9%	11,2%		1.271,02 €	1.486,16 €	16,9%	154,80 €	167,87 €	8,4%	48.261,59 €	53.305,72 €	10,5%	38,7	39,8	1,06	9,18	10,74	1,57			

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

Destinos competidores

El 41,2% del turismo que viajó a Tenerife en 2023 no contempló viajar a ningún otro destino alternativo a la isla, similar al porcentaje del año anterior (41,6%), con un -0,9% de diferencia.

Entre los que sí barajaron otros destinos opcionales para su viaje, un 33% consideró viajar a otras islas de Canarias, porcentaje un punto superior al del año anterior. Un 8,6% consideró como destino a Baleares, destino que redujo su peso en 2023, tras haberlo reducido ya en 2022. Y un 17,1% consideró otros destinos españoles, aumentando la cuota levemente.

Por tanto, de los destinos españoles considerados como alternativas a Tenerife, salvo otras islas de Canarias, los restantes pierden cuota frente a la opción de Tenerife.

Entre los destinos internacionales, en 2023 un 11,4% se planteó viajar a Grecia como alternativa, un 9,4% a Portugal y un 7,3% a Italia, perdiendo también peso Grecia e Italia, pero incremento de la alternativa de Portugal.

Otros destinos internacionales considerados fueron Turquía, que incrementa su cuota y, Croacia y Egipto que también aumentan relevancia como alternativas. Francia, sin embargo, pierde peso entre las opciones consideradas.

De otra parte, el incremento de viajes o vacaciones, con respecto a las restricciones de años anteriores, lleva un aumento en todos los destinos al reducirse a más de la mitad el porcentaje de turistas que no viajó a ningún destino en sus vacaciones anteriores y que pasa de un 376,8% en 2021 o un 34,6% en 2022, a solo un 14,8% en 2023.

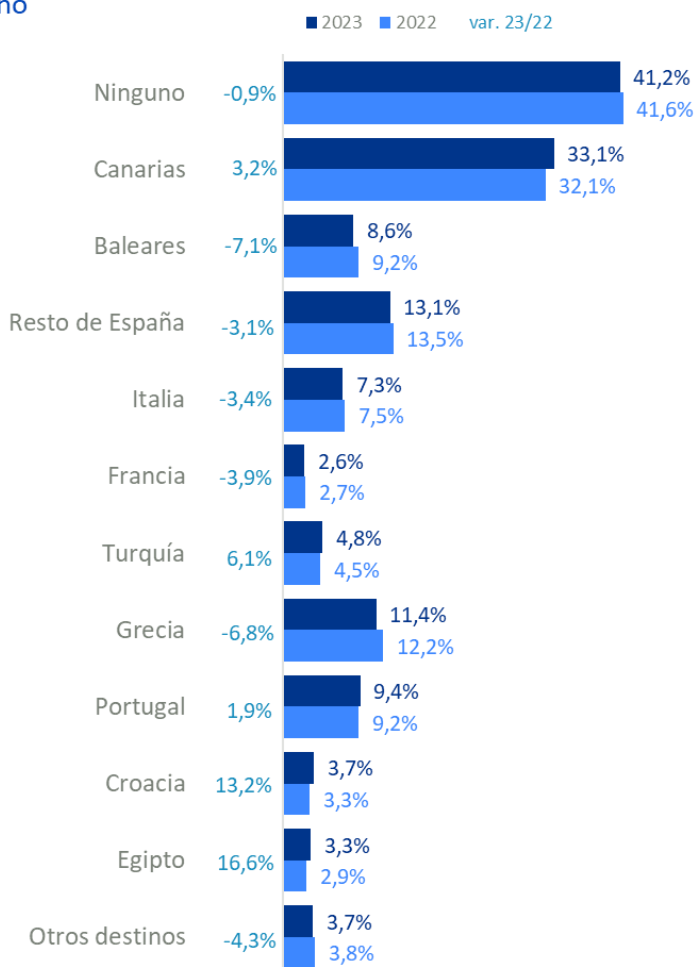
Como destino de las vacaciones anteriores destaca Canarias, con un 27,6%, aumentando casi 7 puntos porcentuales desde el año anterior. Una repetición que también se observaba en el análisis de la fidelidad, con ese 63,6% de repetidores, que aumentaba un 3%, y con el aumento del porcentaje de primeros visitantes en Tenerife que ya habían estado en otra isla de Canarias (6,3%).

Aumenta también el peso de los restantes destinos vacacionales españoles. El resto de España, con un 13,9% que pasó en ellos sus anteriores vacaciones, y Baleares, con un 5,2%.

De los destinos internacionales destacan en las vacaciones anteriores, Italia (8,8%), Grecia (7,1%), Francia (6%) y Portugal (4,9%). Además de Turquía (3,1%), Croacia (2,6%), Egipto (1,2%), Marruecos (0,8%) o Túnez (0,3%).

Otros destinos considerados para este viaje

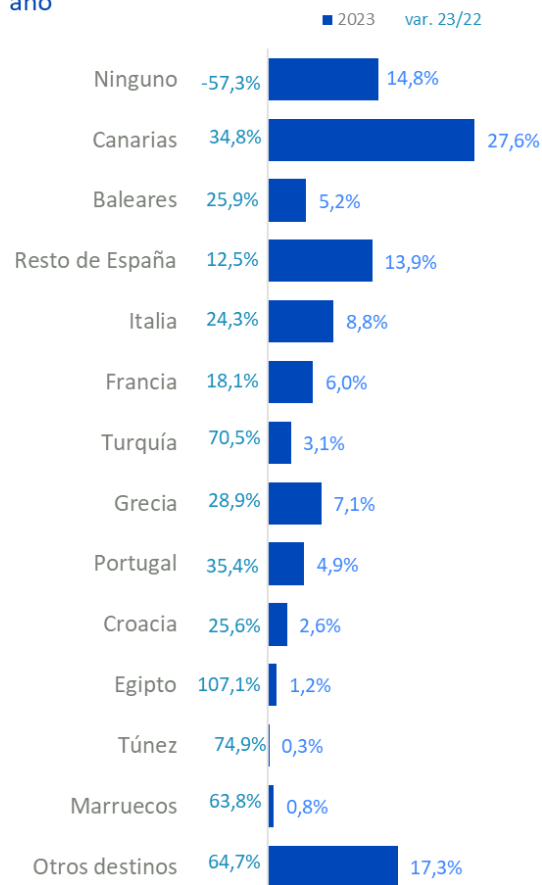
año



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

Destino de las vacaciones anteriores

año



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

Satisfacción

El turismo que viajó a la isla en 2023 valoró la satisfacción de su viaje con 8,81 puntos, 0,04 menos que la valoración de 2022 (8,86 puntos), aunque mejora con respecto a la del año 2019 (8,66 puntos).

Un 45,8% consideró la experiencia de su viaje mejor (30,9%) o mucho mejor (14,9%) de lo esperado, aumentando los que mejor valoran la experiencia un +3,3%, pero reduciéndose en 1 punto los que la consideran mejor de lo esperado.

Un 51,5% califican el viaje a la altura de lo esperado, aumentando los que valoran su experiencia así un 1,3%.

Y, para un 2,7%, la experiencia no habría cubierto sus expectativas, reduciéndose el peso de los que la consideran peor pero con incremento del turismo que la valora como mucho peor de lo esperado.

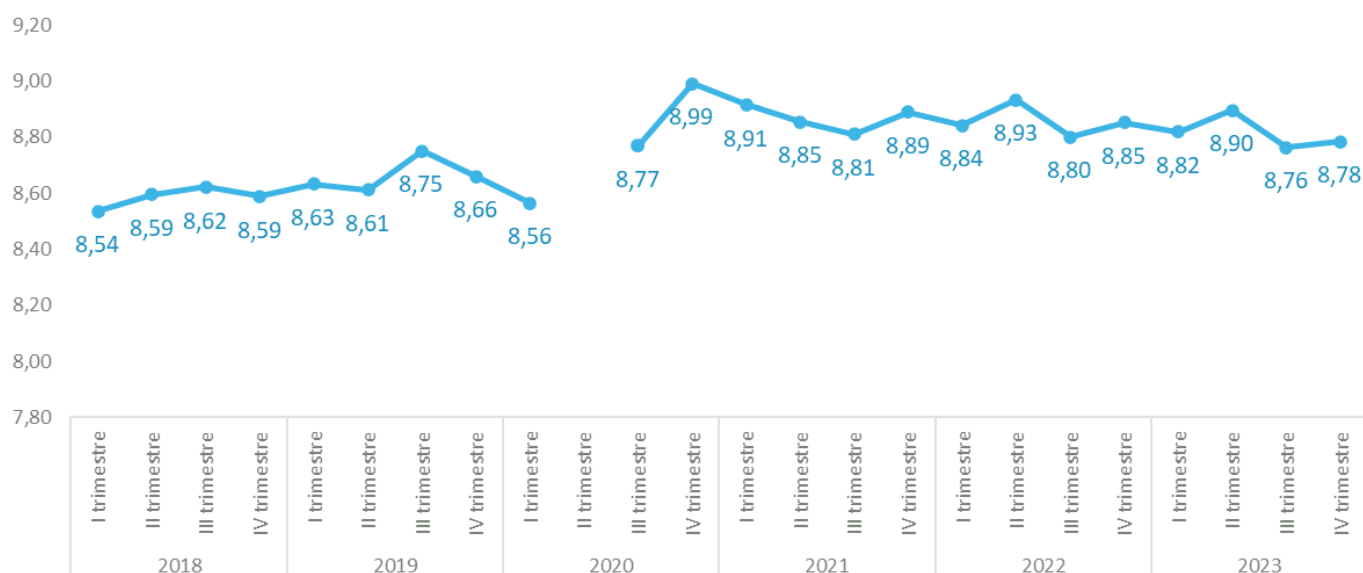
La intención de volver a Canarias se puntuó con 8,82 puntos se mantiene igual que en el año anterior, superando la de 2019 (8,68). Y la de recomendar Canarias (9,05 puntos) retrocede ligeramente con respecto al año anterior (9,07) pero supera a la de 2019 (8,92 puntos).

En 2023, incrementa su satisfacción con el viaje a Tenerife España, Francia e Irlanda. Y solamente los mercados de Reino Unido, Irlanda, España y el grupo de otras nacionalidades superan la satisfacción del promedio. La menor valoración de satisfacción con el viaje es la que muestra el mercado holandés, además del francés y belga.

En cuanto a volver a Canarias, España, Reino Unido, Irlanda o Suiza muestran mejor disposición que el resto, siendo los que menor intención manifiestan, los nórdicos y los belgas, dos mercados, por el contrario, con elevados niveles de repetición.

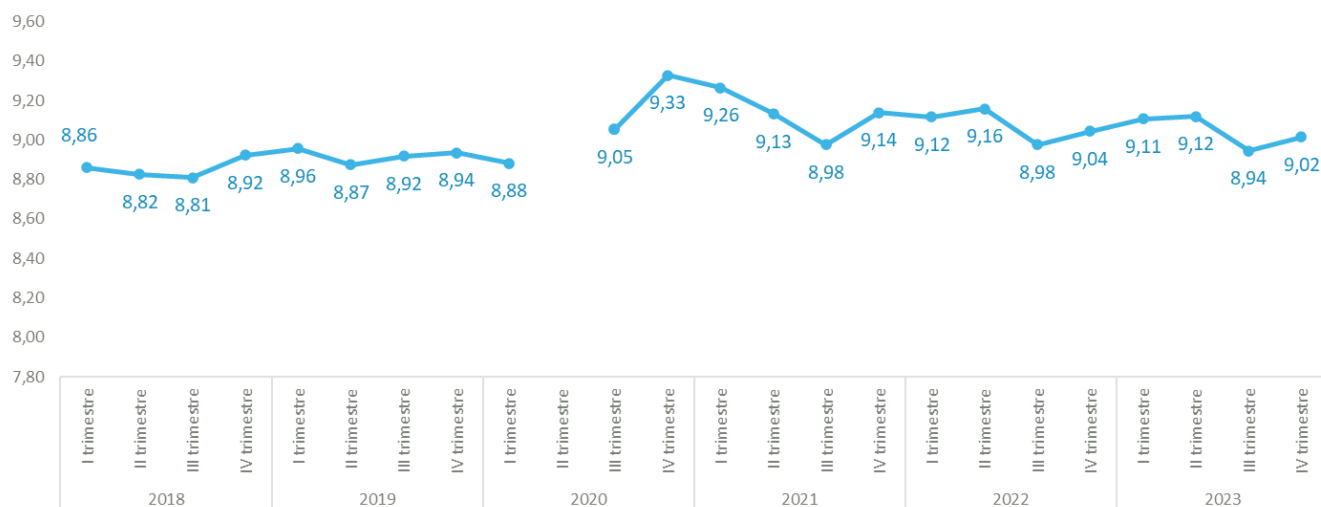
También los mercados de Bélgica y Francia son los que peor puntuación otorgan al cumplimiento de sus expectativas previas. Dos mercados en los que parece detectarse cierto descontento.

Satisfacción (de 0 a 10 puntos) - Tenerife



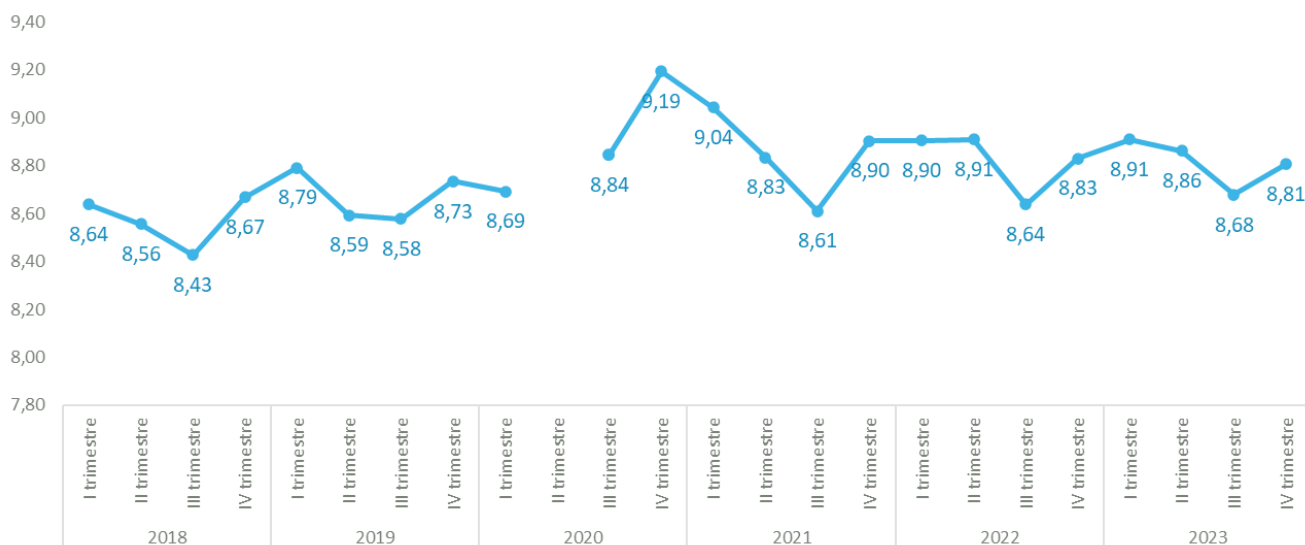
Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Recomendación (0-10 puntos) - Tenerife



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

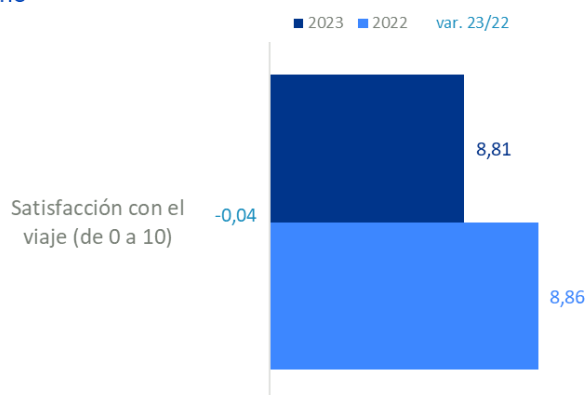
Intención de volver (0-10 puntos) - Tenerife



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

Satisfacción con el viaje (de 0 a 10)

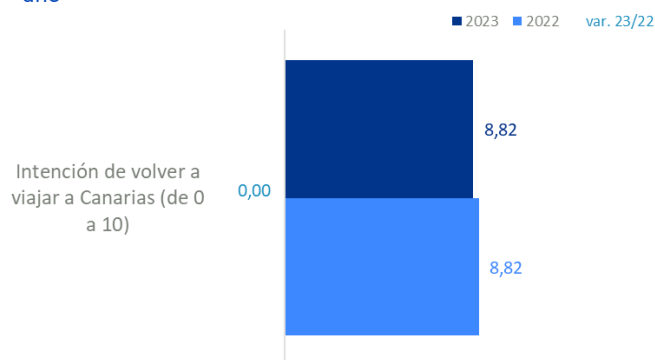
año



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

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

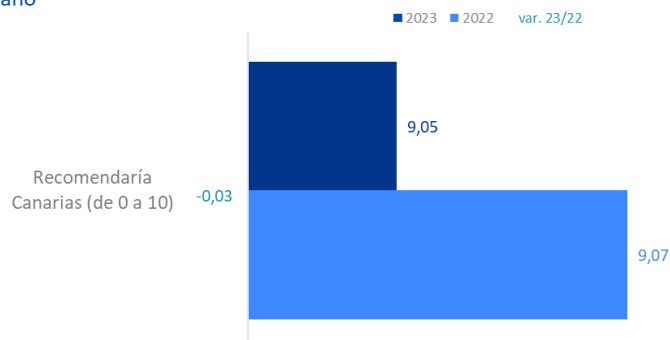
año



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

Recomendaría Canarias (de 0 a 10)

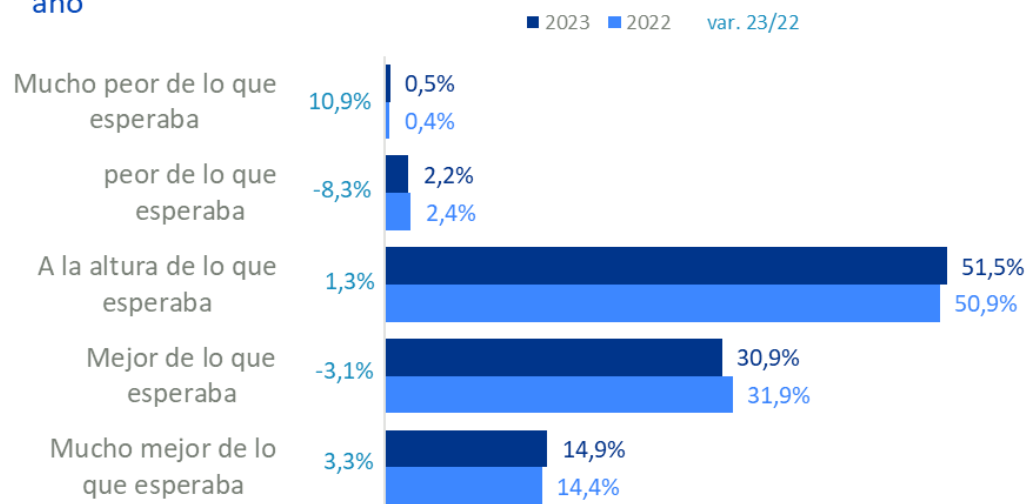
año



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

Calificación de la experiencia

año

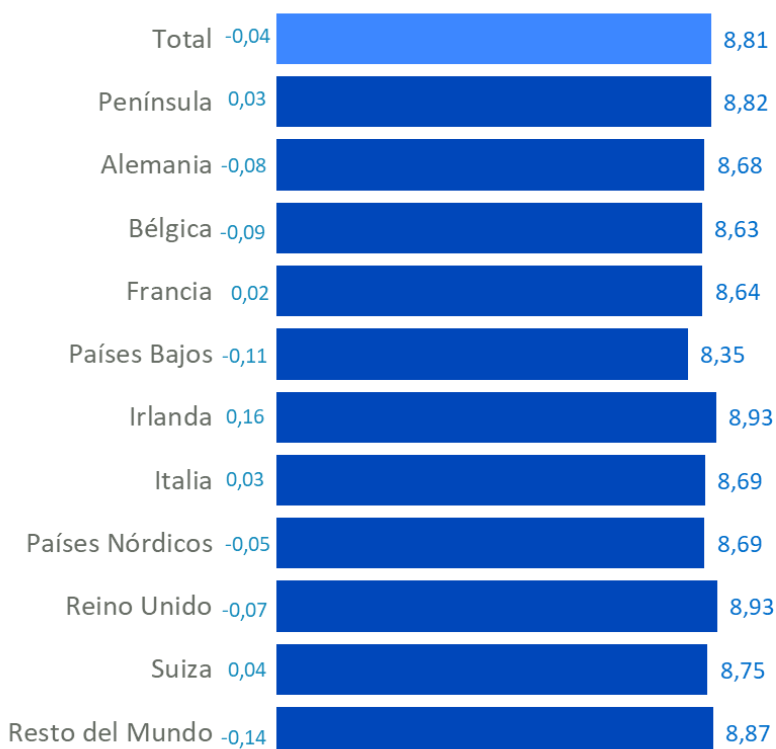


Fuente: Encuesta sobre el Gasto Turístico ISTAC. Elaboración: Turismo de Tenerife

Satisfacción por mercados (valoración de 0 a 10)

■ año 2023

□ variación 23/22



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

Motivación

El descanso se mantiene entre los turistas de la isla como su principal motivación para visitarla, con un 48,1% que indica al descanso como su principal motivación, ganando peso, incluso, con respecto al año anterior.

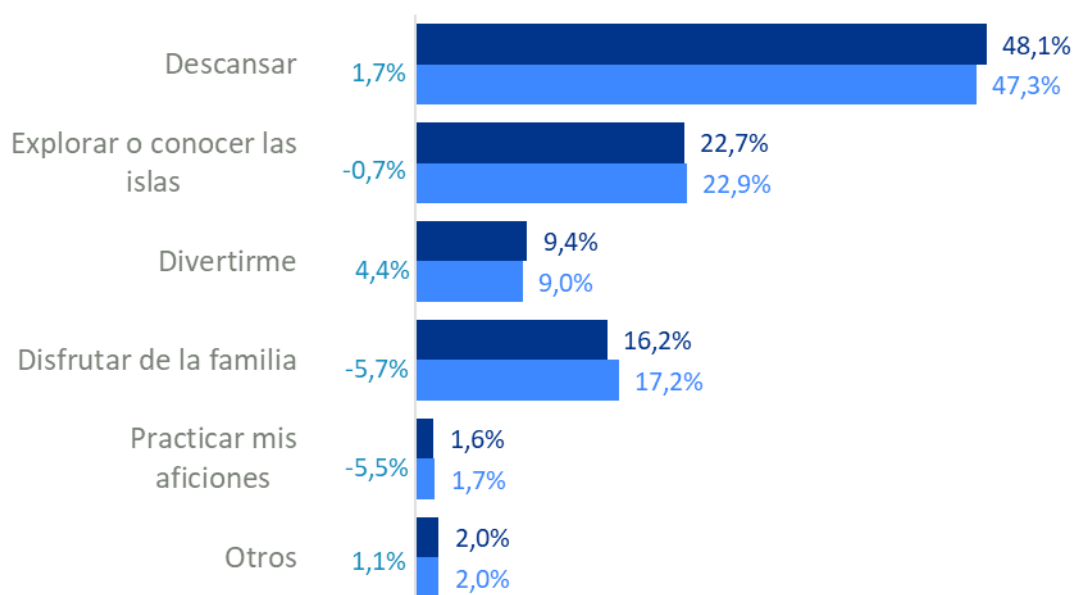
Explorar y conocer la isla, señalada como motivación principal para un 22,7%, pierde cierto peso entre los visitantes de 2023, tal y como ya se vio en la disminución de las visitas turísticas, de las excursiones por la isla o del uso de coche de alquiler.

También pierde peso disfrutar de la familia, elegida por un 16,2% como principal motivación, al tiempo que se observa también una reducción de los viajes en familia o de los grupos acompañados por menores.

Aumenta la motivación de diversión, indicada por un 9,4% (+4,4%), pero no la práctica de las aficiones, solo mencionada por un 1,6%.

Motivación principal para sus vacaciones

año ■ 2023 ■ 2022 var. 23/22



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

Sobre la motivación del turismo que visitó Tenerife en 2023 han incidido diversos factores. El de mayor relevancia en el clima, en primer lugar, seguido por la seguridad y la tranquilidad y aumentando los tres aspectos en 2023.

Los precios del viaje ganan relevancia en la motivación, situándose por delante de la importancia del alojamiento, o del entorno ambiental, el mar, o los paisajes de la isla. También entre los aspectos de mayor importancia, la sencillez del viaje.

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

Comparado con 2022, la gran mayoría de los factores ganan importancia, perdiéndola solamente, las playas y el mar o, la ventaja de ser parte de Europa.

En lo que respecta a la motivación de los diferentes mercados entre mercados, el británico y el irlandés son los dos mercados con mayor peso en el descanso, lo que incide en su bajo nivel de actividad durante su estancia. No así el mercado Suizo, que a diferencia de los anteriores, si mantiene un nivel alto de actividad.

Explorar o conocer la isla relevante entre franceses, alemanes y suizos, efectivamente, mercados con un alto nivel de visitas a lugares de interés turístico y de actividad durante su estancia.

La diversión, es motivación más importante para holandeses , españoles y británicos.

El disfrute de la familia, para españoles e italianos, un aspecto que podría estar más relacionado con la visita a familiares que con el viaje familiar con hijos en el caso de los italianos.

Por último, la práctica de aficiones, para suizos, otros mercados y alemanes.

Mercados con mayor peso en cada factor motivacional

Descansar	REINO UNIDO	IRLANDA	BÉLGICA
Explorar o conocer las islas	FRANCIA	ALEMANIA	SUIZA
Divertirme	PAÍSES BAJOS	ESPAÑA	REINO UNIDO
Disfrutar de la familia	ESPAÑA	ITALIA	OTROS
Practicar mis aficiones	SUIZA	OTROS	ALEMANIA
Otros	ALEMANIA	BÉLGICA	PAÍSES BAJOS

Mercados con mayor índice de importancia en cada factor

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

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 43,5%, siempre que no supongan ningún inconveniente. Un 21% optaría por ellas aun suponiéndole algún inconveniente el viaje. Un 34,8% no las elegirías. En 2023 aumentó la cuota de los que no optarían por opciones más sostenibles o los que lo harían si no suponen ningún inconveniente, perdiendo peso los incondicionales.

La reducción de huella de carbono, a cambio de un gasto extra, no sería una opción para un 41,6%, aumentando el peso de los que opinan de esta manera un 15,6%, y la única opción que crece en 2023.

Un 28,5% estaría dispuesto a pagar hasta un 5% más y un 20,3% hasta un 10% más, perdiendo peso ambos grupos, así como los restantes de los que podrían estar dispuestos a pagar más a cambio de la reducción de la huella de carbono.

En la valoración que realiza el turismo sobre medidas de sostenibilidad en el destino, los aspectos mejor valorados son la calidad del aire, la limpieza de la isla o la calidad de vida percibida, aunque los tres factores han perdido valoración en 2023.

Mejora la percepción de la tolerancia de la población hacia el turismo, aunque este aspecto se sitúa en último lugar de la valoración junto con la percepción de masificación turística que también se reduce.

El ahorro energético, el reciclaje o el uso de energías renovables, se sitúan con puntuaciones en torno a un 7, siendo la peor valorada la de uso de energías renovables, que pierde ligeramente peso en 2023. Mayor es la pérdida de la valoración del reciclaje.

Mejor valoradas que las anteriores, el consumo racional de agua o la facilidad de transporte en la isla, así como la oferta de productos locales, mejorando la percepción de los tres factores.

Destino Sostenible

	2022					2023					año		
	año	I trimestre	II trimestre	III trimestre	IV trimestre	año	I trimestre	II trimestre	III trimestre	IV trimestre	2022	2023	var. 23/22
Elección de la opción más sostenible													
Sí, aunque me suponga algún inconveniente (precio, Tiempo, incomodidad...)	22,0%	24,3%	20,1%	22,6%	21,0%	21,7%	21,7%	21,8%	22,1%	21,4%	22,0%	21,7%	-1,0%
Sí, pero sólo si no me supone ningún inconveniente	42,7%	41,3%	43,9%	43,4%	42,3%	43,5%	44,3%	44,1%	43,6%	42,2%	42,7%	43,5%	1,8%
No	34,6%	34,3%	35,9%	34,0%	34,2%	34,8%	34,0%	34,1%	34,3%	36,4%	34,6%	34,8%	0,5%
no contesta	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	-100,0%
Disposición de incrementar el gasto del viaje para reducir la huella de carbono													
No	36,0%	33,2%	36,3%	38,8%	35,8%	41,6%	35,8%	42,9%	45,1%	43,1%	36,0%	41,6%	15,6%
Sí, hasta un 5% más	30,3%	30,1%	29,5%	30,7%	30,7%	28,5%	30,1%	28,3%	26,6%	28,7%	30,3%	28,5%	-5,8%
Sí, hasta un 10% más	21,7%	22,6%	23,2%	20,3%	20,7%	20,3%	23,6%	19,3%	19,8%	18,5%	21,7%	20,3%	-6,2%
Sí, hasta un 20 más	6,3%	8,2%	6,2%	5,8%	5,3%	5,1%	5,5%	5,1%	4,1%	5,7%	6,3%	5,1%	-19,1%
Sí, más del 20%	5,0%	6,0%	4,8%	4,4%	4,8%	4,5%	4,9%	4,4%	4,5%	4,1%	5,0%	4,5%	-10,7%
no contesta	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	-100,0%
Valoración de la percepción de las siguientes medidas de sostenibilidad durante la estancia (0 "nada importante" y 10 "muy importante")													
Calidad de vida que percibe en la isla	8,10	8,07	8,14	8,14	8,07	8,07	8,07	8,11	8,06	8,03	8,10	8,07	-0,5%
Tolerancia de la población hacia el Turismo	6,45	6,80	6,69	6,84	5,53	6,63	6,67	6,83	6,67	6,40	6,45	6,63	2,7%
Limpieza de la isla	8,30	8,26	8,38	8,23	8,35	8,20	8,36	8,44	8,07	7,97	8,30	8,20	-1,3%
Calidad del aire	8,44	8,43	8,60	8,36	8,36	8,36	8,39	8,59	8,18	8,31	8,44	8,36	-0,9%
Consumo racional del agua en alojamientos, restaurantes, espacios públicos	7,47	7,33	7,51	7,57	7,49	7,58	7,43	7,76	7,57	7,59	7,47	7,58	1,4%
Ahorro de energía en alojamientos, restaurantes, espacios públicos	6,90	6,84	6,94	6,92	6,91	7,03	6,90	7,14	7,07	7,01	6,90	7,03	1,8%
Uso de energías renovables	6,90	6,92	6,94	6,87	6,87	6,89	6,89	6,98	6,90	6,83	6,90	6,89	-0,1%
Reciclaje en alojamientos, restaurantes, etc.	7,14	7,10	7,18	7,21	7,06	7,07	7,05	7,29	7,09	6,89	7,14	7,07	-1,0%
Facilidad de movilidad en transporte público dentro de la isla	7,39	7,36	7,30	7,50	7,40	7,50	7,43	7,54	7,57	7,48	7,39	7,50	1,4%
Masificación en las zonas turísticas	6,76	6,80	6,69	6,84	6,68	6,63	6,67	6,83	6,67	6,40	6,76	6,63	-1,9%
Oferta de productos locales en puntos de venta	7,20	7,14	7,17	7,27	7,20	7,24	7,23	7,25	7,35	7,15	7,20	7,24	0,6%

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

