

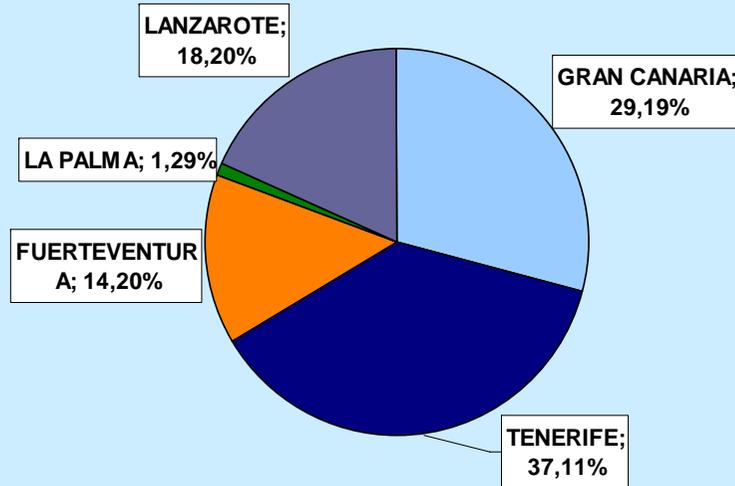
# ANÁLISIS DE SITUACIÓN TURÍSTICA DE TENERIFE 2005



	Página
TENERIFE EN EL CONTEXTO TURÍSTICO CANARIO.....	3
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES TURÍSTICOS: Alojados y pernoctaciones .....	4
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES TURÍSTICOS: Alojados según modalidad alojativa .....	5
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES TURÍSTICOS: Alojados según modalidad alojativa .....	6
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: Estancias medias y ocupación .....	7
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: La oferta alojativa .....	8
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: Antigüedad y estructura de la oferta alojativa .....	9
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: La oferta alojativa .....	10
LAS CLAVES DE 2005: Turismo alojado .....	11
LAS CLAVES DE 2005: Pernoctaciones y estancias medias .....	12
LAS CLAVES DE 2005: Índices de ocupación .....	13
LAS CLAVES DE 2005: zonas .....	14
LAS CLAVES DE 2005: Los mercados emisores.....	15
LOS MERCADOS EMISORES: Reino Unido .....	16
LOS MERCADOS EMISORES: Alemania .....	17
LOS MERCADOS EMISORES: España .....	18
LOS MERCADOS EMISORES: Nórdicos .....	19
LOS MERCADOS COMPETIDORES .....	20
LOS MERCADOS COMPETIDORES .....	21
LOS MERCADOS COMPETIDORES: Previsiones .....	22
<u>EL PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES DE TENERIFE 2004-2005</u> .....	23
EDAD Y NIVEL DE RENTA FAMILIAR.....	24
FIDELIDAD.....	25
GASTO TURÍSTICO.....	26
GASTO TURÍSTICO.....	27
GASTO TURÍSTICO Y NACIONALIDAD.....	28
GASTO TURÍSTICO Y RENTA FAMILIAR.....	29
PREFERENCIAS ALOJATIVAS: ZONAS.....	30
PREFERENCIAS ALOJATIVAS: MODALIDAD ALOJATIVA.....	31
SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN .....	32
SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN .....	33
USO DE INTERNET .....	34
USO DE INTERNET .....	35
TURISMO ACTIVO.....	36
INDICE DE SATISFACCION.....	37
INDICE DE SATISFACCION.....	38
INDICE DE SATISFACCION Y PROCEDENCIA.....	39
MOTIVACIÓN.....	40

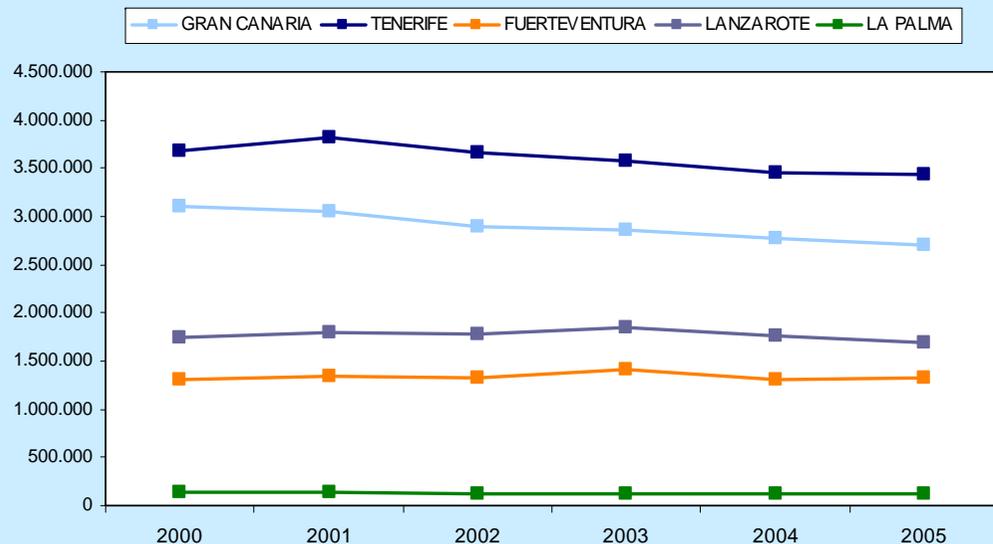
# TENERIFE EN EL CONTEXTO TURÍSTICO CANARIO

DISTRIBUCIÓN DEL TURISMO EXTRANJERO ENTRADO EN CANARIAS POR ISLAS 2005



FUENTE: Consejería de Turismo a partir de datos de AENA. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

EVOLUCIÓN DE LA ENTRADA DE TURISTAS PROCEDENTES DEL EXTRANJERO POR ISLAS (2000-2005)

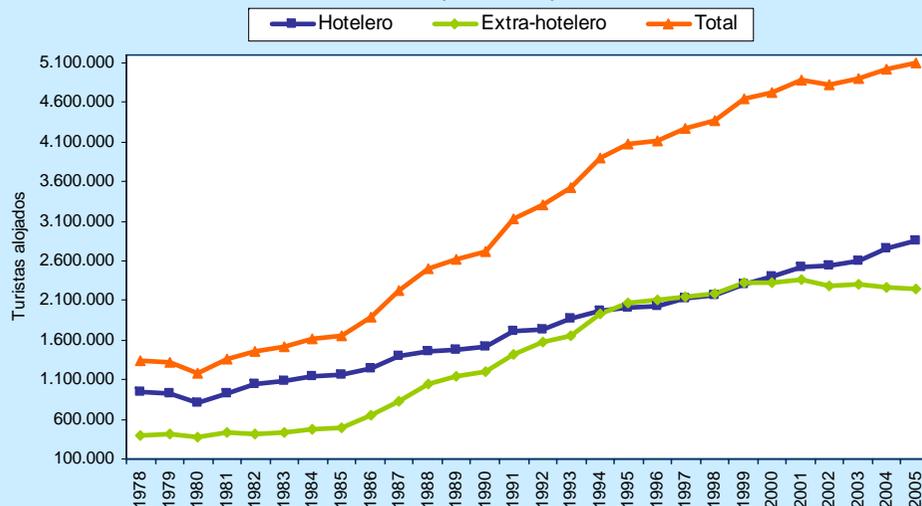


FUENTE: DGOPT del Gobierno de Canarias. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- Tenerife recibió en el año 2005, el **37,1% del total del turismo** extranjero llegado a Canarias vía aérea. En total, 3.442.787 extranjeros llegaron a Tenerife y, una cifra de 9.276.963 turistas extranjeros en el conjunto de Canarias.
- La llegada de turismo extranjero hacia Canarias evoluciona negativamente en el período 2000-2005, experimentándose una tasa media de crecimiento anual del -1,4%.
- Frente a esta situación, Tenerife con pérdidas acumuladas del -1,3% de media anual entre 2000-2005, se sitúa en una mejor posición que Gran Canaria, que experimenta una tasa de crecimiento negativa del -2,7% o La Palma, que decrece a un ritmo del -2,4%. Lanzarote decrece en el período a tasas medias del -0,7% y, Fuerteventura, isla de más tardía expansión turística, es la única que evoluciona, por el contrario, favorablemente en el mismo período, con un ritmo medio acumulado del 0,2% anual y ralentizándose su expansión en los últimos dos años.
- En 2005, el conjunto del Archipiélago pierde, respecto a 2004, un 1,59% de su turismo extranjero. Tenerife, pierde un 0,41% situándose por debajo de las pérdidas globales, mientras que Gran Canaria, pierde un 2,23%, Lanzarote pierde un 4,63%. Sólo La Palma y Fuerteventura, experimentan crecimientos positivos, respecto al año anterior, de un 3,4% en la primera de ellas y de un 0,29% en la segunda.

# EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES TURÍSTICOS: Alojados y pernoctaciones

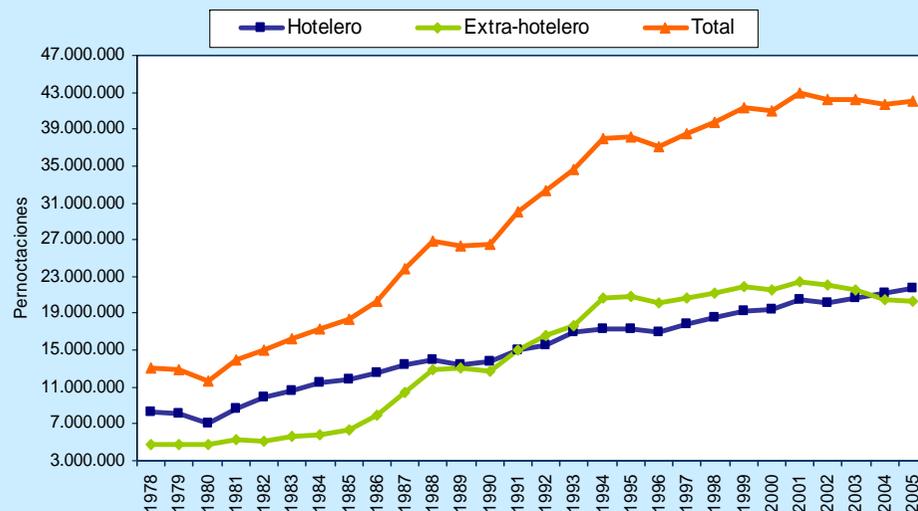
EVOLUCIÓN DE LOS TURISTAS ALOJADOS EN TENERIFE SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (1978 - 2005)



FUENTE: Servicio Técnico de Desarrollo Económico del Cabildo Insular de Tenerife.

ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (1978 - 2005)



FUENTE: Servicio Técnico de Desarrollo Económico del Cabildo Insular de Tenerife.

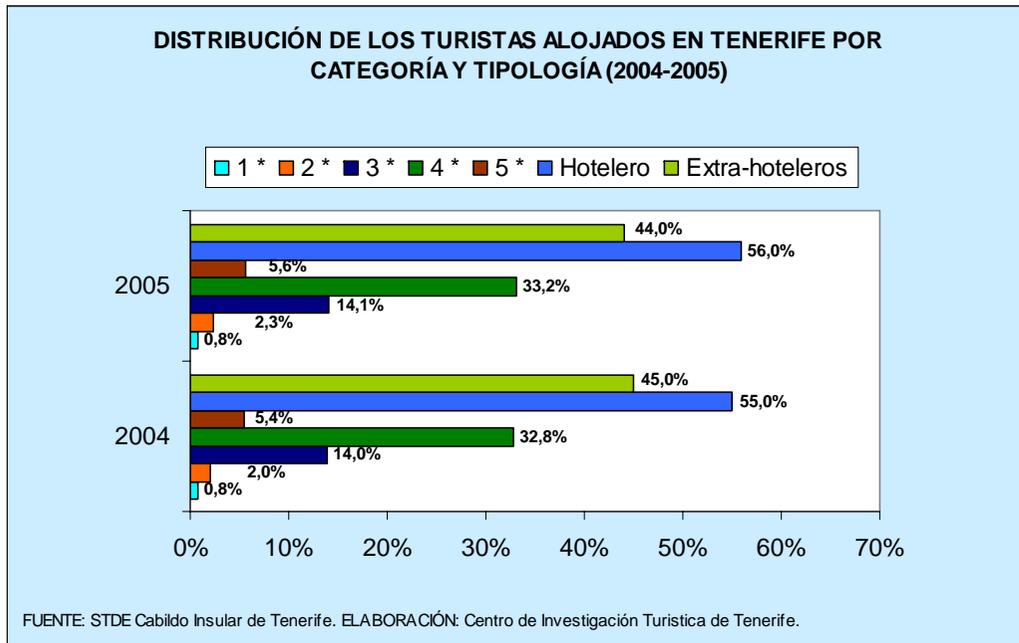
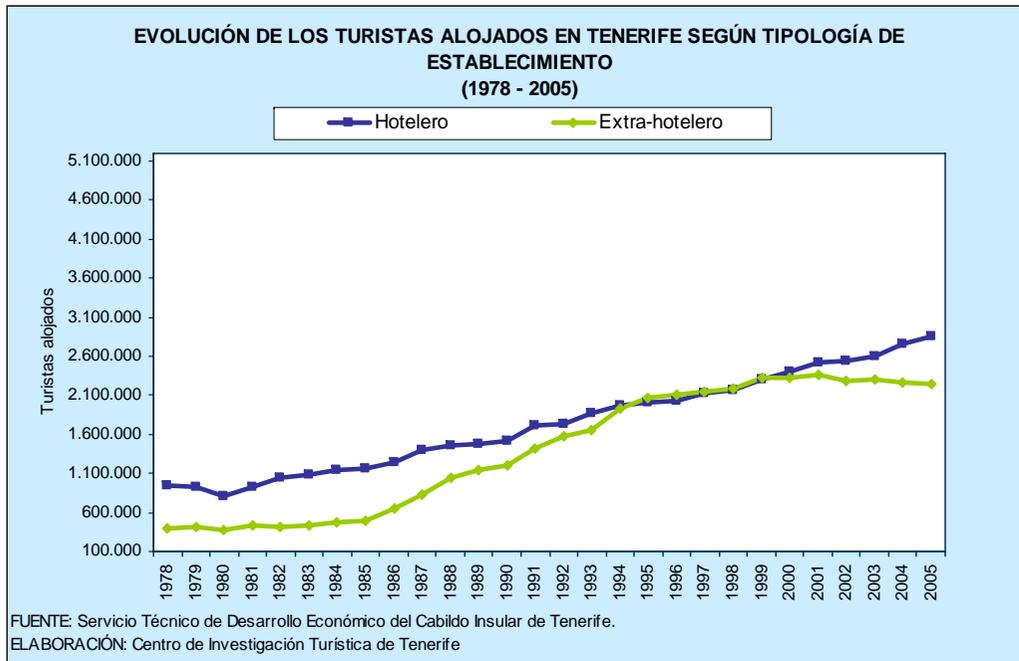
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- El análisis de la evolución histórica del **turismo alojado** en la Isla permite constatar un crecimiento sostenido, hasta prácticamente finales de los años ochenta, en el que se experimentan tasas medias de crecimiento anual en torno al 5-6%. En la década de los 90 el flujo de visitantes inicia un proceso de desaceleración reduciéndose el ritmo de crecimiento anual a un 3-4% para hasta alcanzar en los tres primeros años **del nuevo siglo, tasas de crecimientos entre un 1-2% con una importante recuperación del 2,4% en el año 2004 y del 1,55% en el año 2005, alcanzando la cifra de 5.093.732 turistas alojados.** Unas tasas de crecimiento que sitúan al mercado turístico de Tenerife en plena fase de madurez.

- Las **pernoctaciones**, siguen la misma pauta, aunque deben absorber los recortes experimentados en las estancias medias de los visitantes, lo que se traduce en **tasas medias de crecimiento casi dos puntos inferiores a las experimentadas por la afluencia de alojados.** Flujos que **desde el año 2000 apenas consiguen compensar estos recortes de las estancias afectando**, en particular, en los establecimientos extrahoteleros.

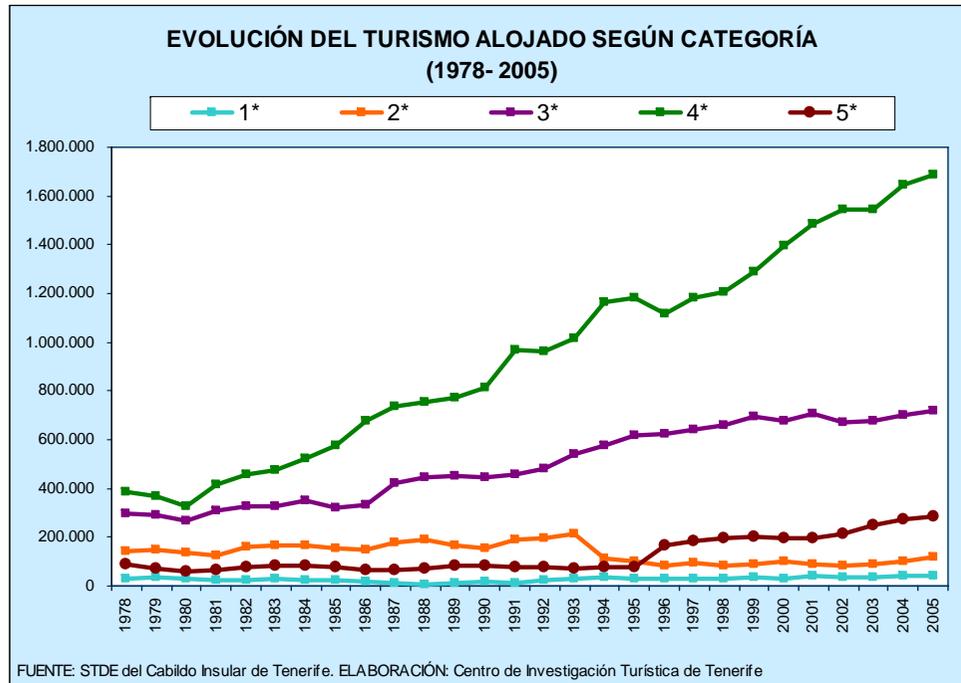
- Compensar una reducción de la estancia media en 0,20 décimas supone incrementar la afluencia de turistas un 2,5%; una reducción de 0,5 décimas, requiere un incremento del 7% de los visitantes y, reducciones de la estancia en un día, exigiría incrementar un 14% el volumen de visitantes.

# EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES TURÍSTICOS: Alojados según modalidad alojativa



- La evolución alojativa seguida por el sector extrahotelero fue más intensa que la hotelera situándose en tasas medias de crecimiento anual del 8% hasta mediados de los noventa, pero iniciando una desaceleración también más acentuada a partir de entonces que coloca a este sector en ritmos medios de crecimientos inferiores a un 1% a finales de los noventa y, en valores negativos en torno a un 1-1% a partir de 2001. En 2005 la **rama extrahotelera finalizó con un balance de reducción del -0,68%, menor a la que había experimentado en 2004 (-2%)**.
- La afluencia de **alojados al sector hotelero ha sido más constante**, con tasas de crecimiento medio en torno al 4-5% y sufriendo, con menor intensidad que la rama hotelera, la ralentización del mercado de los últimos años. El ritmo medio de crecimiento del sector hotelero entre 2000-2002 era del 3% anual, volviéndose a recuperar intensamente entre 2002-2004 año en el que esta tipología alojativa experimentó un crecimiento del 6,3%. El comportamiento en 2005 continúa siendo favorable (3,4%) aunque más moderado que el año anterior.
- Si bien la hegemonía alojativa hotelera, que ostentaba cuotas de alojados de más del 70% en los años 80 y 90, fue perdiendo peso por la expansión alojativa en establecimientos extrahoteleros, a finales de los 90 se alcanza un mayor equilibrio alojativo entre ambas modalidades, recuperando nuevamente el sector hotelero posiciones a partir del año 2000, con cuotas de participación del 56% del total de los alojados (2005).

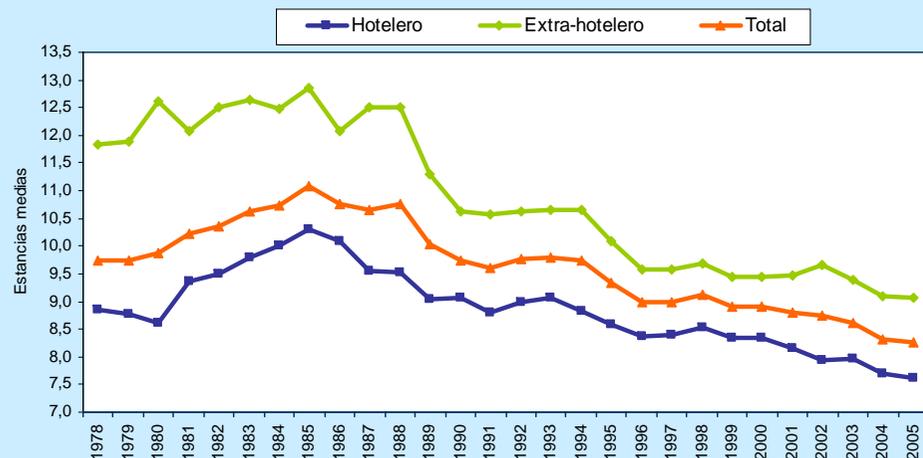
# EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES TURÍSTICOS: Alojados según modalidad alojativa



- Respecto a las evolución seguida por las diferentes categorías alojativas, son los hoteles de 4\* los que experimentan los mayores crecimientos de alojados, con ritmos de crecimiento anual del 5,7% de media. En 2005 esta categoría experimentó un crecimiento del 2,78%. Los hoteles de 4\* alojan al 33,2% del turismo de Tenerife, casi medio punto porcentual de incremento respecto al año 2004.
- La evolución de los alojados en hoteles de 5\* ha sufrido un proceso más inestable, con fuertes crecimientos combinados con fases de recesión hasta mediados de 1996. Es a partir de esa fecha que esta categoría inicia una etapa de expansión con crecimientos anuales que oscilan entre un 6-8%. En 2004 esta categoría experimentó un crecimiento del 8,34% y en el año 2005, ha experimentado un crecimiento del 4,45%. Esta categoría aloja al 5,6% del turismo de la Isla.
- Los hoteles de 3\* evolucionan de manera más moderada pero constante, en torno a un 3,4%. en el período 78-04. En 2004 creció su clientela un 3,7% y mientras que en el año 2005, un 2,6%. Esta categoría aloja el 14,1% de los alojados en la Isla.
- Las categorías inferiores (1\* y 2\*) también evolucionan positivamente en este período aunque con tasas muy moderadas de apenas un 1% de media. Sin embargo en los últimos años recuperan cuota de alojados, tanto una como otra categoría y en particular los 2\*. Dos categorías que alojan, en conjunto, un 3,2% del turismo de la isla.

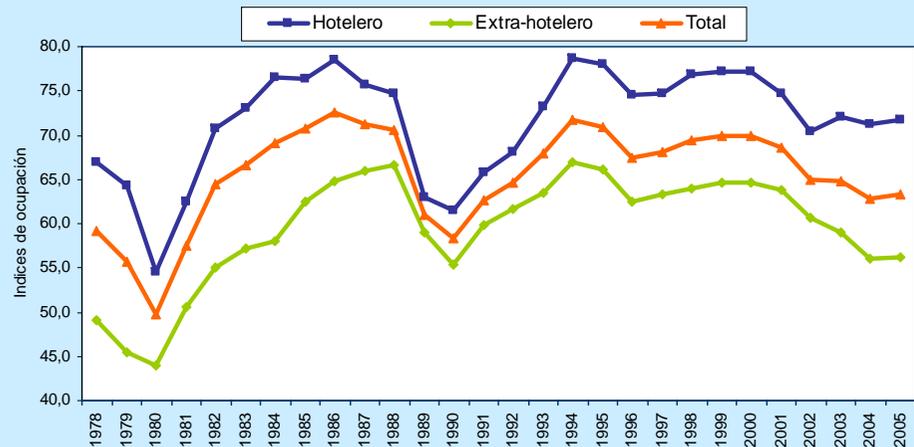
# EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: Estancias medias y ocupación

EVOLUCIÓN DE LAS ESTANCIAS MEDIAS SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (1978 - 2005)



FUENTE: Servicio Técnico de Desarrollo Económico del Cabildo Insular de Tenerife.  
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

EVOLUCIÓN DE LOS INDICES DE OCUPACIÓN SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (1978 - 2005)

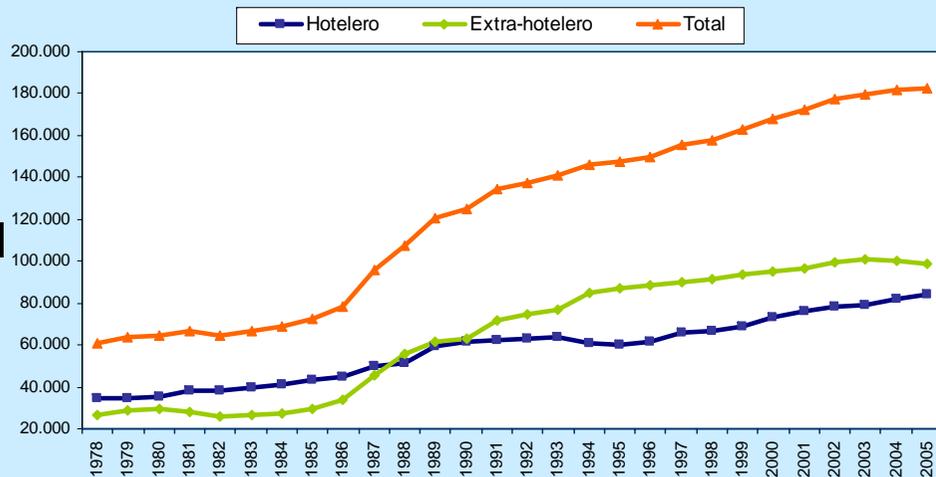


FUENTE: Servicio Técnico de Desarrollo Económico del Cabildo Insular de Tenerife.  
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- La duración de **las estancias medias** del turismo alojado en la Isla mantiene una tónica ascendente hasta mediados-finales de los ochenta con niveles medios de estancia de 10 días, para, a partir de aquí iniciar un descenso continuo hasta **situarse en 2004, en 8,3 días y 8,26 días en 2005**. Las diferencias iniciales entre las estancias medias hoteleras y extrahoteleras, inicialmente en 3 días, se acortan paulatinamente, manteniéndose en los últimos años en apenas un día y medio (2005 **EM Hotelera:7,62 días; EM extrahotelera: 9,08 días**).
- La evolución de los **indicadores de ocupación** reflejan variaciones cíclicas. Tras las crisis de finales de los años setenta se experimentan crecimientos acentuados, durante la primera mitad de los ochenta, que sitúan los niveles de ocupación en valores medios del 70%, evolución que se suaviza en los años posteriores, iniciando una fuerte caída a finales de esa década que arroja pérdidas de 10 puntos y colocan los niveles de ocupación en torno al 60%, para volver a remontar, a mediados de los noventa, nuevamente hasta los niveles alcanzados a mitad de los ochenta (70%). Durante la década de los noventa se consiguen mantener, con leves oscilaciones, índices de ocupación moderados pero cercanos al 67-70%, iniciando una nueva caída en los primeros años del siglo XXI, situándonos en **niveles de ocupación del 62,9%, en 2004. No obstante el último año, 2005, este indicador mostró un comportamiento favorable con incremento del 0,64% y situándose el sector en un nivel de ocupación del 63,25%**.
- La ocupación del **sector hotelero mantiene una posición más favorable (71,73% en el año 2005) y con mayores crecimientos (+0,59%) que la rama extrahotelera, la cual obtuvo en 2005 un nivel de ocupación del 56,16% y variación respecto al año anterior del 0,33%**.

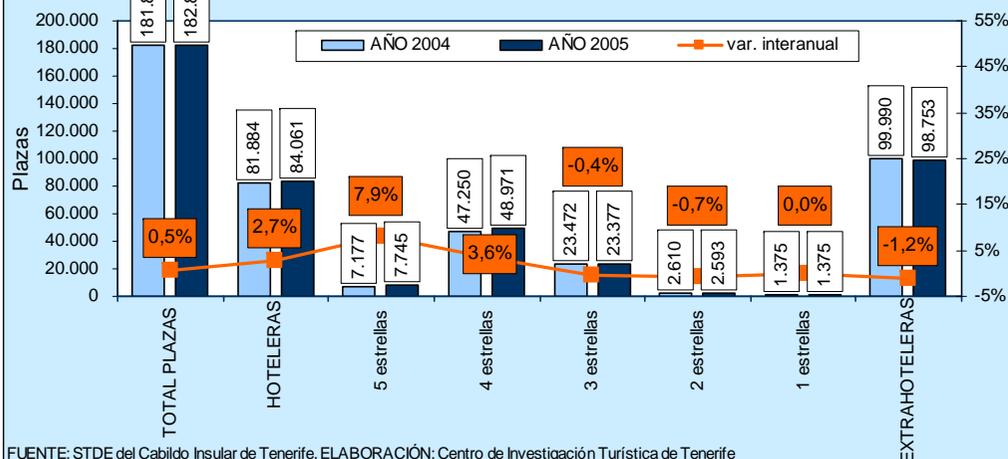
# EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: La oferta alojativa

EVOLUCIÓN DE LAS PLAZAS ALOJATIVAS ESTIMADAS SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (1978 - 2005)



FUENTE: Servicio Técnico de Desarrollo Económico del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

PLAZAS TURÍSTICAS ESTIMADAS SEGÚN TIPOLOGÍAS Y CATEGORÍAS 2004 - 2005



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

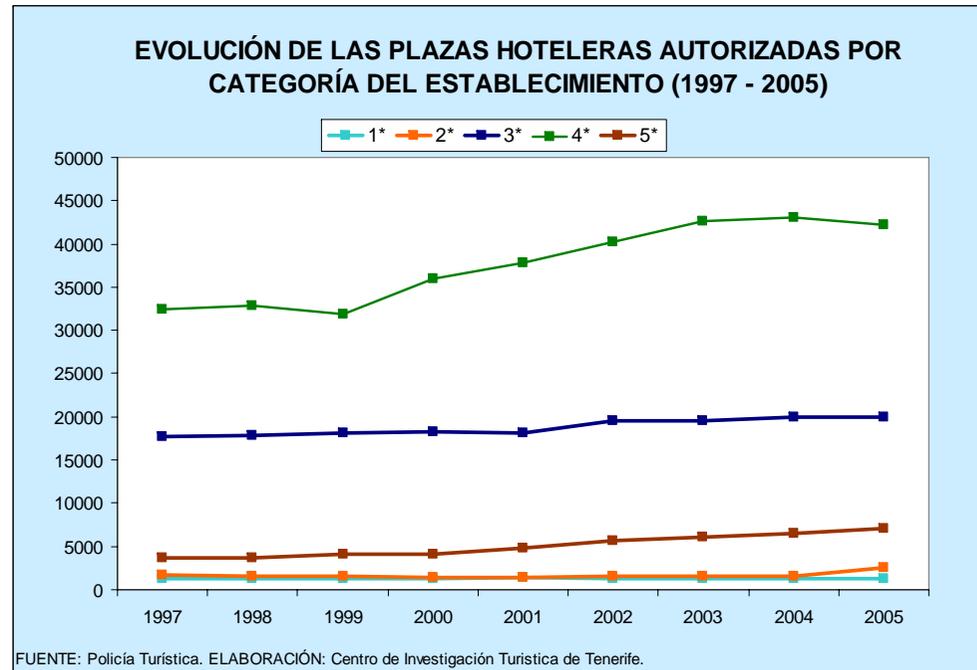
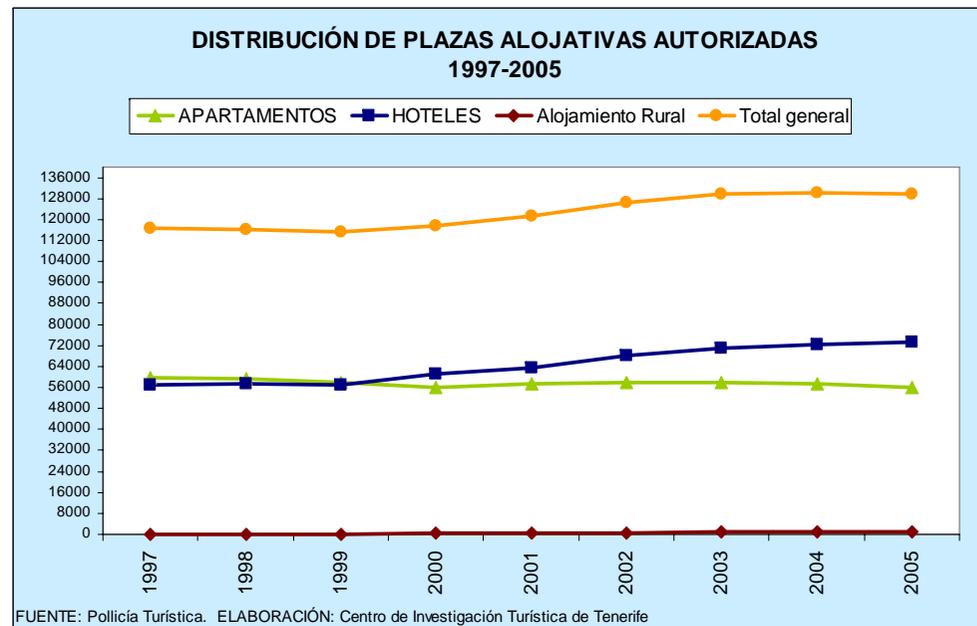
## Evolución

- Es a partir de 1986 cuando se produce el máximo desarrollo de la oferta alojativa. Antes de esa fecha el ritmo medio de crecimiento anual se situaba en un 3%. Entre 1986 y mediados de los 90, las tasas ascienden hasta un 12%. A partir de esa fecha empiezan a ralentizarse a un ritmo medio del 3% y llegar, en los últimos cinco años, a tasas de crecimiento del 1,7%. El crecimiento de la oferta extrahotelera en el período (+0,8%) duplica al de la oferta hotelera (+2,8%). Sin embargo, en los últimos cinco años es la oferta hotelera la que impulsa el crecimiento alojativo.
- Entre 1999 y 2005, la capacidad alojativa **autorizada** se ha incrementado en 14.777 nuevas plazas, lo que supone una variación del 12,8%. La mayor parte de este incremento se produce antes del año 2002, periodo en el que se experimentó un incremento del 10% en la oferta autorizada. Como es lógico, a partir de 2002 se contrae la construcción de nuevas plazas alojativas como efecto de la promulgación de la Moratoria turística de 2001 y las nuevas Directrices de Ordenación del Gobierno de Canarias Entre 2002-2004. se produjo un incremento del 3% y, en el año 2005, una **reducción de las plazas autorizadas del 0,4%** respecto al año anterior.
- Una evolución que experimenta etapas de desajuste respecto a la demanda turística, ocasionando graves desequilibrios que tienen su reflejo en los índices de ocupación.

# EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: Antigüedad y estructura de la oferta alojativa

## Antigüedad

- El 22% de la oferta alojativa insular tiene una antigüedad de más de 25 años, en particular, las plazas hoteleras, de las que un 29% se encuentran en este intervalo. Un 35% de la oferta alojativa tiene entre 15 y 25 años, un 31% de 5 a 15 años y, por último, un 13% con menos de 5 años de antigüedad (son plazas posteriores al año 2000).
- El 64% de la oferta hotelera es anterior a 1990 y posee más de 15 años de antigüedad. De estas, un 29% tienen más de 25 años y un 32% entre 25 y 45 años. Un 36% son posteriores a 1990. Más del 80% de las plazas de 1-2\* se encuentran entre las plazas de mayor obsolescencia, con más de 45 años de antigüedad. Aproximadamente el 65% de los hoteles de 3-4\* se sitúan entre los 15-45 años (en torno a un 30% posee más de 25 años). La oferta más joven es la correspondiente a las categorías de 5\* y lujo, de las cuales el 40,7% de sus plazas son posteriores al año 2000 y un 61% del total posee menos de 15 años de antigüedad. Sólo en 39% de la oferta de esta categoría tiene más de 15 años de antigüedad y, un 24% de 25 a 45 años.
- La planta extrahotelera de la isla es más joven que la hotelera. El 48% tiene más de 15 años, de las cuales sólo un 13,5% posee una antigüedad superior a los 25 años. El 46% tiene entre 5 y 15 años y, un 5,6%, menos de 5 años.
- La oferta rural es relativamente joven creándose prácticamente la totalidad de las plazas existentes con posterioridad a 1999.



# EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE INDICADORES: La oferta alojativa

## Estructura

- Tenerife aporta al conjunto del Archipiélago canario en 32% del total de la oferta alojativa, un 46,3% de la oferta total hotelera y un 23,3% de la extrahotelera. Por su parte, Gran Canaria dispone del 36% de la oferta total canaria, el 26,4% de su oferta hotelera y un 40% de la oferta total extrahotelera. Un dato que, sin embargo contrasta con el superior peso turístico de la isla de Tenerife en el total canario. Tenerife posee una cuota de participación de turismo extranjero entrado por aeropuertos de un 37% frente al 29% de Gran Canaria. Lanzarote un 19%, Fuerteventura un 14% y La Palma un 1,2%. (Datos Gobierno de Canarias a 31 diciembre 2004)
- Para el año 2005, la hegemonía hotelera de la isla de Tenerife, con un 56,2% de su oferta autorizada en la modalidad hotelera (73.060 plazas y 234 establecimientos), un 43% extrahotelera (234 establecimientos y 55.875 plazas) y un 0,7% de oferta rural (104 establecimientos y 975 plazas), destaca sobre el ámbito canario, donde la oferta alojativa se reparte entre un 61% extrahotelero y un 39% hotelero. Sólo Fuerteventura posee un equilibrio similar con el 41% de oferta hotelera y un 59% extrahotelero. Por su parte, Gran Canarias dispone de un 29% de oferta hotelera y un 79% de oferta extrahotelera.
- La oferta hotelera insular se estructura de la siguiente manera: un 58,3% (sobre el total hotelero) de plazas de 4 estrellas (76 establecimientos y 42.185 plazas), un 27,3% de 3 estrellas (64 establecimientos y 19.981 plazas), un 9,6% de 5\* (14 establecimientos y 7.029 plazas), y un 5,3% de camas de 1 y 2\* (80 establecimientos y 3.865 plazas). Por su parte, la oferta extrahotelera se distribuye entre un 53,3% de plazas de 3LL (29.788 plazas), un 33% plazas de 2LL (18.473 plazas), un 13,08% plazas de 1LL (7.310 plazas) y, un 0,4% plazas 5LL (218 plazas). Un 0,7% es oferta rural (104 establecimientos y 975 plazas).

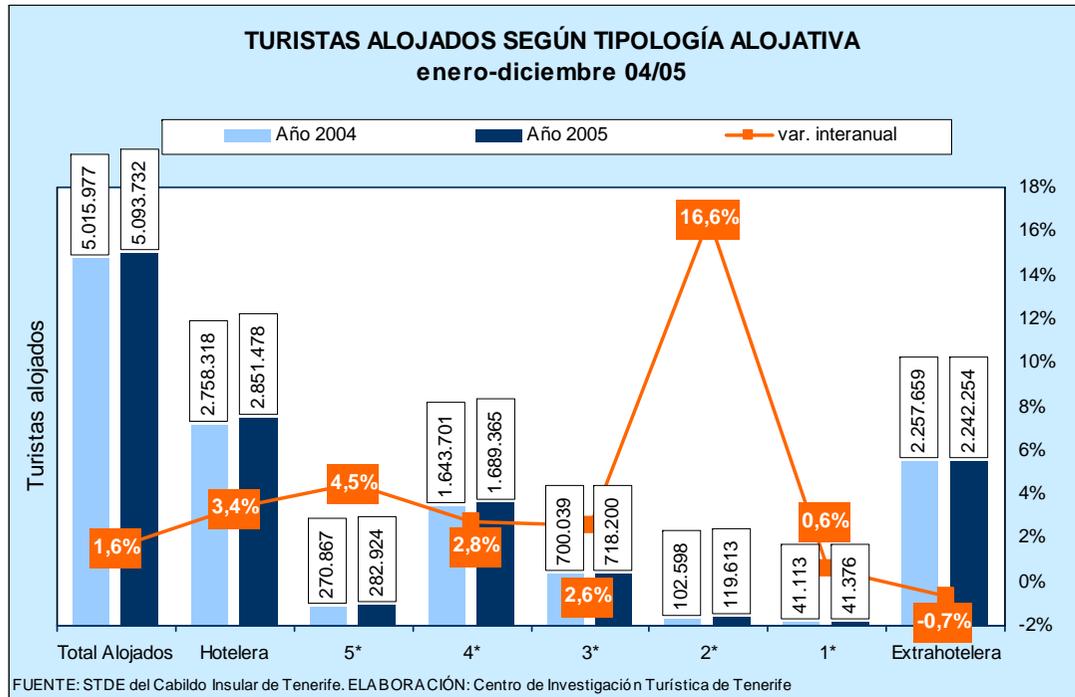
DISTRIBUCIÓN DE LAS PLAZAS TURÍSTICAS AUTORIZADAS SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA (2003 -2004-2005)

	2003	%/s total	2004	%/s total	2005	%/s total	var. 04/03	var. 05/04
<b>Total Establecimientos</b>	<b>129.847</b>	<b>100,0%</b>	<b>130.429</b>	<b>100,0%</b>	<b>129.910</b>	<b>100,0%</b>	<b>0,4%</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Hoteleros</b>	<b>70.980</b>	<b>54,7%</b>	<b>72.323</b>	<b>55,5%</b>	<b>73.060</b>	<b>56,2%</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,0%</b>
1 Estrellas	1.301	1,0%	1.280	1,0%	1.280	1,0%	-1,6%	0,0%
2 Estrellas	1.558	1,2%	1.558	1,2%	2.585	2,0%	0,0%	65,9%
3 Estrellas	19.510	15,0%	19.907	15,3%	19.981	15,4%	2,0%	0,4%
4 Estrellas	42.566	32,8%	43.093	33,0%	42.185	32,5%	1,2%	-2,1%
5 Estrellas	6.045	4,7%	6.485	5,0%	7.029	5,4%	7,3%	8,4%
<b>Extrahoteleros</b>	<b>58.084</b>	<b>44,7%</b>	<b>57.240</b>	<b>43,9%</b>	<b>55.875</b>	<b>43,0%</b>	<b>-1,5%</b>	<b>-2,4%</b>
1 Llave	7.470	5,8%	7.333	5,6%	7.310	5,6%	-1,8%	-0,3%
2 Llaves	20.221	15,6%	19.012	14,6%	18.473	14,2%	-6,0%	-2,8%
3 Llaves	30.318	23,3%	30.595	23,5%	29.788	22,9%	0,9%	-2,6%
5 Llaves	0	0,0%	218	0,2%	218	0,2%	-	0,0%
Sin categoría	75	0,1%	82	0,1%	86	0,1%	9,3%	4,9%
<b>Hoteles Rurales</b>	<b>316</b>	<b>0,2%</b>	<b>338</b>	<b>0,3%</b>	<b>412</b>	<b>0,3%</b>	<b>7,0%</b>	<b>21,9%</b>
1 Palmera	92	0,1%	100	0,1%	100	0,1%	8,7%	0,0%
2 Palmeras	224	0,2%	238	0,2%	312	0,2%	6,3%	31,1%
<b>Casas Rurales</b>	<b>467</b>	<b>0,4%</b>	<b>528</b>	<b>0,4%</b>	<b>563</b>	<b>0,4%</b>	<b>13,1%</b>	<b>6,6%</b>
Conjunto inmueble	22	0,0%	42	0,0%	50	0,0%	90,9%	19,0%
Compartido con propietarios	56	0,0%	56	0,0%	34	0,0%	0,0%	-39,3%
Exclusivo	196	0,2%	208	0,2%	214	0,2%	6,1%	2,9%
Compartido con usuarios	188	0,1%	222	0,2%	265	0,2%	18,1%	19,4%
Sin categoría	5	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	-100,0%	-

(\*) Plazas Autorizadas conforme a Policía Turística.  
FUENTE: Policía Turística. Cabildo Insular de Tenerife.  
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- Al margen de la capacidad alojativa “autorizada” se estima que la oferta en el mercado de plazas turísticas asciende al cierre del año 2005 a 182.814 plazas. De este total de plazas estimadas, un 46% (84.061 plazas) son de la tipología hotelera y un 54% (98.753) extrahoteleras, una estructura “estimada” en la que la oferta extrahotelera ocupa la posición hegemónica frente a la hotelera, al contrario de los que reflejan los datos de la oferta “autorizada”. Ello podría explicarse por el importante volumen de oferta “no regular” existente entre la modalidad alojativa extrahotelera.
- Las plazas hoteleras estimadas se desglosarían de la siguiente manera: 4,2% de 5 estrellas (7.745); 26,8% de 4 estrellas (48.971 plazas); 12,8% de 3 estrellas (23.377); 1,4% de 2 estrellas (2.593); 0,8% de 1 estrella (1.375).

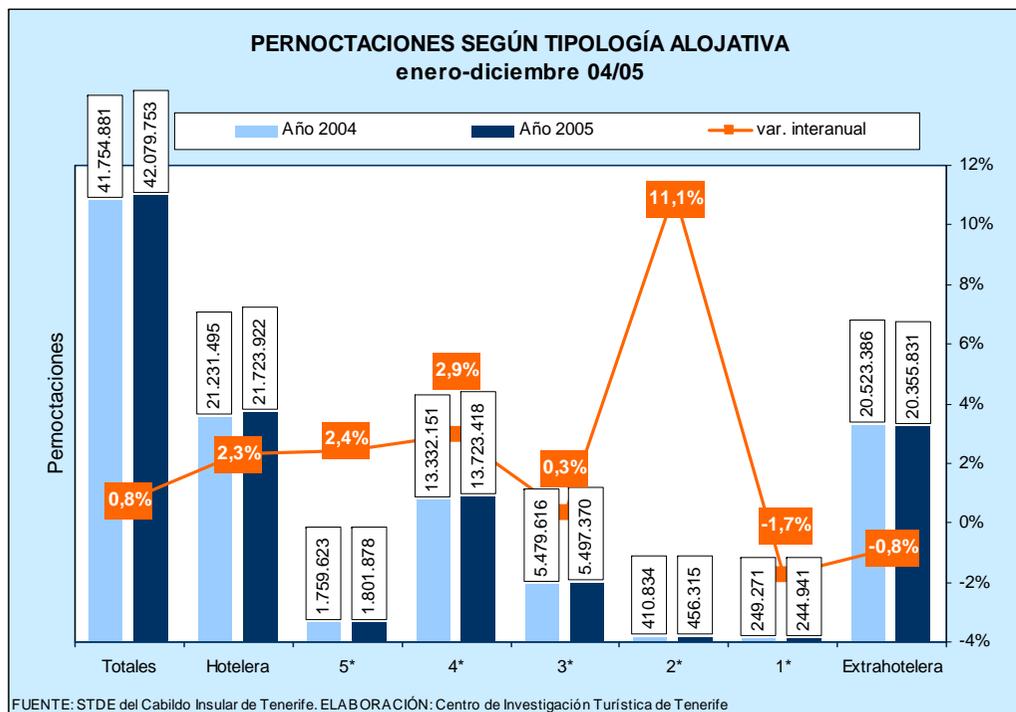
# LAS CLAVES DE 2005: Turismo alojado



- El balance acumulado de turistas alojados para el año 2005 (5.093.732 turistas) muestra un aumento del +1,55% respecto a 2004. El sector hotelero experimenta un crecimiento de +3,38%, destacándose los incrementos del 4,45% en la categoría de 5\*. Mientras tanto el sector extrahotelero pierde un 0,68%.
- El sector hotelero ha alojado al 56% del turismo insular (+1 punto más que en el año anterior) mientras que el extrahotelero albergó al 44%, dándose en este caso una caída de 1 punto respecto al período anterior.
- Se produce un incremento de clientes en hoteles de 4\* del 2,78% respecto a 2004, categoría que absorbe el 33,17% del turismo alojado. Los niveles de ocupación se sitúan en un 78,14%, aumentando en +0,58 puntos. La media de la estancia (8,12 días) prácticamente se mantuvo estable, con un leve incremento.

- Los hoteles de 3\*, donde se aloja el 13,1% del turismo alojado, incrementan el volumen de clientes en un +0,32%. El índice de ocupación de la categoría fue de un 64,3% más 0,31 puntos) con una estancia media de 7,65 días que apenas disminuye en -0,17 puntos.
- Los hoteles de 5\*, con una cuota de clientes del 5,55%, también evolucionan favorablemente en afluencia de clientes respecto al período anterior (+4,45%) aunque su ocupación (66,15%) registra una reducción de 0,84 puntos motivada por el retroceso de 0,13 días en duración de las estancias de sus clientes (6,37 días).
- Los establecimientos extrahoteleros, receptores del 44% del turismo alojado, experimentan una caída de clientela del 0,68% siendo su ocupación (56,16%), la cual experimenta un aumento de 0,19 puntos y mantenimiento de la estancia en 9,08 días.
- Crece la afluencia de clientes españoles en establecimientos extrahoteleros así n los hoteleros de menor categoría.
- Parece detectarse una desviación de turismo británico desde el sector extrahotelero hacia las categorías superiores de la rama hotelera. Categorías en las que asimismo se experimenta un crecimiento del mercado alemán aunque éstos también optan por las categorías inferiores.
- El turismo nórdico y el irlandés son los de mayor crecimiento en los establecimientos hoteleros.

# LAS CLAVES DE 2005: Pernoctaciones y estancias medias



- Las pernoctaciones totales se incrementan un 0,78%, siendo esta evolución positiva en la rama hotelera, con una variación del 2,32%, pero negativa en la rama extrahotelera que ha perdido un -0,82%.

- Las estancias media continúan en una tónica descendente resultando de la tendencia, cada vez mayor del mercado, a la fragmentación de las vacaciones en períodos más cortos. Las estancias media del año 2005 fue de 8,26 días la general, con apenas una pérdida de 0,06 puntos respecto al año anterior.

- Prácticamente se reduce la duración de la estancia en todas las categorías hoteleras.

- Las estancias medias hoteleras se sitúan en 7,62 días (pierde 0,08 días respecto a 2004) y la extrahotelera, en 9,08 días (+0,01 días).

ESTANCIAS MEDIAS SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTO			
CATEGORIAS	Año 2004	Año 2005	Dif. interanual
<b>TOTAL CATEGORÍAS</b>			
Estancia Media Total	8,32	8,26	-0,06
<b>CATEGORÍA HOTELERA</b>			
Hotelera	7,70	7,62	-0,08
5*	6,50	6,37	-0,13
4*	8,11	8,12	0,01
3*	7,83	7,65	-0,17
2*	4,00	3,81	-0,19
1*	6,06	5,92	-0,14
<b>CATEGORÍA EXTRAHOTELERA</b>			
Extrahotelera	9,09	9,08	-0,01

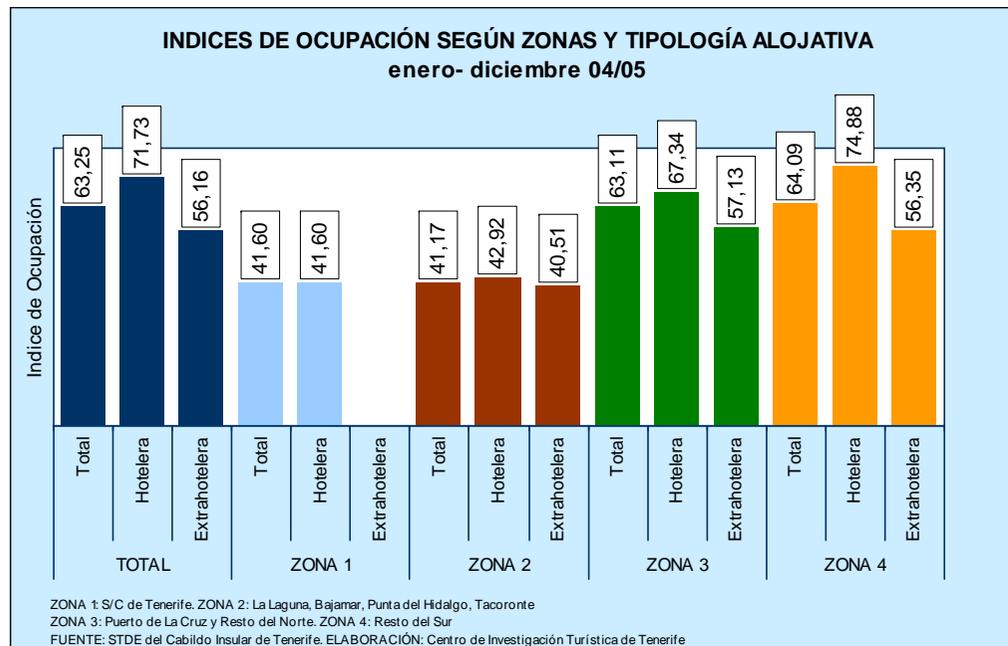
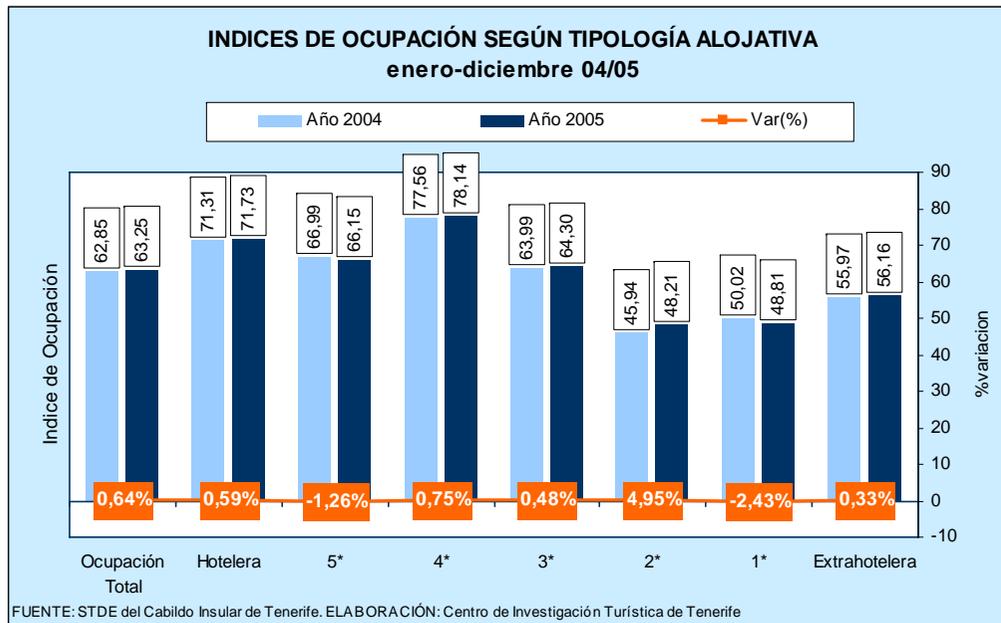
FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- El incremento de clientes en los establecimientos hoteleros compensa la reducción de la estancia media en el indicador de pernoctación, favoreciendo un balance positivo en los indicadores de ocupación que se incrementan un 0,59% a pesar del incremento de oferta alojativa en el mercado.

- Todas las categorías hoteleras reducen la duración de la estancia, a excepción de los hoteles de 4\*.

- En los establecimientos extrahoteleros los indicadores evolucionan a la baja, con la salvedad del índice de ocupación, que experimenta un incremento de 0,19 puntos, consecuencia de la reducción del número de plazas en un 1,24%.

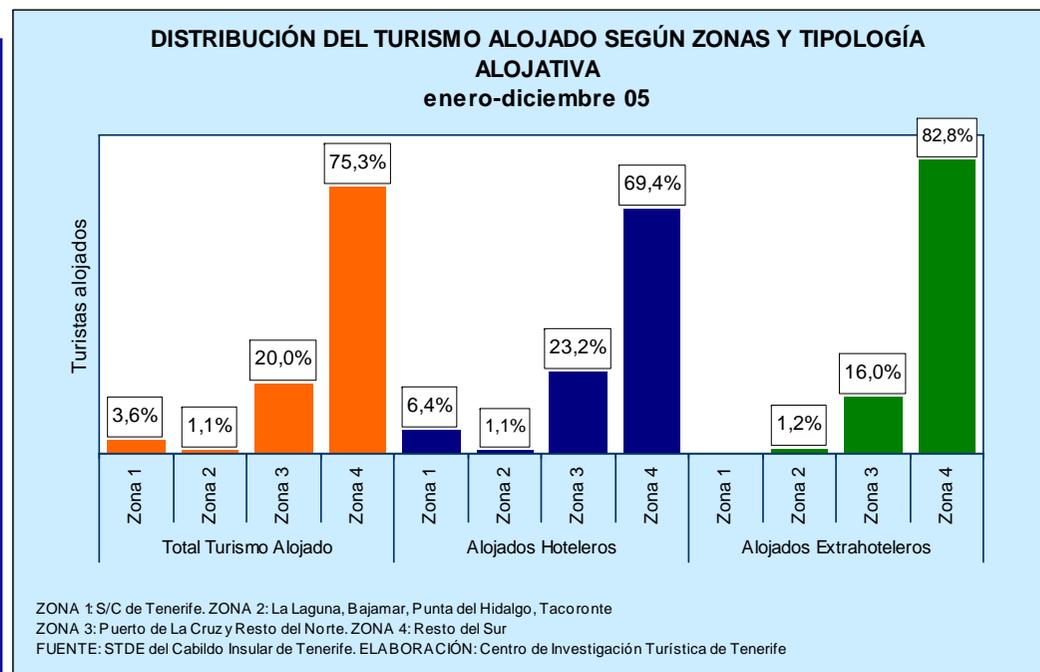
# LAS CLAVES DE 2005: Índices de ocupación



- Los indicadores ocupación registrados en 2005, un 63,25%, muestran un comportamiento general favorable con un incremento del 0,64% respecto al año anterior. La ocupación hotelera alcanzó un 71,73%, un 0,59% más que en 2004, y la extrahotelera, un 56,16%, incrementándose también un 0,33%.
- Respecto a las categorías hotelera los hoteles de 4\*, con un 78,14% de ocupación, superan la media de la rama hotelera además de registrar una variación positiva del 0,75%. También evolucionan favorablemente los hoteles de 2 estrellas (+4,95%) y de 3 estrellas (+0,48%). Las restantes categorías pierden puntos en ocupación en el acumulado del año. Los hoteles de 5\* un -1,26% causado por la entrada de nuevas plazas en el mercado y la reducción de la estancia, a pesar del incremento de clientes. Los hoteles de 1\* reducen un -2,43% su ocupación.
- En relación a los niveles de ocupación según zonas turísticas, los dos núcleos principales (norte y sur) mantienen niveles de ocupación superiores al 63% aunque la zona Norte ha experimentado una ligera caída del índice de ocupación del -0,03%, caída que llega a un -0,65% en sus hoteles, pero no afecta al sector extrahotelero que gana un 1,09% en ocupación. Mientras tanto, la zona Sur incrementa un +0,76% en ocupación general, un +0,76% en ocupación hotelera y un +0,27% extrahotelera.
- Santa Cruz ha tenido una tónica favorable en 2005 con niveles de ocupación del 41,6% y crecimientos del 6,33% en este índice. Por el contrario el balance resulta desfavorable para la zona de La Laguna-Bajamar-La punta, que pierde un 3,77% en ocupación, especialmente, en sus establecimientos extrahoteleros (-4,60%).

## LAS CLAVES DE 2005: zonas

- **Zona Sur:** Los datos para el año 2005 muestran para la zona Sur, receptora del 75,29% del turismo alojado (3.835.241 turistas), un incremento de clientes del 1,63%, en concreto, en sus establecimientos hoteleros que ganan un 4,6% experimentándose pérdidas de 1,36% en los extrahoteleros. La zona alcanzó índices de ocupación general del 64,09%, +0,76% más que en 2004. La ocupación hotelera fue de un 74,88% (+0,77%) y la extrahotelera de un 56,35% (+0,27%). Esta zona crece, fundamentalmente, en clientela nórdica, irlandesa, y española.
- **La zona Norte:** Registra en el año una mejoría en los flujos de alojados (1.019.612 turistas) , en relación al año anterior, del 1,32%, en particular en los alojamientos extrahoteleros (+3,56%) y en los hoteleros (+0,14%). Zona que alberga al 20% del turismo alojado. La ocupación experimenta una variación negativa del 0,03%, alcanzando un nivel del 63,11% globalmente. La ocupación hotelera fue del 67,34% (-0,65%) y la extrahotelera del 57,13% (+1,09%). Esta zona registra variaciones positivas en la afluencia de turismo irlandés, alemán, italiano, noruego, y holandés, fundamentalmente. El crecimiento de españoles se mantiene muy por debajo de la media de crecimiento de este emisor en la Isla.



- **La zona de Santa Cruz:** Alojó el 3,6% del total del turismo de la isla (181.421 turistas) e incrementando la afluencia un 2,36% respecto 2004. Registra niveles de ocupación del 41,6%, un 6,33% más que en el período anterior. Zona de mayor crecimiento de turismo alemán, holandés, francés e italiano.
- **La zona de La Laguna, Tacoronte y Bajamar-La Punta:** Albergó al 1,1% del turismo ( 57.458 turistas), registrando pérdidas del -1,95% de su clientela. Una zona con niveles de ocupación del 41,17%, un 3,77% menos que en 2004, con fuertes pérdidas en la rama extrahotelera. Registra un importante crecimiento de turismo francés, italiano, holandés, irlandés, suizo y austriaco.

# LAS CLAVES DE 2005: Los mercados emisores

TURISTAS ALOJADOS EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS SEGÚN NACIONALIDAD			
NACIONALIDAD	Año 2004	Año 2005	var. interanual
España	1.371.788	1.459.717	6,41%
Holanda	149.787	140.315	-6,32%
Bélgica	111.458	106.973	-4,02%
Alemania	650.559	658.971	1,29%
Francia	112.959	108.849	-3,64%
Reino Unido	1.889.908	1.834.811	-2,92%
Irlanda	32.483	39.019	20,12%
Italia	112.750	109.996	-2,44%
Países Nórdicos	357.430	393.028	9,96%
<i>Suecia</i>	101.267	118.834	17,35%
<i>Noruega</i>	63.791	66.272	3,89%
<i>Dinamarca</i>	84.343	92.550	9,73%
<i>Finlandia</i>	108.029	115.372	6,80%
Suiza	24.758	21.969	-11,27%
Austria	28.014	28.828	2,91%
Rusia	56.101	55.068	-1,84%
Países del Este	38.161	36.760	-3,67%
Resto de Europa	43.323	56.894	31,33%
Usa	10.144	10.764	6,11%
Resto de América	11.338	13.980	23,30%
Resto del Mundo	15.016	17.790	18,47%
<b>Total</b>	<b>5.015.977</b>	<b>5.093.732</b>	<b>1,55%</b>

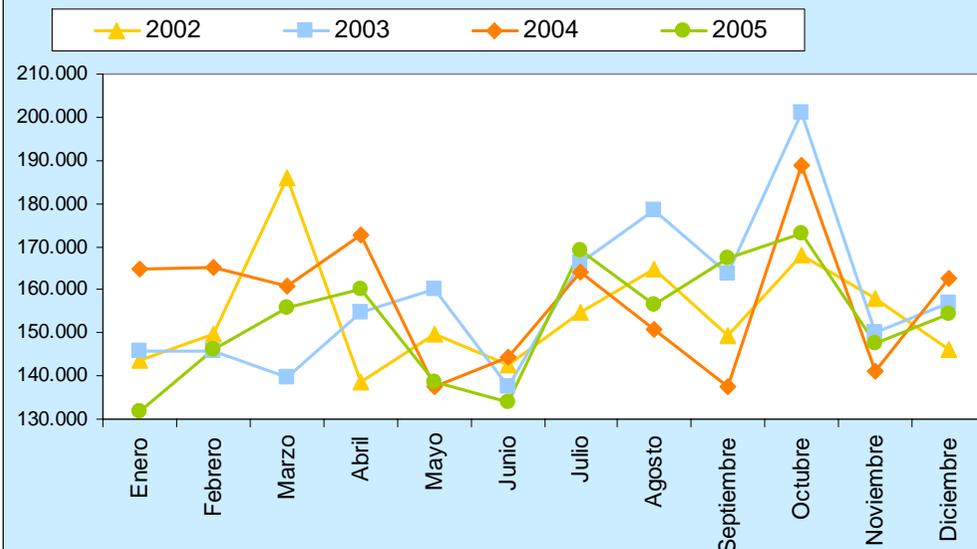
FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife.  
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- Si diferenciamos la evolución seguida por el turismo extranjero y el turismo nacional, se constata como el turismo extranjero alojado en Tenerife (total: 3.634.015 turistas extranjeros) retrocede un 0,28%, mientras que el mercado español (1.459.717 turistas), que experimentaron un incremento del 6,41%, son los que contribuyeron al resultado global positivo.

- El **mercado británico** principal mercado emisor en la Isla con una cuota de participación del 36% acumula pérdidas del 2,88% respecto al año 2004. No obstante, el descenso experimentado en Tenerife se mantiene por debajo del retroceso generalizado que ha sufrido el turismo del Reino Unido en el conjunto de Canarias, que experimenta un descenso del 6,37% (frente a un -3,80% en Tenerife según la misma fuente). Gran Canaria pierde un 11,53%, FV un -8,82% y LZ -5,72%.
- El **mercado nacional**, con un incremento en el año 2005 del +6,41% pasan a ocupar el 2º lugar en el ranking de mercados, con una cuota de participación en el isla del 28,7%.
- El **mercado alemán** Se produce un cambio en la tendencia descendente que venía experimentando el mercado alemán desde 2001. Este mercado parece haber experimentado su punto de inflexión en 2004, iniciando la recuperación en 2005, año en el que ha experimentado un crecimiento del 1,29% manteniéndose en una cuota de participación del 12,9% y ostentando la 3ª posición.
- El **mercado nórdico** registró en el año 2005 una afluencia de 393.028 turistas, con una variación respecto a 2004 de un 9,96% incrementando su cuota de participación hasta situarse en el 7,7% en el conjunto turístico insular. Todas las nacionalidades que componen este segmento de visitantes han crecido respecto al año 2004. Los mercados nórdicos crecen en Tenerife por encima del crecimiento que ha experimentado en el conjunto del Archipiélago.
- Hay que destacar también, los fuertes incrementos que se han producido en el **mercado irlandés**, que supera incrementos del 20% respecto al año 2004. Mercado que ocupa el 11ª lugar, con una cuota del 0,8%.
- Mercados destacados como son **Holanda, Francia, Italia y Bélgica** han evolucionado negativamente en el año 2005.

# LOS MERCADOS EMISORES: Reino Unido

**TURISTAS DEL REINO UNIDO ALOJADOS EN TENERIFE (2002-2005)**

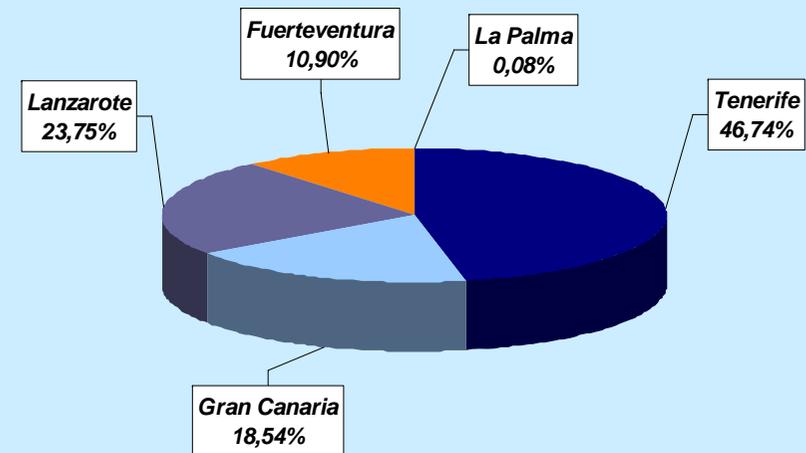


FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- El turismo procedente del Reino Unido muestra, entre 2002 y 2005, una pauta general de comportamiento de acentuadas oscilaciones a lo largo del año, con picos de afluencias en los meses de marzo, abril, julio, septiembre y octubre. Mercado que en el año 2005, presenta una mayor estabilidad en los meses de verano, en contraposición con la temporada de invierno.
- Presencia destacada en la zona Sur, donde se aloja más del 94,8%, así como en el sector extrahotelero. Su peso en el sector hotelero, es menos representativo que su cuota insular, si bien, en el año 2005, en ambas modalidades alojativas se ha reducido.
- Los flujos de británicos a la zona norte reflejan una fuerte estacionalidad en la temporada de invierno y escasa presencia durante la época estival (mayo-septiembre).

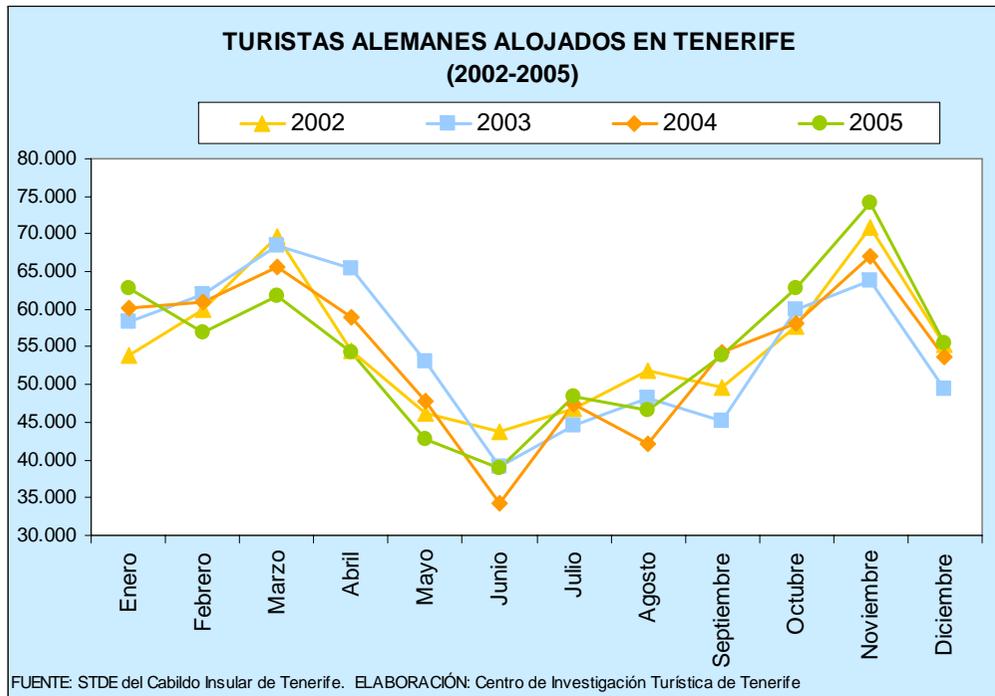
- Un total de **1.834.811 turistas procedentes del Reino Unido se alojó, en 2005, en la Isla (-2,92% respecto a 2004)**, ostentando la primera posición con una cuota del **36% del total**. Este mercado ha seguido una evolución fluctuante en los últimos 4 años, perdiendo 1,7 puntos porcentuales de cuota respecto al año 2004.
- Un retroceso que también se produce, en 2005, en el conjunto canario, experimentándose pérdidas del -6,37%. Las islas de La Palma (-34,84%), Gran Canaria (-11,53%) y, por último, Fuerteventura (-8,82%), son las que experimentan las mayores pérdidas en este mercado. Tenerife pierde un -3,% y Lanzarote un -5,72%
- Tenerife recibió en el año 2005 al 46,74% de los turistas británicos entrados en Canarias.

**DISTRIBUCIÓN DE TURISTAS DEL REINO UNIDO POR ISLAS 2005**



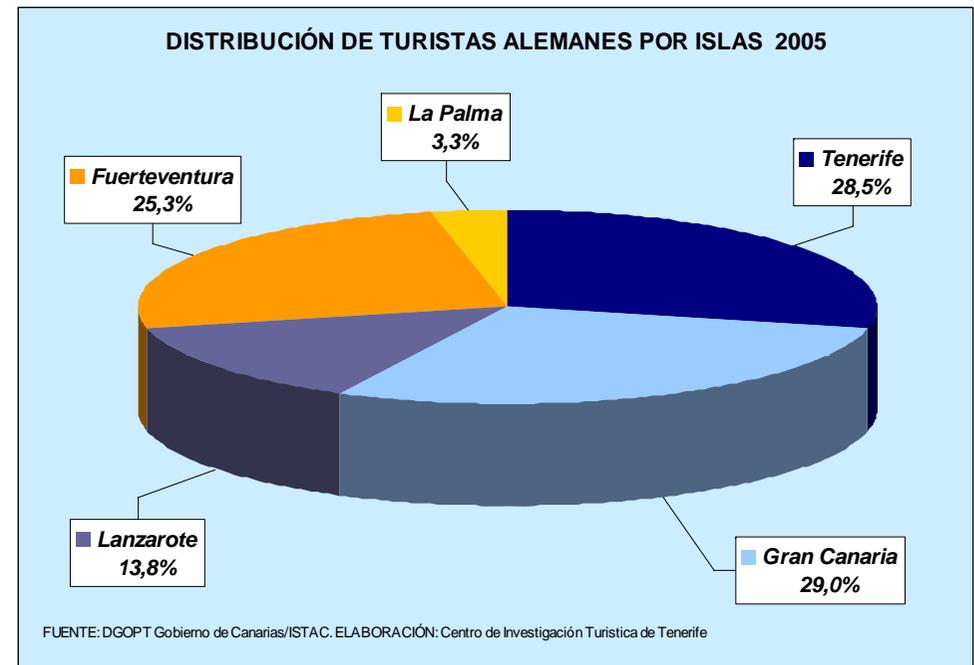
FUENTE: DGOPT Gobierno de Canarias/ISTAC. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

# LOS MERCADOS EMISORES: Alemania



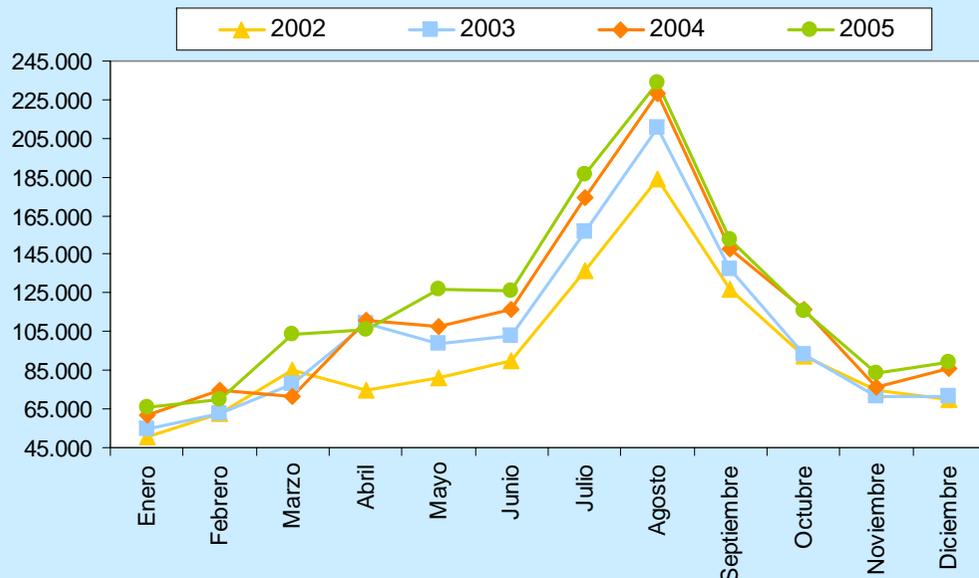
- En 2005 se alojó en la isla un total de 658.971 turistas procedentes de Alemania. Mercado que ostenta la **tercera posición en el reparto insular, con una cuota del 12,9% del total**. Este mercado seguía una evolución descendente desde 2001, acumulando una pérdida en 2004 del -1,1%. Con respecto a este año, la evolución de 2005 muestra sin embargo una satisfactoria mejora que recupera la tendencia de años anteriores (+1,29% y especialmente buena, en el 2º semestre del año).
- El incremento de 2005 también queda reflejado en los datos del Gobierno de Canarias, apuntando un crecimiento en el conjunto del archipiélago del +1,84%.
- Tenerife recibe al **28,5% del turismo alemán llegado a Canarias** en 2005, absorbiendo cuota especialmente a Gran Canaria y Lanzarote.

- El turismo procedente de Alemania sigue una pauta de comportamiento general bastante homogénea entre zonas, exceptuando **cierta estacionalidad en invierno, más acentuada en la zona norte que en la zona sur**, zona ésta última que sufre menos la pérdida de afluencia de alemanes a la isla durante el verano.
- La zona Norte sigue una tendencia más positiva que la zona Sur en 2005, con un balance en lo que va de año de crecimiento del mercado alemán del +3,1%, frente a un crecimiento en el conjunto insular del 1,29%.
- Mercado con **presencia significativa, en relación a su cuota general, en los establecimientos hoteleros de 3\* y 4\***, así como en las zonas del norte de la Isla.



# LOS MERCADOS EMISORES: España

**TURISTAS ESPAÑOLES ALOJADOS EN TENERIFE (2002-2005)**

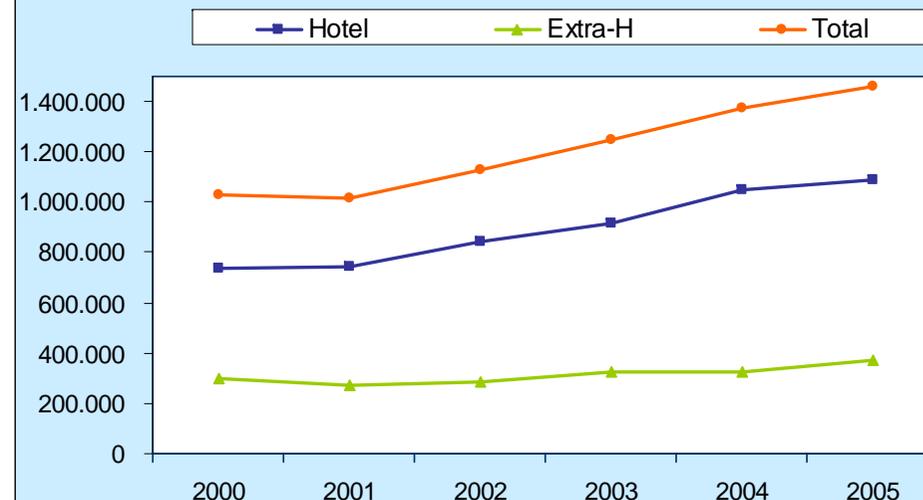


FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- La **pauta de comportamiento del mercado nacional invierte las tendencias reflejadas en los mercados extranjeros** analizados. Mercado que cubre, de manera destacada, los periodos valles de la afluencia extranjera, y en particular, durante el verano.
- Tiene sus **picos de afluencia de julio a septiembre y durante la Semana Santa**. No obstante los datos de los últimos años reflejan una tendencia al alza, también durante los meses de marzo-abril a junio.
- La evolución del mercado español en la zona norte refleja comportamiento mucho más estable y consolidado que el de la zona sur.

- En 2005 se contabilizó un total de **1.459.717 turistas nacionales alojados (+6,41% respecto a 2004)** en establecimientos de la Isla. Un mercado que **ocupa la segunda posición, con una cuota de mercado del 28,7% del total (+1,4 puntos de cuota más que en 2004)**
- Este mercado ha seguido en los últimos años una **tendencia creciente, con ritmos medios de crecimiento en torno al 6-9%** sólo superados en la segunda mitad de los años 80.
- El mercado nacional tiene una **presencia destacada en los establecimientos hoteleros de todas las categorías, así como en la zona Norte y zonas capitalina y del área de La Laguna**.

**TURISTAS ESPAÑOLES ALOJADOS EN TENERIFE SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (2000-2005)**



FUENTE: STDE Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

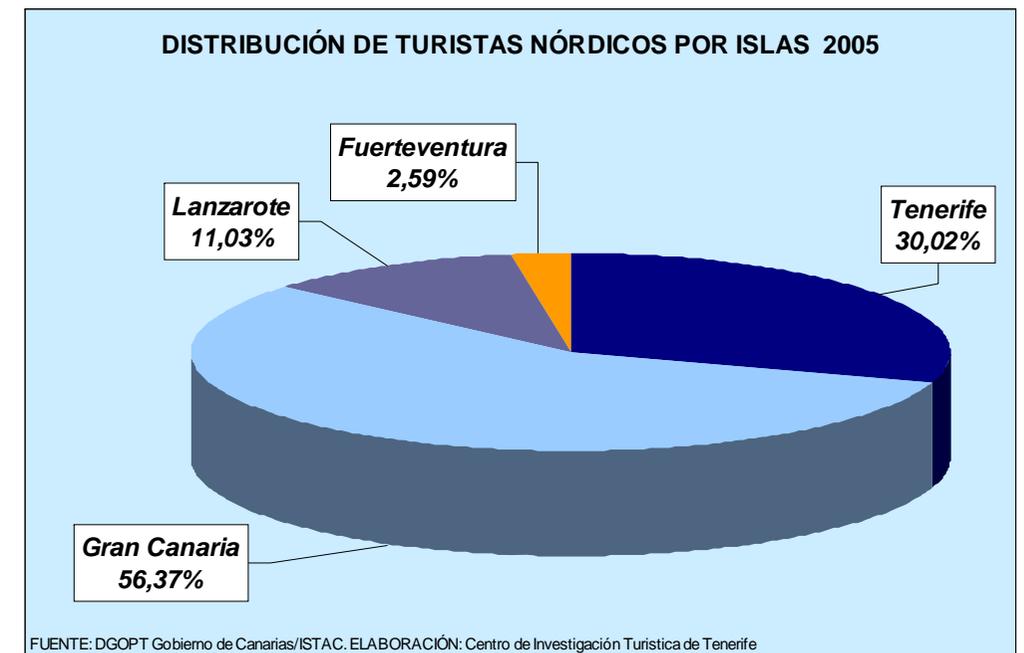
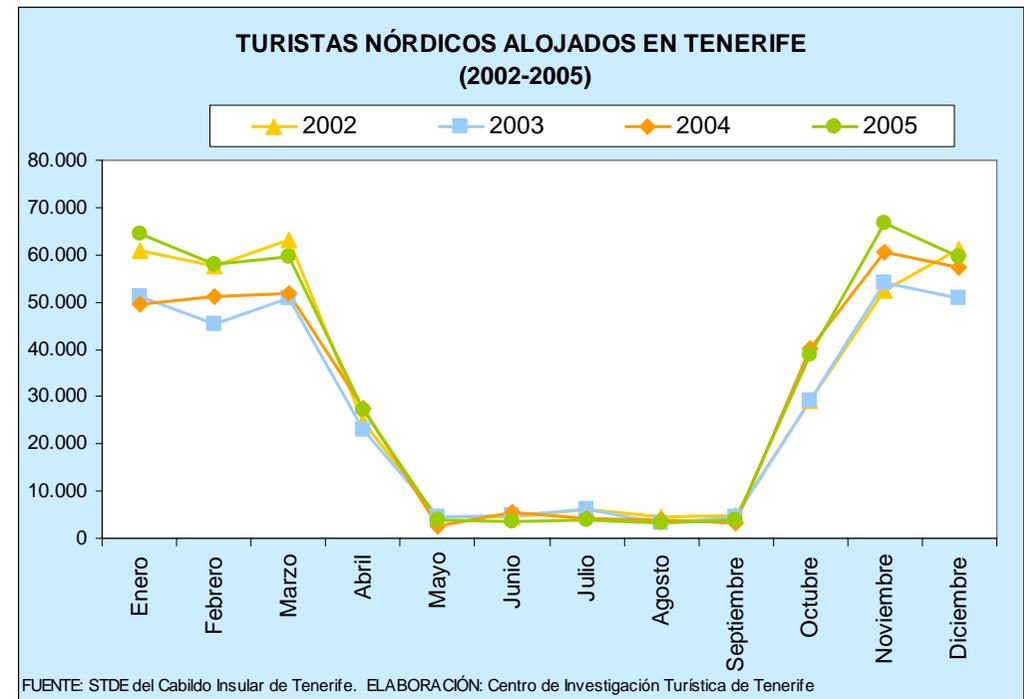
# LOS MERCADOS EMISORES: Nórdicos

● En 2005 se alojaron en la Isla un total de 393.028 (+9,96%) turistas procedentes de Países Nórdicos, mercado con una cuota del 7,7% del total (+0.6 puntos más que en el año 2004). Mercado que, tras una evolución positiva entre 1994 y 2000, inicia una etapa de retroceso en la Isla, a partir de 2001, con pérdidas medias en torno al -9%. Sin embargo, en 2004 se recupera, incrementando su afluencia alojativa a la Isla en un 9,1% , continuando en esta tónica en 2005, con un balance positivo del 9,96% de incremento en el número de alojados respecto a 2004.

● Según datos del Gobierno de Canarias, más de la mitad de los flujos de turismo nórdico hacia el archipiélago se dirigen hacia Gran Canaria, isla que posee el 56,37% de la cuota de este mercado en Canarias, frente a un 30% que recibe Tenerife. Lanzarote es, asimismo, una isla que recibe un porcentaje destacado de este mercado, con un peso en el global canario del 11%. Los datos para Canarias indican un crecimiento del 4,9% para este mercado en 2005 creciendo Tenerife por encima de la media canaria (5,2%).

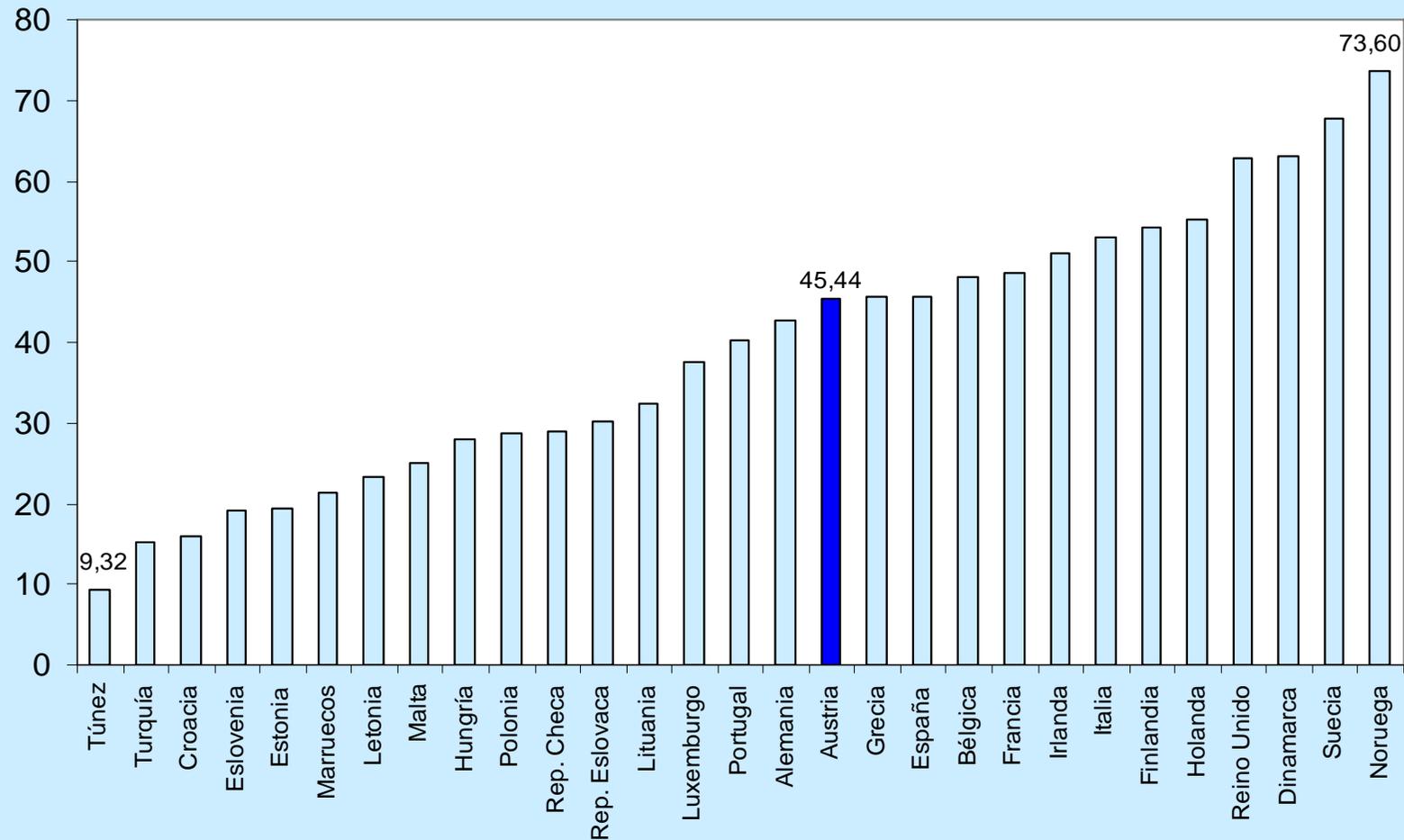
Los datos de turismo nórdico alojado en Tenerife indica la siguiente evolución:

- El mercado sueco: 2,3% del total de mercados. Evoluciona negativamente desde el año 2000 aunque inicia recuperación a partir de 2004. En 2005 acumuló un balance positivo del 17,35%.
- El mercado noruego: El 1,3% del total. También evoluciona negativamente entre 2000-2003, finalizando 2004 con un incremento del 7,2%, evolución que continuó en 2005, acumulando un crecimiento del 3,89%.
- El mercado danés: Un 1,8% del total. Alterna crecimientos y retrocesos con un resultado positivo en 2004 de +24,58 y en el año 2005 con incrementos de flujos de alojados del 9,73%.
- El mercado finlandés: Un 2,3% del total. Inicia ciclo ascendente en 2003 y 2004 con incrementos de la afluencia en torno al 14-16%. En 2005 mantiene la evolución positiva acumulando un crecimiento del 6,8%.



# LOS MERCADOS COMPETIDORES

**Índice de Precios Turísticos (IPT) por países  
(países competidores y países europeos), 2004**



No existen datos para los Emiratos Árabes Unidos.

Fuente: World Travel and Tourism Council. Elaboración: Centro de Investigación Turística de Tenerife.

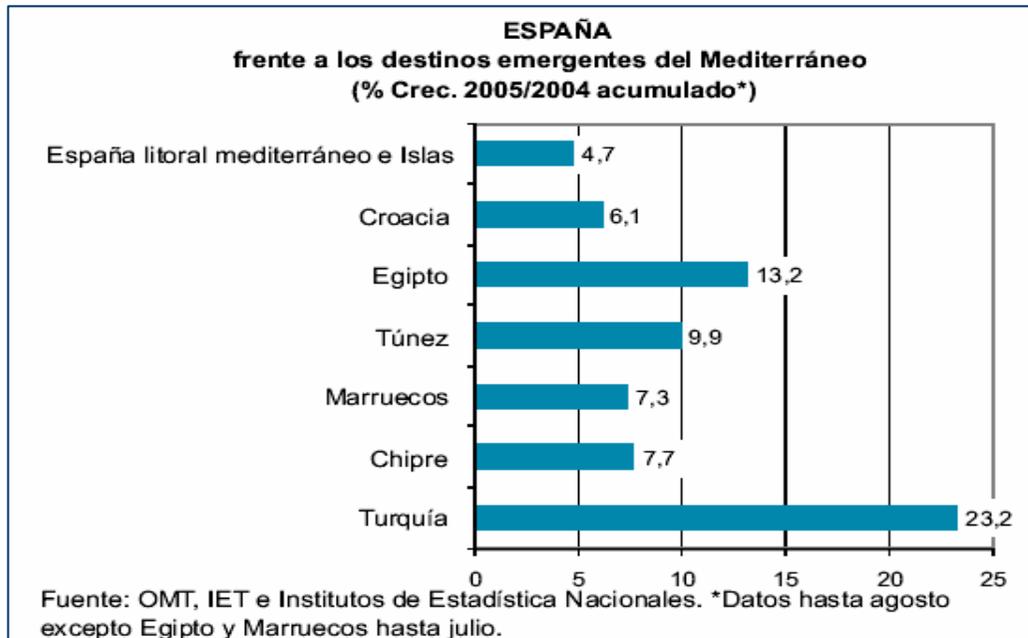
- Los principales países competidores (v.gr.: Marruecos, Turquía, Túnez, Croacia) presentan tanto precios turísticos como índices de paridad de poder de compra inferiores España.

- En los principales países emisores de Tenerife, el Índice de precios turísticos se encuentra por encima del índice medio español, así como sobre el de nuestros principales destinos competidores.

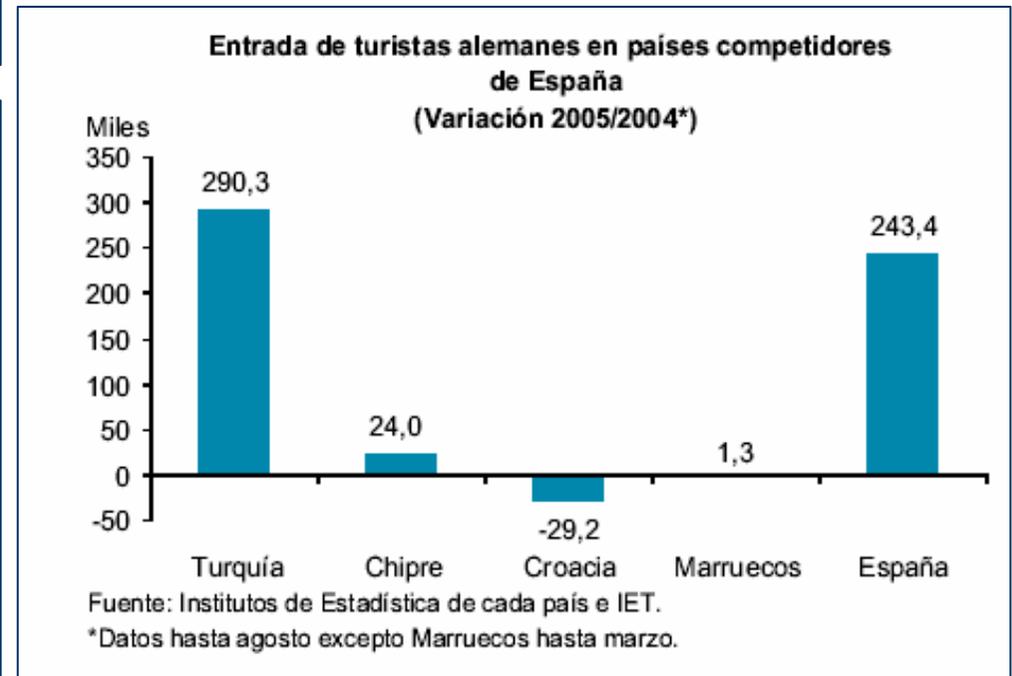
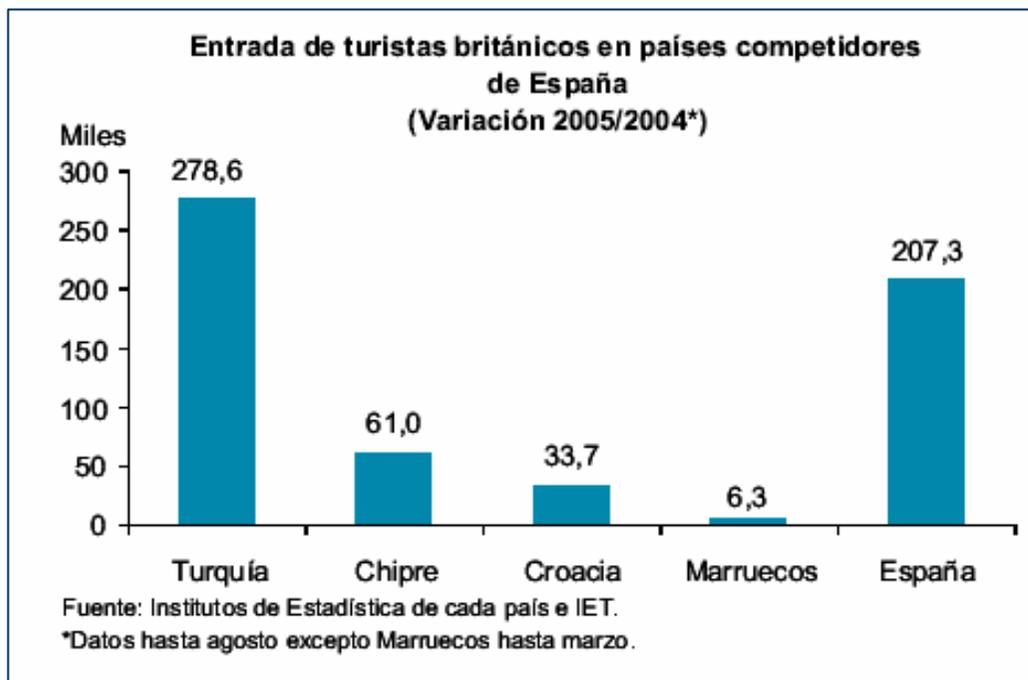
- Alemania presenta un Índice inferior al de España debido al alto valor de su Índice de Precios Hoteleros.

(IPT es una índice ordinal de clasificación usando el Índice de Precios Hoteleros a partir de un muestreo realizado por WTTC y del Índice de Paridad de Poder de Compra, que compara una cesta determinada de bienes y servicios en dólares constantes en cada uno de los países. "0" muestra el país más barato y "100" muestra el país más caro).

# LOS MERCADOS COMPETIDORES



● Turquía y Marruecos se presentan como los principales competidores del Mediterráneo contando con unas tasas de crecimiento 05/04 superiores a las de España y Canarias. El ritmo de crecimiento bajará debido a los recientes atentados en ambos países.



## MARRUECOS

- El gobierno marroquí trabaja con los siguientes objetivos para el 2010:
- Llegada de 10 millones de turistas
- Inversiones por valor de 10 billones de euros.
- 115.000 habitaciones (capacidad para 230.000 camas).
- 1.200.000 empleos tanto indirectos como directos.
- Gasto de 1.000 euros por estancia media.

## TURQUÍA

- Turquía ha planificado como objetivo turístico para el 2006 que el número de visitantes extranjeros alcance los 20 millones de turistas y los ingresos 14.500 millones de €, así como para el 2010, 30 millones de turistas, 1 millón de camas y la creación de 3 millones de puestos de trabajo (en 2002 hubo 1,5 mill. de puestos de trabajo).
- Sus proyectos se dirigen al desarrollo del turismo alternativo y la potenciación de rutas como el Circuito Verde del Mar Negro, la ruta de la Seda y Turismo religioso.
- Como prioridad tienen la promoción y desarrollo de Estambul para convertirla en una "marca" del país.
- Se invertirán 250 millones de dólares en la planificación de Puerto Gálata.

## DUBAI

- Se espera llegar a incrementar en 15 millones el número de turistas hasta el 2010.
- La capacidad actual del Aeropuerto Internacional de Dubai alberga a 22 millones de pasajeros, esperando llegar a 30 millones en el 2010.

### Proyectos concretos para Dubai:

- Palm Projekt Dubai: Construcción de 2 islas artificiales simétricas con forma de palmera que alojarán cada una 50 hoteles de lujo y más de 5.000 viviendas, así como parques acuáticos, puertos deportivos y centros comerciales. Se añadirán 120 km de frente de mar. Cadenas como Hilton, Innpro, Al Bator, Kempinski han expresado su interés por estar en estas islas artificiales.
- El Gran Hyatt Dubai, 5\*, es el mayor hotel de conferencias del Medio Este. Su centro de congresos y convenciones puede albergar a 2.000 delegados en estilo teatro.
- "Chinatown / Dubai Marina": Villas y apartamentos con capacidad para 60.000 habitantes. Su finalización está prevista para el 2008. En su interior habrá un centro comercial, bares, restaurantes...
- "Hydropolis": futuro hotel submarino de lujo situado a 20 metros por debajo del nivel del mar y a 300 metros de la costa dubaití con la que estará conectado con un pequeño tren por un túnel de cristal, tendrá 200 suites de lujo, restaurantes, salas de fiesta, balnearios e instalaciones de biología marina. Se finalizará en el 2006.
- "The World": a 2 kilómetros de la costa de Dubai se planea construir 223 islas con hoteles y villas formando el mapa del mundo.

# EL PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DE LOS VISITANTES DE TENERIFE 2004-2005



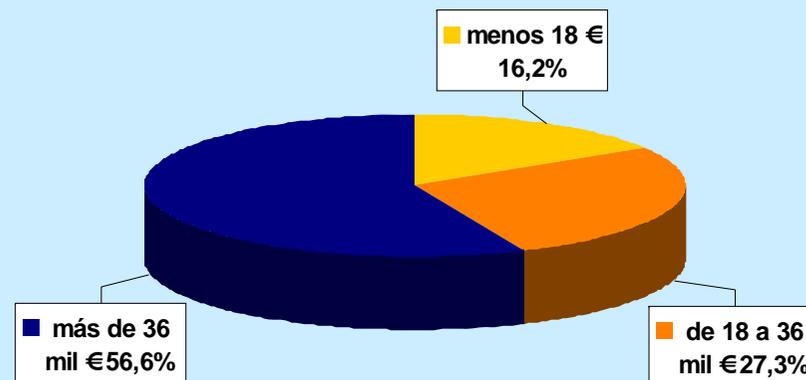
## EDAD:

- La media de edad del turista es de **44,72 años**, un turista más joven que el que nos visitó el año anterior (45,14 años). Si bien la tendencia en años anteriores parecía indicar un envejecimiento de nuestros turistas, los datos para este año reflejan un rejuvenecimiento de nuestro mercado. Se incrementa el segmento de 31 a 45 años.
- Los turistas más jóvenes son los españoles (35,4 años), italianos (42,9 años) y holandeses (43 años).
- Los turistas de más edad son los británicos (47,9 años), escandinavos (47,9 años), alemanes (47,4 años) y belgas (47,2 años).

## NIVEL DE RENTA:

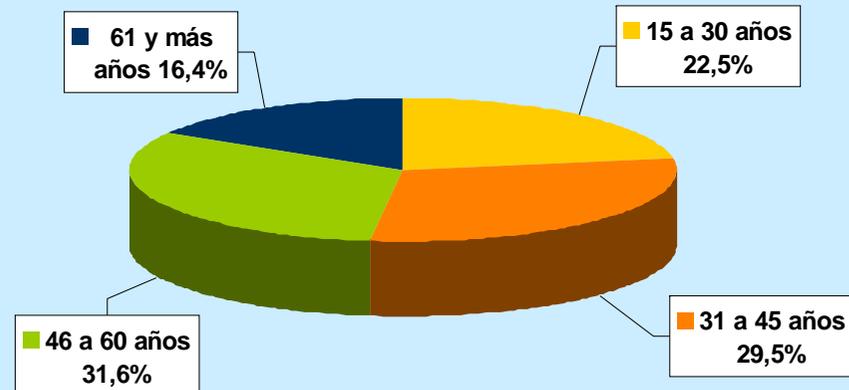
- Posee un nivel medio de renta familiar de **41.759€** que se incrementa un 1,7% respecto a 2004 . Incremento inferior al experimentado por los índices de precios de la UE (2,1).
- Baja relación entre el nivel de renta y el gasto turístico.
- Británicos, nórdicos y holandeses son las nacionalidades de mayor nivel de renta. Mientras que las menores corresponden a españoles e italianos.
- Incrementan el nivel de renta por encima de la media: Italia +8,61, Nórdicos +4,99% y RU +3,39%, Holanda (+1,01%).
- Reducen el nivel de renta los visitantes de: España 2,99%, Alemania 0,25%, Bélgica 10,47%.

TURISTAS SEGÚN NIVEL DE RENTA ANUAL DEL GRUPO FAMILIAR (2005)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo. ELABORACIÓN: Centro de Investigación

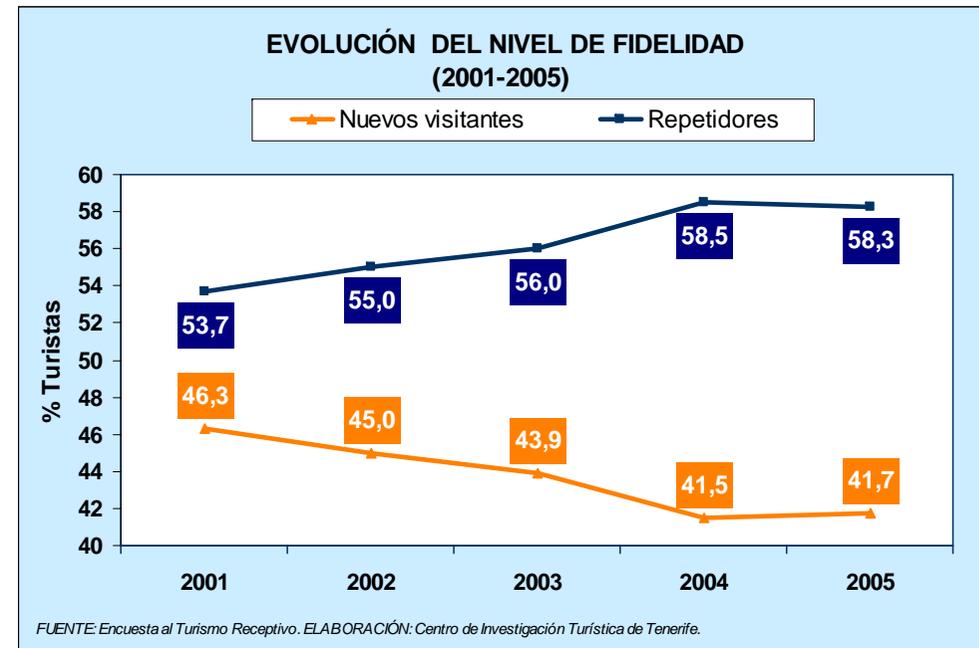
TURISTAS SEGÚN ESTRUCTURA DE EDAD (2005)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife.

## FIDELIDAD:

- El índice de fidelidad, prácticamente se mantiene, con una leve variación desde un 58,5% de repetidores en 2004 a un 58,3% en 2005.
- Los visitantes más fieles, los británicos con un 79% de repeticiones que además se ha incrementado en dos puntos en 2005. También destacan los turistas belgas por su elevado nivel de fidelidad (69%).
- Los menos fieles, los españoles y holandeses con niveles de repetición en torno a un 34-35%.
- Los repetidores han efectuado una media de 3,65 visitas a la Isla (3,72 en 2004) (visitas que pueden extenderse en el tiempo en un periodo de hasta más de 10 años. El 60% repite dentro del intervalo de 3 años).
- El sur posee un nivel de fidelidad (en torno a un 60%) superior al de la zona norte (40%).



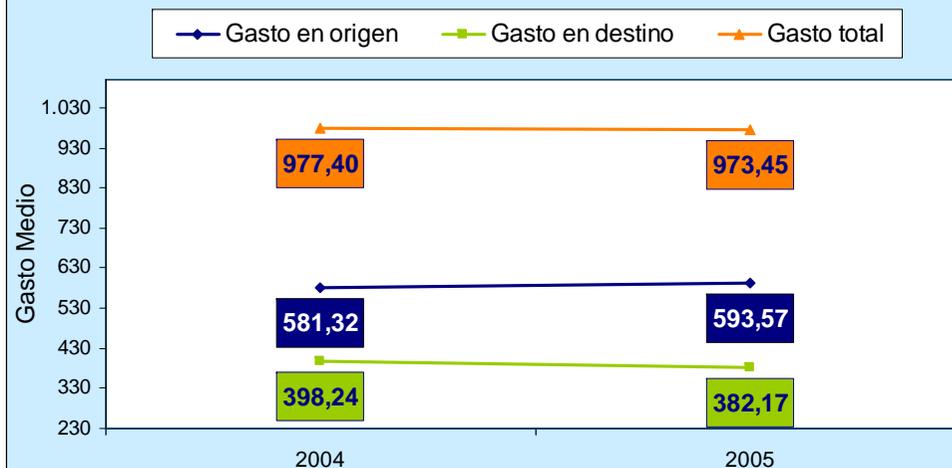
● El **gasto medio total** efectuado el visitante de la isla en 2005, fue de 973,45€ por persona, unos 100,55 € diarios por visitante. La parte de este gasto desembolsada **en origen** por sus vacaciones, un 61% del total, fue de 593,57€ por turista, unos 61,26€ por persona y día. En **destino**, los visitantes gastaron una media diaria de 38,93€ por persona (en total, 382,17€ por toda su estancia).

● El **gasto total** se ha reducido en un 0,4% mientras que el cómputo diario se incrementa un 1,9%, como consecuencia de la reducción de los días de estancia.

● El gasto efectuado por los turistas en su lugar de **origen por sus vacaciones** en la Isla (593,57€ de media) se ha incrementado un +2,1% respecto a 2004 (581,32€) y un 4,5% en lo que respecta a gasto diario (61,26€). El incremento del alojamiento en categorías hoteleras superiores, así como fórmulas de contratación que incluyen más servicios intra-alojativos (media pensión, todo incluido), pueden explicar estos datos. Ello sin contar los incrementos del precio de los combustibles para el transporte y los incrementos en índices de precios hoteleros.

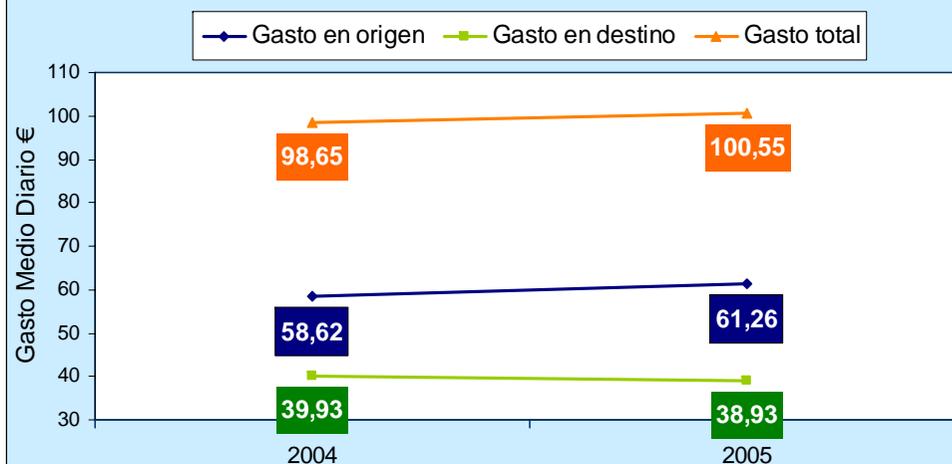
● El gasto medio diario **en destino**, se sitúa en los 38,93 €, un euro menos que en 2004 lo que representa una reducción del 2,5%. Si atendemos al gasto por visitante, la reducción es de un 4%.

EVOLUCIÓN GASTO MEDIO POR TURISTA DE TENERIFE (2004-2005) (Euros)



FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife  
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

EVOLUCIÓN GASTO MEDIO POR TURISTA DÍA DE TENERIFE (2004-2005)



FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife  
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN DESTINO SEGÚN CONCEPTO 2005				
	Gasto medio por turista (EUROS)	Gasto medio por turista y día (EUROS)	Peso porcentual de cada concepto	%Turistas Gastaron en cada concepto
Comida y bebida (fuera del alojamiento)	125,05	12,74	32,72	78,7
Compras no alimentarias	78,96	8,04	20,66	67,0
Compras de comida y bebida	51,82	5,28	13,56	63,0
Excursiones organizadas	27,15	2,77	7,10	34,0
Alquiler de coche	21,86	2,23	5,72	30,8
Extras en el alojamiento	20,18	2,06	5,28	32,2
Discotecas	12,25	1,25	3,21	11,5
Transporte público	11,23	1,14	2,94	39,1
Alojamiento pagado en Tenerife	7,96	0,81	2,08	1,9
Deportes y recreo	7,83	0,80	2,05	11,8
Otros gastos	7,47	0,76	1,95	11,3
Cuotas de Time sharing/Reformas	3,65	0,37	0,96	1,7
Servicios personales	3,10	0,32	0,81	10,9
Gastos médicos	2,30	0,23	0,60	6,5
Casinos de juego	1,37	0,14	0,36	2,0
<b>Total</b>	<b>382,17</b>	<b>38,93</b>	<b>100,00</b>	-

*\* No todos los turistas que contestan a la pregunta gastaron en cada uno de los conceptos; de manera que estas cifras representan un promedio global de quienes gastaron en un concepto dado y quienes no lo hicieron.*

*Fuente: Encuesta Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORADO: Centro de Investigación Turística*

- Las principales partidas de gasto en destino se dedican a restauración, compras, excursiones organizadas, y alquiler de coches.
- La caída del gasto en destino se producen, precisamente, en aquellos conceptos que más contribuyen en el gasto en destino, tales como gasto en restauración, en compras alimenticias y en compras generales. También desciende el gasto efectuado por el alquiler de coches (servicio en el que se reduce el nivel de contratación). Sin embargo, resulta favorable el incremento del gasto en actividades deportivas y recreativas, en excursiones organizadas y en el transporte público.

# GASTO TURÍSTICO Y NACIONALIDAD

## GASTO MEDIO DE LOS TURISTA (2005-2004) (Euros)

	Gasto medio por turista 2005			Gasto medio por turista 2004			Var05/04		
	Total	Origen	Destino	Total	Origen	Destino	Total	Origen	Destino
Reino Unido	934,13	530,00	401,13	935,23	518,85	417,91	-0,1%	2,1%	-4,0%
Alemania	1.070,49	747,61	328,35	1.108,02	765,47	353,23	-3,4%	-2,3%	-7,0%
España	875,66	507,43	375,80	879,84	482,57	401,38	-0,5%	5,2%	-6,4%
Países Nórdicos	1.034,56	627,01	395,08	1.017,76	608,43	399,11	1,7%	3,1%	-1,0%
Holanda	977,25	665,70	309,88	933,03	613,52	329,56	4,7%	8,5%	-6,0%
Bélgica	1.041,64	708,95	337,39	1.071,37	719,41	350,74	-2,8%	-1,5%	-3,8%
Francia	1.035,56	708,87	331,74	1.033,90	642,38	380,56	0,2%	10,4%	-12,8%
Italia	1.224,33	814,60	427,18	1.073,15	730,64	336,60	14,1%	11,5%	26,9%
Resto de países	1.150,77	705,23	461,99	1.152,98	684,38	459,15	-0,2%	3,0%	0,6%
<b>Gasto medio</b>	<b>973,45</b>	<b>593,57</b>	<b>382,17</b>	<b>977,40</b>	<b>581,32</b>	<b>398,24</b>	<b>-0,4%</b>	<b>2,1%</b>	<b>-4,0%</b>
	Gasto medio por turista y día 2005			Gasto medio por turista y día 2004			Var05/04		
	Total	Origen	Destino	Total	Origen	Destino	Total	Origen	Destino
Reino Unido	95,08	53,94	40,72	94,60	52,48	41,71	0,5%	2,8%	-2,4%
Alemania	85,33	59,54	25,45	85,04	58,71	26,95	0,3%	1,4%	-5,6%
España	122,86	71,22	51,93	122,70	67,18	55,63	0,1%	6,0%	-6,6%
Países Nórdicos	107,60	65,30	40,80	107,46	64,19	42,64	0,1%	1,7%	-4,3%
Holanda	104,94	71,49	33,03	97,16	63,89	34,10	8,0%	11,9%	-3,1%
Bélgica	101,02	66,94	32,04	94,77	62,91	30,78	6,6%	6,4%	4,1%
Francia	116,02	79,09	34,83	109,18	67,96	40,40	6,3%	16,4%	-13,8%
Italia	103,62	68,53	34,34	116,28	79,28	36,15	-10,9%	-13,6%	-5,0%
Resto de países	120,40	73,94	47,47	102,85	60,97	41,51	17,1%	21,3%	14,4%
<b>Gasto medio</b>	<b>100,55</b>	<b>61,26</b>	<b>38,93</b>	<b>98,65</b>	<b>58,62</b>	<b>39,93</b>	<b>1,9%</b>	<b>4,5%</b>	<b>-2,5%</b>

\*\*Cálculo de gasto total, en origen y en destino, según nueva metodología, que incluye servicios gratuitos. (No comparables con años anteriores a 2004).

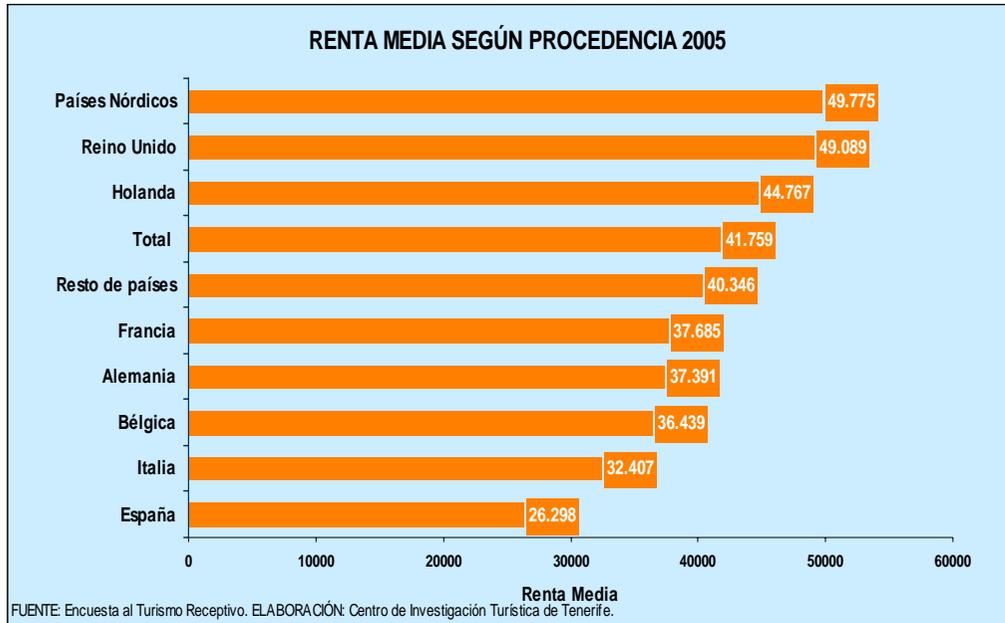
Nota: Para mayor ajuste se han tomado los casos en que se contesta a los dos conceptos (pago y gasto). De aquí que existan pequeñas diferencias respecto del resultado de la suma del gasto en origen y destino

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife

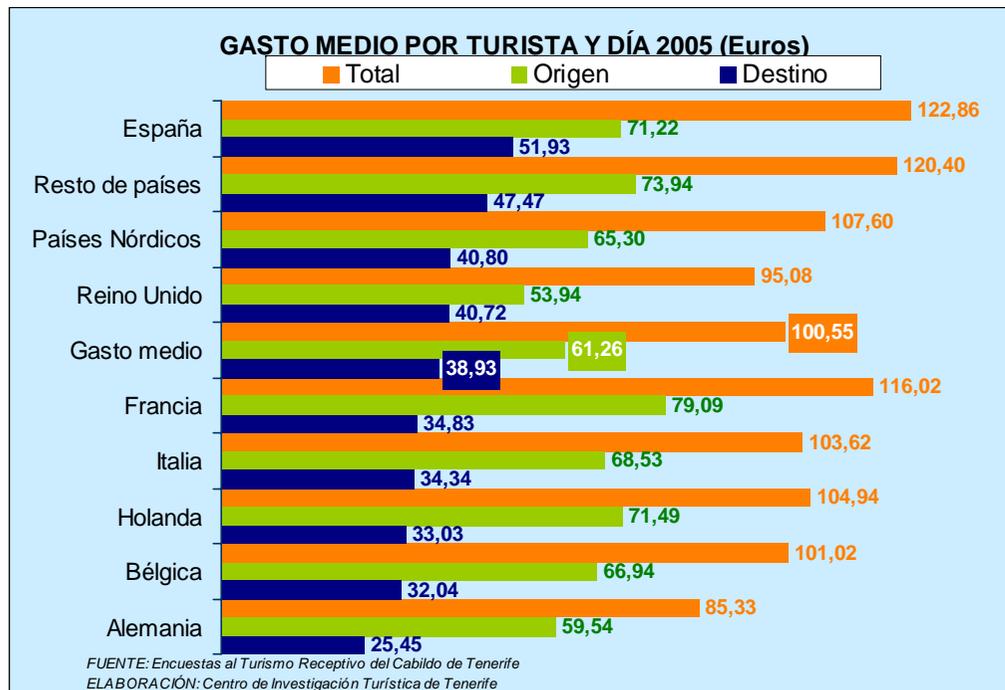
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- Italia es el único mercado que reduce su nivel de gasto diario tanto en origen como en destino.
- Los restantes mercados incrementan las cantidades diarias gastadas en su lugar de origen en concepto de vacaciones a Tenerife.
- Exceptuando a los belgas, todas las nacionalidades reducen el nivel de gasto diario efectuado en destino.
- Los mayores niveles de gasto diario en origen son los realizados por los turistas italianos, franceses y españoles.
- Los mayores niveles de gasto diario en destino son los realizados por los turistas de España, Reino Unido y Países Nórdicos, en los tres casos, superior a la media, siendo a la vez el gasto diario total (origen+ destino) de los españoles, el más alto de todas las nacionalidades (122,86 €).

# GASTO TURÍSTICO Y RENTA FAMILIAR



- El nivel de renta de los visitantes procedentes de los Países Nórdicos y del Reino Unido e Irlanda, superan el promedio global de los visitantes. Los visitantes de menor nivel de renta son los españoles y los italianos.
- Los niveles de renta de los visitantes no siempre parecen guardar una relación directa con sus niveles de gasto turístico..
- ✓ Los españoles efectúan en destino, el mayor nivel de gasto diario con diferencias de más de 13€ por encima de la media. En origen también desembolsa 9 € más que el promedio de visitantes. Sin embargo es la nacionalidad de menor nivel de renta familiar.



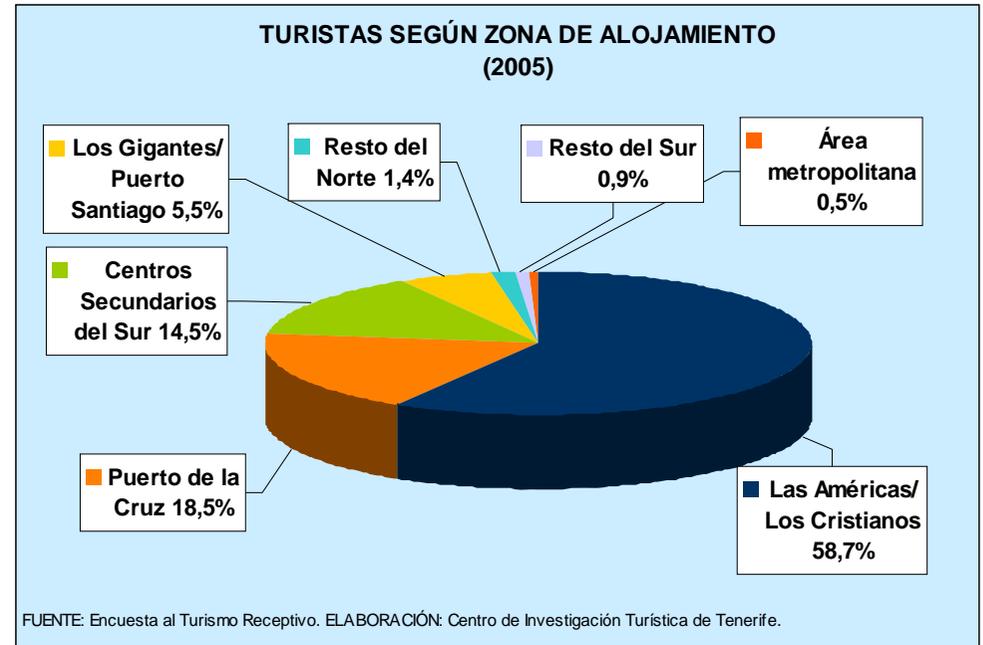
- ✓ Los alemanes gastan en destino 13€ diarios menos que el promedio de visitantes y en origen, 1,7€ menos que el total. Este mercado también se sitúa, en nivel de renta, por debajo del promedio.
- ✓ Los británicos gastan en destino 1,8€ más que el promedio pero 7,3€ menos en origen. Mercado que se coloca en segundo lugar en nivel de renta.
- ✓ Los nórdicos gastan 4€ más que el promedio en origen y 1,8€ más que la media en destino. Visitantes que se sitúan a la cabeza con los mayores niveles de renta.

## ZONAS TURÍSTICAS:

● Un 58,7% se alojó en Las Américas-Los Cristianos; un 18,5% en el Puerto de la Cruz; un 14,5% en los Centros Secundarios del Sur; un 5,5% en Los Gigantes-Puerto de Santiago y, un 2,8% en otras zonas.

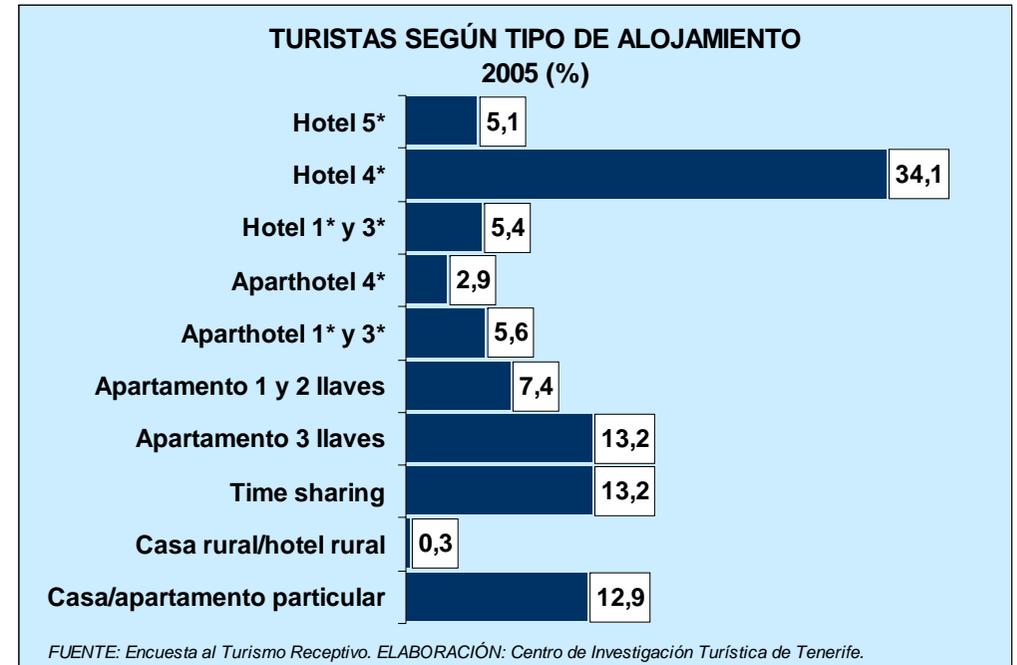
● Han ganado peso las zonas de Los Gigantes, el Puerto de la Cruz y zonas no principales del Sur perdiendo peso sin embargo, la zona de Las Américas-Los Cristianos. Esto debido a las pérdidas globales de mercados en la zona, tales como los mercados de Holanda, Bélgica, Italia y RU, que además, se trasladan hacia otras zonas del sur.

● Los británicos prefieren todas las zonas más turísticas del sur. Los alemanes, la zona norte y áreas no turísticas del sur. Los españoles, optan por área metropolitana y el norte. Los nórdicos, si bien destacan en el sur, se reparten entre varias zonas del norte y del sur.



## ALOJAMIENTO:

- Predomina el alojamiento en hoteles y apartahoteles (53%) destacando los hoteles y apartahoteles de 4\* (37,1%). El 20,6% se aloja en apartamentos, un 13,2% en time sharing y, un 12,9% en casas particulares.
- Se incrementa el número de turistas alojados en hoteles de 5\* de un 4,2% en 2004 a un 5,1% en 2005.
- Desciende el turismo alojado en apartamentos de un 22,4% a un 20,6%. ( 8,1%) y el alojamiento en categorías hoteleras y extrahoteleras inferiores.
- Apenas se producen variaciones en el time sharing 13,2% (un 13,6% en 2004) y en el alojamiento particular 12,9% (12,4% en 2004).
- Por procedencias, los británicos prefieren los hoteles de 4\*, alojamiento Time Sharing y el alojamiento privado. Los alemanes, los hoteles de 4\*, apartamentos, así como alojamiento privado. Los españoles, fundamentalmente se alojan en hoteles de 4\*. Los nórdicos, apartahoteles y apartamentos.



# SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN

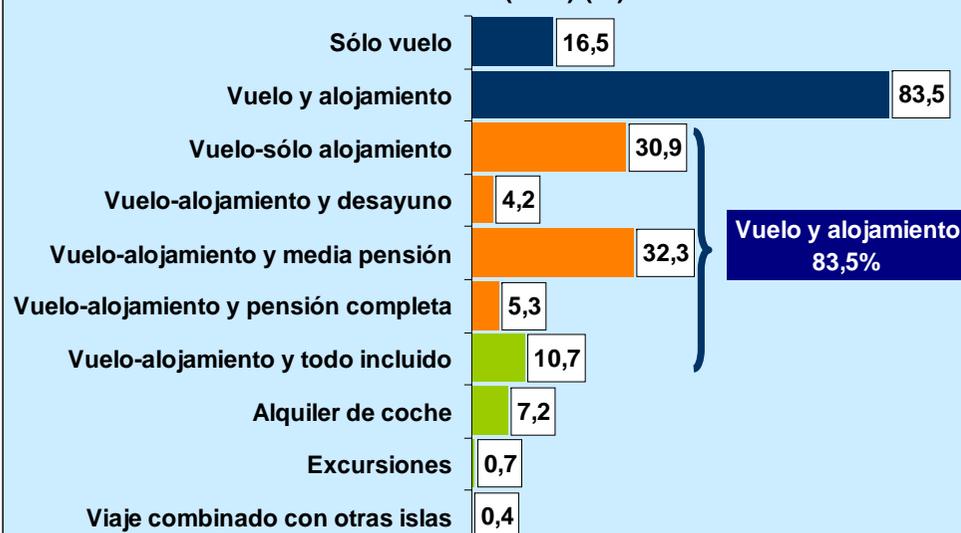
## PORCENTAJE DE TURISTAS SEGÚN SERVICIOS CONTRATADOS EN EL PAÍS DE ORIGEN (2004-2005) (%)

	2004	2005
<b>Servicios Básicos</b>		
<b>Sólo vuelo</b>	<b>20,1</b>	<b>16,5</b>
<b>Vuelo y alojamiento</b>	<b>79,9</b>	<b>83,5</b>
Vuelo-sólo alojamiento	29,0	30,9
Vuelo-alojamiento y desayuno	4,4	4,2
Vuelo-alojamiento y media pensión	30,9	32,3
Vuelo-alojamiento y pensión completa	7,2	5,3
Vuelo-alojamiento y todo incluido	8,4	10,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>Servicios complementarios contratados con el "paquete"</b>		
Alquiler de coche	5,9	7,2
Excursiones	0,6	0,7
Viaje combinado con otras islas	0,5	0,4

*FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife.  
ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife.*

- Se estabiliza la tendencia a la contratación del alojamiento y vuelo de manera individualizada, alcanzando esta modalidad de contratación un 35,9%, porcentaje similar al del año anterior. Una tendencia especialmente destacada entre los visitantes británicos (57,3% contratación individualizada). Sin embargo, esta fórmula de contratación desciende entre españoles, alemanes y escandinavos.
- Se incrementan, sin embargo, un 4,7% los paquetes turísticos de alojamiento y media pensión (30,8% en 2004 y 32,3% en 2005), un 27% los paquetes de todo incluido (que suponen un 10,7% del total frente a un 8,4% en 2004) y, también un 6,6% la modalidad de vuelo y sólo alojamiento (29% en 2004 y 31% en 2005).
- Las modalidades más elegida por nuestros visitantes continúan siendo la media pensión (31%) y el vuelo y alojamiento sin régimen de pensión (32,3%). El todo incluido se ha incrementado entre los españoles y alemanes. La pensión completa desciende un 26%, pasando de un 7,2% en 2004 a un 5,3% en 2005. Descenso que absorben los paquetes "todo incluido".

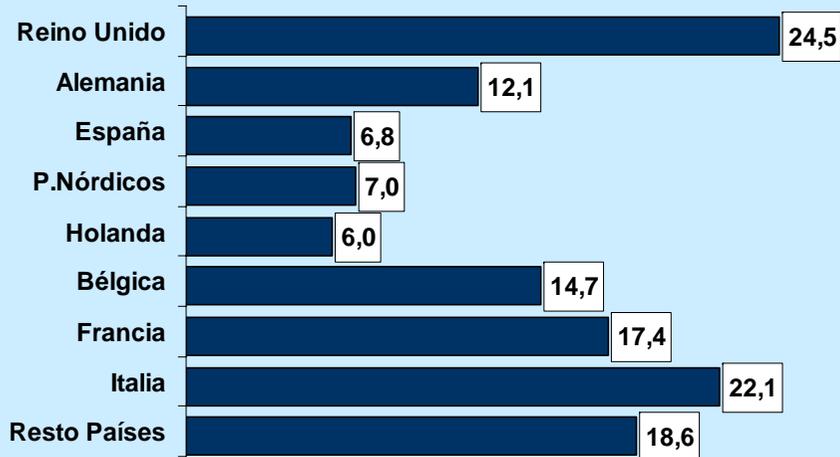
## TURISTAS SEGÚN SERVICIOS CONTRATADOS EN EL PAÍS DE ORIGEN (2005) (%)



*FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife.*

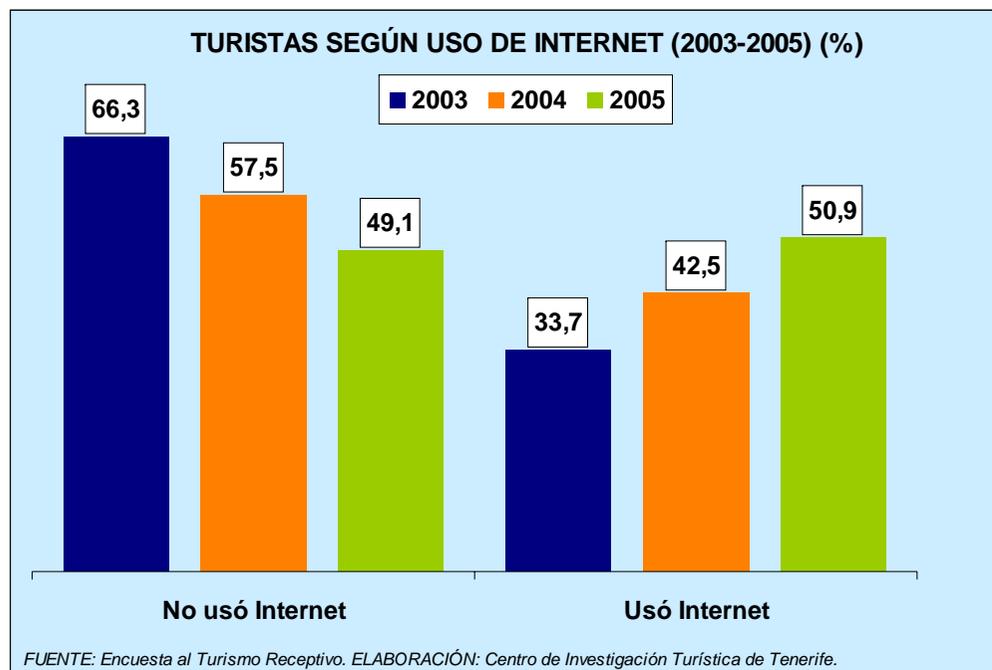
## SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN

CONTRATACIÓN "SEAT ONLY" SEGÚN PAÍS DE ORIGEN  
(2005) (%)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife.

- En 2005, se reduce la tendencia a la contratación "seat only", que pasa del 20,1% en 2004 al 16,5% en 2005. Un cambio fuerte de tendencia respecto a lo que venía ocurriendo desde 2001. Por Dicha caída se debe al descenso de este tipo de contratación por parte de los británicos, que son quienes tienen un mayor peso sobre el conjunto de nacionalidades a favor de esta modalidad. (Para los británicos, en 2004, seat only representaba el 28,9 %, mientras que en 2005 es de 24,5%).
- Respecto a la contratación del alojamiento, un 64,1% de los visitantes lo contrata conjuntamente con el vuelo y un 35,9%, lo hace por separado, siendo lo más frecuente entre estos últimos, que no se necesite alojamiento, bien por ser propiedad privada o bien, que se realice una contratación directa con el alojamiento.



- El 50,9% de los visitantes utilizó Internet para la organización del viaje, un 20% más que el nivel de uso de 2004. Herramienta que suele utilizarse fundamentalmente para consultar información sobre el destino o sus servicios (27%). Sin embargo cada vez se utiliza más para la reserva y compra de servicios turísticos, con un crecimiento del 51,65% en uso de Internet como vía de compra (el 18,18% de los visitantes utilizó Internet para comprar frente a un 13,8% que compraron en 2004), y un incremento del 20% en el uso de Internet para reservas (utilizado por el 5,9% de los visitantes.)
- Británicos, alemanes, holandeses y nórdicos se encuentran a la cabeza en utilización de Internet, destacando el fuerte incremento de uso de los visitantes nórdicos que alcanzan 62% en 2005 y 52% en 2004. Sin embargo siguen siendo los británicos los que encabezan el ranking de compra a través de Internet.
- Los nórdicos utilizan esta vía tanto como fuente de información como herramienta de contratación y, entre los británicos, holandeses y alemanes. Los alemanes, aunque se informan, no materializan la compra a través de este medio, mientras que los británicos, la emplean especialmente para materializar la compra.
- Italianos, franceses y españoles, son los visitantes que en menor medida utilizan esta tecnología aunque todas incrementan su uso en este último año.
- La tasa general de conversión en compra, es decir, compra/sobre consultas, es de un 35,5%, especialmente destacada en entre los británicos (54,5%) y nórdicos (32,12%).

## PORCENTAJE TURISTAS SEGÚN USO DE INTERNET (2005) (%)

	AÑO 2005								
	Reino Unido	Alemania	España	P.Nórdicos	Holanda	Bélgica	Francia	Italia	Resto Países
<b>No usó Internet</b>	<b>44,4</b>	<b>46,5</b>	<b>61,5</b>	<b>38,0</b>	<b>44,5</b>	<b>51,6</b>	<b>65,4</b>	<b>66,7</b>	<b>49,6</b>
<b>Usó Internet</b>	<b>55,6</b>	<b>53,5</b>	<b>38,5</b>	<b>62,0</b>	<b>55,5</b>	<b>48,4</b>	<b>34,6</b>	<b>33,3</b>	<b>50,4</b>
Sólo para consultar <sup>(1)</sup>	21,5	33,8	30,7	32,6	25,9	32,6	23,4	24,3	27,9
Para reservar <sup>(2)</sup>	3,8	13,6	1,9	9,5	15,5	6,8	1,7	2,4	7,7
Para comprar <sup>(3)</sup>	30,3	6,1	5,9	19,9	14,1	9,0	9,4	6,7	14,8
<b>Total para consultar</b>	<b>27,8</b>	<b>40,2</b>	<b>33,0</b>	<b>42,1</b>	<b>36,5</b>	<b>36,2</b>	<b>28,3</b>	<b>26,7</b>	<b>34,6</b>
<b>Total para reservar</b>	<b>5,4</b>	<b>13,9</b>	<b>2,1</b>	<b>10,1</b>	<b>15,5</b>	<b>8,1</b>	<b>2,1</b>	<b>2,4</b>	<b>9,2</b>
<b>Total para comprar</b>	<b>30,3</b>	<b>6,1</b>	<b>5,9</b>	<b>19,9</b>	<b>14,1</b>	<b>9,0</b>	<b>9,4</b>	<b>6,7</b>	<b>14,8</b>

1.- Sólo consultó. No realizó ninguna otra operación, aunque pudo hacer varias consultas sobre servicios distintos, lo cual no se refleja en esta tabla.

2.- Hizo reservas. Puede haber consultado pero no comprado.

3.- Compró. Puede haber consultado y reservado.

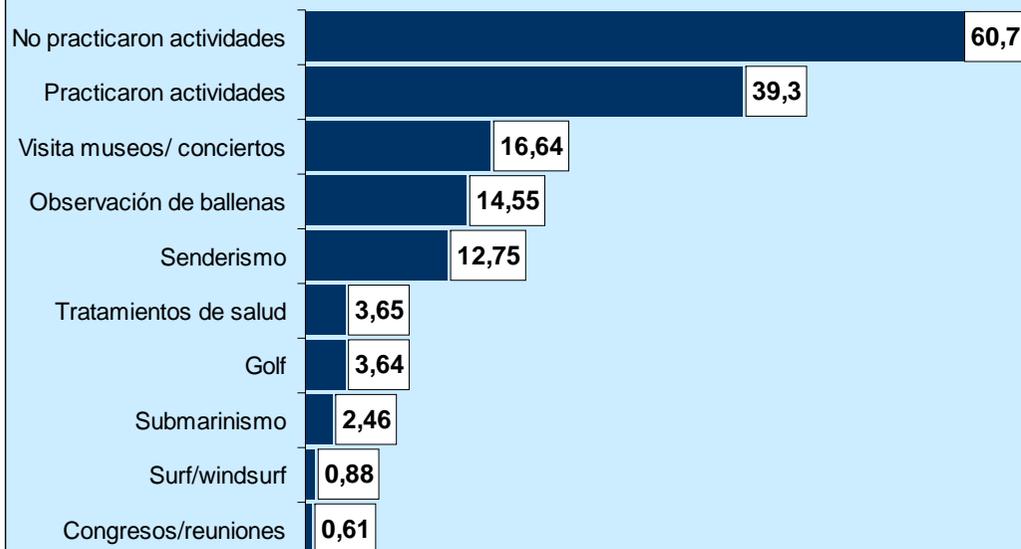
Nota: En un mismo servicio (vuelo, alojamiento, vuelo y alojamiento) no se acepta más que una respuesta, la de rango operativo superior. Es decir, si reservó el vuelo se desecha

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife.

ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife.

# TURISMO ACTIVO

## ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA ESTANCIA EN TENERIFE (2005) (%)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife.

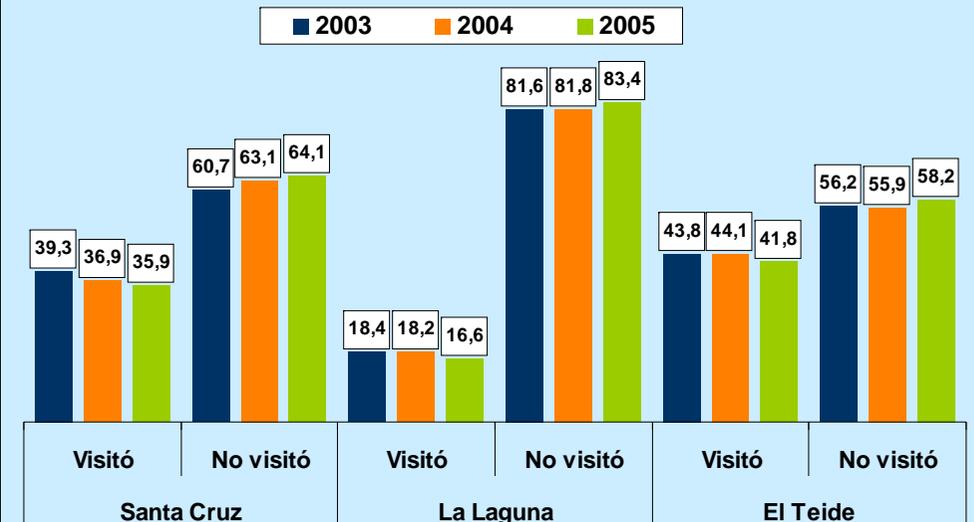
## ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE LA ESTANCIA:

- Sólo un 39,3% realiza alguna actividad durante la estancia en la Isla destacando la preferencia por las actividades culturales (16,6%), la observación de ballenas (14,5%) y el senderismo (12,7%).
- El nivel de actividad desciende de un 40,5% en 2004 a un 39,3% ( 3% de decremento).
- Los turistas más activo son los franceses, italianos, españoles y alemanes.
- El alemán se inclina por las actividades de senderismo y la cultura, opciones que también eligen otras nacionalidades no principales. El turista español elige la cultura, la observación de ballenas y, los tratamientos de salud. El británico, destaca en la práctica del golf, superando a la media en esta práctica.

## VISITAS TURÍSTICAS:

- El 53% visita Santa Cruz, La Laguna o el Teide durante su estancia en la Isla (55,5% en 2004).
- No obstante se reduce un 5% el porcentaje de turistas que visitan estos lugares de interés: El Teide (-5%), S/C (-3%) y La Laguna (-8%). El nivel de visitas en 2005 se situó en un 53% de los visitantes.
- Nuevamente son los españoles, franceses y alemanes los que más tienden a visitar estos lugares, quizá debido a un menor porcentaje de repetidores entre estos visitantes, aunque también, una mayor motivación por conocer los paisajes naturales de la isla, tal y como pone de relieve sus preferencias motivacionales. Mientras que la opción más importante para el británico es disfrutar del clima y tomar el sol.

## TURISTAS SEGÚN EXCURSIONES REALIZADAS (2003-2005) (%)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife.

## INDICE DE SATISFACCIÓN GENERAL CON EL VIAJE A TENERIFE:

- Los niveles de satisfacción generales de nuestros visitantes se mantienen estables en un índice de 7,67 (sobre una escala de 10 puntos) con una ligera variación de 0,02 puntos (7,69 en 2004). Los factores que parecen explicar este leve descenso son:
  - La incidencia de condiciones climatológicas menos favorables, resultando en una disminución en la satisfacción con elementos tales como clima y temperatura.
  - Una menor satisfacción respecto al trato y amabilidad en el servicio aunque este factor continúa entre los más satisfactorios del viaje.
  - Y una disminución en la satisfacción en relación a la calidad alojativa, el trato y las condiciones medioambientales del entorno vacacional.
- De otra parte se incrementa la satisfacción respecto a los precios en la Isla y en relación a algunos servicios complementarios tales como comercio, instalaciones infantiles y actividades deportivas.
- **LOS ASPECTOS MÁS SATISFACTORIOS:** No obstante y a pesar de estas variaciones, los aspectos que más satisfacen a nuestros visitantes continúan siendo los factores climáticos, el trato, la tranquilidad y el relax, la seguridad personal, la hospitalidad, la calidad alojativa y, la oferta de gastronómica.
- **LOS ASPECTOS MENOS SATISFACTORIOS:** Debemos prestar atención a otros factores que no consiguen satisfacer al visitante, tales como: las playas, la oferta complementaria y la calidad ambiental.

## ÍNDICES DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS 2005



\* Son los promedios de las puntuaciones dadas según una escala de 1 (= muy insatisfactorio) a 10 (= muy satisfactorio)

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

● Los más satisfechos: británicos, belgas e italianos. Los menos satisfechos: franceses, nórdicos y españoles.

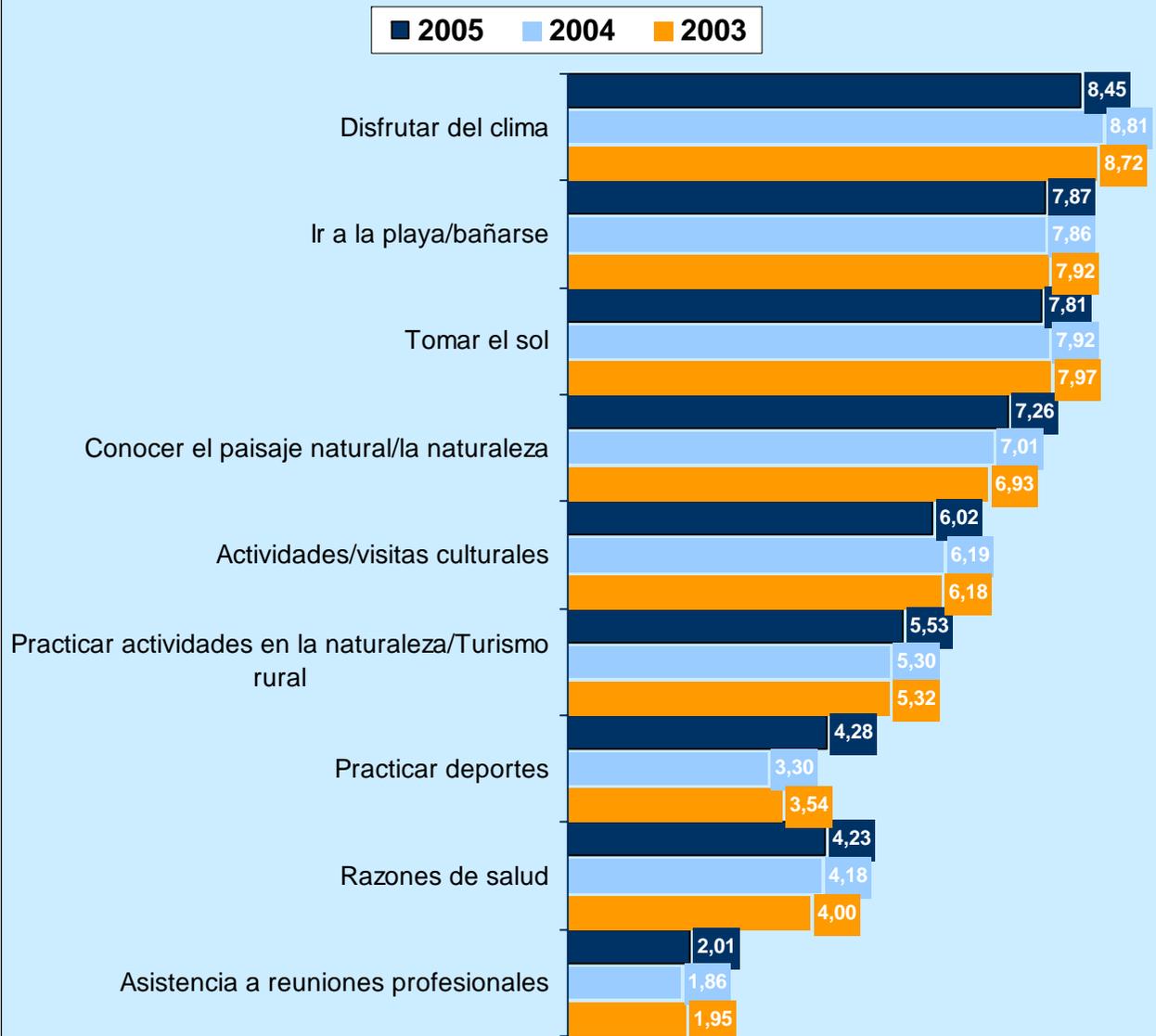
● **BRITÁNICOS:** El índice medio de satisfacción del turista británico (7,75) supera en 8 décimas al índice promedio (7,67). Los aspectos más satisfactorios para este mercado son los factores climáticos, calidad y trato del alojamiento, las piscinas, la tranquilidad, la seguridad personal y la restauración fuera del alojamiento. Los aspectos más insatisfactorios: las playas, la oferta de actividades culturales, instalaciones para niños, instalaciones deportivas, la calidad ambiental y la naturaleza.

● **ESPAÑOLES:** el nivel medio de satisfacción del visitante español (7,59) es 8 décimas inferior al del promedio. Siendo los aspectos que más satisfacen a estos visitantes: la climatología; trato en el alojamiento; infraestructuras y calidad del alojamiento; la seguridad, las Excursiones, tanto organizadas como por cuenta propia; el entorno natural, la tranquilidad y relax; y la restauración en el alojamiento. Sin embargo, los aspectos que menos les satisfacen son: precios; instalaciones deportivas, el baño en el mar, calidad medioambiental del centro de vacaciones, la oferta de ocio y cultural.

● **ALEMANES:** El índice medio de satisfacción del turista alemán (7,63) es inferior al índice promedio 4 décimas. Los aspectos del viaje que más satisfacen al mercado alemán son: el clima, las excursiones por cuenta propia, la seguridad, asistencia médica, el trato en el alojamiento, las excursiones organizadas, la tranquilidad/relax, la naturaleza y las actividades en ella. Los aspectos más insatisfactorios son: los precios, las playas, las instalaciones y oferta deportiva, la oferta cultural, instalaciones de recreo para niños, lugares de diversión, calidad medioambiental y el trato y cordialidad.

● **NÓRDICOS:** el mercado nórdico presenta un índice de satisfacción medio de 7,57, 10 décimas por debajo del promedio. A pesar de ello, los elementos del viaje que más satisfacen a este mercado son: el clima; las excursiones que han realizado por cuenta propia; la seguridad; trato en el alojamiento; las excursiones organizadas; la tranquilidad/relax, la naturaleza . Los elementos más insatisfactorios son: los precios; las playas, las instalaciones deportivas, las instalaciones para niños, la oferta comercial, el baño en el mar, los lugares de diversión.

## FACTORES DE MOTIVACIÓN DE LOS TURISTAS



\* Son los promedios de las puntuaciones dadas según una escala de 1 (= ninguna importancia) a 10 (= máxima importancia)

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife.

ELABORACIÓN: Centro de Investigación Turística de Tenerife

- La motivación principal de los visitantes de Tenerife se centra su bondad climática y el disfrute de la playa. Un elemento éste último, las playas, que sin embargo parece no resultar todo lo satisfactorio que esperan los visitantes.

- La naturaleza de la isla constituye, asimismo, un importante factor de reclamo para los visitantes, en particular, en el mercado alemán y español. Un elemento no suficientemente aprovechado.

- Hay que llamar la atención sobre el escaso poder de atracción que tiene sobre la demanda actual, la oferta insular de turismo activo. Motivación que se refleja en el escaso nivel de "actividad" que desarrollan los visitantes durante su estancia en la isla.

