

SITUACIÓN TURÍSTICA Tenerife 2011

X TENERIFE
disfruta de todo

www.webtenerife.com



EVOLUCIÓN TURÍSTICA 2011

- Situación general
- Situación hotelera y extrahotelera
- Oferta alojativa
- Situación de los mercados
 - España
 - Reino Unido
 - Alemania
 - Países Nórdicos
 - Francia
 - Italia
 - Holanda y Bélgica
 - Irlanda y Países del Este
- Situación de las zonas turísticas
 - Zona Sur
 - Zona Norte
- Tráfico de pasajeros en Tenerife
- Destinos competidores
- Tenerife y Canarias en el contexto español

LOS VISITANTES DE TENERIFE 2011

- Edad
- Acompañantes en el viaje
- Renta familiar
- Fidelidad
- Zona y tipo de alojamiento
- Contratación del viaje
- Internet: contratación e información
- Fuentes de información en origen sobre Tenerife
- Fuentes de información en destino sobre Tenerife
- Uso de redes sociales
- Uso de internet en móviles
- Equipamiento de internet en el destino
- Gasto e ingreso turístico
- Actividades turísticas y excursiones
- Uso de coche durante la estancia
- Información sobre actividades turísticas
- Sugerencias para mejorar las actividades turísticas

PERCEPCIÓN TURÍSTICA DE TENERIFE 2011

- Satisfacción con las vacaciones
- Motivaciones para viajar a Tenerife
- Competidores: destinos alternativos a Tenerife
- Expectativas del viaje a Tenerife

RESUMEN 2011

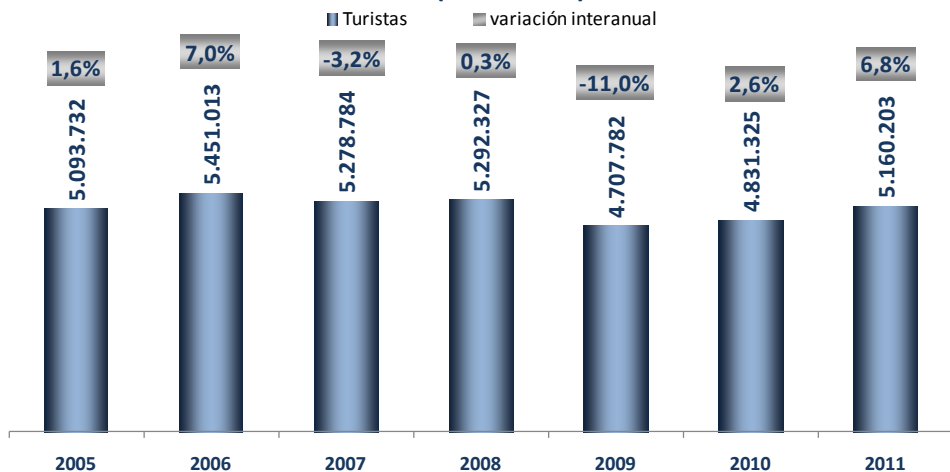


Evolución turística 2011



- El año 2011 concluye en un balance general positivo con incremento del 6,8% en la cifra de alojados en Tenerife. La recuperación turística, después de tres años de situación poco favorable, comienza a partir del 2º trimestre de 2010, produciéndose una recuperación importante en el sector.
- La cifra total de alojados en 2011 asciende a 5.160.203 turistas en el año (el máximo fue en 2006 con 5.451.013 turistas alojados).
- Durante los meses de febrero a abril, la isla se benefició de los efectos de la llamada "Primavera Árabe", generando un extra de crecimiento que se estima en +6% sobre las cifra de crecimiento que hemos registrado. Si se elimina este efecto, el crecimiento acumulado podría situarse en torno a un 5%. Y a pesar de ello, las cifras de crecimiento, pasados los meses de crisis del Norte de África, se han mantenido en una tasa media del 5,5%, bastante importante dada la situación económica general.
- El balance de la temporada de invierno 10/11 fue de un crecimiento del +8,5%, y las del verano 2011 del +7,7%.

EVOLUCIÓN DEL TURISMO ALOJADO EN TENERIFE (2005-2011)



TURISTAS ALOJADOS EN TENERIFE POR TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

	Hotelero		Extrahoteleros		Total	
	turistas	var. Interanual	turistas	var. Interanual	turistas	var. Interanual
diciembre	248.209	3,2%	168.124	1,5%	416.333	2,5%
noviembre	257.912	8,9%	154.418	-3,4%	412.330	4,0%
octubre	282.737	5,0%	176.118	7,2%	458.855	5,8%
septiembre	267.730	16,1%	153.501	15,3%	421.231	15,8%
agosto	298.679	5,4%	188.171	3,5%	486.850	4,7%
julio	297.675	12,3%	192.630	3,5%	490.305	8,7%
junio	238.850	3,5%	145.233	0,8%	384.083	2,4%
mayo	233.683	0,2%	124.497	-2,7%	358.180	-0,9%
abril	290.800	12,3%	183.799	12,3%	474.599	12,3%
marzo	277.841	15,8%	176.407	7,3%	454.248	12,3%
febrero	254.981	14,2%	162.648	11,2%	417.629	13,0%
enero	240.856	6,3%	144.704	-7,1%	385.560	0,9%
2011	3.189.953	8,6%	1.970.250	4,1%	5.160.203	6,8%
2010	2.938.209	5,6%	1.893.116	-1,7%	4.831.325	2,6%
2009	2.781.576	-10,8%	1.926.206	-11,4%	4.707.782	-11,0%
2008	3.118.003	0,7%	2.174.324	-0,4%	5.292.327	0,3%
2007	3.096.489	-1,5%	2.182.295	-5,4%	5.278.784	-3,2%
2006	3.144.811	10,3%	2.306.202	2,9%	5.451.013	7,0%
2005	2.851.478	3,4%	2.242.254	-0,7%	5.093.732	1,6%
2004	2.758.318	6,3%	2.257.659	-2,0%	5.015.977	2,4%
2003	2.595.440	1,9%	2.302.563	0,9%	4.898.003	1,4%
2002	2.547.647	1,2%	2.282.668	-3,4%	4.830.315	-1,0%
2001	2.518.228	5,0%	2.361.811	1,3%	4.880.039	3,2%
2000	2.398.568	3,6%	2.331.857	0,2%	4.730.425	1,9%
1999	2.314.118	6,6%	2.327.686	6,0%	4.641.804	6,3%
1998	2.170.273	2,1%	2.196.919	1,8%	4.367.192	2,0%
1997	2.125.200	5,2%	2.157.179	2,5%	4.282.379	3,8%
1996	2.020.305	0,5%	2.105.163	1,5%	4.125.468	1,0%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife.



■ Tenerife registró en 2011 un total de 40.230.487 pernoctaciones, lo que supone un incremento del 11% respecto a 2010. Un crecimiento superior al que registra la cifra de alojados, dado el incremento de la estancia media de los visitantes en 0,30 puntos, situándose en el año en 7,8 días de media.

■ La ocupación alojativa ha sido en el año 2011 de un 63,6%, un 13,3% superior a la del año anterior y favorecida por la salida del mercado de plazas turísticas. Así, en el 2º semestre de 2011 la Isla perdió un 1,6% de sus plazas (2.777 plazas menos respecto a igual período del año anterior), en su totalidad plazas extrahoteleras, que se reducen un 6% (5.384 plazas extrahoteleras menos). Por el contrario se incrementaron un 3% las plazas hoteleras (2.607 plazas).

■ Por nacionalidades, el único mercado que cierra el año con un balance negativo es el mercado español (-11,2%). Sin embargo, el turismo internacional mantiene muy buen comportamiento registrando un aumento del 14,6%, con un cómputo global de 3.857.901 alojados en el año.

■ En general, todos los emisores extranjeros registran importantes incrementos en el año: Reino Unido registra un incremento del 10,6% y Alemania un 9,9%. El mercado francés aumenta la cifra de visitantes un 45,5%, el belga un 11%, el italiano del 30,2%. Y, el holandés un 9,1%.

■ El mercado ruso continúa en expansión, con un crecimiento del 36,3%, lo mismo que sucede con otros mercados del Este (+20,9%).

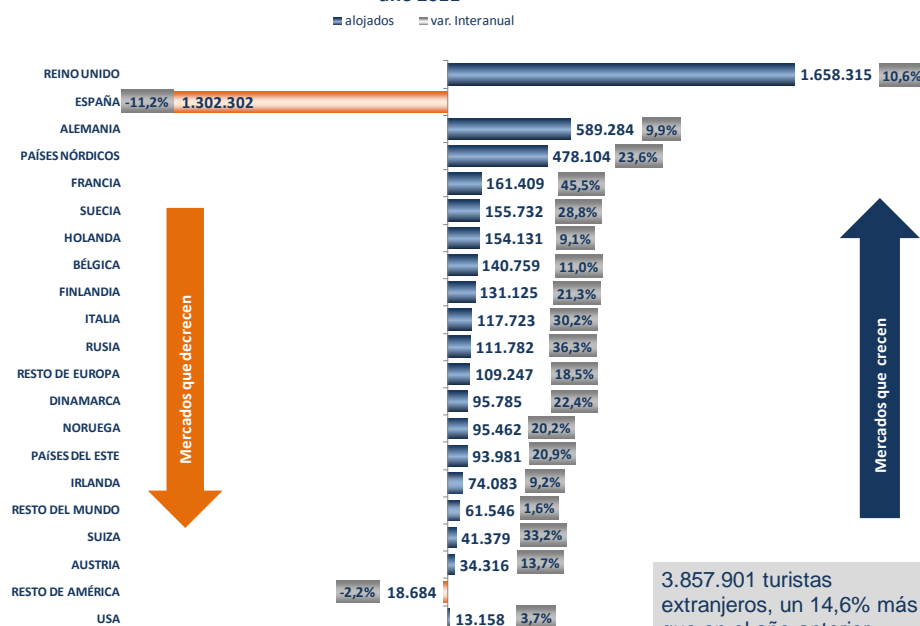
■ El conjunto de los mercados nórdicos crecieron un +23,6%: Dinamarca (+22,4%), Finlandia (+21,3%), Noruega (+20,2%) y Suecia (28,8%).

RESUMEN DE INDICADORES

INDICADOR	TOTAL	año 2010	año 2011	Variación%	Diferencia
ALOJADOS	alojados	4.831.325	5.160.203	6,8%	328.878
	alojados hoteleros	2.938.209	3.189.953	8,6%	251.744
	alojados extrahoteleros	1.893.116	1.970.250	4,1%	77.134
OCUPACIÓN	ocupación	56,1	63,6	13,3%	7,5
	ocupación hotelera	65,3	73,8	13,1%	8,6
	ocupación extrahotelera	47,4	53,1	12,1%	5,7
PERNOCTACIONES	pernoctaciones	36.229.392	40.230.487	11,0%	4.001.095
	pernoctaciones hoteleras	20.544.455	23.545.131	14,6%	3.000.676
	pernoctaciones extrahoteleras	15.684.937	16.685.356	6,4%	1.000.419
ESTANCIAS MEDIAS	estancia media	7,50	7,80	-	0,30
	estancia media hotelera	6,99	7,38	-	0,39
	estancia media extrahotelera	8,29	8,47	-	0,18

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

TURISTAS ALOJADOS EN TENERIFE POR NACIONALIDADES año 2011



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS TURISTAS ALOJADOS



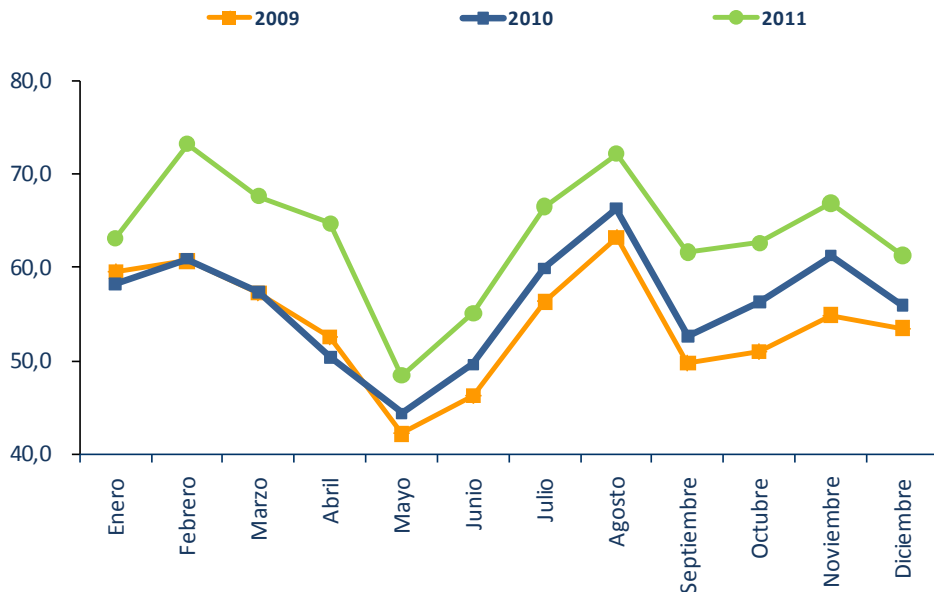
FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LAS PERNOCTACIONES



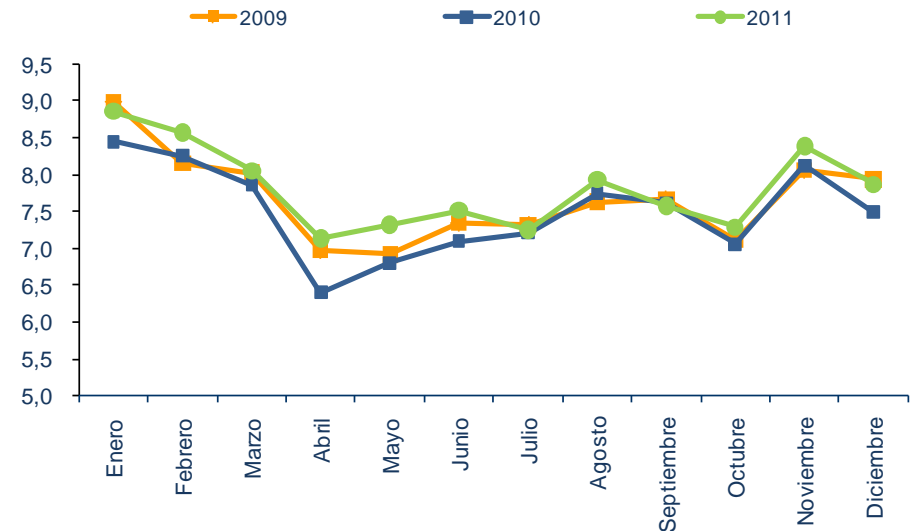
FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LOS ÍNDICES DE OCUPACIÓN (%)



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LAS ESTANCIAS MEDIAS

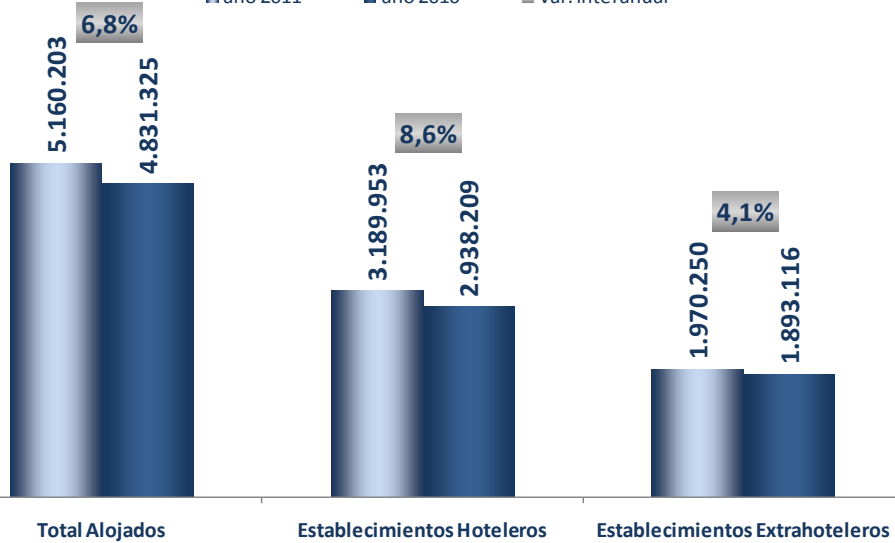


FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



TURISMO ALOJADO SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

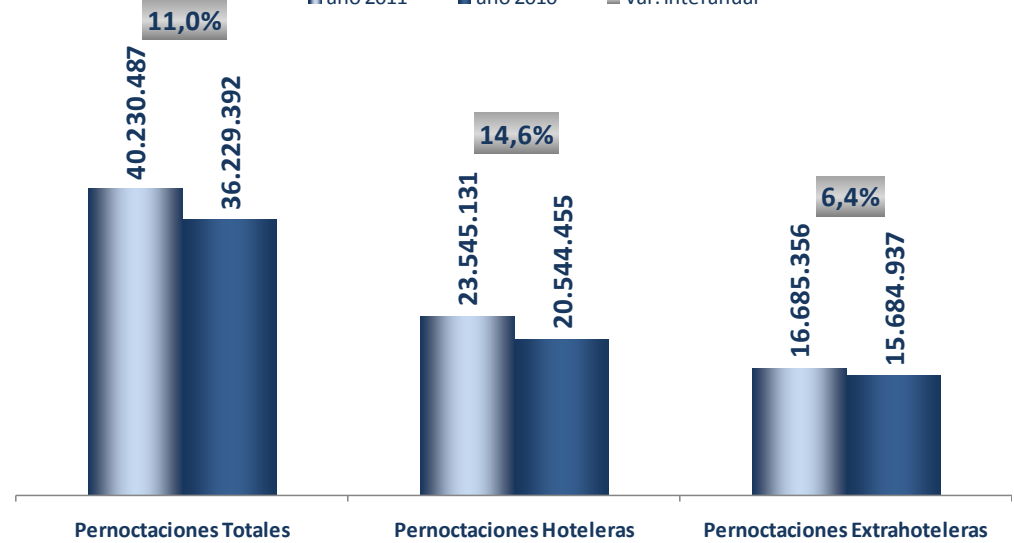
■ año 2011 ■ año 2010 ■ var. interanual



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

PERNOCTACIONES SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

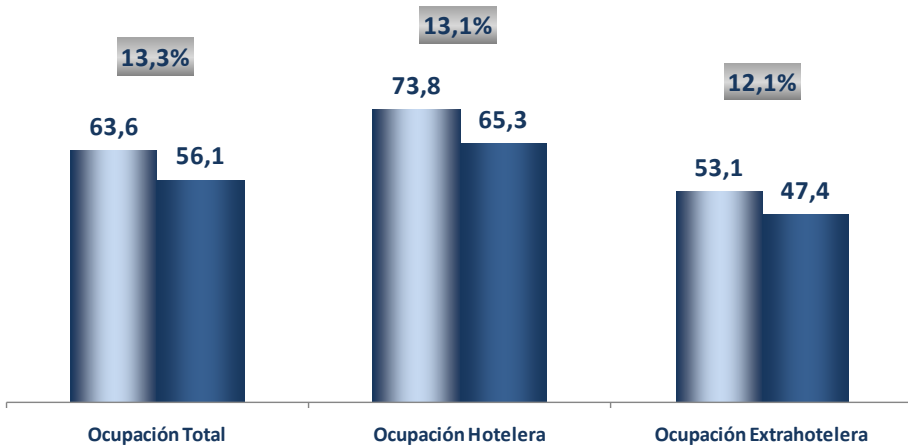
■ año 2011 ■ año 2010 ■ var. interanual



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

ÍNDICES DE OCUPACIÓN SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO (%)

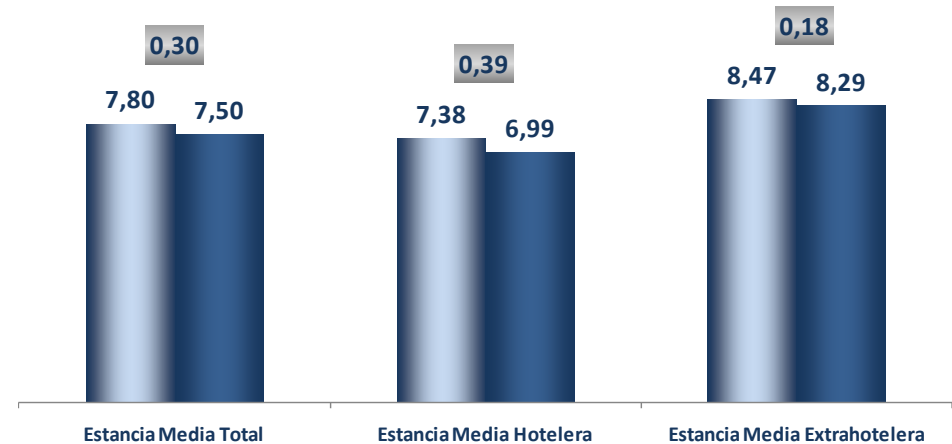
■ año 2011 ■ año 2010 ■ Var. interanual



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

ESTANCIAS MEDIAS SEGÚN TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

■ año 2011 ■ año 2010 ■ Dif. interanual



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Situación hotelera y extrahotelera



■ En 2011 los establecimientos **hoteleros** alojaron un total de 3.189.953 turistas, un 8,6% más que en el año anterior. Este comportamiento positivo se ha mantenido durante todo el año. Su resultado también había sido positivo en 2010 (+5,6%) tras un año de fuertes pérdidas en 2009 (-10,8%).

■ Todas las categorías hoteleras registran incrementos en el año: los hoteles de 5* incrementan su clientela un 6,5%, los de 4* un 9,4%, los de 3* un 6%, los de 2* un 15,3% y los de 1* un 12,9%.

■ Las pernoctaciones hoteleras ascendieron a 23.545.131, incrementando la cifra un +14,6%. Aumentan las pernoctaciones en todas las categorías hoteleras. Los hoteles de 5* incrementan sus pernoctaciones un 16,7%, los de 4* un 5,4%, los de 3* un 14,6%, los de 2* un 15,8% y los de 1* un 9,9%.

■ La estancia media hotelera se incrementa en 0,39 puntos, situándose en 7,38 días de media. Los mayores incrementos en la estancia media se registran en los hoteles de 5* (+0,63 puntos) y en hoteles de 3* (+0,55 puntos).

■ Los hoteles han mantenido una ocupación media del 73,8%, lo que supone un incremento del indicador del +13,1%. El sector hotelero no registraba índices tan altos desde 2006, año que mantuvo una ocupación media del 74,4%. Aumenta un 16,4% la ocupación en hoteles de 5*, que se sitúa en un 71%, así como en los hoteles de 4*, con incremento del 11% y un índice del 78,8%. También crece la ocupación de hoteles de 3* un 17,2%, para situarse en un índice del 65,6%.

■ Los **establecimientos extrahoteleros** se recuperan de la situación negativa de manera más tardía que los hoteles, manteniendo cifras negativas hasta principios de 2011. Estos establecimientos inician resultados positivos a partir de febrero, con un balance en el año de 1.970.250 turistas alojados (+4,1%).

■ Las pernoctaciones realizadas por los visitantes en los establecimientos extrahoteleros ascendieron a un total de 16.685.356, un 6,4% más que el año anterior.

■ La duración media de las estancias en estos establecimientos ha sido de 8,47 días de media, registrando un aumento de 0,18 puntos.

■ La ocupación media en el año en esta tipología alojativa ha sido del 53,1%, lo que supone un importante crecimiento del +12,1%.

TURISMO ALOJADO SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTO

CATEGORÍAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL CATEGORÍAS					
Total Alojados	4.831.325	100,0%	5.160.203	100,0%	6,8%
CATEGORÍA HOTELERA					
Hotelera	2.938.209	60,8%	3.189.953	61,8%	8,6%
5*	389.778	8,1%	415.085	8,0%	6,5%
4*	1.825.595	37,8%	1.996.765	38,7%	9,4%
3*	585.583	12,1%	620.633	12,0%	6,0%
2*	103.520	2,1%	119.375	2,3%	15,3%
1*	33.733	0,7%	38.095	0,7%	12,9%

CATEGORÍA EXTRAHOTELERA					
Extrahotelera	1.893.116	39,2%	1.970.250	38,2%	4,1%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

PERNOCTACIONES SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTO

CATEGORÍAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL CATEGORÍAS					
Totales	36.229.392	100,0%	40.230.487	100,0%	11,0%
CATEGORÍA HOTELERA					
Hotelera	20.544.455	56,7%	23.545.131	58,5%	14,6%
5*	2.564.325	7,1%	2.992.249	7,4%	16,7%
4*	13.479.437	37,2%	15.400.857	38,3%	14,3%
3*	3.984.464	11,0%	4.564.956	11,3%	14,6%
2*	333.342	0,9%	386.122	1,0%	15,8%
1*	182.887	0,5%	200.947	0,5%	9,9%

CATEGORÍA EXTRAHOTELERA					
Extrahotelera	15.684.937	43,3%	16.685.356	41,5%	6,4%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

ÍNDICES DE OCUPACIÓN SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTO (%)

CATEGORÍAS	año 2010	año 2011	Var. interanual
TOTAL CATEGORÍAS			
Ocupación Total	56,1	63,6	13,3%
CATEGORÍA HOTELERA			
Hotelera	65,3	73,8	13,1%
5*	61,0	71,0	16,4%
4*	70,9	78,8	11,0%
3*	56,0	65,6	17,2%
2*	41,8	48,1	15,1%
1*	49,9	53,7	7,6%

CATEGORÍA EXTRAHOTELERA			
Extrahotelera	47,4	53,1	12,1%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Situación hotelera y extrahotelera



- Los hoteles ganan clientes de todas las nacionalidades ,a excepción del mercado español que cae un -9,2% en este segmento alojativo.
- El mercado británico, un mercado tradicionalmente extrahotelero, crece de forma importante en los hoteles (+14%), y en particular, en hoteles de 5*. Este incremento casi duplica al registrado por este mercado en los establecimientos extrahoteleros (+7,6%).
- Los establecimientos extrahoteleros pierden clientes españoles, austríacos y holandeses. El mercado irlandés es el único que registra en el año un crecimiento en los establecimientos extrahoteleros superior al que tiene en los hoteles.

TURISTAS ALOJADOS POR NACIONALIDADES SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA DEL ESTABLECIMIENTO
año 2011

NACIONALIDAD	Total	var. Interanual	ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS												Extrahotelero	var. Interanual
			Hotelero	var. Inter.	Hoteles 5 *	var. Inter.	Hoteles 4 *	var. Inter.	Hoteles 3 *	var. Inter.	Hoteles 2 *	var. Inter.	Hoteles 1 *	var. Inter.		
Reino Unido	1.658.315	10,6%	798.991	14,0%	126.186	21,8%	509.423	8,5%	141.045	24,7%	9.608	56,1%	12.729	46,3%	859.324	7,6%
España	1.302.302	-11,2%	979.552	-9,2%	95.648	-25,1%	608.366	-4,8%	197.727	-16,4%	64.718	4,3%	13.093	-0,5%	322.750	-16,7%
Alemania	589.284	9,9%	478.980	10,5%	60.408	7,4%	306.513	13,1%	101.009	5,6%	8.522	26,6%	2.528	-30,6%	110.304	7,0%
Países Nórdicos	478.104	23,6%	180.983	39,0%	15.243	75,5%	108.831	34,5%	50.584	48,1%	5.735	-4,7%	590	53,2%	297.121	15,8%
Suecia	155.732	28,8%	66.025	40,8%	4.769	72,0%	45.968	39,0%	14.383	46,4%	777	-26,8%	128	-21,0%	89.707	21,1%
Finlandia	131.125	21,3%	42.451	32,7%	4.205	78,8%	23.757	29,2%	13.770	29,6%	570	1,6%	149	136,5%	88.674	16,5%
Dinamarca	95.785	22,4%	37.788	34,4%	2.192	61,9%	21.109	25,2%	11.040	60,6%	3.262	10,9%	185	131,3%	57.997	15,7%
Noruega	95.462	20,2%	34.719	49,8%	4.077	84,9%	17.997	42,8%	11.391	66,7%	1.126	-22,6%	128	60,0%	60.743	8,0%
Francia	161.409	45,5%	105.094	51,8%	10.577	51,6%	60.697	48,3%	20.276	55,0%	11.855	76,2%	1.689	11,9%	56.315	35,1%
Holanda	154.131	9,1%	86.450	17,6%	9.543	11,6%	55.397	16,4%	19.203	28,8%	1.752	5,4%	555	-32,4%	67.681	-0,1%
Bélgica	140.759	11,0%	116.286	13,4%	20.345	9,9%	86.643	16,7%	7.861	-7,8%	1.149	35,7%	288	-31,6%	24.473	0,6%
Italia	117.723	30,2%	84.741	35,4%	8.069	11,5%	54.484	38,5%	17.810	38,5%	3.209	45,5%	1.169	26,1%	32.982	18,5%
Rusia	111.782	36,3%	61.540	65,6%	18.844	45,9%	32.872	79,8%	7.090	65,2%	826	158,9%	1.908	42,2%	50.242	12,0%
Países del Este	93.981	20,9%	60.749	32,6%	8.353	39,6%	34.636	38,8%	13.776	18,5%	3.042	8,9%	942	110,7%	33.232	4,1%
Irlanda	74.083	9,2%	34.192	6,6%	7.334	15,3%	17.641	-0,3%	8.285	12,9%	860	50,6%	72	-32,7%	39.891	11,5%
Suiza	41.379	33,2%	31.337	43,5%	8.082	42,4%	16.855	42,1%	5.098	61,8%	1.037	31,3%	265	-26,8%	10.042	8,9%
Austria	34.316	13,7%	26.207	25,7%	4.571	30,1%	17.368	24,3%	3.663	31,3%	462	5,5%	143	7,5%	8.109	-13,1%
Resto de Europa	109.247	18,5%	79.331	20,2%	8.632	11,0%	49.887	23,2%	18.735	15,1%	1.663	48,6%	414	35,7%	29.916	14,1%
Usa	13.158	3,7%	8.410	-2,6%	3.142	23,8%	3.338	-6,3%	1.232	-33,3%	546	-8,2%	152	60,0%	4.748	17,3%
Resto de América	18.684	-2,2%	12.656	0,0%	1.617	5,4%	4.378	32,2%	3.429	-22,7%	2.231	-10,5%	1.001	12,9%	6.028	-6,5%
Resto del Mundo	61.546	1,6%	44.454	4,9%	8.491	41,0%	29.436	2,0%	3.810	-23,8%	2.160	8,7%	557	13,4%	17.092	-6,1%
Turismo extranjero	3.857.901	14,6%	2.210.401	18,9%	319.437	21,9%	1.388.399	17,0%	422.906	21,2%	54.657	31,8%	25.002	21,5%	1.647.500	9,4%
Total	5.160.203	6,8%	3.189.953	8,6%	415.085	6,5%	1.996.765	9,4%	620.633	6,0%	119.375	15,3%	38.095	12,9%	1.970.250	4,1%

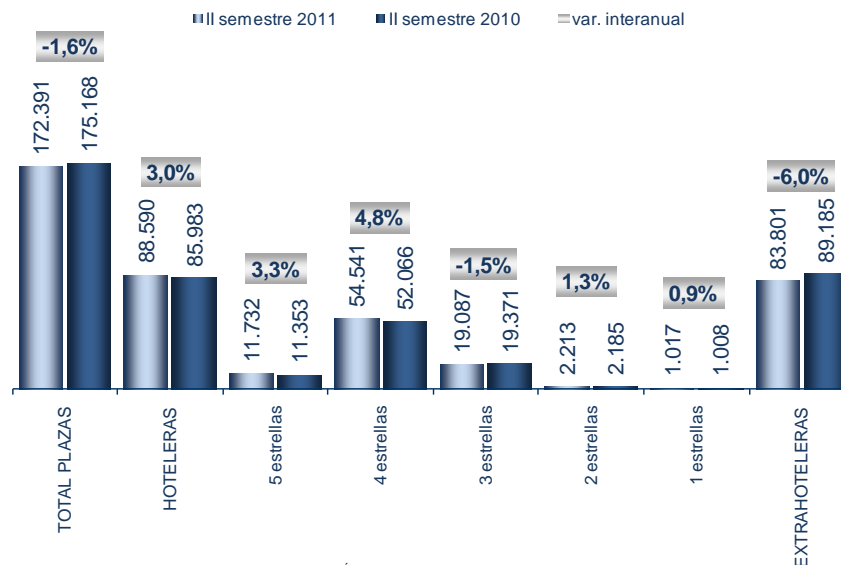
FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Oferta alojativa



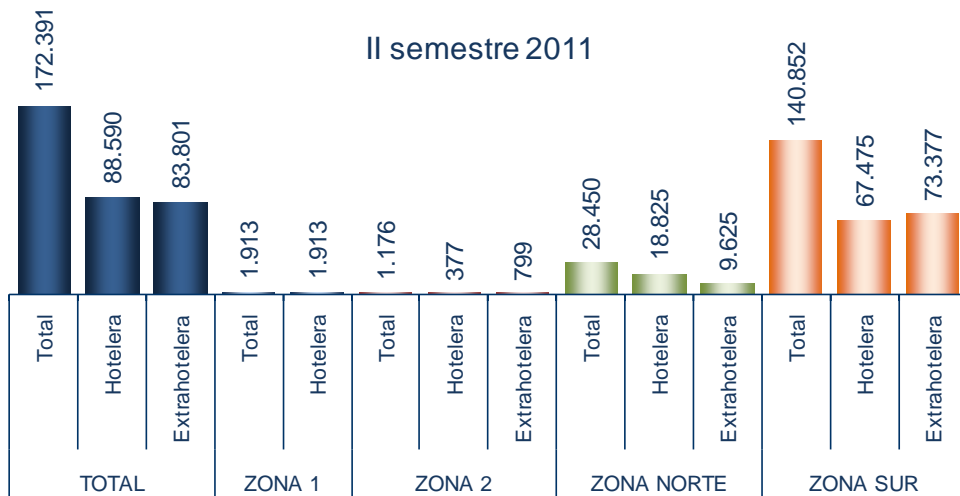
- La oferta alojativa de Tenerife se reduce en 2011 un 1,6%, debido a las pérdidas de un 6% de plazas extrahoteleras. Por el contrario las plazas hoteleras se incrementan un 3%.
- La oferta alojativa estimada de la isla se reparte entre un 51,4% hotelero y un 48,6% extrahotelero, segmento que va perdiendo cuota en los últimos años.
- Por zonas, el 81,7% de la oferta alojativa se ubica en la zona Sur, un 16,5% en la zona Norte, y un 1,8% en el área metropolitana (Santa Cruz y La Laguna-Bajamar-La Punta).
- El Sur mantiene cierto equilibrio alojativo con un reparto de camas del 48% hotelero y 52% extrahotelero. Por su parte, el Norte posee un peso hotelero (66%) superior al extrahotelero (34%).

PLAZAS TURÍSTICAS ESTIMADAS SEGÚN TIPOLOGÍAS Y CATEGORÍAS

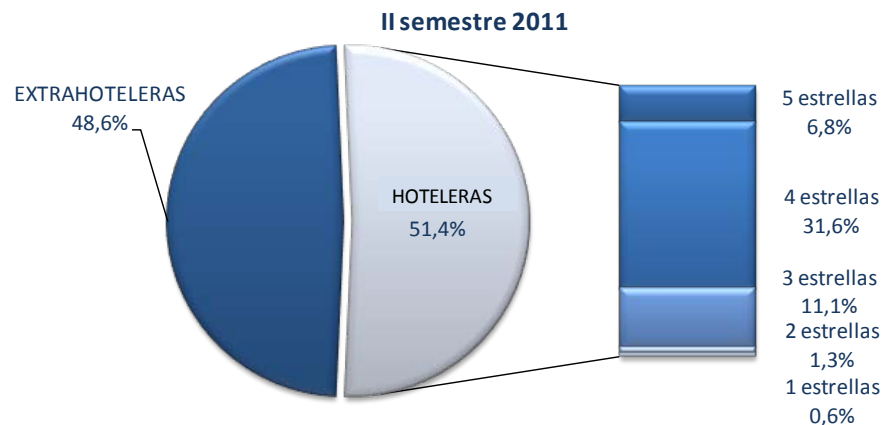


FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

PLAZAS TURÍSTICAS ESTIMADAS SEGÚN ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA ALOJATIVA



DISTRIBUCIÓN DE LAS PLAZAS TURÍSTICAS ESTIMADAS SEGÚN TIPOLOGÍA ALOJATIVA



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



El **mercado español**, con un total de 1.302.302 alojados, sufrió en el año una caída del 11,2%. Este mercado viene arrastrando un comportamiento negativo desde el verano 2010, descenso que se intensifica en 2011 aunque aminorado en los últimos meses del año. El descenso del mercado español es atribuible tanto al turismo peninsular (-7,5%), que mantiene caídas desde el mes de abril de 2010, como al turismo local (-11,8%) o al procedente de otras islas (-26,4%).

El mercado español supone el 25,2% del turismo de la Isla. Un mercado conformado principalmente por turismo peninsular, que supone un 63,9% del mercado nacional. De resto, un 24,5% es turismo local, y un 11,6% procedente de otras islas.

El mercado canario tiene un importante peso en el turismo de Tenerife, ya que representa más del 9% del total de sus mercados, casi que lo que supone, sirva como ejemplo, el mercado nórdico.

Por tipología alojativa, en 2011 disminuye el turismo español en hoteles (-9,2%), especialmente en los de 5* (-25,1%).

Aunque el turismo español cae en todas las zonas turísticas, su descenso en la zona Norte (-9%) es inferior al de la media insular. En cuanto al resto de zonas, cae en la zona Sur un -12,5%, en la zona de La Laguna-Bajamar-La Punta un -44,7%, y en Santa Cruz un -3,7%.

Según datos de AENA, el número de pasajeros procedentes de aeropuertos peninsulares llegados a Tenerife en 2011 ascendió a 1.341.550 pasajeros, un 15,4% menos que en el año anterior. Tenerife recibe al 42,6% del total de pasajeros de Península que llegan a Canarias vía aérea.

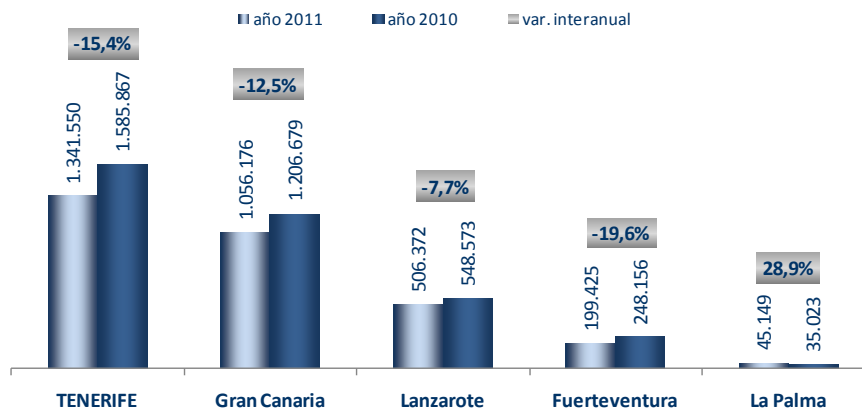
Canarias perdió en 2011 un 13,1% de los pasajeros llegados desde la Península. Gran Canaria recortó un 12,5% su cifra de pasajeros de Península; Lanzarote un 7,7%; Fuerteventura un 19,6% y; por último, La Palma un 28,9%.

TURISMO ESPAÑOL ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	1.466.184	100,0%	1.302.302	100,0%	-11,2%
Alojados Establecimientos Hoteleros	1.078.578	73,6%	979.552	75,2%	-9,2%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	387.606	26,4%	322.750	24,8%	-16,7%
ZONA 1					
Total Alojados	125.801	100,0%	121.099	100,0%	-3,7%
Alojados Establecimientos Hoteleros	125.801	100,0%	121.099	100,0%	-3,7%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	26.355	100,0%	14.565	100,0%	-44,7%
Alojados Establecimientos Hoteleros	23.787	90,3%	12.847	88,2%	-46,0%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	2.568	9,7%	1.718	11,8%	-33,1%
ZONA 3					
Total Alojados	487.741	100,0%	443.789	100,0%	-9,0%
Alojados Establecimientos Hoteleros	341.261	70,0%	337.220	76,0%	-1,2%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	146.480	30,0%	106.569	24,0%	-27,2%
ZONA 4					
Total Alojados	826.287	100,0%	722.849	100,0%	-12,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	587.729	71,1%	508.386	70,3%	-13,5%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	238.558	28,9%	214.463	29,7%	-10,1%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte
 ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur
 FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

PASAJEROS PROCEDENTES DE AEROPUERTOS PENINSULARES LLEGADOS A CANARIAS - ISLAS





■ **Mercado británico:** Principal mercado turístico en Tenerife con una cuota del 32,1%. En 2011 crece la cifra de alojados en Tenerife un 10,6%, finalizando el año con un total de 1.658.315 británicos alojados. Durante el invierno y primer trimestre de 2010, este mercado se mantenía en resultados negativos, iniciando la recuperación a partir de abril 2010 con cifras de crecimiento muy positivas que se mantienen durante todo el año 2011, especialmente en los meses de verano.

■ El mercado británico aumenta en la zona Sur (+10%), así como en Santa Cruz (+15,1%) y en la zona Norte (+28,6%). Sin embargo La Laguna-Bajamar-La Punta pierde un 25% de su clientela británica.

■ Mercado tradicionalmente extrahotelero (el 51,8% se aloja en apartamentos) que registra un importante crecimiento en los hoteles (+14%), en particular los de 5* y los de menor categoría, se incrementa también, aunque con menor intensidad, el número de turistas británicos en establecimientos extrahotelero (+7,6%).

■ Según datos de AENA, Canarias registra en 2011 un incremento de pasajeros procedentes de aeropuertos británicos de un 13,6%. Tenerife recibe al 46,3% del total de los pasajeros del reino Unido que llegan a Canarias siendo el destino líder para el emisor británico. En el 2011 solo La Palma registra resultados negativos (-17,9%), el resto de islas incrementan el número de pasajeros llegados desde aeropuertos británicos: Fuerteventura (+19,5%), Tenerife (+16,4%), Lanzarote (+11,4%), y Gran Canaria (+5,3%).

■ Respecto a la situación en el global de destinos españoles, el mercado británico crece en España un 9,4% durante 2011.

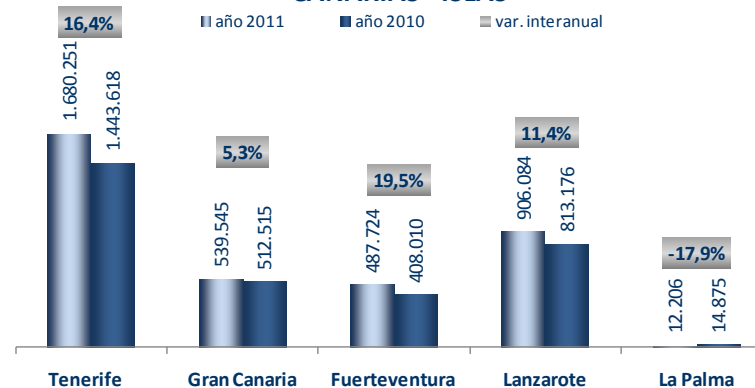
TURISMO BRITÁNICO ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	1.499.301	100,0%	1.658.315	100,0%	10,6%
Alojados Establecimientos Hoteleros	700.991	46,8%	798.991	48,2%	14,0%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	798.310	53,2%	859.324	51,8%	7,6%
ZONA 1					
Total Alojados	2.905	100,0%	3.344	100,0%	15,1%
Alojados Establecimientos Hoteleros	2.905	100,0%	3.344	100,0%	15,1%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	796	100,0%	597	100,0%	-25,0%
Alojados Establecimientos Hoteleros	687	86,3%	376	63,0%	-45,3%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	109	13,7%	221	37,0%	102,8%
ZONA 3					
Total Alojados	46.278	100,0%	59.520	100,0%	28,6%
Alojados Establecimientos Hoteleros	34.069	73,6%	47.319	79,5%	38,9%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	12.209	26,4%	12.201	20,5%	-0,1%
ZONA 4					
Total Alojados	1.449.322	100,0%	1.594.854	100,0%	10,0%
Alojados Establecimientos Hoteleros	663.330	45,8%	747.952	46,9%	12,8%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	785.992	54,2%	846.902	53,1%	7,7%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte
ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN DE PASAJEROS PROCEDENTES DE AEROPUERTOS BRITÁNICOS LLEGADOS A CANARIAS - ISLAS



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



El **mercado alemán** es el tercer emisor turístico en Tenerife con una cuota del 11,4%. En 2011 se alojaron en la Isla un total de 589.284 turistas alemanes, un 9,9% más que en 2010. Al igual que el mercado británico, el alemán también llevaba una evolución negativa en la Isla desde 2007, situación que se prolonga hasta finalizar el primer cuatrimestre de 2010. A partir de ese momento, el turismo alemán se recupera, lo que lleva a este balance final del año 2010 sea positivo y continúe durante el año 2011 aunque a finales del año se ralentiza esta recuperación.

El 67,8% del turismo alemán se aloja en la zona Sur de la isla aumentando su presencia en esta zona un 5,7%, aumenta la clientela alemana en los hoteles de la zona y disminuye en los establecimientos extrahoteleros. En el resto de zonas también aumenta la presencia a turistas alemanes. En el norte, con una cuota del 29,7% de alemanes, se incrementa un 20,5%, en Santa Cruz, con una cuota del 0,8%, un 21,5% y en la zona La Laguna-Bajamar-La Punta, con 1,7% de cuota, gana un 6,4%.

Mercado preferentemente hotelero más del 81% se aloja en hoteles. Aumentaron los alojados alemanes en hoteles un 10,5%, en especial en los hoteles de 4* (+13,1%). También se incrementa el número de turistas Alemanes en los establecimientos extrahoteleros (+7%).

Respecto a Canarias, los datos de AENA indican un incremento del 17,1% en la cifra de pasajeros llegados a Canarias procedentes de Alemania. Un dato positivo sobre el que inciden los incrementos en todas las islas: en Gran Canaria se registra un incremento del 18,3%, en Lanzarote 17,4%, en Fuerteventura 17%, en Tenerife 16,4% y en La Palma 10,2%. Los pasajeros alemanes que llegan a Canarias se reparten de la siguiente manera: Gran Canaria un 30%, Tenerife un 28,4%, Fuerteventura un 27,4%, Lanzarote un 11,5% y La Palma un 2,7%.

Respecto a la situación en el global de destinos españoles, el mercado alemán crece en España un 2,5% durante 2011.

TURISMO ALEMÁN ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

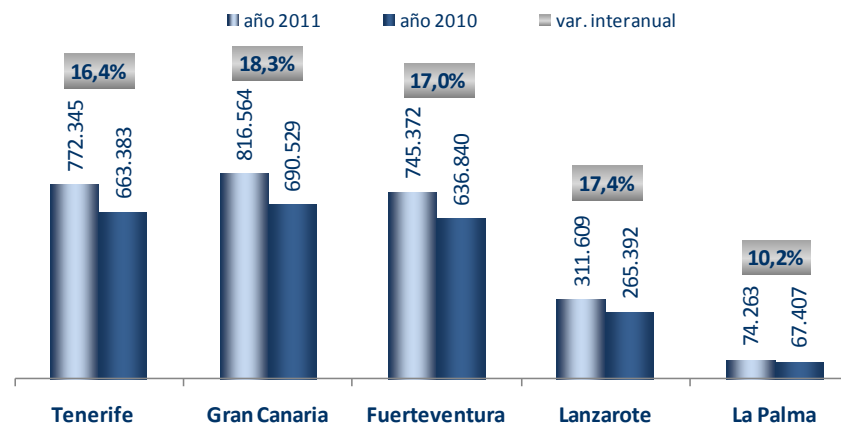
ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	536.354	100,0%	589.284	100,0%	9,9%
Alojados Establecimientos Hoteleros	433.272	80,8%	478.980	81,3%	10,5%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	103.082	19,2%	110.304	18,7%	7,0%
ZONA 1					
Total Alojados	3.906	100,0%	4.747	100,0%	21,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	3.906	100,0%	4.747	100,0%	21,5%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	9.250	100,0%	9.846	100,0%	6,4%
Alojados Establecimientos Hoteleros	2.343	25,3%	1.614	16,4%	-31,1%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	6.907	74,7%	8.232	83,6%	19,2%
ZONA 3					
Total Alojados	145.375	100,0%	175.218	100,0%	20,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	118.148	81,3%	140.906	80,4%	19,3%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	27.227	18,7%	34.312	19,6%	26,0%
ZONA 4					
Total Alojados	377.823	100,0%	399.473	100,0%	5,7%
Alojados Establecimientos Hoteleros	308.875	81,8%	331.713	83,0%	7,4%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	68.948	18,2%	67.760	17,0%	-1,7%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte

ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN DE PASAJEROS PROCEDENTES DE AEROPUERTOS ALEMANES LLEGADOS A CANARIAS - ISLAS



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



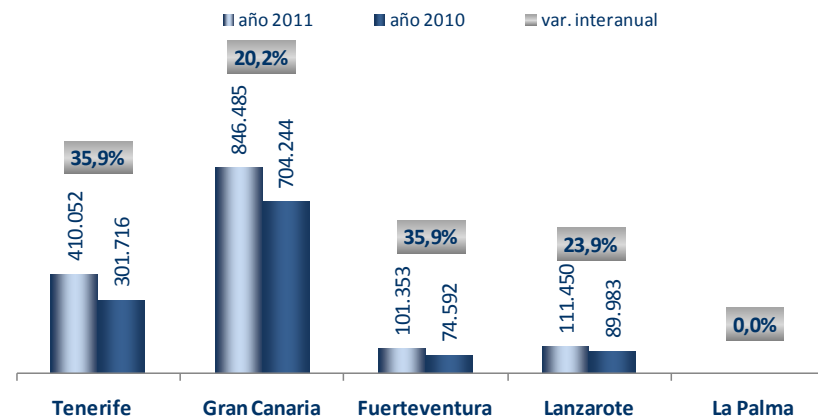
- El **mercado nórdico** se incrementó en 2011 un 23,6%, con un total de 478.104 turistas alojados. Por nacionalidades, el turismo sueco se incrementó un 28,8%; el noruego un 20,2%; el danés gana un 22,4%; y, el finlandés un 21,3%. Los importantes incrementos que se dan en estos mercados se deben principalmente a los incrementos registrados en los primeros meses del año beneficiado de los efectos de la llamada “Primavera Árabe”.
- Sin embargo, el mercado nórdico cierra la temporada de verano con resultados negativos.
- La zona Sur es su principal zona alojativa, registrando incrementos del 24,5% en el año, con incrementos en el turismo sueco un 28,1%, danés un 23,2%, finlandés un 25,5% y noruego un 19,3%.
- Por su parte, la zona Norte gana un 16,9% de mercado nórdico, con incrementos de suecos (+35,8%), noruegos (+32,5%), finlandeses (+8,4%) y daneses (+10,7%).
- El turista nórdico es esencialmente extrahotelero, con una cuota en estos establecimientos del 62,1%. En 2011 se incrementa la presencia de nórdicos tanto en hoteles (+39%) como en apartamentos (+15,8%).
- En lo que respecta a las llegadas de pasajeros procedentes de estos países, los resultados (AENA) para el conjunto de Canarias en 2011 muestran un incremento del 25,5% con respecto al año anterior. Todas las islas registran crecimientos siendo el de Tenerife de un 35,9%, el de Fuerteventura del 35,9%, en Lanzarote de un 23,9% y, en Gran Canaria de un 20,2%. Ésta última isla es el principal destino Canario para los nórdicos, acaparando una cuota del 57,6% de los pasajeros procedentes de aeropuertos nórdicos llegados a Canarias.
- DE otra parte, Canarias es el principal destino español de los emisores nórdicos y responsable del incremento que registra este mercado en el conjunto nacional (+8,7%).

TURISMO NÓRDICO ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	386.726	100,0%	478.104	100,0%	23,6%
Alojados Establecimientos Hoteleros	130.174	33,7%	180.983	37,9%	39,0%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	256.552	66,3%	297.121	62,1%	15,8%
ZONA 1					
Total Alojados	1.735	100,0%	2.194	100,0%	26,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	1.735	100,0%	2.194	100,0%	26,5%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	351	100,0%	730	100,0%	108,0%
Alojados Establecimientos Hoteleros	299	85,2%	204	27,9%	-31,8%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	52	14,8%	526	72,1%	911,5%
ZONA 3					
Total Alojados	48.137	100,0%	56.260	100,0%	16,9%
Alojados Establecimientos Hoteleros	11.043	22,9%	15.792	28,1%	43,0%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	37.094	77,1%	40.468	71,9%	9,1%
ZONA 4					
Total Alojados	336.503	100,0%	418.920	100,0%	24,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	117.097	34,8%	162.793	38,9%	39,0%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	219.406	65,2%	256.127	61,1%	16,7%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte
 ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur
 FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN DE PASAJEROS PROCEDENTES DE AEROPUERTOS NÓRDICOS LLEGADOS A CANARIAS - ISLAS



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



El mercado francés, que había mantenido una tendencia negativa en la Isla desde hace más de una década a pesar de los esfuerzos promocionales, inicia en 2010 una nueva etapa de recuperación, en la que la apertura de nuevas rutas aéreas favorecerán el crecimiento.

2010 fue sido un magnífico año para el **turismo francés**, registrando un incremento en Tenerife de un 11,4%, tendencia que se mantiene y se acentúa en 2011 hasta alcanzar un crecimiento del 45,5%, con un total de 161.409 alojados. Resultado favorable en todas las zonas turísticas y en ambas tipologías alojativas.

En general, el comportamiento del tráfico aéreo desde Francia ha sido positivo en toda Canarias, aumentando éste un 91,7% en el Archipiélago, Fuerteventura es el principal destino de los pasajeros que llegan desde Francia a Canarias (49,9%), Isla donde este emisor crece en 2011 un 83,8%. Tenerife, su segundo destino con un 46,7% de cuota, duplica la cifra de pasajeros procedentes de aeropuertos franceses.

TURISMO FRANCÉS ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

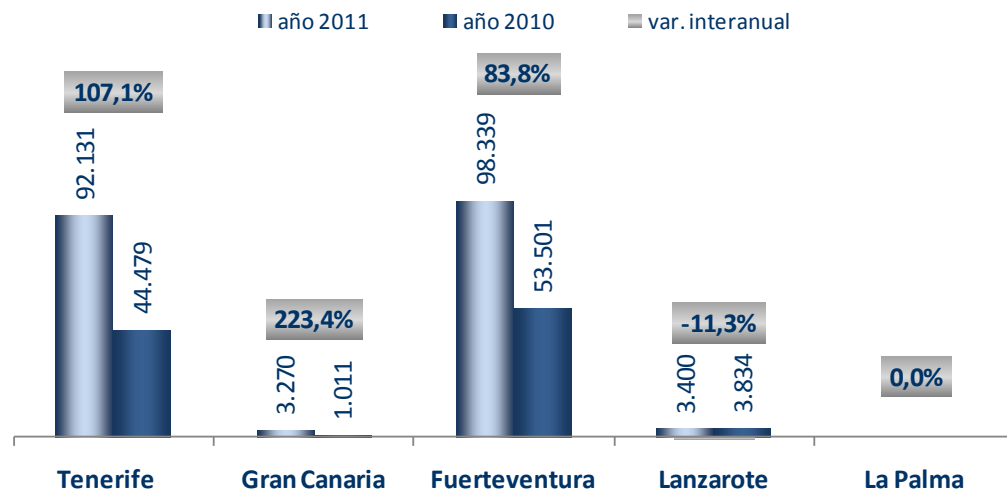
ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	110.903	100,0%	161.409	100,0%	45,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	69.228	62,4%	105.094	65,1%	51,8%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	41.675	37,6%	56.315	34,9%	35,1%
ZONA 1					
Total Alojados	2.477	100,0%	3.540	100,0%	42,9%
Alojados Establecimientos Hoteleros	2.477	100,0%	3.540	100,0%	42,9%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	1.214	100,0%	1.247	100,0%	2,7%
Alojados Establecimientos Hoteleros	960	79,1%	981	78,7%	2,2%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	254	20,9%	266	21,3%	4,7%
ZONA 3					
Total Alojados	15.773	100,0%	21.701	100,0%	37,6%
Alojados Establecimientos Hoteleros	12.903	81,8%	17.818	82,1%	38,1%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	2.870	18,2%	3.883	17,9%	35,3%
ZONA 4					
Total Alojados	91.439	100,0%	134.921	100,0%	47,6%
Alojados Establecimientos Hoteleros	52.888	57,8%	82.755	61,3%	56,5%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	38.551	42,2%	52.166	38,7%	35,3%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte

ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

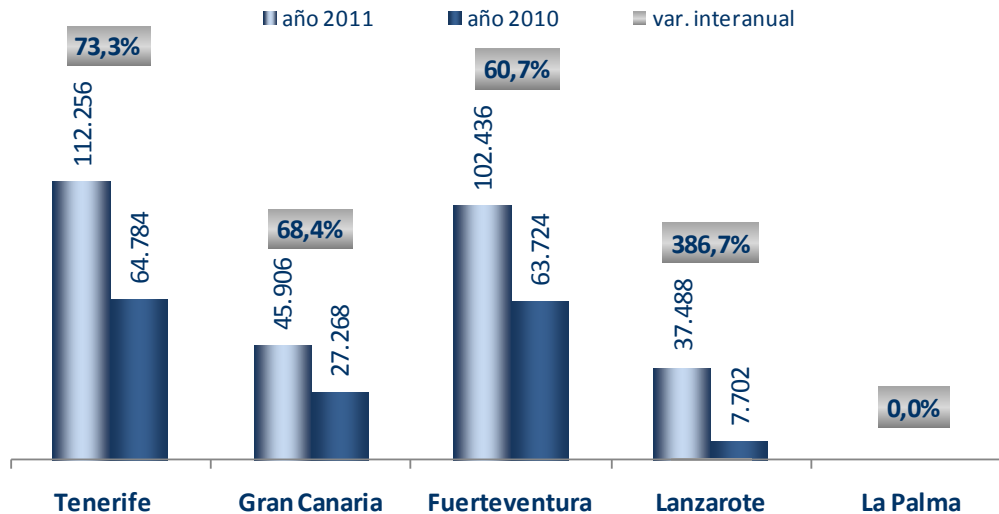
EVOLUCIÓN DE PASAJEROS PROCEDENTES DE AEROPUERTOS FRANCESES LLEGADOS A CANARIAS - ISLAS





- El **mercado italiano** creció en Tenerife un 30,2% en 2011, acumulando un total de 117.723 alojados. Resultado favorable en todas las zonas turísticas de la Isla a excepción de La Laguna – Bajamar-La Punta que pierde turismo italiano. Crece el turismo italiano en establecimientos extrahoteleros así como en hoteles, en todas sus categorías.
- Al igual que el francés, este mercado también mantenía trayectoria negativa desde hace más de 10 años. Asimismo, la mejora de la conectividad aérea favorecerá el crecimiento de este mercado en la isla.
- El tráfico de pasajeros desde Italia a Canarias aumenta un 82,3%, con fuertes incrementos de llegadas de esta procedencia en todas la Islas. Su principal destino canario es Tenerife, con una cuota de 37,7%, seguida muy de cerca de Fuerteventura (34,4%). Todas las islas han registrado importantes incrementos, sobretodo Lanzarote, que casi multiplica por 5 el número de llegadas desde Italia (+386,7%). Tenerife registra un incremento del 73,3%, Gran Canaria del 68,4% y Fuerteventura del 60,7%.

EVOLUCIÓN DE PASAJEROS PROCEDENTES DE AEROPUERTOS ITALIANOS LLEGADOS A CANARIAS - ISLAS



FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

TURISMO ITALIANO ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	90.411	100,0%	117.723	100,0%	30,2%
Alojados Establecimientos Hoteleros	62.576	69,2%	84.741	72,0%	35,4%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	27.835	30,8%	32.982	28,0%	18,5%
ZONA 1					
Total Alojados	2.895	100,0%	3.656	100,0%	26,3%
Alojados Establecimientos Hoteleros	2.895	100,0%	3.656	100,0%	26,3%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	1.871	100,0%	1.242	100,0%	-33,6%
Alojados Establecimientos Hoteleros	1.647	88,0%	1.085	87,4%	-34,1%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	224	12,0%	157	12,6%	-29,9%
ZONA 3					
Total Alojados	6.315	100,0%	7.604	100,0%	20,4%
Alojados Establecimientos Hoteleros	3.327	52,7%	4.462	58,7%	34,1%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	2.988	47,3%	3.142	41,3%	5,2%
ZONA 4					
Total Alojados	79.330	100,0%	105.221	100,0%	32,6%
Alojados Establecimientos Hoteleros	54.707	69,0%	75.538	71,8%	38,1%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	24.623	31,0%	29.683	28,2%	20,5%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte

ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



- En 2011 el **turismo holandés** se incrementa en Tenerife un 9,1%, para un total de 154.131 turistas. La zona La Laguna-Bajamar-La Punta, es la única que registra un descenso del 9,5%, mientras que se comporta favorablemente en el Sur (+9,4%), el Norte (+5,5%) y Santa Cruz (+6,2%). Tenerife viene perdiendo turismo holandés desde hace 10 años, si bien a partir de septiembre 2010 empieza a mostrar resultados positivos, lo que genera que el balance de 2010 cierre con estabilidad y en positivo en 2011.
- El tráfico de pasajeros desde Holanda a Canarias se incrementa un 26,3%, registrando resultados positivos en todas las islas: Tenerife crece un 30,3%, Gran Canaria, su principal destino, un 23,2%, Fuerteventura un 15,8%, Lanzarote un 46% y La Palma un 6%.

- El **mercado belga** registra en 2011 un incremento del 11%, con un cómputo global en el año de 140.759 alojados en la Isla. El comportamiento es positivo en la zona Sur y en Santa Cruz. Se registran incrementos en establecimientos hoteleros y estabilidad en los extrahoteleros. Del mismo modo que sucede en los mercados francés, italiano y holandés, el turismo belga pierde relevancia en Tenerife desde el año 2000, aunque su recuperación ha sido mas prematura mostrando los primeros signos positivos en 2009.
- En general aumenta la llegada de pasajeros desde Bélgica en toda Canarias (11,9%), siendo Tenerife su primer destino con una cuota del 55%, se incrementan la llegada de pasajeros a todas las islas..

TURISMO HOLANDÉS ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	141.241	100,0%	154.131	100,0%	9,1%
Alojados Establecimientos Hoteleros	73.514	52,0%	86.450	56,1%	17,6%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	67.727	48,0%	67.681	43,9%	-0,1%
ZONA 1					
Total Alojados	808	100,0%	858	100,0%	6,2%
Alojados Establecimientos Hoteleros	808	100,0%	858	100,0%	6,2%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	641	100,0%	580	100,0%	-9,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	537	83,8%	375	64,7%	-30,2%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	104	16,2%	205	35,3%	97,1%
ZONA 3					
Total Alojados	4.563	100,0%	4.813	100,0%	5,5%
Alojados Establecimientos Hoteleros	2.749	60,2%	3.179	66,1%	15,6%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	1.814	39,8%	1.634	33,9%	-9,9%
ZONA 4					
Total Alojados	135.229	100,0%	147.880	100,0%	9,4%
Alojados Establecimientos Hoteleros	69.420	51,3%	82.038	55,5%	18,2%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	65.809	48,7%	65.842	44,5%	0,1%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte
 ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur
 FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

TURISMO BELGA ALOJADO POR ZONAS TURÍSTICAS Y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO

ZONAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL ZONAS					
Total Alojados	126.852	100,0%	140.759	100,0%	11,0%
Alojados Establecimientos Hoteleros	102.534	80,8%	116.286	82,6%	13,4%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	24.318	19,2%	24.473	17,4%	0,6%
ZONA 1					
Total Alojados	685	100,0%	780	100,0%	13,9%
Alojados Establecimientos Hoteleros	685	100,0%	780	100,0%	13,9%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	-	-	-	-	-
ZONA 2					
Total Alojados	256	100,0%	235	100,0%	-8,2%
Alojados Establecimientos Hoteleros	185	72,3%	143	60,9%	-22,7%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	71	27,7%	92	39,1%	29,6%
ZONA 3					
Total Alojados	2.721	100,0%	2.662	100,0%	-2,2%
Alojados Establecimientos Hoteleros	2.069	76,0%	1.920	72,1%	-7,2%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	652	24,0%	742	27,9%	13,8%
ZONA 4					
Total Alojados	123.190	100,0%	137.082	100,0%	11,3%
Alojados Establecimientos Hoteleros	99.595	80,8%	113.443	82,8%	13,9%
Alojados Establecimientos Extrahoteleros	23.595	19,2%	23.639	17,2%	0,2%

ZONA 1: S/C de Tenerife. ZONA 2: La Laguna, Bajamar, Punta del Hidalgo, Tacoronte
 ZONA 3: Puerto de La Cruz y Resto del Norte. ZONA 4: Sur
 FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



El **turismo irlandés** después de dos años consecutivos de pérdidas, cierra 2011 con una evolución positiva (+9,2%). Tenerife contabilizó un total de 74.083 alojados irlandeses. El Sur, principal zona receptora donde se aloja más del 96,5% de los irlandeses, registra un incremento del 8,9%. En general se producen importantes incrementos de turismo irlandés en el sector extrahotelero (+11,5%) así como en el hotelero (+6,6%), en especial en los hoteles de 5* que registran un importante incremento del 15,3%.

El tráfico de pasajeros desde Irlanda hacia Canarias crece en 2010 un 17,2% con importantes incrementos en todas las islas, en especial, Fuerteventura (+42,8%). Tenerife incrementa un 11,1%, Gran Canaria un 14,8%, y Lanzarote, su principal destino, gana un 15,1%.

El **mercado ruso** obtuvo en 2011 un crecimiento del 36,3%, para un total de 111.782 turistas alojados en la isla. Este mercado registró importantes resultados positivos en la zona Norte (188,6%) y más atenuados en el Sur (+32,4%), su principal zona alojativa. El 94,1% de los rusos se aloja en el Sur, eligiendo para su estancia tanto establecimientos extrahoteleros como hoteles, modalidad esta última donde este mercado registra el mayor crecimiento en 2011.

En el contexto canario, Tenerife continúa siendo el receptor del 97,6% del tráfico que recibe Canarias desde Rusia.

En lo referente a **otros países del Este**, estos mercados finalizan el año con un incremento del 20,9% en Tenerife. El tráfico de pasajeros desde Polonia se incrementa en todas las islas de Canarias, con un aumento general en el Archipiélago del 82,6%. Por su parte, el tráfico de pasajeros procedentes de aeropuertos checos a Canarias se incrementa un 14,9%.

TURISTAS IRLANDESES ALOJADOS SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTO

CATEGORÍAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL CATEGORÍAS					
Total Alojados	67.848	100,0%	74.083	100,0%	9,2%
CATEGORÍA HOTELERA					
Hotelera	32.072	47,3%	34.192	46,2%	6,6%
5*	6.360	9,4%	7.334	9,9%	15,3%
4*	17.698	26,1%	17.641	23,8%	-0,3%
3*	7.336	10,8%	8.285	11,2%	12,9%
2*	571	0,8%	860	1,2%	50,6%
1*	107	0,2%	72	0,1%	-32,7%
CATEGORÍA EXTRAHOTELERA					
Extrahotelera	35.776	52,7%	39.891	53,8%	11,5%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

TURISTAS RUSOS ALOJADOS SEGÚN TIPOLOGÍA Y CATEGORÍA DE ESTABLECIMIENTO

CATEGORÍAS	año 2010	%/s total	año 2011	%/s total	var. interanual
TOTAL CATEGORÍAS					
Total Alojados	81.992	100,0%	111.782	100,0%	36,3%
CATEGORÍA HOTELERA					
Hotelera	37.153	45,3%	61.540	55,1%	65,6%
5*	12.916	15,8%	18.844	16,9%	45,9%
4*	18.285	22,3%	32.872	29,4%	79,8%
3*	4.291	5,2%	7.090	6,3%	65,2%
2*	319	0,4%	826	0,7%	158,9%
1*	1.342	1,6%	1.908	1,7%	42,2%
CATEGORÍA EXTRAHOTELERA					
Extrahotelera	44.839	54,7%	50.242	44,9%	12,0%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



■ La **zona Sur** alojó en 2011 a un total de 4.153.430 turistas, un 8,3% más que en el año anterior. Los hoteles de la zona experimentaron un crecimiento del 9,7%, con un total de 2.413.461 alojados, mientras que los establecimientos extrahoteleros, con 1.739.969 alojados, aumentan su clientela un 6,3%

■ En 2011 se incrementa el número de pernoctaciones en la zona un 12,2%, acumulando un total de 33.747.453 pernoctaciones en el año. Situación positiva en hoteles, que registran incremento del 15,5% y un total de 18.886.140 pernoctaciones. También cierran el año en positivo los establecimientos extrahoteleros de la zona (+8,2%), con un total de 14.861.313 pernoctaciones.

■ La estancia media en el Sur en el acumulado del año se situó en 8,13 días, incrementándose 0,28 puntos respecto al año anterior. La estancia hotelera se alarga 0,40 puntos para situarse en 7,83 días de media. La extrahotelera, en una media de 8,54 días, se incrementa 0,14 puntos.

■ La ocupación se situó en un 65,4%, un 13,4% superior a la registrada en 2010. La ocupación en hoteles alcanzó un índice del 78,1%, con incremento del 13,1%. Por su parte, la ocupación en establecimientos extrahoteleros registra un incremento del 12,5%, para situarse en un índice del 54,2% en el año.

■ El único mercado que cae en la zona Sur es el turismo español, que registra un descenso del 12,5%.

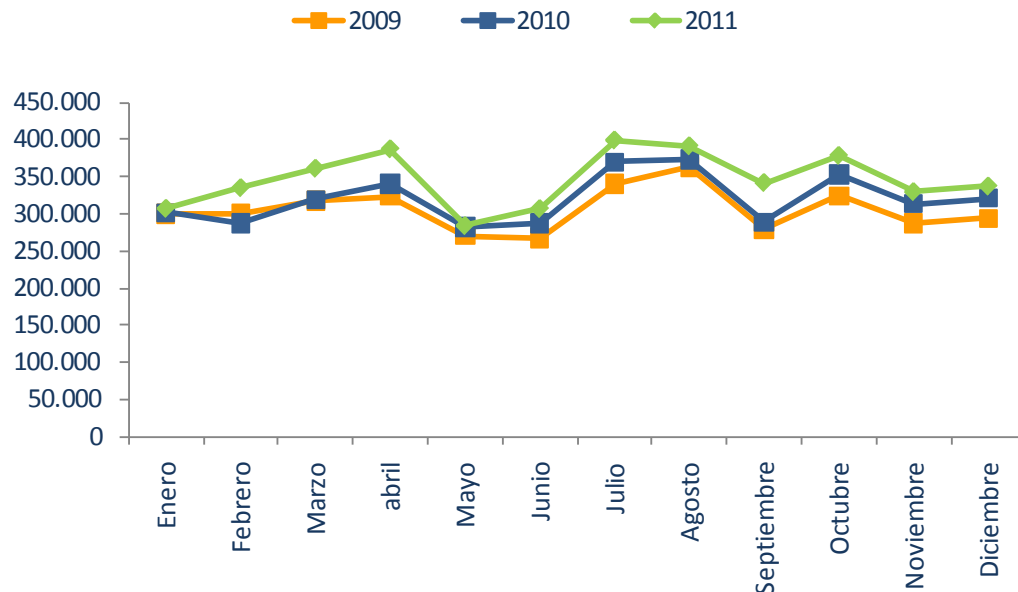
■ Los mercados extranjeros crecen en la zona Sur durante 2011 un 14%, con buen comportamiento de los principales emisores: británico (+10%), alemán (+5,7%), nórdico (+24,5%), belga (+11,3%), francés (+47,6%), italiano (+32,6%), holandés (+9,4%) e irlandés (+8,9%). También los rusos (+32,4%) y países del Este (+17,8%) incrementan el número de alojados en la zona.

RESUMEN DE INDICADORES ZONA SUR

INDICADOR	ZONA SUR	año 2010	año 2011	Variación%	Diferencia
ALOJADOS	alojados	3.836.596	4.153.430	8,3%	316.834
	alojados hoteleros	2.200.442	2.413.461	9,7%	213.019
	alojados extrahoteleros	1.636.154	1.739.969	6,3%	103.815
OCUPACIÓN	ocupación	57,7	65,4	13,4%	7,7
	ocupación hotelera	69,0	78,1	13,1%	9,0
	ocupación extrahotelera	48,2	54,2	12,5%	6,0
PERNOCTACIONES	pernoctaciones	30.085.643	33.747.453	12,2%	3.661.810
	pernoctaciones hoteleras	16.345.838	18.886.140	15,5%	2.540.302
	pernoctaciones extrahoteleras	13.739.805	14.861.313	8,2%	1.121.508
ESTANCIAS MEDIAS	estancia media	7,84	8,13	-	0,28
	estancia media hotelera	7,43	7,83	-	0,40
	estancia media extrahotelera	8,40	8,54	-	0,14

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

TURISTAS ALOJADOS EN LA ZONA SUR



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



TURISTAS ALOJADOS POR NACIONALIDADES SEGÚN ZONAS TURÍSTICAS

año 2011

NACIONALIDAD	Sur						Tenerife					
	Hotelero	var. Inter. Hotelero	Extrahotel.	var. Inter. Extrahotel.	Total	var. Inter. Total	Hotelero	var. Inter. Hotelero	Extrahotel.	var. Inter. Extrahotel.	Total	var. Inter. Total
Reino Unido	747.952	12,8%	846.902	7,7%	1.594.854	10,0%	798.991	14,0%	859.324	7,6%	1.658.315	10,6%
España	508.386	-13,5%	214.463	-10,1%	722.849	-12,5%	979.552	-9,2%	322.750	-16,7%	1.302.302	-11,2%
Alemania	331.713	7,4%	67.760	-1,7%	399.473	5,7%	478.980	10,5%	110.304	7,0%	589.284	9,9%
Países Nórdicos	162.793	39,0%	256.127	16,7%	418.920	24,5%	180.983	39,0%	297.121	15,8%	478.104	23,6%
<i>Suecia</i>	60.555	40,5%	80.323	20,2%	140.878	28,1%	66.025	40,8%	89.707	21,1%	155.732	28,8%
<i>Finlandia</i>	35.944	35,0%	65.969	20,8%	101.913	25,5%	42.451	32,7%	88.674	16,5%	131.125	21,3%
<i>Dinamarca</i>	34.073	33,5%	53.217	17,4%	87.290	23,2%	37.788	34,4%	57.997	15,7%	95.785	22,4%
<i>Noruega</i>	32.221	47,6%	56.618	7,5%	88.839	19,3%	34.719	49,8%	60.743	8,0%	95.462	20,2%
Francia	82.755	56,5%	52.166	35,3%	134.921	47,6%	105.094	51,8%	56.315	35,1%	161.409	45,5%
Holanda	82.038	18,2%	65.842	0,1%	147.880	9,4%	86.450	17,6%	67.681	-0,1%	154.131	9,1%
Bélgica	113.443	13,9%	23.639	0,2%	137.082	11,3%	116.286	13,4%	24.473	0,6%	140.759	11,0%
Italia	75.538	38,1%	29.683	20,5%	105.221	32,6%	84.741	35,4%	32.982	18,5%	117.723	30,2%
Rusia	57.339	61,7%	47.808	8,7%	105.147	32,4%	61.540	65,6%	50.242	12,0%	111.782	36,3%
Países del Este	55.185	28,0%	31.867	3,5%	87.052	17,8%	60.749	32,6%	33.232	4,1%	93.981	20,9%
Irlanda	32.324	6,4%	39.146	11,1%	71.470	8,9%	34.192	6,6%	39.891	11,5%	74.083	9,2%
Suiza	26.970	49,1%	8.875	10,3%	35.845	37,2%	31.337	43,5%	10.042	8,9%	41.379	33,2%
Austria	21.467	25,5%	6.781	-14,1%	28.248	13,0%	26.207	25,7%	8.109	-13,1%	34.316	13,7%
Resto de Europa	67.451	17,7%	26.236	16,7%	93.687	17,4%	79.331	20,2%	29.916	14,1%	109.247	18,5%
Usa	5.923	12,3%	4.023	27,2%	9.946	17,9%	8.410	-2,6%	4.748	17,3%	13.158	3,7%
Resto de América	6.020	21,6%	3.517	3,5%	9.537	14,2%	12.656	0,0%	6.028	-6,5%	18.684	-2,2%
Resto del Mundo	36.164	3,0%	15.134	-3,8%	51.298	0,9%	44.454	4,9%	17.092	-6,1%	61.546	1,6%
Turismo extranjero	1.905.075	18,1%	1.525.506	9,2%	3.430.581	14,0%	2.210.401	18,9%	1.647.500	9,4%	3.857.901	14,6%
Total	2.413.461	9,7%	1.739.969	6,3%	4.153.430	8,3%	3.189.953	8,6%	1.970.250	4,1%	5.160.203	6,8%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



■ En la **zona Norte** después de un comportamiento negativo desde 2007, cierra el año 2011 con un incremento del 3,2% y un balance de 819.800 turistas.

■ Sus hoteles, con un total de 601.893 alojados, y un incremento de clientela del 9,7%, son los responsables del buen comportamiento registrado en la zona. Por el contrario, los establecimientos extrahoteleros, con un total de 217.907 turistas alojados, pierden un 11,4% de sus clientes.

■ Las pernoctaciones en la zona, 5.980.579 en total, registran un incremento del 6,5% respecto a 2010, gracias a los resultados hoteleros. Los hoteles registran 4.282.741 pernoctaciones, un 13,1% más que el año anterior. Por el contrario, los establecimientos extrahoteleros, con un total de 1.697.838 pernoctaciones, sufren una importante reducción de un 7,3%.

■ La estancia media, 7,30 días en 2011, se incrementa 0,23 puntos respecto al año anterior. Aumenta la estancia en hoteles 0,22 puntos, alcanzando una media de 7,12 días. Con un mayor incremento (+0,35 puntos), los establecimientos extrahoteleros se sitúan en una media de 7,79 días de estancia.

■ La ocupación de la zona se sitúa en un índice del 56,8%, un 11,3% superior a la registrada en 2010. Crecen tanto la ocupación hotelera (+12,2%) que se sitúa en un índice del 62,4%, como la extrahotelera (+6,2%), que se sitúa en un 46,3%.

■ En lo que respecta a sus mercados, el español, principal emisor en la zona, cae en 2011 un 9%, descenso más atenuado que el que el registrado en el global de la Isla.

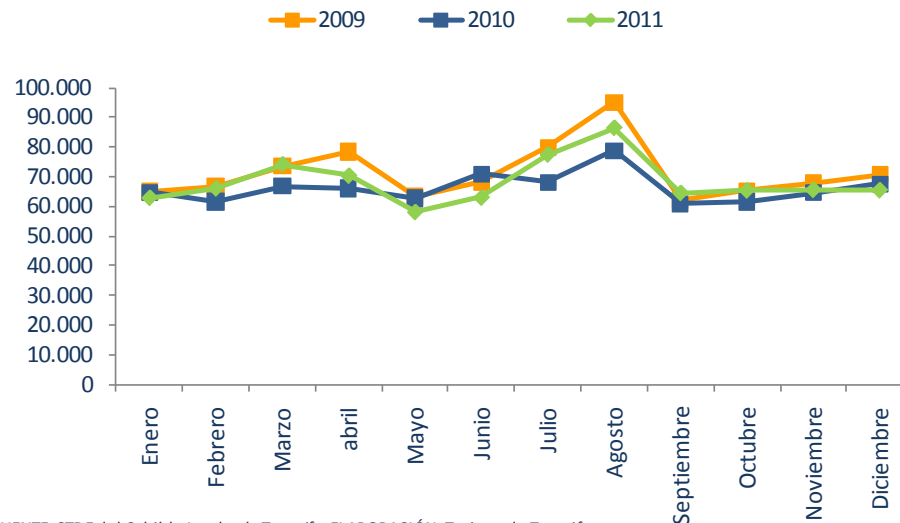
■ La zona Norte incrementa su turismo extranjero un 22,5%, con importantes incrementos en sus principales mercados. Solo el turismo belga (-2,2%) y el procedente de Estados Unidos (-22,7%) experimentan un retroceso.

RESUMEN DE INDICADORES ZONA NORTE

INDICADOR	ZONA NORTE	año 2010	año 2011	Variación%	Diferencia
ALOJADOS	alojados	794.582	819.800	3,2%	25.218
	alojados hoteleros	548.696	601.893	9,7%	53.197
	alojados extrahoteleros	245.886	217.907	-11,4%	-27.979
OCUPACIÓN	ocupación	51,0	56,8	11,3%	5,8
	ocupación hotelera	55,6	62,4	12,2%	6,8
	ocupación extrahotelera	43,6	46,3	6,2%	2,7
PERNOCTACIONES	pernoctaciones	5.616.046	5.980.579	6,5%	364.533
	pernoctaciones hoteleras	3.785.427	4.282.741	13,1%	497.314
	pernoctaciones extrahoteleras	1.830.619	1.697.838	-7,3%	-132.781
ESTANCIAS MEDIAS	estancia media	7,07	7,30	-	0,23
	estancia media hotelera	6,90	7,12	-	0,22
	estancia media extrahotelera	7,44	7,79	-	0,35

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

TURISTAS ALOJADOS EN LA ZONA NORTE



FUENTE: STDE del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



TURISTAS ALOJADOS POR NACIONALIDADES SEGÚN ZONAS TURÍSTICAS

año 2011

NACIONALIDAD	Norte						Tenerife					
	Hotelero	var. Inter. Hotelero	Extrahotel.	var. Inter. Extrahotel.	Total	var. Inter. Total	Hotelero	var. Inter. Hotelero	Extrahotel.	var. Inter. Extrahotel.	Total	var. Inter. Total
Reino Unido	47.319	38,9%	12.201	-0,1%	59.520	28,6%	798.991	14,0%	859.324	7,6%	1.658.315	10,6%
España	337.220	-1,2%	106.569	-27,2%	443.789	-9,0%	979.552	-9,2%	322.750	-16,7%	1.302.302	-11,2%
Alemania	140.906	19,3%	34.312	26,0%	175.218	20,5%	478.980	10,5%	110.304	7,0%	589.284	9,9%
Países Nórdicos	15.792	43,0%	40.468	9,1%	56.260	16,9%	180.983	39,0%	297.121	15,8%	478.104	23,6%
<i>Suecia</i>	4.871	53,1%	9.214	28,1%	14.085	35,8%	66.025	40,8%	89.707	21,1%	155.732	28,8%
<i>Finlandia</i>	5.865	22,6%	22.657	5,2%	28.522	8,4%	42.451	32,7%	88.674	16,5%	131.125	21,3%
<i>Dinamarca</i>	3.091	44,7%	4.575	-4,5%	7.666	10,7%	37.788	34,4%	57.997	15,7%	95.785	22,4%
<i>Noruega</i>	1.965	108,8%	4.022	12,4%	5.987	32,5%	34.719	49,8%	60.743	8,0%	95.462	20,2%
Francia	17.818	38,1%	3.883	35,3%	21.701	37,6%	105.094	51,8%	56.315	35,1%	161.409	45,5%
Holanda	3.179	15,6%	1.634	-9,9%	4.813	5,5%	86.450	17,6%	67.681	-0,1%	154.131	9,1%
Bélgica	1.920	-7,2%	742	13,8%	2.662	-2,2%	116.286	13,4%	24.473	0,6%	140.759	11,0%
Italia	4.462	34,1%	3.142	5,2%	7.604	20,4%	84.741	35,4%	32.982	18,5%	117.723	30,2%
Rusia	3.365	189,8%	2.366	186,8%	5.731	188,6%	61.540	65,6%	50.242	12,0%	111.782	36,3%
Países del Este	3.884	144,1%	1.356	22,2%	5.240	94,0%	60.749	32,6%	33.232	4,1%	93.981	20,9%
Irlanda	1.375	11,4%	730	35,7%	2.105	18,8%	34.192	6,6%	39.891	11,5%	74.083	9,2%
Suiza	3.457	31,4%	797	-9,7%	4.254	21,1%	31.337	43,5%	10.042	8,9%	41.379	33,2%
Austria	4.205	28,9%	1.132	-8,9%	5.337	18,5%	26.207	25,7%	8.109	-13,1%	34.316	13,7%
Resto de Europa	9.468	47,8%	3.499	-3,2%	12.967	29,4%	79.331	20,2%	29.916	14,1%	109.247	18,5%
Usa	1.380	-23,8%	694	-20,3%	2.074	-22,7%	8.410	-2,6%	4.748	17,3%	13.158	3,7%
Resto de América	2.383	15,3%	2.489	-17,7%	4.872	-4,3%	12.656	0,0%	6.028	-6,5%	18.684	-2,2%
Resto del Mundo	3.760	26,9%	1.893	-22,5%	5.653	4,6%	44.454	4,9%	17.092	-6,1%	61.546	1,6%
Turismo extranjero	264.673	27,6%	111.338	12,0%	376.011	22,5%	2.210.401	18,9%	1.647.500	9,4%	3.857.901	14,6%
Total	601.893	9,7%	217.907	-11,4%	819.800	3,2%	3.189.953	8,6%	1.970.250	4,1%	5.160.203	6,8%

FUENTE: STDE Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



Canarias recibió en 2011 un total de 10.318.178 pasajeros procedentes de aeropuertos extranjeros, lo que supuso un crecimiento del 20,1% en el año. Mientras tanto, el tráfico desde la Península, con un total de 3.586.168 pasajeros, cae en Canarias un 1,1%. El número total de pasajeros desde aeropuertos peninsulares y extranjeros, 13.904.346, creció en el Archipiélago un 13,8%.

Tenerife es la isla con la mayor cuota de los pasajeros llegado a Canarias (38,2%). En total llegaron a la Isla en 2011 un total de 5,3 millones de pasajeros internacionales y procedentes de la Península. La evolución de Tenerife fue positiva, incrementando la llegada de pasajeros internacionales un 21,3%, mientras que las llegadas desde la Península se reducen un 3,4% respecto a 2010.

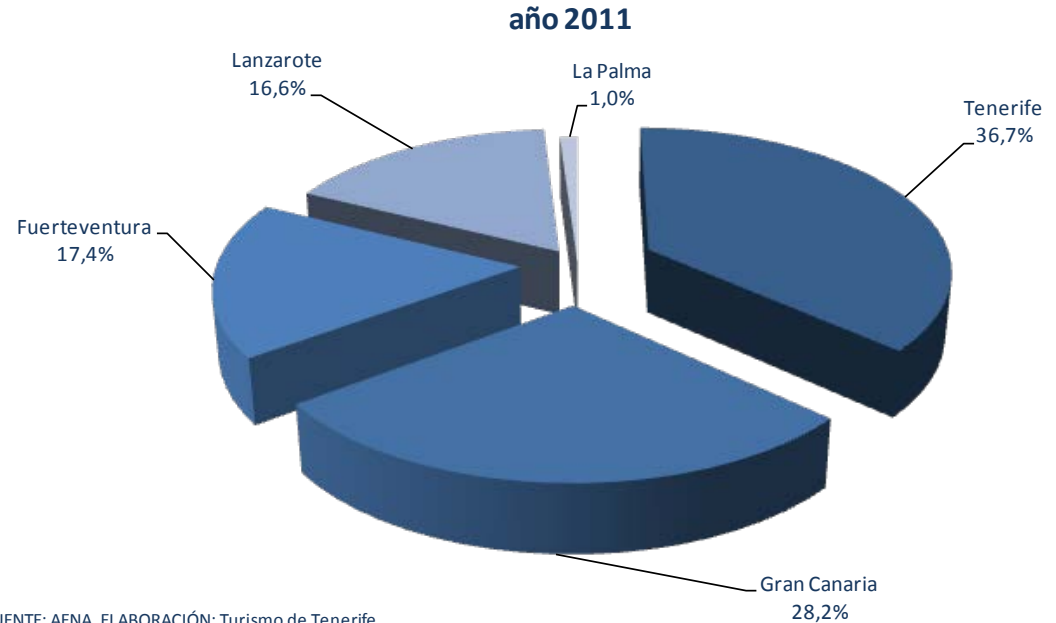
Gran Canaria es el segundo destino en cuota de llegadas con un 29,7% y una cifra en 2011 de 4,1 millones de pasajeros internacionales y de Península. La evolución de la Isla fue muy positiva en el año con crecimiento del 17,4% en las llegadas internacionales, y de un 1,3%, las llegadas desde la Península.

Lanzarote, con una cuota de llegadas internacionales y peninsulares del 16,4% sobre el total de Canarias, registra en el año un crecimiento de llegadas de pasajeros extranjeros del 17,3%, y del 3,3% en las llegadas de pasajeros desde la Península. Ambos mercados suman en Lanzarote un total de 2.281.506 pasajeros.

Por último, Fuerteventura, con una cuota del 14,5%, al igual que en 2010 registra una fuerte expansión turística con un crecimiento del 26,2% en las llegadas de pasajeros extranjeros, aunque también registra un importante retroceso en el tráfico de pasajeros procedente de la Península (-11,9%). El volumen de pasajeros de ambas procedencias en la isla ascendió a 2.016.171.

Por mercados, en Tenerife se incrementa el tráfico de pasajeros de todas las procedencias, a excepción de Estados Unidos.

DISTRIBUCIÓN DE PASAJEROS PROCEDENTES DE AEROPUERTOS EXTRANJEROS POR ISLAS



FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



EVOLUCIÓN DE PASAJEROS LLEGADOS A CANARIAS DESDE AEROPUERTOS EXTRANJEROS - ISLAS

	Canarias		Tenerife		Gran Canaria		Fuerteventura		Lanzarote		La Palma	
	pasajeros	var. Interanual	pasajeros	var. Interanual	pasajeros	var. Interanual	pasajeros	var. Interanual	pasajeros	var. Interanual	pasajeros	var. Interanual
diciembre	936.107	16,6%	350.718	16,0%	307.830	17,4%	130.668	12,8%	135.380	19,4%	11.511	30,8%
noviembre	931.841	12,2%	348.696	13,3%	296.530	13,4%	140.188	7,4%	133.457	10,2%	12.970	30,4%
octubre	962.498	16,7%	360.144	14,5%	262.784	15,3%	171.552	22,8%	160.450	18,8%	7.568	-1,4%
septiembre	746.482	17,6%	279.917	25,5%	176.012	8,2%	139.882	16,2%	143.611	17,5%	7.060	5,3%
agosto	817.567	17,0%	294.100	22,2%	204.035	15,6%	167.504	19,5%	144.432	7,9%	7.496	-5,6%
julio	842.571	18,1%	305.443	22,6%	209.954	19,5%	165.136	17,6%	154.875	10,6%	7.163	-10,0%
junio	681.853	18,0%	243.282	20,4%	167.444	13,4%	133.263	19,0%	132.777	20,7%	5.087	-18,1%
mayo	636.724	15,0%	231.787	23,5%	157.264	3,2%	122.685	18,4%	119.020	14,0%	5.968	9,9%
abril	936.635	63,6%	352.388	63,4%	246.504	61,0%	168.381	78,4%	159.693	57,4%	9.669	21,6%
marzo	1.025.160	21,8%	366.241	22,3%	309.723	17,0%	173.223	39,0%	163.704	16,9%	12.269	-6,1%
febrero	932.699	22,4%	332.694	19,4%	289.573	18,7%	155.799	47,3%	143.685	16,3%	10.948	7,9%
enero	868.041	11,8%	319.283	7,1%	285.778	12,7%	129.372	33,2%	123.682	6,3%	9.926	-15,1%
año 2011	10.318.178	20,1%	3.784.693	21,3%	2.913.431	17,4%	1.797.653	26,2%	1.714.766	17,3%	107.635	4,0%
2010	8.590.081	7,6%	3.118.852	5,2%	2.481.672	5,6%	1.424.482	19,3%	1.461.568	6,9%	103.507	-2,9%
2009	7.982.256	-13,4%	2.964.844	-11,8%	2.349.533	-12,5%	1.193.829	-18,1%	1.367.483	-13,8%	106.567	-14,0%
2008	9.216.585	-1,2%	3.362.808	-1,4%	2.685.267	-1,1%	1.457.315	-1,0%	1.587.237	-1,9%	123.958	12,3%
2007	9.328.546	-2,1%	3.412.139	-4,1%	2.715.027	-1,4%	1.472.647	3,5%	1.618.335	-3,8%	110.398	-0,8%
2006	9.530.039	2,7%	3.559.669	3,4%	2.753.696	1,7%	1.422.630	8,0%	1.682.716	-0,3%	111.328	-7,3%
2005	9.276.963	-1,6%	3.442.787	-0,4%	2.708.140	-2,2%	1.317.765	0,3%	1.688.223	-4,6%	120.048	3,4%
2004	9.427.265	-4,2%	3.457.070	-3,5%	2.769.898	-3,3%	1.314.017	-7,1%	1.770.176	-4,5%	116.104	-4,8%
2003	9.836.785	0,6%	3.582.195	-2,1%	2.865.475	-0,7%	1.414.108	6,2%	1.853.085	4,0%	121.922	2,5%
2002	9.778.512	-3,5%	3.659.397	-4,0%	2.886.800	-5,6%	1.332.012	-0,7%	1.781.374	-0,6%	118.929	-10,9%
2001	10.137.202	1,6%	3.811.990	3,7%	3.058.759	-1,6%	1.341.319	2,7%	1.791.722	2,4%	133.412	-1,4%
2000	9.975.977	1,2%	3.675.206	2,3%	3.109.066	-0,9%	1.305.874	2,6%	1.750.507	1,8%	135.324	0,0%
1999	9.855.255	5,4%	3.591.020	4,4%	3.136.262	5,0%	1.272.648	12,4%	1.719.949	3,5%	135.376	6,5%
1998	9.349.152	10,9%	3.440.551	9,0%	2.987.098	9,3%	1.131.983	18,0%	1.662.427	13,4%	127.093	8,6%
1997	8.433.873	5,3%	3.157.343	5,5%	2.733.978	5,1%	958.975	5,2%	1.466.570	6,2%	117.007	-2,0%
1996	8.007.118	0,4%	2.993.084	-0,6%	2.602.220	0,4%	911.201	-0,1%	1.381.195	2,4%	119.418	12,1%
1995	7.971.928	5,3%	3.012.568	3,5%	2.592.007	4,0%	912.087	10,9%	1.348.700	8,1%	106.566	9,9%
1994	7.569.096	15,6%	2.909.786	13,9%	2.491.917	14,0%	822.742	21,7%	1.247.699	20,0%	96.952	8,3%
1993	6.545.396		2.554.227		2.186.288		675.825		1.039.550		89.506	

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife.



LLEGADA DE PASAJEROS DESDE AEROPUERTOS NACIONALES Y EXTRANJEROS
Canarias e Islas (año 2010-2011)

AEROPUERTO PROCEDENCIA DEL VUELO	GRAN CANARIA					FUERTEVENTURA					LANZAROTE					AEROPUERTO PROCEDENCIA DEL VUELO
	año 2010	año 2011	var. interanual	cuota / Isla	cuota / Canarias	año 2010	año 2011	var. interanual	cuota / Isla	cuota / Canarias	año 2010	año 2011	var. interanual	cuota / Isla	cuota / Canarias	
aerop. Interinsulares	953.831	1.050.381	10,1%	20,3%	31,8%	382.847	431.647	12,7%	17,6%	13,0%	401.933	441.844	9,9%	16,2%	13,4%	aerop. Interinsulares
aerop. peninsulares	1.206.679	1.222.168	1,3%	23,6%	34,1%	248.156	218.518	-11,9%	8,9%	6,1%	548.573	566.740	3,3%	20,8%	15,8%	aerop. peninsulares
Total aerop. españoles	2.160.510	2.272.549	5,2%	43,8%	33,0%	631.003	650.165	3,0%	26,6%	9,4%	950.506	1.008.584	6,1%	37,0%	14,6%	Total aerop. españoles
Aerop. Peninsulares + aerop. Extranjeros	3.688.351	4.135.599	12,1%	79,7%	29,7%	1.672.638	2.016.171	20,5%	82,4%	14,5%	2.010.141	2.281.506	13,5%	83,8%	16,4%	Aerop. Peninsulares + aerop. Extranjeros
Holanda	144.904	178.459	23,2%	3,4%	43,5%	38.449	44.525	15,8%	1,8%	10,9%	40.807	59.593	46,0%	2,2%	14,5%	Holanda
Bélgica	83.520	87.726	5,0%	1,7%	24,7%	21.126	28.135	33,2%	1,1%	7,9%	36.928	38.316	3,8%	1,4%	10,8%	Bélgica
Alemania	690.529	816.564	18,3%	15,7%	30,0%	636.840	745.372	17,0%	30,5%	27,4%	265.392	311.609	17,4%	11,4%	11,5%	Alemania
Francia	1.011	3.270	223,4%	0,1%	1,7%	53.501	98.339	83,8%	4,0%	49,9%	3.834	3.400	-11,3%	0,1%	1,7%	Francia
Reino Unido	512.515	539.545	5,3%	10,4%	14,9%	408.010	487.724	19,5%	19,9%	13,5%	813.176	906.084	11,4%	33,3%	25,0%	Reino Unido
Irlanda	78.450	90.041	14,8%	1,7%	22,2%	38.030	54.308	42,8%	2,2%	13,4%	154.964	178.378	15,1%	6,5%	44,0%	Irlanda
Italia	27.268	45.906	68,4%	0,9%	15,4%	63.724	102.436	60,7%	4,2%	34,4%	7.702	37.488	386,7%	1,4%	12,6%	Italia
Países Nórdicos	704.244	846.484	20,2%	16,3%	57,6%	74.592	101.264	35,8%	4,1%	6,9%	89.983	111.450	23,9%	4,1%	7,6%	Países Nórdicos
Suecia	206.797	258.393	25,0%	5,0%	58,3%	33.206	43.326	30,5%	1,8%	9,8%	22.086	31.732	43,7%	1,2%	7,2%	Suecia
Noruega	254.470	301.903	18,6%	5,8%	69,0%	8.495	9.311	9,6%	0,4%	2,1%	29.880	35.032	17,2%	1,3%	8,0%	Noruega
Dinamarca	130.536	151.852	16,3%	2,9%	47,3%	26.849	38.127	42,0%	1,6%	11,9%	25.597	26.743	4,5%	1,0%	8,3%	Dinamarca
Finlandia	112.441	134.336	19,5%	2,6%	50,3%	6.042	10.500	73,8%	0,4%	3,9%	12.420	17.943	44,5%	0,7%	6,7%	Finlandia
Suiza	70.426	93.274	32,4%	1,8%	44,0%	31.679	38.290	20,9%	1,6%	18,1%	16.879	22.295	32,1%	0,8%	10,5%	Suiza
Austria	30.814	37.079	20,3%	0,7%	34,7%	14.133	18.097	28,0%	0,7%	16,9%	5.616	7.291	29,8%	0,3%	6,8%	Austria
Federación Rusa	781	1.682	115,4%	0,0%	2,4%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	Federación Rusa
República Checa	14.600	14.571	-0,2%	0,3%	40,3%	4.943	6.356	28,6%	0,3%	17,6%	2.215	4.107	85,4%	0,2%	11,4%	República Checa
Polonia	16.602	25.399	53,0%	0,5%	17,2%	23.988	57.169	138,3%	2,3%	38,8%	9.541	16.095	68,7%	0,6%	10,9%	Polonia
USA	0	5	-	0,0%	15,6%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0	2	-	0,0%	0,0%	USA
Otros países	106.008	133.426	25,9%	2,6%	50,2%	15.467	15.638	1,1%	0,6%	5,9%	14.531	18.658	28,4%	0,7%	7,0%	Otros países
Total aerop. Extranjeros	2.481.672	2.913.431	17,4%	56,2%	28,2%	1.424.482	1.797.653	26,2%	73,4%	17,4%	1.461.568	1.714.766	17,3%	63,0%	16,6%	Total aerop. Extranjeros
TOTAL PASAJEROS	4.642.182	5.185.980	11,7%	100,0%	30,1%	2.055.485	2.447.818	19,1%	100,0%	14,2%	2.412.074	2.723.350	12,9%	100,0%	15,8%	TOTAL PASAJEROS

AEROPUERTO PROCEDENCIA DEL VUELO	TENERIFE					LA PALMA					TOTAL CANARIAS					AEROPUERTO PROCEDENCIA DEL VUELO
	año 2010	año 2011	var. interanual	cuota / Isla	cuota / Canarias	año 2010	año 2011	var. interanual	cuota / Isla	cuota / Canarias	año 2010	año 2011	var. interanual	cuota / Isla	cuota / Canarias	
aerop. Interinsulares	946.130	1.016.360	7,4%	16,0%	30,7%	343.503	367.633	7,0%	70,4%	11,1%	3.028.244	3.307.865	9,2%	19,2%	100,0%	aerop. Interinsulares
aerop. peninsulares	1.585.867	1.532.080	-3,4%	24,2%	42,7%	35.023	46.662	33,2%	8,9%	1,3%	3.624.298	3.586.168	-1,1%	20,8%	100,0%	aerop. peninsulares
Total aerop. españoles	2.531.997	2.548.440	0,6%	40,2%	37,0%	378.526	414.295	9,4%	79,4%	6,0%	6.652.542	6.894.033	3,6%	40,1%	100,0%	Total aerop. españoles
Aerop. Peninsulares + aerop. Extranjeros	4.704.719	5.316.773	13,0%	84,0%	38,2%	138.530	154.297	11,4%	29,6%	1,1%	12.214.379	13.904.346	13,8%	80,8%	100,0%	Aerop. Peninsulares + aerop. Extranjeros
Holanda	86.049	112.092	30,3%	1,8%	27,3%	14.702	15.585	6,0%	3,0%	3,8%	324.911	410.254	26,3%	2,4%	100,0%	Holanda
Bélgica	170.737	194.897	14,2%	3,1%	55,0%	4.748	5.581	17,5%	1,1%	1,6%	317.059	354.655	11,9%	2,1%	100,0%	Bélgica
Alemania	663.383	772.345	16,4%	12,2%	28,4%	67.407	74.263	10,2%	14,2%	2,7%	2.323.551	2.720.153	17,1%	15,8%	100,0%	Alemania
Francia	44.479	92.131	107,1%	1,5%	46,7%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	102.825	197.140	91,7%	1,1%	100,0%	Francia
Reino Unido	1.443.618	1.680.251	16,4%	26,5%	46,3%	14.875	12.206	-17,9%	2,3%	0,3%	3.192.194	3.625.810	13,6%	21,1%	100,0%	Reino Unido
Irlanda	74.261	82.474	11,1%	1,3%	20,4%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	345.705	405.201	17,2%	2,4%	100,0%	Irlanda
Italia	64.784	112.256	73,3%	1,8%	37,7%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	163.478	298.086	82,3%	1,7%	100,0%	Italia
Países Nórdicos	301.716	410.014	35,9%	6,5%	27,9%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	1.170.535	1.469.212	25,5%	8,5%	100,0%	Países Nórdicos
Suecia	81.347	109.791	35,0%	1,7%	24,8%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	343.436	443.242	29,1%	2,6%	100,0%	Suecia
Noruega	67.670	91.158	34,7%	1,4%	20,8%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	360.515	437.404	21,3%	2,5%	100,0%	Noruega
Dinamarca	74.250	104.593	40,9%	1,7%	32,6%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	257.232	321.315	24,9%	1,9%	100,0%	Dinamarca
Finlandia	78.449	104.472	33,2%	1,6%	39,1%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	209.352	267.251	27,7%	1,6%	100,0%	Finlandia
Suiza	45.114	58.202	29,0%	0,9%	27,4%	1.773	0	-100,0%	0,0%	0,0%	165.871	212.061	27,8%	1,2%	100,0%	Suiza
Austria	36.458	44.538	22,2%	0,7%	41,6%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	87.021	107.005	23,0%	0,6%	100,0%	Austria
Federación Rusa	44.736	67.447	50,8%	1,1%	97,6%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	45.517	69.129	51,9%	0,4%	100,0%	Federación Rusa
República Checa	9.696	11.099	14,5%	0,2%	30,7%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	31.454	36.133	14,9%	0,2%	100,0%	República Checa
Polonia	30.595	48.717	59,2%	0,8%	33,1%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	80.726	147.380	82,6%	0,9%	100,0%	Polonia
USA	3.042	25	-99,2%	0,0%	78,1%	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	3.042	32	-98,9%	0,0%	100,0%	USA
Otros países	100.184	98.205	-2,0%	1,6%	36,9%	2	0	-100,0%	0,0%	0,0%	236.192	265.927	12,6%	1,5%	100,0%	Otros países
Total aerop. Extranjeros	3.118.852	3.784.693	21,3%	59,8%	36,7%	103.507	107.635	4,0%	20,6%	1,0%	8.590.081	10.318.178	20,1%	59,9%	100,0%	Total aerop. Extranjeros
TOTAL PASAJEROS	5.650.849	6.333.133	12,1%	100,0%	36,8%	482.033	521.930	8,3%	100,0%	3,0%	15.242.623	17.212.211	12,9%	100,0%	100,0%	TOTAL PASAJEROS

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



- La llegada de Turismo internacional en el mundo creció en 2011 un 3,8%, por debajo que crecimiento que se registró en 2010 y que alcanzó un 5,3%.
- La importante caída que sufren Egipto (-17,9%) y Túnez (-10,5%), y aunque menor Marruecos (-2,1%), a causa de las revueltas de la Primavera Árabe, benefician especialmente a Canarias, que experimenta un fuerte incremento del 18,3%.
- De los competidores del arco mediterráneo, incrementan su turismo internacional Turquía (+6,6%), además de Italia, Francia, Grecia y Croacia .
- Los destinos del Caribe también incrementan su volumen turístico, especialmente, Méjico y Jamaica, con crecimientos en torno a un 4-5%.
- En lo que respecta a los destinos españoles, la entrada de turismo internacional en España aumentó en 2011 un 3,5%. Entre los principales destinos turísticos españoles, incrementan la afluencia turística Baleares (+9,8%), la Comunidad Valenciana (-7,2%), Cataluña (+4,7%) y Andalucía (5,9%). Pierden turismo internacional la Comunidad de Madrid (-0,6%).

LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES POR DESTINO (en miles de personas)

	2010	2011	var 11/10	Cuota/ total de turismo
France	80.268	82.650	3,0%	8,5%
España	52.677	56.694	3,5%	5,9%
Canarias	8.609	10.183	18,3%	1,1%
Tenerife	3.021	3.659	21,1%	0,4%
Gran Canaria	2.463	2.849	15,7%	0,3%
Lanzarote	1.482	1.708	15,3%	0,2%
Fuerteventura	1.467	1.797	22,5%	0,2%
La Palma	104	107	2,3%	0,0%
Andalucía	7.441	7.880	5,9%	0,8%
Balears (Illes)	9.202	10.099	9,8%	1,0%
Cataluña	13.155	13.769	4,7%	1,4%
C. Valenciana	5.021	5.382	7,2%	0,6%
Madrid (C. de)	4.632	4.606	-0,6%	0,5%
Resto de Ccaa	4.614	4.764	3,3%	0,5%
Italy	45.487	46.275	1,7%	4,8%
Turkey	25.867	27.587	6,6%	2,8%
Mexico	22.130	23.354	5,5%	2,4%
Thailand	15.676	16.523	5,4%	1,7%
Greece	15.098	15.532	2,9%	1,6%
Portugal	12.472	12.805	2,7%	1,3%
Egypt	12.696	10.422	-17,9%	1,1%
Croatia	9.615	9.916	3,1%	1,0%
Morocco	8.904	8.715	-2,1%	0,9%
Tunisia	6.651	5.951	-10,5%	0,6%
Dominican Republic	4.084	4.186	2,5%	0,4%
Cuba	2.485	2.500	0,6%	0,3%
Cyprus	2.133	2.165	1,5%	0,2%
Jamaica	1.932	2.009	4,0%	0,2%
World	933.505	968.608	3,8%	100,0%

Fuente: Euromonitor, IET (FRONTUR), ISTAC (FRONTUR). Elaboración: Turismo de Tenerife

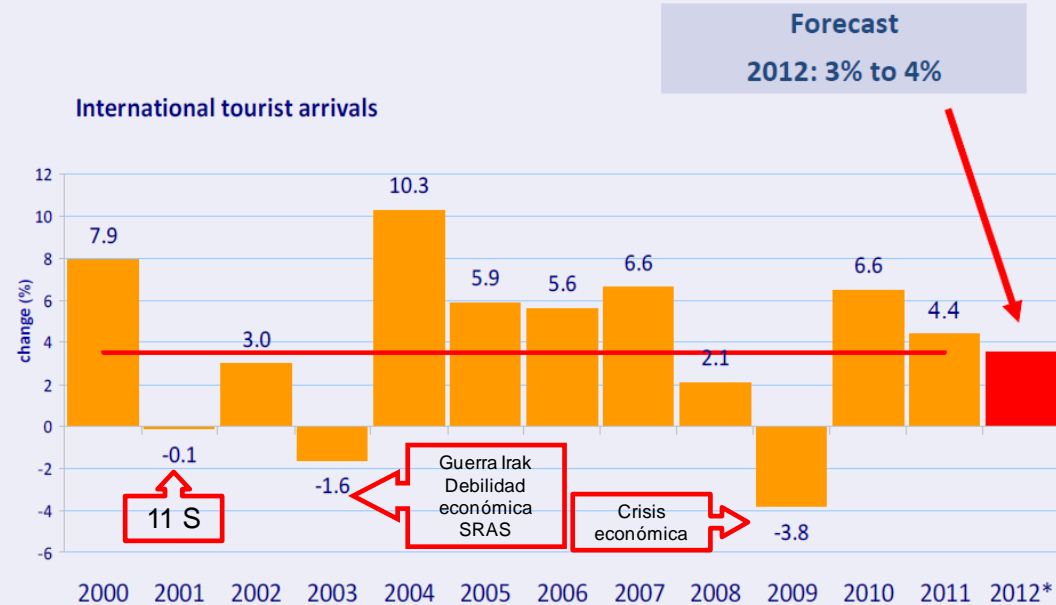


- El Turismo ha sido durante 2011 el impulsor de la economía mostrando un gran dinamismo en creación de empleo, PIB y superávit en la Balanza de Pagos por Turismo. El clima y la seguridad en Canarias han sido las principales bazas para beneficiarse de la situación producida en el Norte de África, provocando crecimientos atípicos en las Islas. El fuerte crecimiento turístico ha provocado un crecimiento también elevado en ingresos que no se acompaña lo que debiera del incremento de gasto de los turistas, siendo ésta una de las principales debilidades de Canarias. Esto provoca que, aun siendo la CCAA con mayor crecimiento turísticos, se mantenga por debajo de la media española y por detrás de otras CCAA como Madrid, Cataluña o Baleares.

- 2011 ha sido un año de crecimiento y recuperación turística con fuertes incrementos en las cifras de turismo internacional, aunque no así en el mercado español. Este comportamiento ha sido generalizado tanto para el conjunto de España como para Canarias y Tenerife. Canarias ha sido el principal impulsor del turismo en España, mostrando mejor comportamiento que de sus indicadores que el resto de CCAA. La cifra de llegada de turismo internacional a España en 2011 suma un total de 56,7 millones de turistas, un 7,6% más que en el año 2010 y que se traduce en 4 millones más que en el año 2010. El crecimiento en Canarias duplica a la media nacional con un incremento del 18,3% en igual periodo, colocándose el Archipiélago en 2º Comunidad española receptora de turismo por detrás de Cataluña. Un crecimiento que debe tener en cuenta el punto de partida negativo de 2010 y los desvíos producidos en el último año a causa de la Primavera Árabe.

- En relación a Canarias, Tenerife muestra un crecimiento superior a la media del Archipiélago en la evolución de turismo extranjero, aunque no ocurre lo mismo en su mercado nacional. Fuerteventura ha sido la Isla que ha mostrado un mayor crecimiento en turismo internacional y Gran Canaria la única que tiene balance positivo en mercado español.

Outlook: World



- Las previsiones para 2012 apuntan a que el turismo seguirá siendo la clave de la economía española en 2012. Sin embargo, los datos reflejan que a finales de 2011 se empieza a mostrar signos de agotamiento del sector: se ralentiza el crecimiento de turistas, el empleo no crece al mismo ritmo que meses anteriores y empieza a aumentar el desempleo. El gasto turístico, si bien aumenta, no lo ha hecho a igual ritmo del crecimiento de turismo.

- Se espera que continúe el crecimiento de la demanda extranjera, aunque a menor ritmo. No obstante, la situación va a depender de cómo continúe evolucionando la situación en mediterráneo oriental y el contexto macroeconómico. La OMT apunta un crecimiento turístico en Europa del 3-4%.

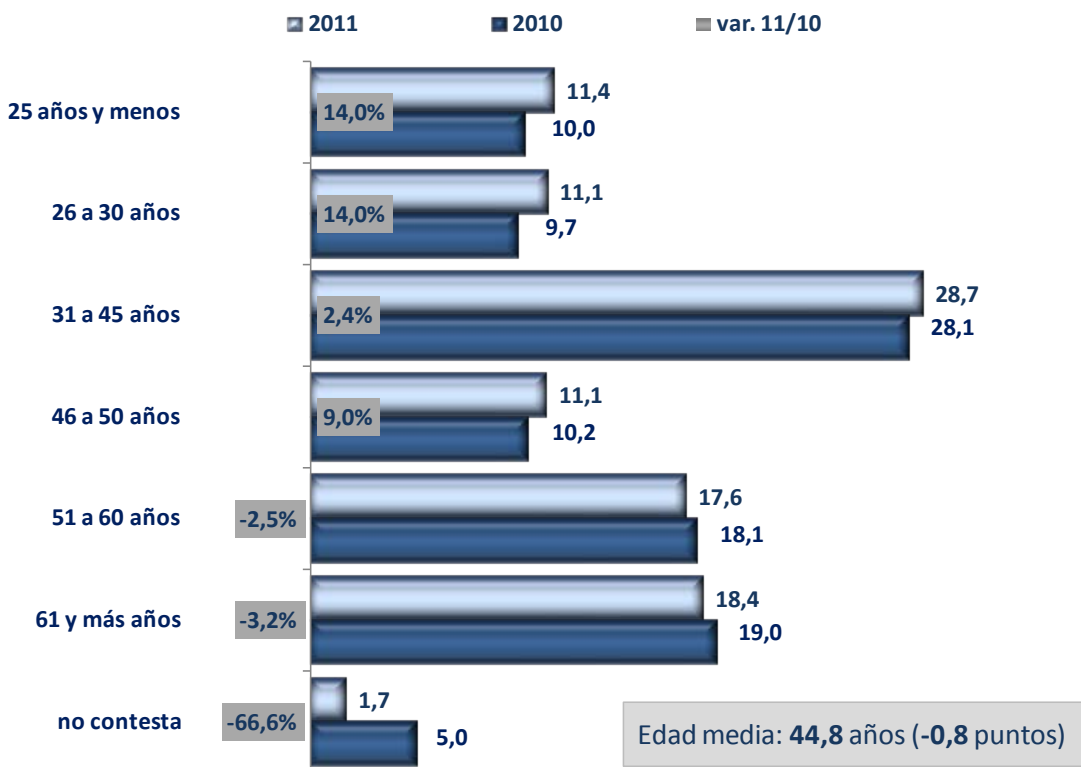


Los visitantes de Tenerife 2011



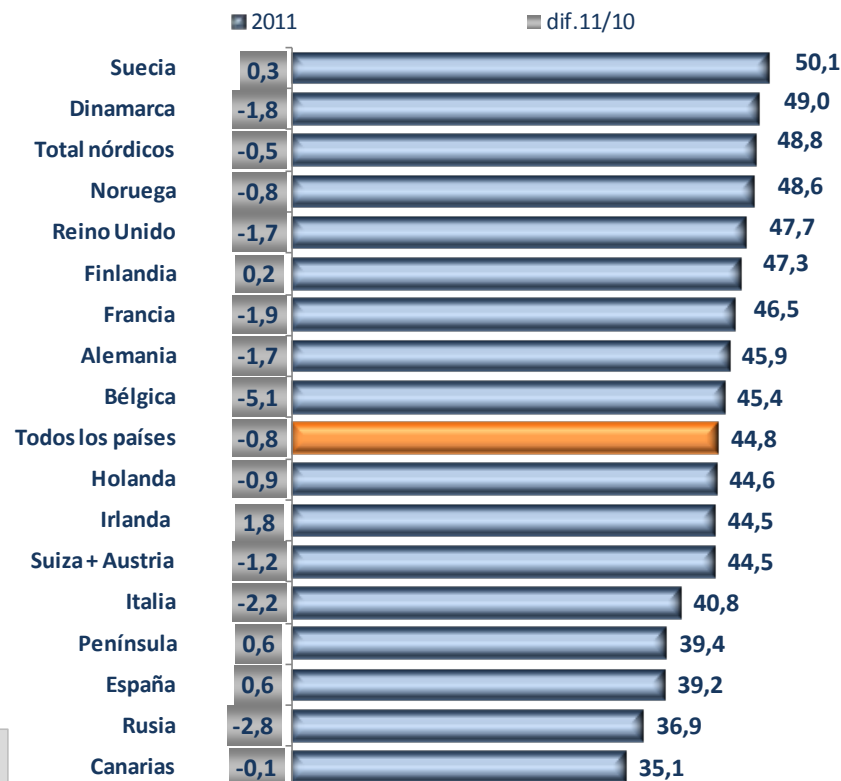
- El turismo que visitó Tenerife en 2011 se sitúa en una media de edad de 44,8 años, menor que el visitante del año anterior (45,6 años en 2010). En concreto se reduce el peso del segmento de visitantes mayores de 50 años a favor de las franjas de menor edad, que se incrementan todas.
- El segmento de turistas de mayor peso en la Isla es el de 31-45 años, franja que representan el 28,7% del total de turistas que visita Tenerife y que aumenta en 2011 un 2,4% respecto a 2010. La cuota de visitantes menores de 30 años, que representa un 22,5%, también se incrementa un 14% en el último año. Por el contrario, se reduce la presencia de los visitantes mayores de 50 años un 3%.
- El turismo nórdico y el británico es el de mayor edad, aunque vienen reduciendo la media en los últimos años (a excepción de los suecos y finlandeses). Sin embargo, los rusos, españoles e italiano, son los visitantes más jóvenes.

DISTRIBUCIÓN POR EDADES DE LOS TURISTAS DE TENERIFE (%)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

EDAD MEDIA DE LOS TURISTAS DE TENERIFE POR MERCADOS

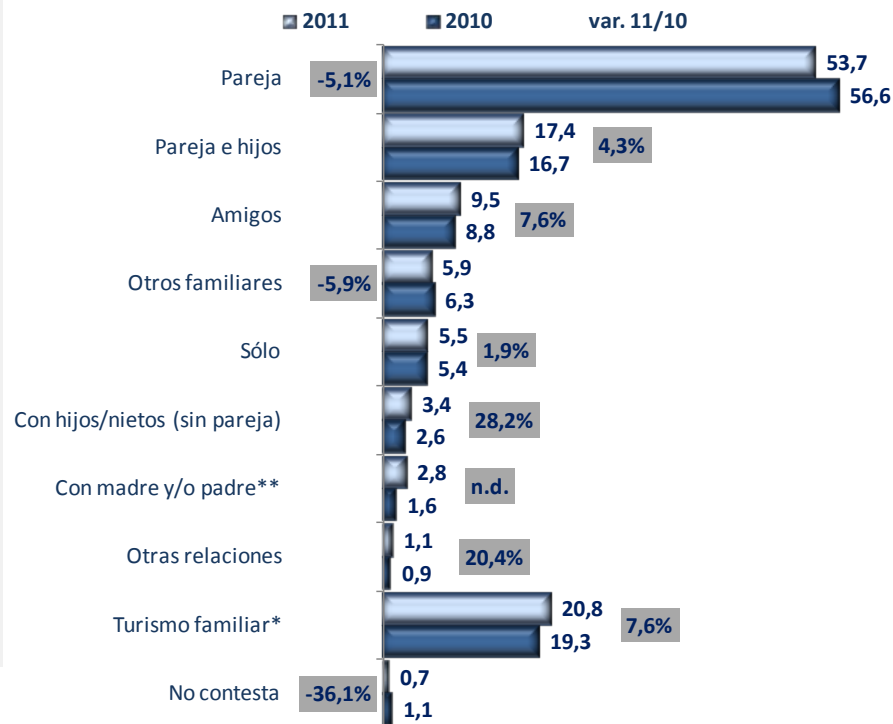


FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



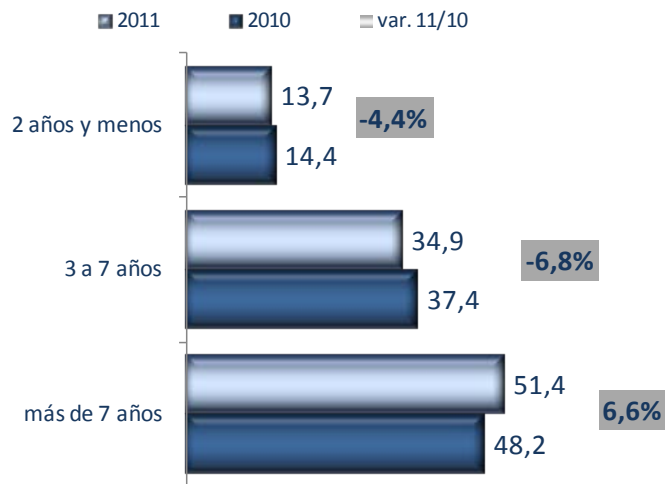
- El turismo en pareja, aún siendo el de mayor relevancia en Tenerife con una cuota del 53,7%, pierde un -5,1% en el último año. Por el contrario, el turismo familiar continúa ganando peso en la Isla, alcanzando una cuota del 20,8% en 2011, un 7,6% más elevada que la que había en 2010.
- En el segmento de familias, un 17,9% viajan con niños menores de 15 años, grupo que se incrementa un 8,9% en 2011.
- Las demandas de los grupos vacacionales difieren según las edades de los niños, lo que requiere de adaptaciones especializadas de la oferta turística. En las familias que visitan la Isla predominan las de niños mayores de 7 años, un 51,4% de los niños que visitan Tenerife. También es elevada la presencia de menores de 3 a 7 años, grupo que representan el 35% de los niños. Por último, un 14% de los niños que integran estos grupos familiares tienen menos de 2 años.
- Las familias con niños destacan especialmente en el mercado ruso. También son más frecuentes los mercados nórdico, español, holandés y belga. Aumenta el turismo de familia en el turismo ruso, holandés y belga.
- Las parejas son más frecuentes entre alemanes, británicos y franceses, mientras que italianos e irlandeses suelen viajar más en grupos de amigos.

RELACIÓN CON LOS ACOMPAÑANTES DE LOS TURISTAS EN TENERIFE (%)



** En julio 2010 se ha introducido una nueva relación "con madre y/o padre": Para el I semestre 2010 no está disponible información
 FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

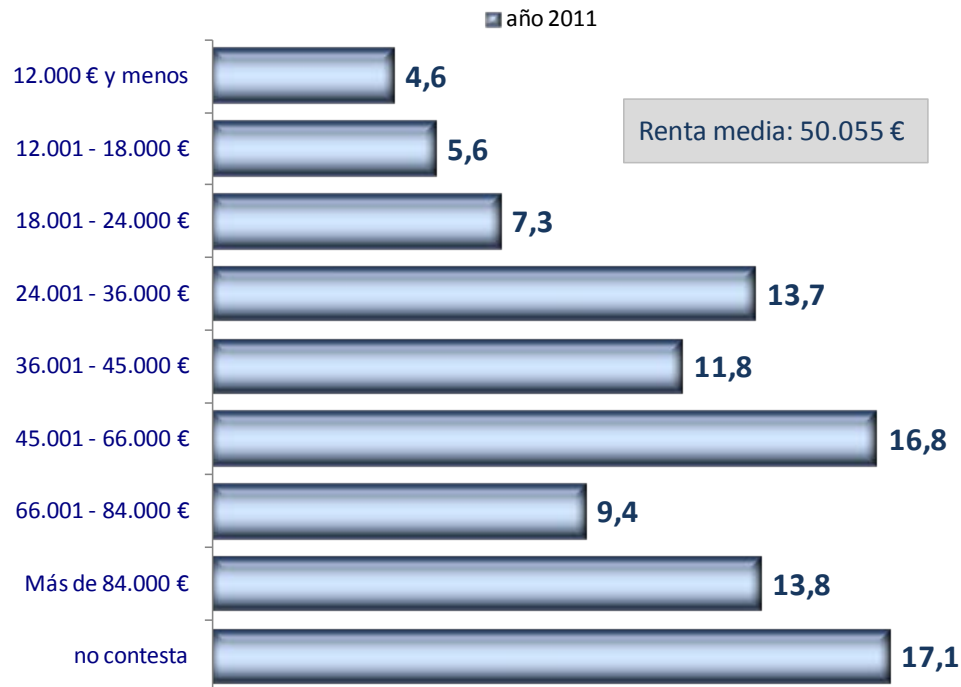
DISTRIBUCION POR RANGO DE EDAD DE LOS NIÑOS QUE VIAJAN EN GRUPOS A TENERIFE (%)





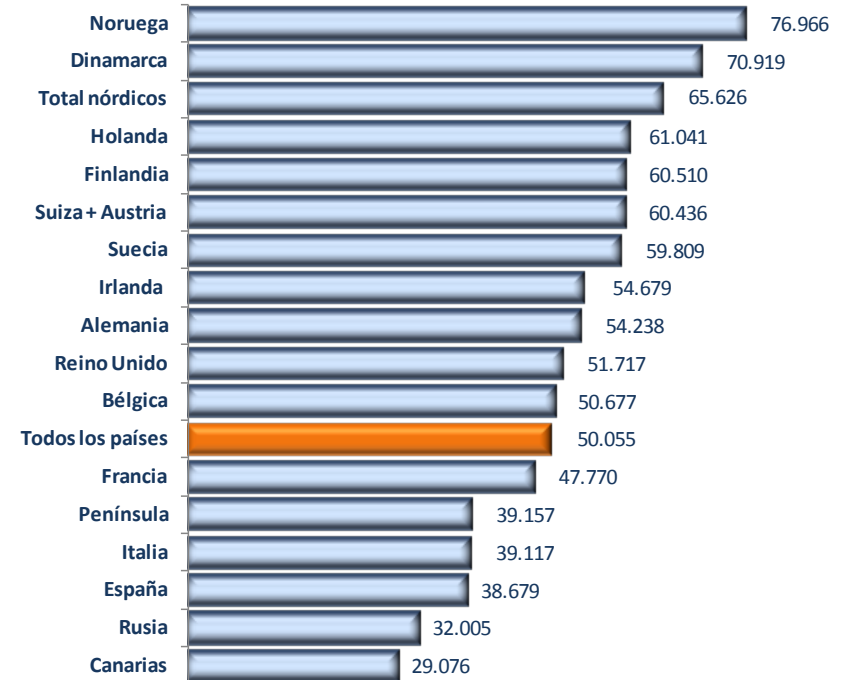
- El nivel medio de ingresos familiares se situó en 2011 en 50 mil euros anuales (50.055 €) muy similar a la registrada en 2011.
- Un 23% de los visitantes dispone de ingresos familiares superiores a 66 mil euros y, un 40% ,supera los 45 mil euros de renta familiar.
- Los mayores niveles de renta corresponden al turismo nórdico, en especial a los mercados noruego y danés, que disponen de rentas un 40% más elevadas que la de la media de visitantes. También es destacable el alto nivel de renta de los finlandeses y suecos, la renta de suizos y austriacos y, aunque menos elevada, la de irlandeses y alemanes.
- Los mercados con menor nivel de renta son los españoles, los rusos y los italianos. *(en relación al mercado ruso su nivel de renta declarado puede estar infraestimado a causa de las reticencias aún existentes en este mercado para declarar sus niveles de renta)*
- Británicos y franceses se mueven en la horquilla promedio de ingresos.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TURISTAS SEGÚN RENTA MEDIA FAMILIAR (%)



RENTA MEDIA FAMILIAR DE LOS TURISTAS DE TENERIFE SEGÚN MERCADOS

año 2011

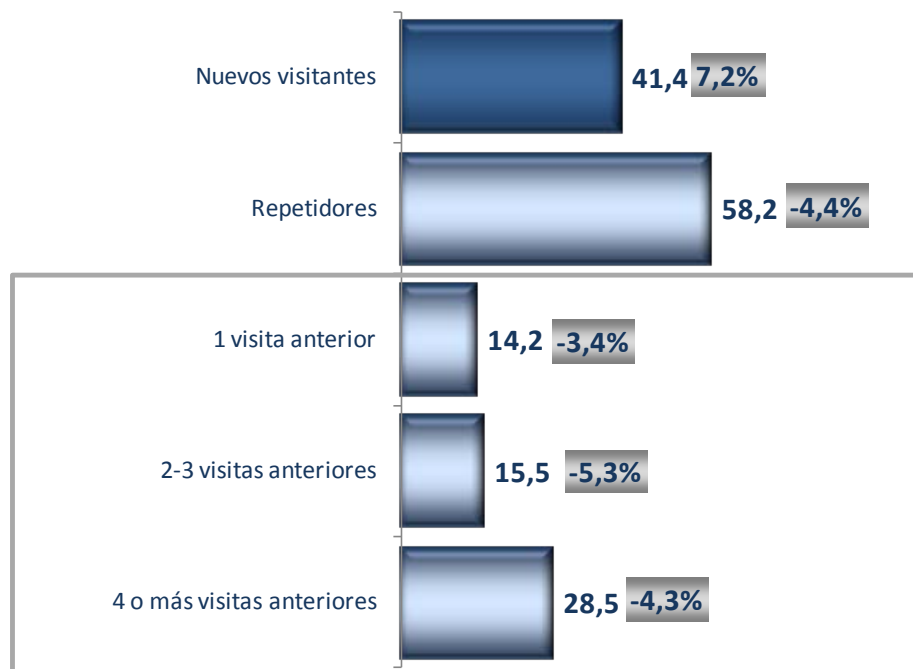




- El porcentaje de turistas que ya había estado con anterioridad en Tenerife se situó en 2011 en un 58,2%, un 4,4% por debajo del nivel de repetición del año anterior y el más bajo de los últimos cuatro años. Si se acota la repetición a los últimos 5 años, el porcentaje se sitúa en un 38,3% y el de nuevos visitantes en un 59,2%.
- Un 28,5% de los repetidores han viajado a la Isla en 4 o más ocasiones.
- El incremento de nuevos visitantes, que se sitúa en un 41,4%, se incrementó en 2011 un 7,2%, un resultado sobre el que ha incidido de manera importante el desvío de turistas que recibió la Isla desde el Norte de África a consecuencia de la Primavera Árabe. El incremento de nuevos visitantes, que se sitúa en un 41,4%, con incremento del 7,2%, en parte se explica por los desvíos de turistas desde el Norte de África a consecuencia de la Primavera Árabe.

VISITAS ANTERIORES A LA ISLA (%)

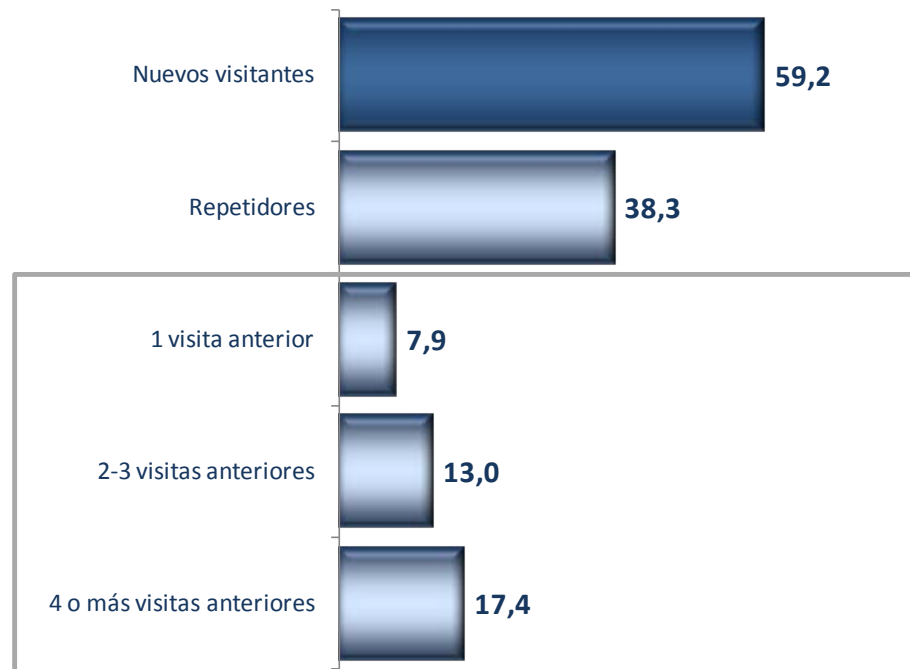
■ 2011 ■ var. 11/10



VISITAS ANTERIORES A LA ISLA (%)

ÚLTIMOS 5 AÑOS

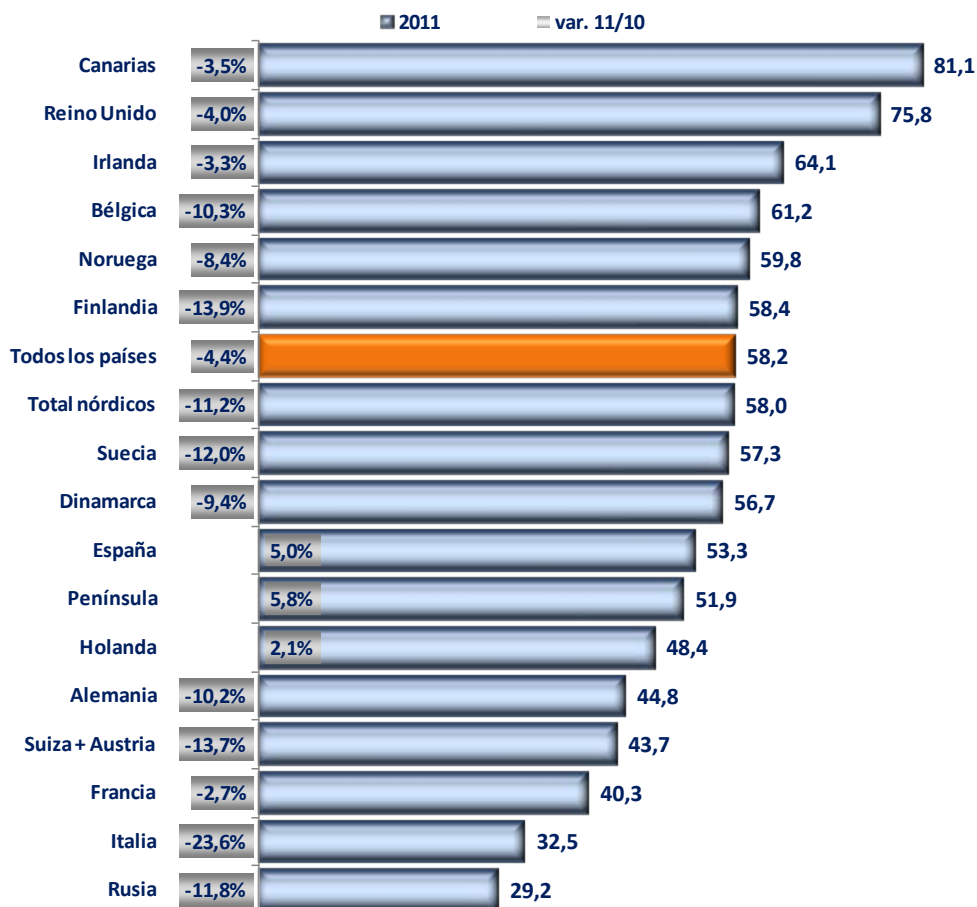
2011





- Aquellos mercados que fueron más afectados por las revueltas del Norte de África, son los que más incrementan el número de nuevos visitantes en Tenerife. Es por ello que son especialmente destacados los incrementos de nuevos visitantes, y en consecuencia el descenso de cuota de repetidores, entre los nórdicos, italianos, alemanes o belgas.
- También desciende el nivel de repeticiones del turismo británico e irlandés, los más fieles a Tenerife junto al mercado belga. Estos tres mercados extranjeros, además del mercado local canario, mantienen niveles de repetición a la Isla superiores al 60%. En los últimos 5 años, más del 40% ha repetido viaje a la Isla. Así, un 22,4% de los británicos que viajaron a Tenerife en 2011 había venido ya más de 5 veces en los últimos 5 años; lo mismo se observa en el 14,6% de los belgas y, en el 35% de los canarios.

NIVEL DE FIDELIDAD: PORCENTAJE DE REPETICIÓN DE VISITAS A TENERIFE SEGÚN MERCADOS (%)



NIVEL DE FIDELIDAD: PORCENTAJE DE REPETICIÓN DE VISITAS A TENERIFE SEGÚN MERCADOS (%) ÚLTIMOS 5 AÑOS

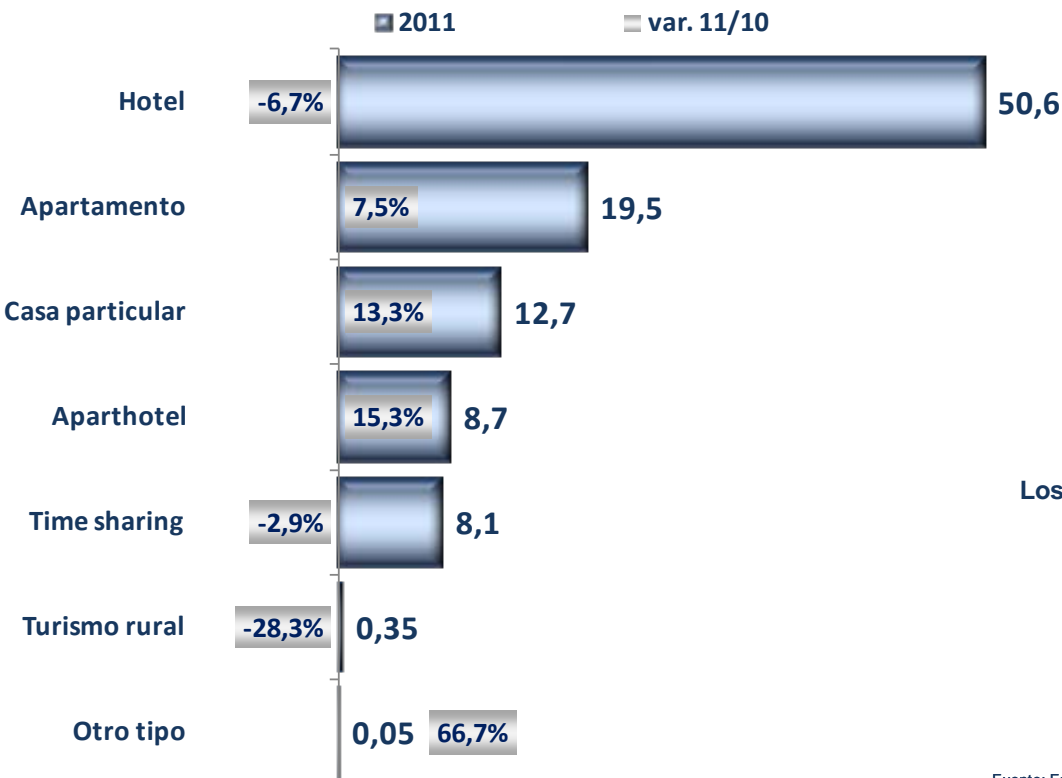
	2011	
	1ª visita	repetidor
Canarias	21,1	63,2
Reino Unido	42,5	55,4
Bélgica	53,1	44,4
Irlanda	54,1	43,6
Todos los países	59,2	38,3
Noruega	61,1	36,3
Dinamarca	61,8	34,8
Total nórdicos	63,6	33,4
Finlandia	63,9	31,9
Suecia	66,1	31,9
Holanda	67,2	29,8
España	67,8	28,7
Península	70,1	27,0
Alemania	71,1	26,8
Francia	72,5	26,7
Italia	75,9	23,1
Suiza + Austria	74,9	23,0
Rusia	74,7	21,7
Resto del Mundo	83,8	14,6

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de

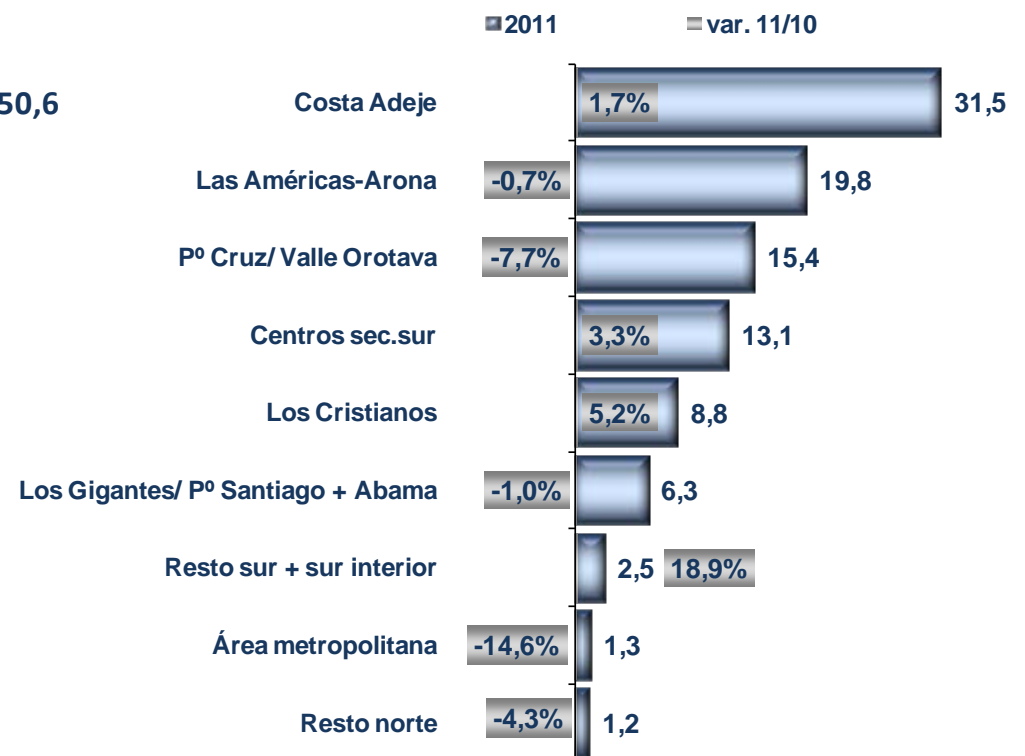


- En lo referente al tipo de alojamiento utilizado, en 2011 se incrementa la cuota de alojados en apartamentos y apartahoteles, así como en casas particulares. De otra parte, el alojamiento en hoteles pierde un 6,7% de cuota, específicamente los de 4* y 3*. Aumenta el peso de turistas que se alojan en hoteles de 5* así como los de categoría inferior.
- El turismo alojado en casas particulares aumenta un 13,3% en 2011 y se sitúa en una cuota del 12,7%. Un segmento en el que destacan, además del turismo canario, los mercados de Irlanda, Francia, Bélgica y Reino Unido.
- El time sharing pierde peso en la Isla, siendo sus principales usuarios, el turismo británico (17%), el turismo francés (12%) y el ruso (11%).
- Respecto a las zonas alojativas, desciende el peso del área Norte, así como el de la zona metropolitana. En el Sur, se reduce la cuota de la zona de Los Gigantes/Pº Santiago + Abama, y ligeramente la de Las Américas.

PORCENTAJE DE TURISTAS EN TENERIFE SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO (%)



PORCENTAJE DE TURISTAS SEGÚN ZONA DE ALOJAMIENTO (%)



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife



■ En lo que se refiere a los servicios alojativos contratados, la modalidad de *vuelo+sólo alojamiento sin pensión alimenticia* (25,2%) supera a la contratación de *media pensión*, que se sitúa en un 24,5%. Ambas pierden peso en 2011, con descenso de un -1,7% en el caso de *vuelo+sólo alojamiento*, y de un -10,8% en el caso de la *media pensión*.

■ La modalidad de *todo incluido* continúa implantándose y registra un crecimiento en 2011 del 22,2%, alcanzando una cuota del 22%.

■ También crece un 23% la contratación de alojamientos con *desayuno*, aunque la cuota de este servicio, un 8,6%, se sitúa a bastante distancia de las tres modalidades principales.

■ En lo que respecta a la contratación de *sólo el vuelo sin alojamiento*, esta modalidad desciende un -3,6% y se sitúa en una cuota del 15,1%.

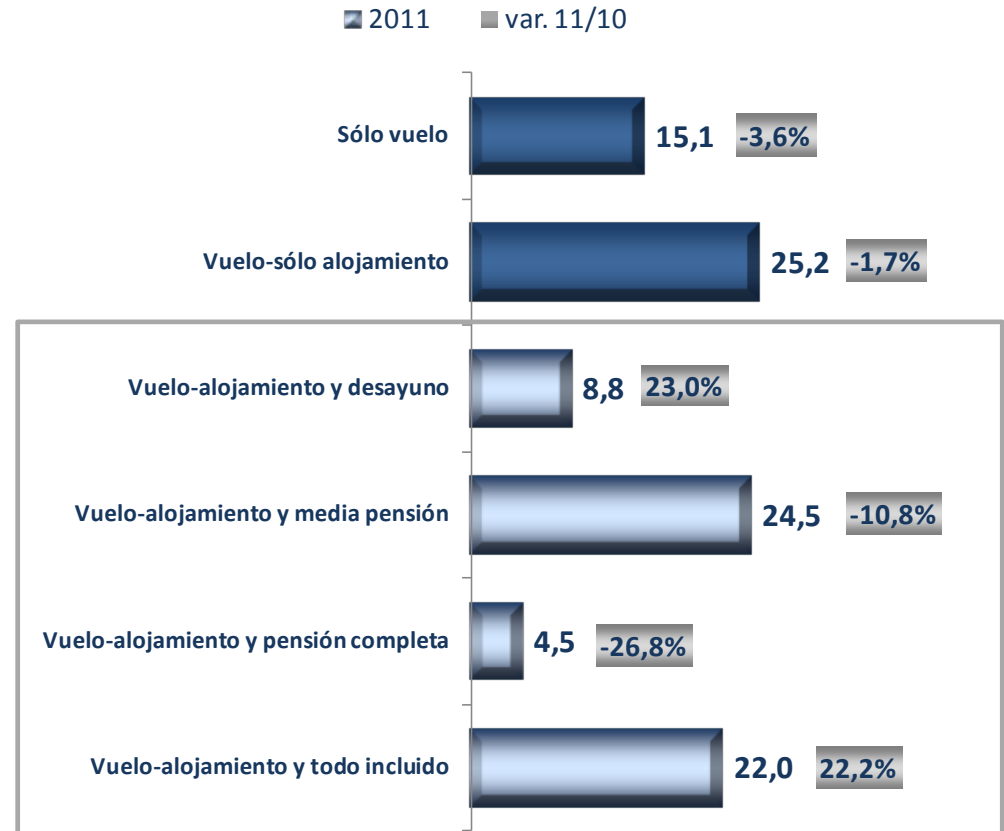
■ Se incrementa la contratación de servicios complementarios en origen, destacando la contratación, por parte del 14%, del coche de alquiler, servicio que aumenta un 26,4%. Aunque con pesos pequeños en contratación desde el origen, también crece la contratación de servicios tales como: excursiones, viaje combinado, crucero, actividades deportivas o tratamientos de salud.

■ Belgas, alemanes, daneses y españoles, entre los principales usuarios del todo incluido, aunque tan sólo en el mercado belga las cuotas de todo incluido mantienen pesos próximos a las de la media pensión.

■ Belgas y británicos, son los que muestran mayores porcentajes de contratación de sólo el vuelo.

■ Por su parte, alemanes y españoles mantienen una cuota en media pensión superior a. la de todo incluido. Y por último, los daneses, mantienen una cuota en contratación de alojamiento sin pensión superior a otras modalidades.

SERVICIOS CONTRATADOS POR LOS TURISTAS EN ORIGEN (%)



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

■ El mercado francés mantiene un reparto equilibrado diferentes modalidades: solo vuelo (el más elevado de todas las nacionalidades), vuelo+ sólo alojamiento, media pensión y todo incluido.

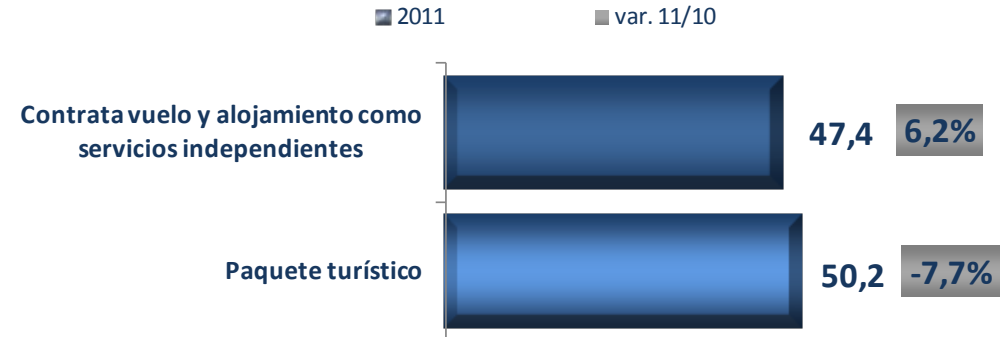
■ Franceses, belgas e italianos, son los mercados con mayor contratación de sólo el vuelo y contratación de alojamiento en viviendas privadas.

■ Nórdicos e irlandeses, los que más contratan la modalidad de vuelo + sólo alojamiento.



- La contratación de paquetes turísticos, que había aumentado puntualmente en 2010, retorna a la tendencia de descenso que mantenía en años anteriores, reduciéndose el porcentaje de turistas que utilizaron esta fórmula un 7,7%. Sin embargo, aumenta la contratación individualizada un 6,2%.
- En 2011, el 50,2% de los visitantes viajó a Tenerife con un paquete turístico, mientras que un 47,4% lo hizo contratando servicios independientes.
- Tal y como muestran las gráficas de la siguiente página, la contratación de paquetes turísticos es especialmente alta en los mercados nórdicos, con porcentajes que superan el 76%, en particular, en el mercado finlandés donde alcanza un 80%. Unos paquetes, que como se verá, suelen contratarse online a través de las web y portales de touroperación o agencias de viajes.
- También los mercados de Alemania, Austria-Suiza y Benelux, tienden más que la media a la contratación de paquetes integrados, aunque en este caso, la vía dominante suele ser la contratación convencional “presencial”.
- Irlandeses, franceses e italianos optan más por la contratación de servicios individualizados. Otro tanto sucede con el mercado español, el británico e incluso el ruso.

SERVICIOS CONTRATADOS POR LOS TURISTAS EN ORIGEN (%)



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

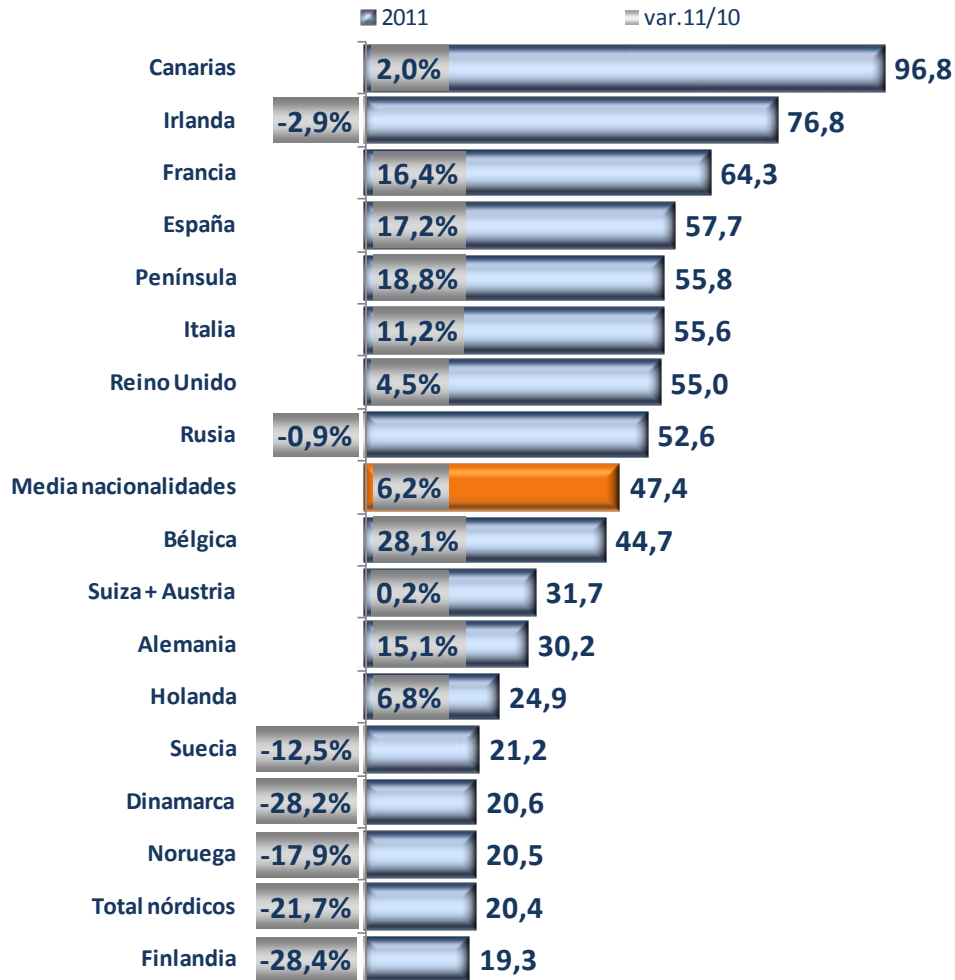
FORMULA DE CONTRATACIÓN DEL VUELO Y ALOJAMIENTO (%)

	2007	2008	2009	2010	2011	var. 08/07	var. 09/08	var. 10/09	var. 11/10
Contrata vuelo y alojamiento como servicios independientes	39,7	41,3	43,9	44,6	47,4	4,0%	6,4%	1,7%	6,2%
Paquete turístico	53,8	55,4	54,3	54,4	50,2	2,8%	-1,9%	0,1%	-7,7%
no lo sabe	2,3	1,0	0,8	0,5	0,8	-54,9%	-21,1%	-43,3%	68,6%
no contesta	4,2	2,3	1,0	0,5	1,6	-43,8%	-59,3%	-46,7%	217,9%

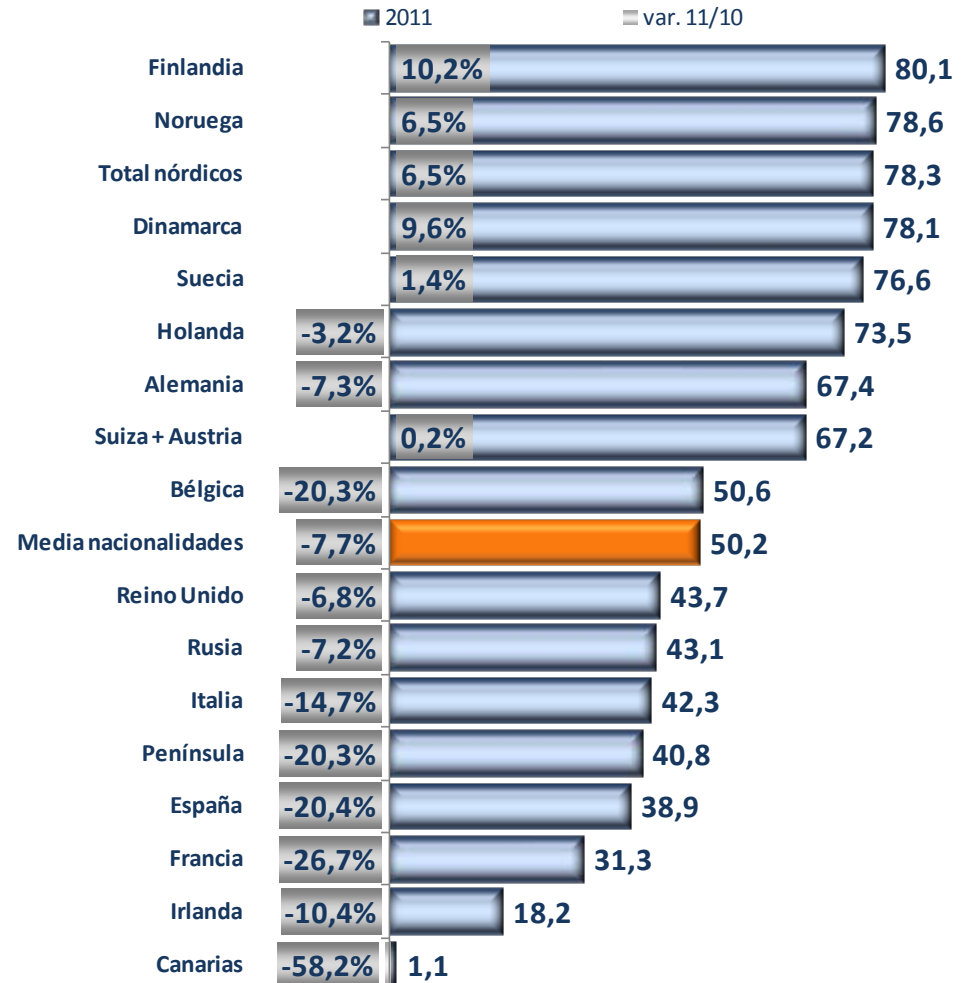
FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



FÓRMULA DE CONTRATACIÓN INDEPENDIENTE POR NACIONALIDADES (%)



FÓRMULA DE CONTRATACIÓN MODALIDAD PAQUETE TURÍSTICO POR NACIONALIDADES (%)



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife



- Respecto a las fórmulas de contratación del viaje utilizadas por los visitantes de 2011, un 69,5% contrató su vuelo a través de aavv o ttoo, y un 67,4% utilizó estas mismas vías para la contratación de su alojamiento.
- La contratación “presencial” de ambos servicios en TTOO o AAVV se sitúa en torno a un 40% para el vuelo y un 37,9% para el alojamiento. Sin embargo, se realiza vía web del ttoo o aavv en un 29% de los casos.
- La contratación directa del vuelo a través de la compañía aérea la realiza un 28,2% de los turistas, destacando los portales web (17,2%) sobre las webs de las propias líneas aéreas (9,4%). Es escasa la contratación “física o presencial” del vuelo a través de la compañía (1,6%).
- En relación a la contratación directa del alojamiento, ésta se sitúa en un 12,9%, utilizando para ello los portales web un 6,7%, las web de los alojamientos un 3,5% y, la contratación vía teléfono o fax, un 2,7%. Otras fórmula destacadas de contratación del alojamiento son el time sharing (8,2%), la cesión gratuita o pagada del mismo (5,8%) o, disponer de propiedad en la Isla (2,3%).
- En general, la contratación on line del viaje se sitúa en un 56% para el vuelo y un 40% para el alojamiento. La contratación “física” es de un 42% para el vuelo y de un 41% para el alojamiento.

FORMULA DE CONTRATACIÓN DEL ALOJAMIENTO (%)

	2011
TOUOPERADOR / AGENCIA DE VIAJES	67,4
directo con turoperador/aavv	37,9
portal/web turoperador/aavv	29,6
ALOJAMIENTO	12,9
directo con el alojamiento	2,7
portal/web alojamiento	6,7
web propia del alojamiento	3,5
Contrató al llegar a Tenerife	0,6
propietario	2,3
cesión gratis/pago	5,8
Time sharing	8,2
premio/regalo	0,8
intercambio vivienda	0,5
otra modalidad	0,1
no contesta	1,5

Explotación a partir del año 2011

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

FORMULA DE CONTRATACIÓN DEL VUELO (%)

	2010 **	2011
TOUOPERADOR/AGENCIA DE VIAJES	68,8	69,5
turoperador/ aavv :pers/tf/fax	44,7	40,1
turoperador/aavv: portal web	24,1	29,4
CONTRATACIÓN CON LA COMPAÑÍA	26,5	28,2
compañía:pers/tf/fax	1,6	1,6
compañía:portal web	20,9	17,2
compañía:web compañía	4,0	9,4
no contesta	4,6	2,3

**Datos 2010 hacen referencia al período julio-diciembre, dado que en julio se introdujeron cambios metodológicos en la formulación de la pregunta

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife.

ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

FORMULA DE CONTRATACIÓN (%)

	2011
VUELO	
directo	41,8
portal/web	55,9
no contesta	2,3
ALOJAMIENTO	
directo	40,6
portal/web	39,7
otra modalidad	18,2
no contesta	1,5

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



La fórmula online para contratación del vuelo es alta entre los turistas británicos, nórdicos e irlandeses, aunque cada uno mantiene patrones diferentes. Así, el británico se inclina por los portales web, bien de touroperadores como de líneas aéreas, mientras que el irlandés prefiere las web o portales directos de compañías aéreas o alojamientos. Por su parte, los nórdicos optan claramente por las web y portales de touroperación o agencias de viajes.

Otros mercados se inclinan por la contratación “física o directa” en agencias de viajes, como es el caso de alemanes, españoles, o italianos. Si bien en estos dos últimos, español e italiano, aumenta el uso de las web de líneas aéreas, algo que no sucede en el mercado alemán.

El holandés también prefiere la aa.vv. tradicional aunque crece el uso que hace de los portales web de ttoo. Otro tanto sucede con los belgas, aunque en este mercado aumenta tanto el uso de portales de tt.oo. así como el de las web de líneas aéreas.

El mercado francés, se reparte entre contrataciones más tradicionales en aa.vv., y las contrataciones online en páginas de líneas aéreas y alojamientos .

Por último, el mercado ruso que suele viajar a Tenerife con contratación “directa-física” a través de touroperadores.

FORMULA DE CONTRATACIÓN SEGÚN MERCADOS (%)

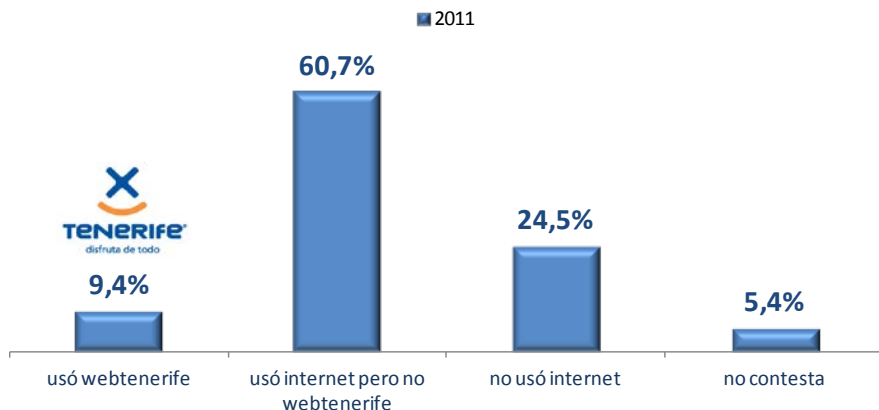
	2011						
	VUELO			ALOJAMIENTO			
	directo	portal/web	no contesta	directo	portal/web	otra modalidad	no contesta
España	52,0	45,0	3,0	52,3	32,8	12,8	2,1
Península	52,7	44,3	3,0	53,8	32,6	11,6	2,0
Canarias	37,9	60,0	2,1	21,1	37,9	36,8	4,2
Holanda	48,9	48,9	2,2	48,4	45,1	5,5	1,1
Bélgica	49,4	48,8	1,9	45,3	30,4	22,4	1,9
Alemania	64,2	33,5	2,3	64,1	26,8	8,4	0,7
Francia	45,0	52,0	3,0	39,8	31,1	26,7	2,5
Reino Unido	28,4	69,5	2,1	28,0	43,3	27,4	1,3
Irlanda	23,8	75,1	1,1	23,8	56,4	17,7	2,2
Italia	59,4	38,5	2,1	51,0	26,2	20,3	2,4
Total nórdicos	22,4	75,5	2,1	20,9	71,0	7,3	0,8
Suecia	26,8	70,3	2,8	24,3	68,4	5,9	1,4
Noruega	20,9	78,6	0,4	20,1	73,1	6,8	0,0
Dinamarca	21,5	77,7	0,9	21,9	73,0	4,7	0,4
Finlandia	19,3	77,4	3,3	17,2	71,1	10,8	0,9
Suiza + Austria	61,2	37,7	1,1	61,7	27,3	9,8	1,1
Rusia	61,7	34,8	3,6	53,8	20,2	23,7	2,4
Media nacionalidades	41,8	55,9	2,3	40,6	39,7	18,2	1,5

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



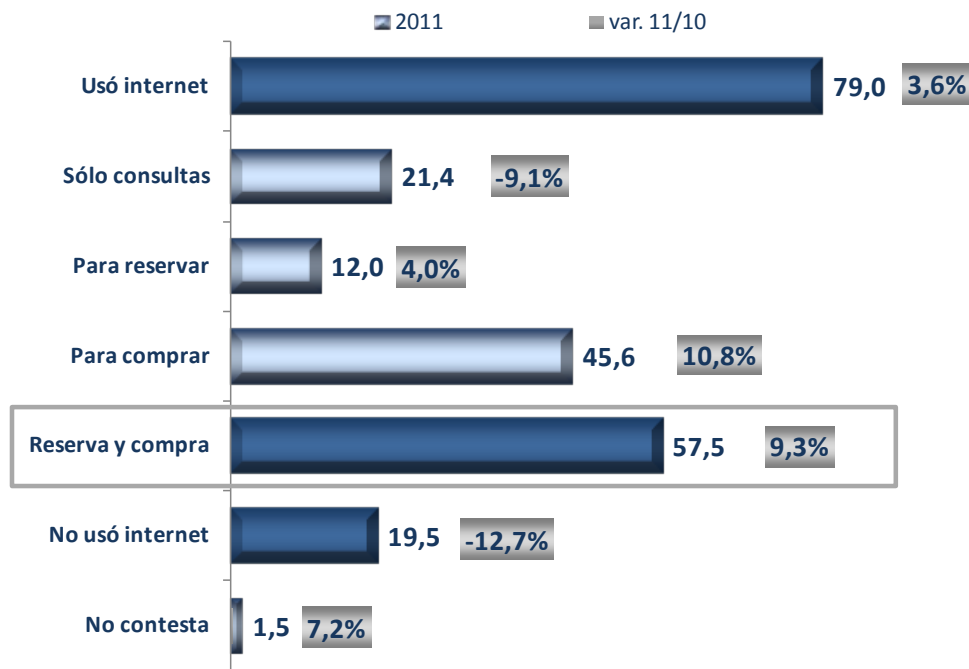
- En torno al 70-79% de los turistas que nos visitan actualmente utilizan la red para cualquier tipo de información de la isla o para consulta y gestión de los servicios de su viaje.
- En lo referente al uso específico de internet para la organización de los distintos servicios del viaje, en 2011 el 79% de nuestros visitantes utilizó la red para planificar sus vacaciones en la Isla, bien para informarse, reservar o para comprar los servicios del viaje actual. El 57,5% compró o reservó los servicios del viaje vía online, y un 21,5% utilizó la red para consultar sobre estos servicios, pero no materializó reservas o compras de los mismos.
- De otra parte, en torno a un 30% utilizó internet para obtener información general sobre la Isla pero no para gestionar los servicios del viaje.
- Por otro lado, y refiriéndose en concreto al uso de Internet como medio de información general sobre Tenerife, un 70% usa diferentes web para ellos. Un 9% utilizó para ello la web turística oficial *webtenerife.com* pero un 60,7% usa otras webs sobre el destino pero no la oficial.
- Lo más buscado en *webtenerife.com* son: los lugares de interés, datos sobre clima y meteorología, información sobre el alojamiento e información general de Tenerife.

USO DE *webtenerife.com* PARA INFORMARSE SOBRE TENERIFE



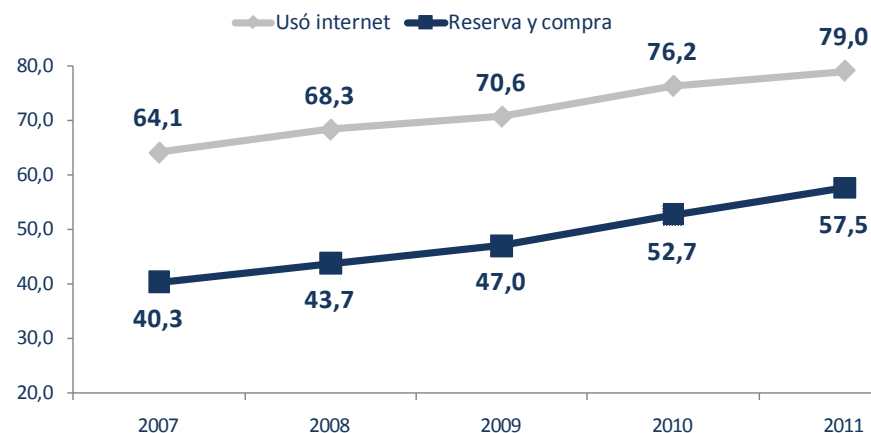
FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

USO DE INTERNET EN LA ORGANIZACIÓN DEL VIAJE A TENERIFE (%)



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

EVOLUCIÓN USO DE INTERNET Y DE RESERVA-COMPRAS ONLINE

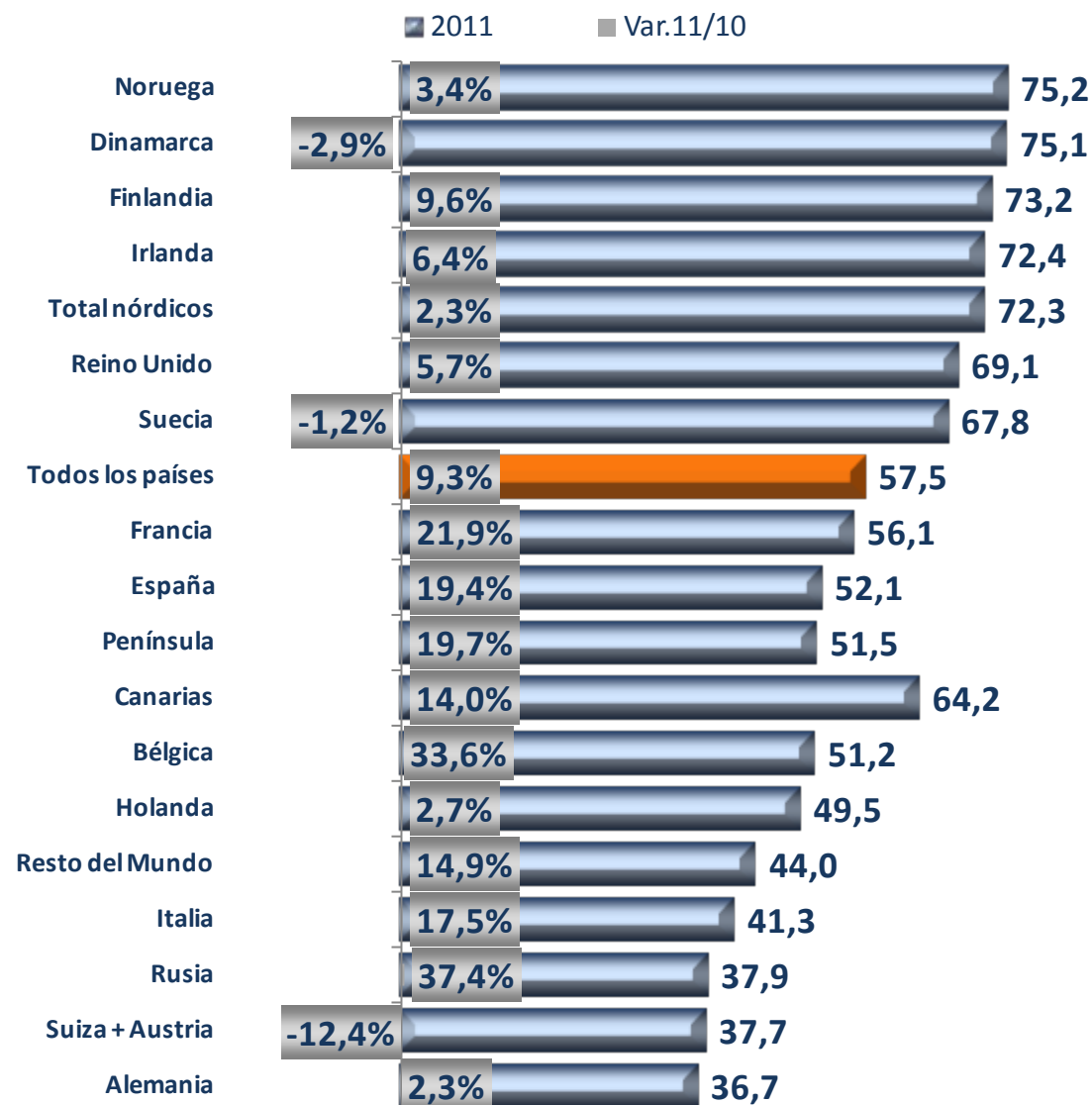


Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife



- En relación al uso diferenciado que hacen las diferentes nacionalidades de internet, los nórdicos, británicos e irlandeses, se sitúan a la cabeza en uso de la red para adquirir los servicios de viaje, como también se ha visto en su tendencia a contratar vuelo y alojamiento online.
- Prácticamente son los únicos mercados que mantienen niveles de compra y reserva online de su viaje por encima de la media y en niveles superiores al 68%.
- La penetración en compras online es baja, o al menos, la mitad de lo que se detecta en los tres mercados anteriores, en el caso del mercado alemán, suizo-austriaco, ruso o italiano, que como ya se analizó, se inclinan por la contratación “física o directa”
- El mercado español, que hace apenas unos años se situaba en niveles similares al alemán, ha ido adquiriendo cada vez más el hábito de la contratación online de su viaje, colocándose muy próximo a la media, en niveles en torno al 56-57%.
- Holandeses y belgas, también prefieren la vía tradicional, aunque aumenta el uso que hacen de contratación online.
- El mercado francés se reparte entre contrataciones más tradicionales en aa.vv., y las contrataciones online en páginas de líneas aéreas y alojamientos.

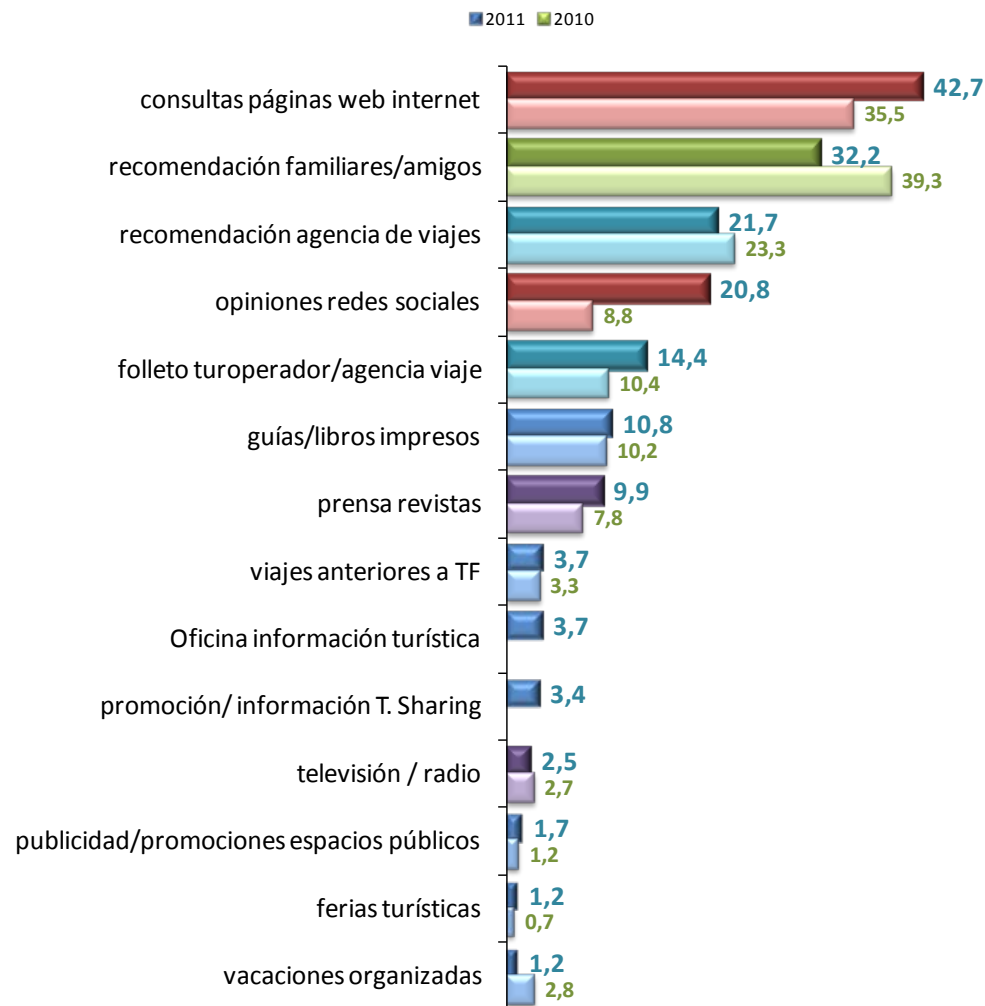
PORCENTAJE DE TURISTAS QUE COMPRAN Y RESERVAN ONLINE SU VIAJE A TENERIFE





- Los turistas recurren a diversas fuentes de información en origen para obtener información y referencias sobre el destino. Hasta hace apenas un año, la principal referencia se obtenía de las recomendaciones de los conocidos. Sin embargo, en 2011 esta fuente se desplaza a un segundo lugar, con un porcentaje de turistas que la usan del 32,2%, desbancada por las consultas en páginas web en Internet, que alcanza un 42,7% de uso y se coloca en primer lugar.
- Si a este 42,7% de turistas que consultan webs en internet para obtener información general sobre Tenerife, se le añade el 20,8% que utiliza las redes sociales, queda clara la importancia que en la actualidad posee la red en la comunicación y promoción del destino turístico.
- Las agencias de viajes y los folletos de viajes, aunque relevantes, pierden peso en la información turística. En el último año fueron utilizados como fuente de información por un 15-20% de los turistas.
- Los libros de viajes se mantienen en una cuota del 10%, porcentaje similar al de las publicaciones en prensa-revistas.
- Sin embargo la publicación en otros medios de comunicación como tv/radio (2,5%) y la publicidad en espacios públicos (1,7%) apenas llegan a los turistas.
- Más efecto tienen las oficinas de Información Turística en el lugar de origen, a donde acude un 4,7% para obtener información de la Isla.
- Las ferias turísticas casi no llegan al visitante final y son medio dirigidos a los canales de comercialización.

FUENTES UTILIZADAS EN EL PAÍS DE ORIGEN PARA INFORMARSE SOBRE LA ISLA DE TENERIFE



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



Una vez el turista se encuentra en el destino, puede disponer de una completa plataforma de canales de información turística. El uso que hace de ellas, y el conocimiento de las mismas, varía según se trate de una u otra fuente.

La más habitual suele ser la propia *recepción de los alojamientos*, utilizada para demandar información por un 30% de los visitantes. Una fuente que, de otra parte, parece ser la más eficaz para los visitantes. El 24% de los casos que consultaron, ofrecieron con éxito la información buscada.

En segundo lugar se sitúan los *agentes de viajes*, a quienes acude el 21,8% de los turistas para solicitar información. El porcentaje de éxito en la respuesta es de un 16,9%.

Aunque un 29% de los turistas conocen la existencia de las *Oficinas de Información* turística en destino, solo han sido utilizadas por un 19,4%, con resultados en satisfacer la búsqueda de información similar a la que ofrecen los agentes de viaje.

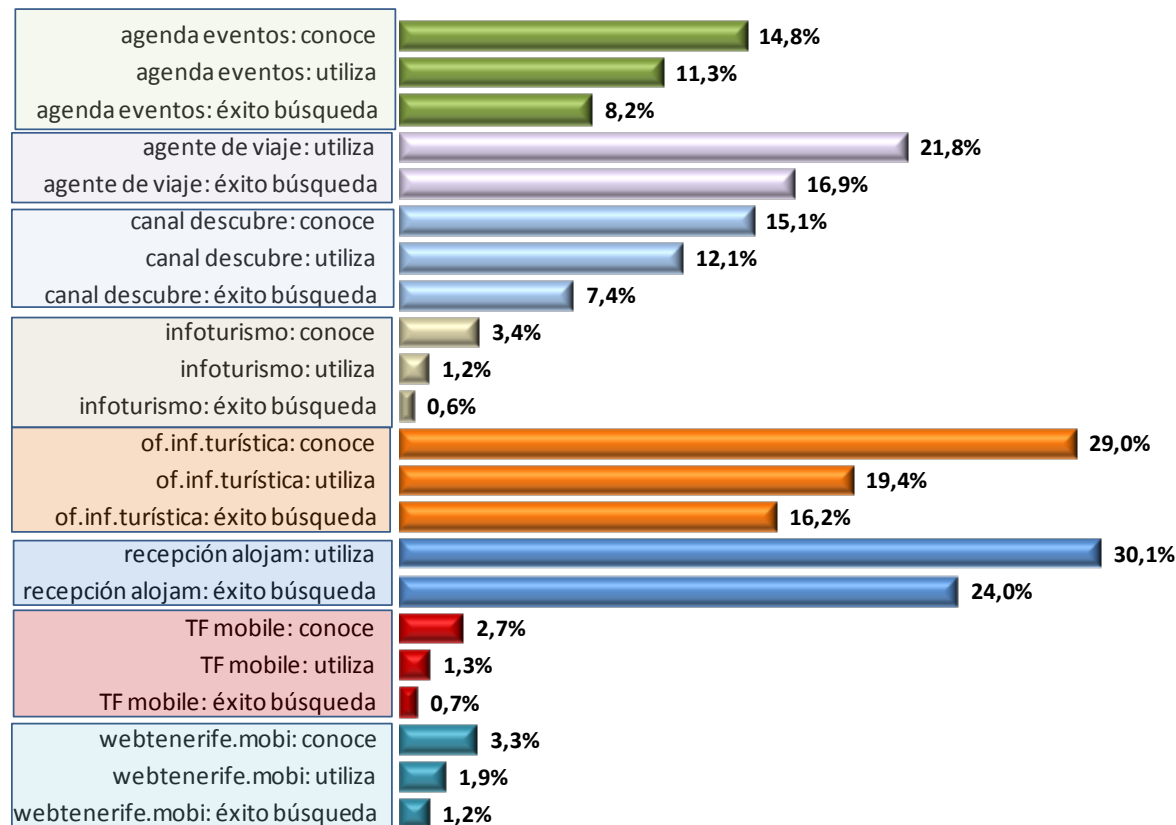
El *Canal Descubre*, disponible en las habitaciones de 4* y 5* estrellas, es conocido por un 15% de los turistas y utilizado por un 12%. Un 7,4% de los visitantes encontró la información buscada en este canal.

La *agenda de eventos*, es conocida por un 14,8% y utilizada por el 11,3% de los visitantes. Este canal cubrió la información buscada en un 8,2% de los casos.

En último lugar, y con un nivel de conocimiento de los canales que ronda el 3%, se sitúan la adaptación para móviles de *webtenerife.com*, la *APPS turística de Tenerife* y el teléfono de información turística "*Infoturismo*". La aplicación para móviles de la web supera en uso y efectividad a las otros dos canales.

CONOCIMIENTO Y UTILIZACIÓN DE LOS CANALES DE INFORMACIÓN EN DESTINO

2011



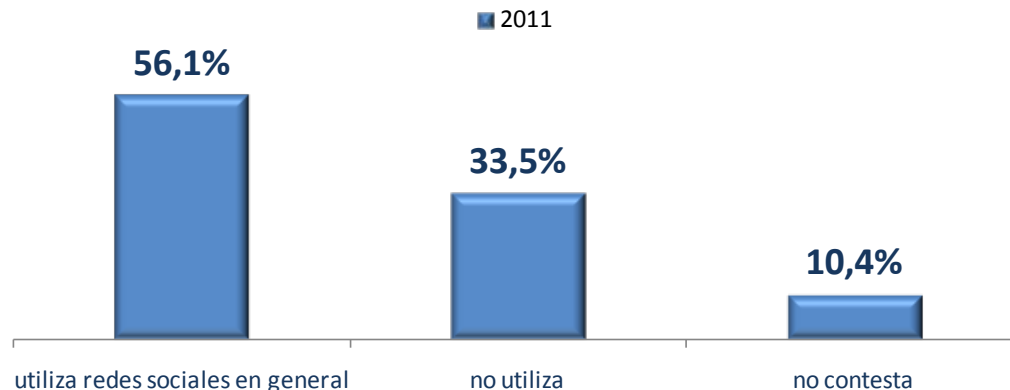
FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Los canales y fuentes mejor valorados son los ofrecidos por la recepción del alojamiento, los agentes de viaje y, las oficinas de información. La fuente menos valorada por su aporte informativo es, en primer lugar, el *Canal Descubre*, seguido del call center *Infoturismo*.



- El uso de las redes sociales como vías de información sobre el destino adquiere cada vez mayor importancia. El 56,1% de los turistas que visitaron Tenerife en 2011 son usuarios habituales de redes sociales. Aunque el uso que hacen de las mismas para los viajes vacacionales es menor, situándose en un 38,7%.
- Un 28% suele utilizar las redes sociales para recibir consejos, y entre un 20-22% para compartir fotos, experiencias así como para la búsqueda de ofertas.
- Las redes sociales suelen utilizarse en mayor medida en la etapa previa a la realización del viaje (un 32,2%), mientras que un 19,7% las utiliza una vez finalizado el mismo, y un 10,3%, durante su viaje.

USO GENERAL DE REDES SOCIALES POR LOS TURISTAS DE TENERIFE (uso turístico y no turístico)



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

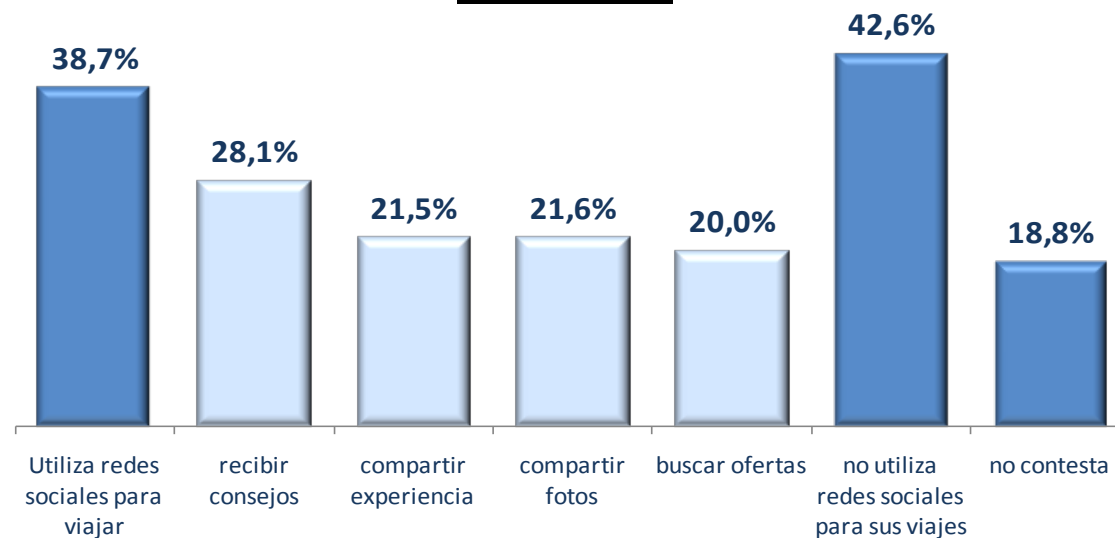
Etapas del viaje en la que usa las redes sociales:

- ✓ 32,2% Previo al viaje
- ✓ 10,3% Durante el viaje
- ✓ 19,7% Posterior al viaje

Top 5 redes sociales utilizadas por los turistas de Tenerife



USO Y FINALIDAD DE LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES PARA VIAJAR



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



- En relación al uso de Internet en el móvil cuando los turistas viajan, un 44,4% suele tener conexión a internet, mientras que un 35% no suele utilizar internet en su móvil cuando se encuentra de vacaciones.

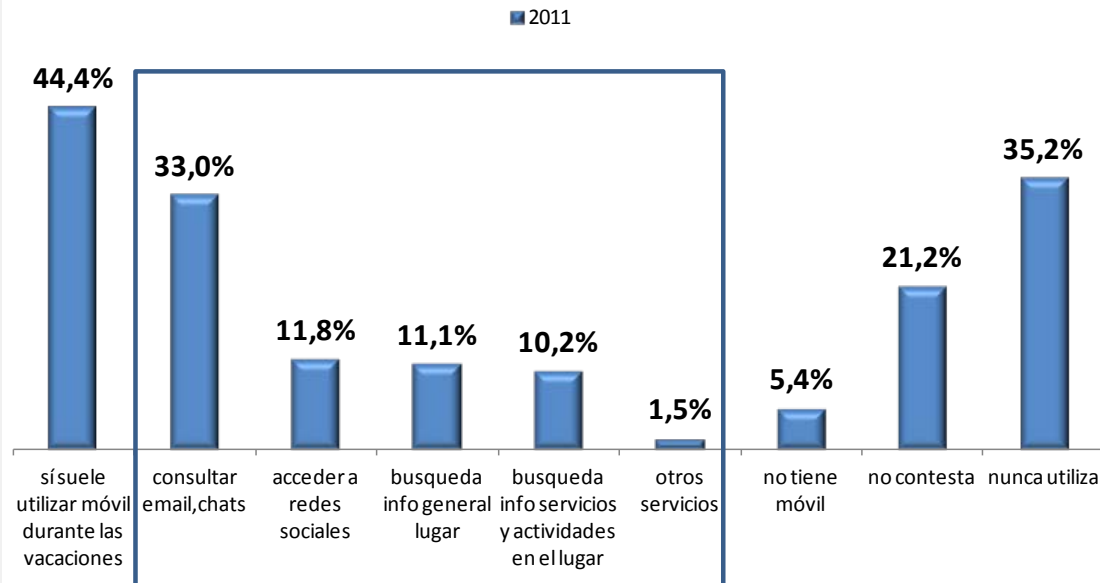
- El 33% de los visitantes utiliza la conexión a internet en su móvil para mantenerse al corriente de emails y chats. Y un 11,8% lo usa para acceder a redes sociales.

- En lo referente a su uso como fuente de información sobre el destino, un 11,1% de los visitantes lo utiliza para buscar información general sobre el lugar de vacaciones, y un 10,2%, para consultar información específica sobre servicios y actividades concretas en el destino.

- Respecto a las aplicaciones (APPS), un 32,9% prefiere navegar libremente frente a un 3,7% que sí suele descargarse aplicaciones.

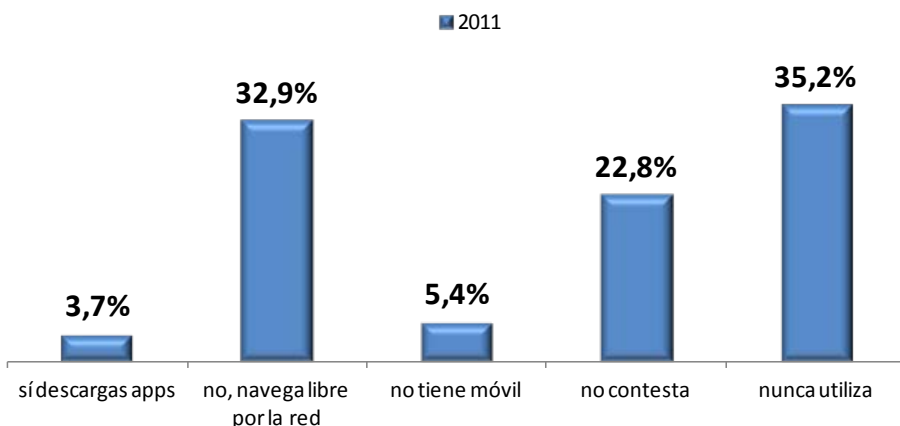
- El uso de internet en el móvil durante las vacaciones está condicionado a la disponibilidad de wifi gratis en el destino para un 17,8%. Sin embargo, un 5,5% lo utiliza porque dispone de tarifa plana y otro 3,2% lo suele utilizar independientemente de tarifa o disponibilidad de wifi.

USO DEL INTERNET EN EL MÓVIL CUANDO SALEN DE VACACIONES



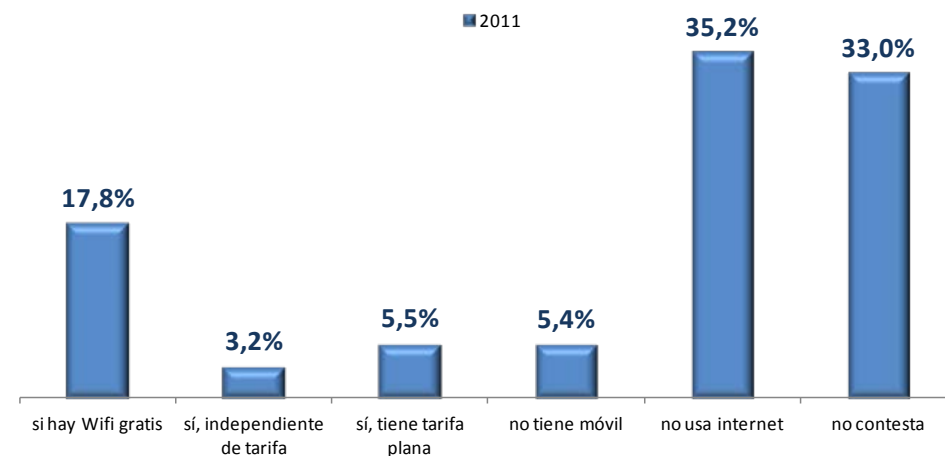
FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

DESCARGA APPS EN EL MÓVIL DURANTE SUS VACACIONES



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

CONDICIÓN PARA USO DEL MOVIL PARA NAVEGAR POR INTERNET DURANTE LAS VACACIONES



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



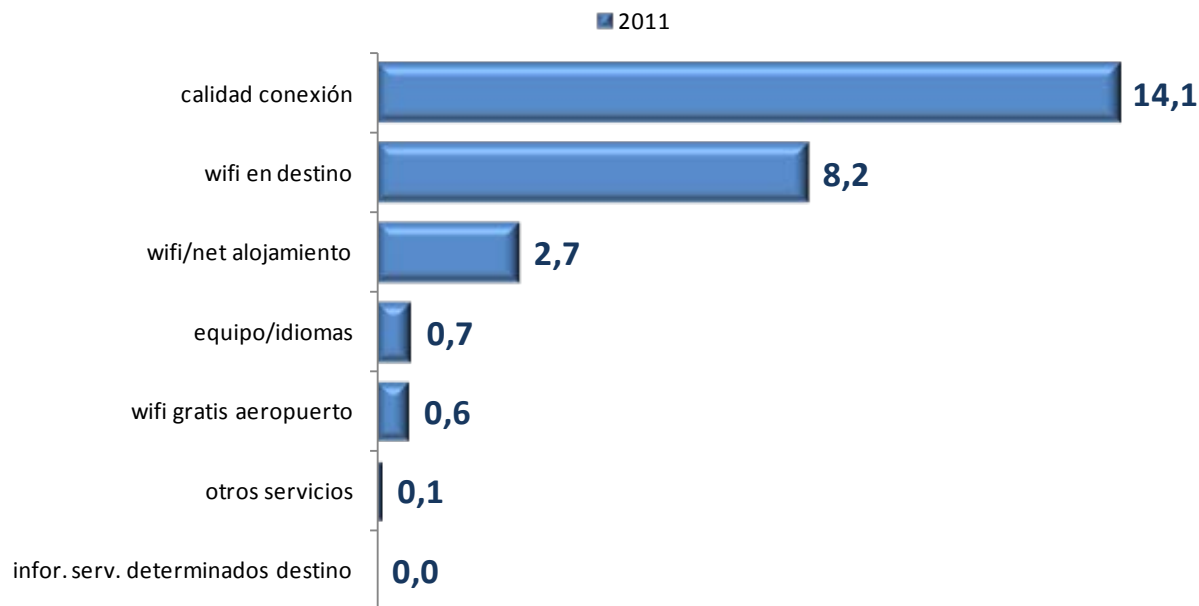
- Entre las principales dificultades que mencionan los turistas para acceder a Internet en Tenerife destaca, en primer lugar, la baja calidad de la conexión: cobertura deficiente, conexiones lentas y elevada tarifa de conexión.

- En segundo lugar se menciona la poca disponibilidad de zonas wifi free en el destino, o escasa presencia en las zonas turísticas de lugares públicos para acceder a internet: cibercafés .

- Los alojamientos tampoco parecen estar suficientemente equipados para el acceso a internet. En algunas ocasiones se trata de alojamientos en los que las habitaciones no disponen de equipamiento para la conexión, obligando a los clientes a desplazarse a los puntos habilitados para ello, con la incomodidad que conlleva. En otros casos, el visitantes se queja del coste de la tarifa para conectar en el alojamiento o de que no existan disponibilidad de acceso vía wifi gratuito.

- Los turistas también encuentran ciertas dificultades de equipamientos en el destino, tales como poca disponibilidad de equipos informáticos, de teclados adaptados a los diferentes idiomas o, de software en los idiomas de los turistas.

DIFICULTADES DE ACCESO A INTERNET EN TENERIFE (%respuesta)



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

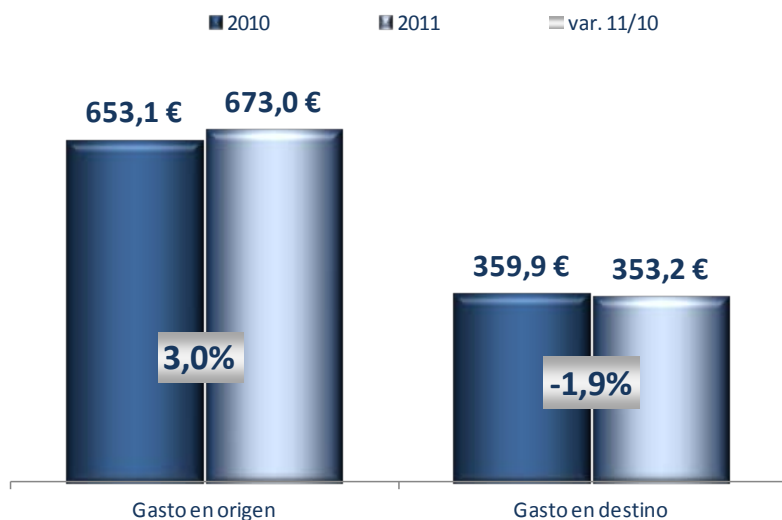
- En comparación con otros destinos turísticos, Tenerife se valora como no suficientemente preparado en disponibilidad de zonas wifi gratuitos en el destino para acceso de los visitantes, ni con un adecuado equipamiento wifi en sus establecimientos alojativos.

- Aunque los hoteles se encuentran mejor equipados que los apartamentos, el destino no puede olvidar, que un 38% del turismo de la Isla se aloja en establecimientos extrahoteleros.

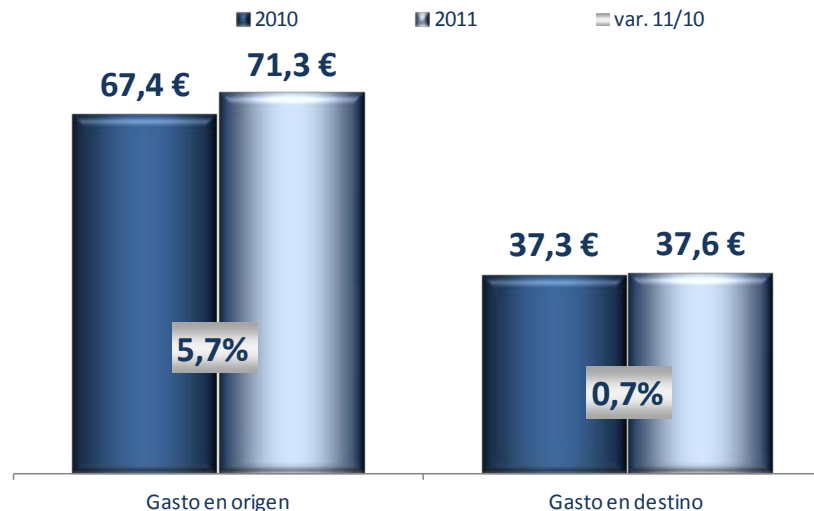


- El gasto medio de los visitantes se incrementa en origen un 5,7% y se sitúa en una media de 71,3 € por persona y día, uno de los más altos de los últimos años. Por su parte, el gasto en destino crece un 0,7%, situándose en 37,6€ de media diaria (inflación Canarias 1% e inflación EU27 + 0,6%).
- Los mercados nórdicos, junto a Suiza-Austria y el mercado ruso, se sitúan a la cabeza del ranking de gasto en origen, con niveles de gasto que superan en uno 18€ -22€ diarios, la media de gasto en origen de los total de los turistas. En especial, destaca el mercado ruso, un mercado que no sólo supera en 18€ a la media del gasto en origen, sino que también supera en 33€/día, a la media de gasto en destino del global de los turistas a pesar de haber reducido este gasto en destino considerablemente en el último año. Los nórdicos y los mercados suizo-austríaco, aunque realizan un nivel de gasto en origen superior al de la media de turistas, su diferencia en gasto en destino, aunque también es superior, se mantiene en niveles más moderados que el de los rusos.
- También mantiene un nivel de gasto en origen por encima de la media los turistas holandeses y belgas. Y con menor diferencia a la media, los alemanes y franceses. No obstante, y a diferencia de nórdicos, rusos y suizo-austríacos, estos mercados mantienen un nivel de gasto en destino inferior al que realiza la media de visitantes, además de haberse reducido éste en el último año.
- El turismo británico y el italiano mantienen niveles de gasto inferiores a los de la media, tanto en origen como en destino. Sin embargo, el irlandés y el español, aunque gastan menos en origen, lo compensan con gastos más elevados en destino.
- En 2011 destaca el fuerte incremento del gasto de los nórdicos, tanto en origen como en destino.

EVOLUCIÓN GASTO MEDIO DE LOS TURISTAS DE TENERIFE (euros/persona)



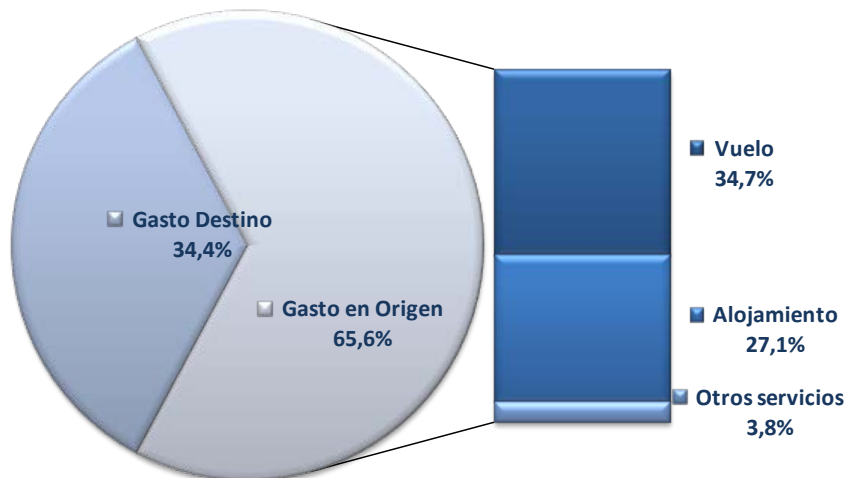
EVOLUCIÓN GASTO MEDIO DE LOS TURISTAS DE TENERIFE (euros/persona/día)



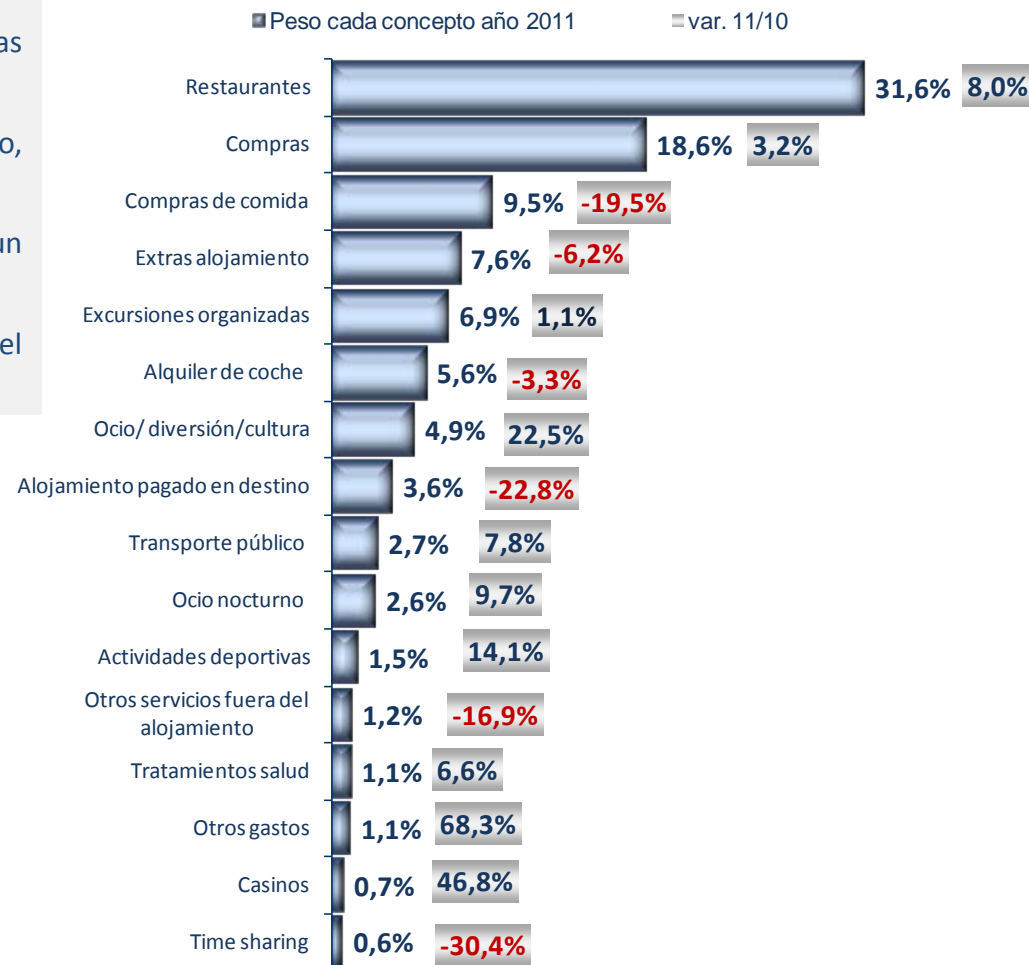


- El gasto que efectúan los turistas en su viaje a Tenerife se distribuye entre un 65,6% que se paga en destino, y un 34,4% que gastan durante la estancia en la Isla. El gasto en origen se desglosa en un 34,7% destinado al vuelo (356€ de media por persona y 53% del gasto en origen); un 27% se ha gastado en la contratación del alojamiento con el régimen correspondiente (278€ y un 41% del gasto realizado en origen) y, un 3,8% que se gasta en otros servicios.
- En lo que se refiere a partidas de gasto en destino, la principal de ellas es la restauración, que absorbe el 31,6% del gasto en destino de los visitantes y aumenta en 2011 un 8%.
- Del mismo modo aumenta la segunda partida más importante, las compras, que suponen un 18,6% del gasto y crece en 2011 un 3,2%.
- Aumenta el gasto en excursiones organizadas, en ocio diurno y nocturno, en deportes, en tratamientos de salud y en casinos.
- Sin embargo, desciende el gasto destinado a compras alimenticias un 19,5%, así como los extras alojativos un 6,2%.
- El turismo también reduce el dinero que gasta en alquiler de coche, en el alojamiento que se paga en destino y en otros servicios adicionales.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LOS TURISTAS 2011



DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE LOS TURISTAS EN DESTINO





■ A partir de los datos del gasto de los visitantes, se estima que el ingreso turístico directo generado para Tenerife en 2011 ascendería a 3.663 millones de euros (3.663.189.528). Una cantidad que supera en un 7,4% la registrada en 2010, lo que equivaldría a una diferencia de ingresos de +255.437.610 euros en relación al año anterior.

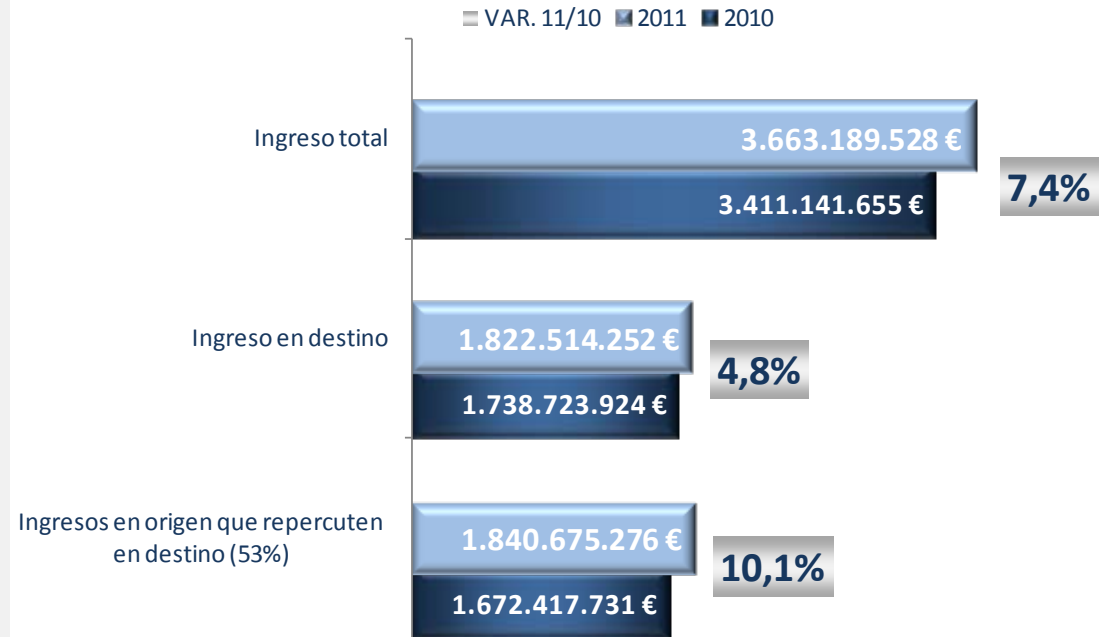
■ En este diferencial de ingresos incide de manera importante el incremento de turistas que registró Tenerife en 2011 (+6,8%), así como el aumento de su gasto, y en especial, el incremento del gasto efectuado en origen.

■ En relación al gasto por segmentos de edad de los visitantes, el mayor aporte de ingresos al destino lo proporciona el segmento de 31-45 años (28%), aunque generado en mayor medida por ser el segmento de edad de mayor volumen de turistas (29%). Sin embargo, los turistas de más de 60 años, con un peso en número de turistas del 19%, aporta al destino el 21% de sus ingresos turísticos.

■ En cuanto a los ingresos por nacionalidades, los turistas rusos aportan al destino una cuota de ingresos que duplica su cuota de mercado en volumen de turistas. Aunque con menor diferencia, también son más elevados los ingresos aportados en relación al peso en número de turistas, los mercados de Alemania y Países Nórdicos.

■ En el otro extremos se sitúan aquellos mercados cuya proporción entre ingreso generado y volumen de turistas es la más baja: este es al caso del mercado británicos y del español.

ESTIMACIÓN DE INGRESOS DIRECTOS GENERADOS POR EL GASTO TURÍSTICO



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife



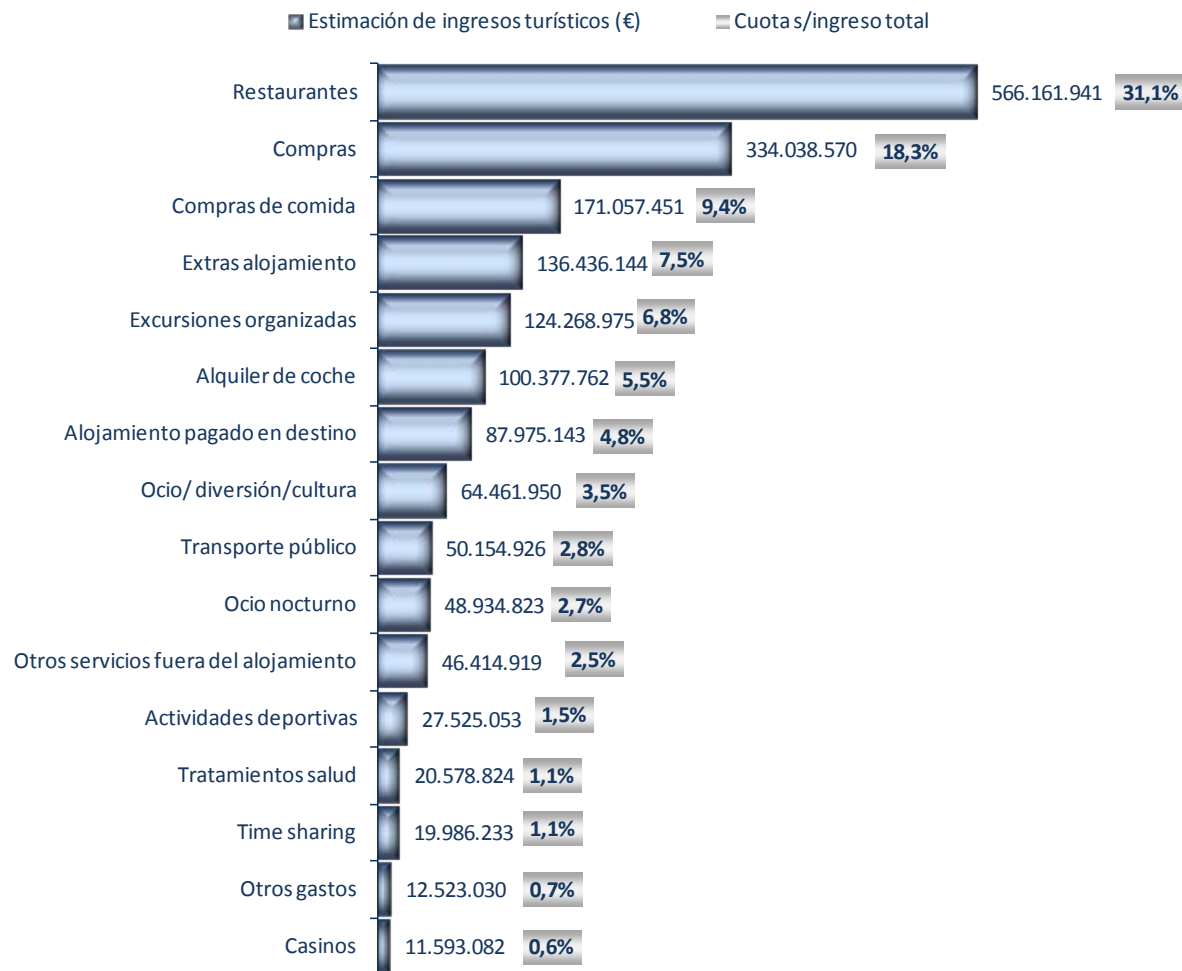
La restauración es el segmento que mayor rentabilidad aporta al destino, consecuencia del elevado porcentaje de turistas, un 78%, que hacen uso de la oferta de restauración durante su viaje. No obstante, el gasto global en destino de los visitantes usuarios de la restauración, solo se sitúa un 4,7% por encima de la media del gasto en destino de total de los turistas.

Lo mismo sucede con el gasto realizado en comercio, segunda partida de gasto en importancia, y que aporta el 18,3% de los ingresos al destino con un porcentaje de uso del 60%.

Las excursiones organizadas y el alquiler de coches, con un porcentaje de usuarios que se sitúa en torno al 28-30% aportan al destino cerca de un 13% de los ingresos. Los turistas que gastan en excursiones organizadas tienen un gasto en destino un 2% superior a la media, pero los que gastan en coches de alquiler, superan el 9% del gasto medio de visitantes.

Sin embargo, los visitantes que efectúan gasto en actividades deportivas, o en ocio nocturno, o en gastos fuera del alojamiento o, en tratamientos de salud, aportan al destino un porcentaje relativo de ingresos que supera el peso de usuarios de estos servicios y que se sitúa entre un 6%-10%. Un factor éste, que en ocasiones es importante valorar cuando se trata de priorizar actividades y servicios turísticos que requieren mayor sostenibilidad o son más sensibles al impacto medioambiental. Asimismo, es un factor a tener en cuenta en el desarrollo y promoción de ofertas en las que podría reducirse el esfuerzo para captar demanda. Además de lo anterior, estos segmentos de visitantes se corresponden con turistas que mantienen un nivel de gasto global en el destino entre un 25 y un 35% superior al de la media de visitantes.

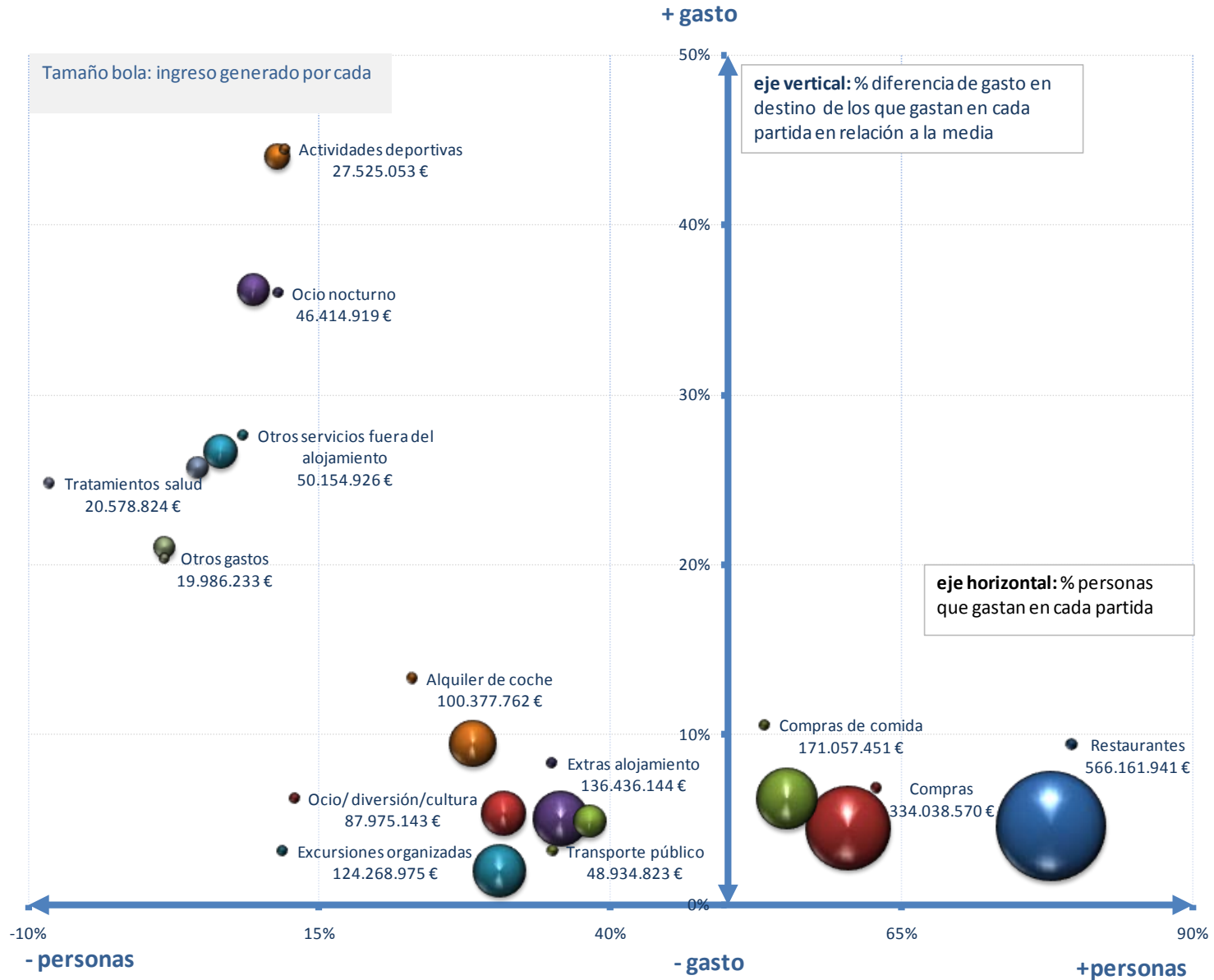
DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS POR ESTIMACIÓN DEL GASTO EN DESTINO (2011)



FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

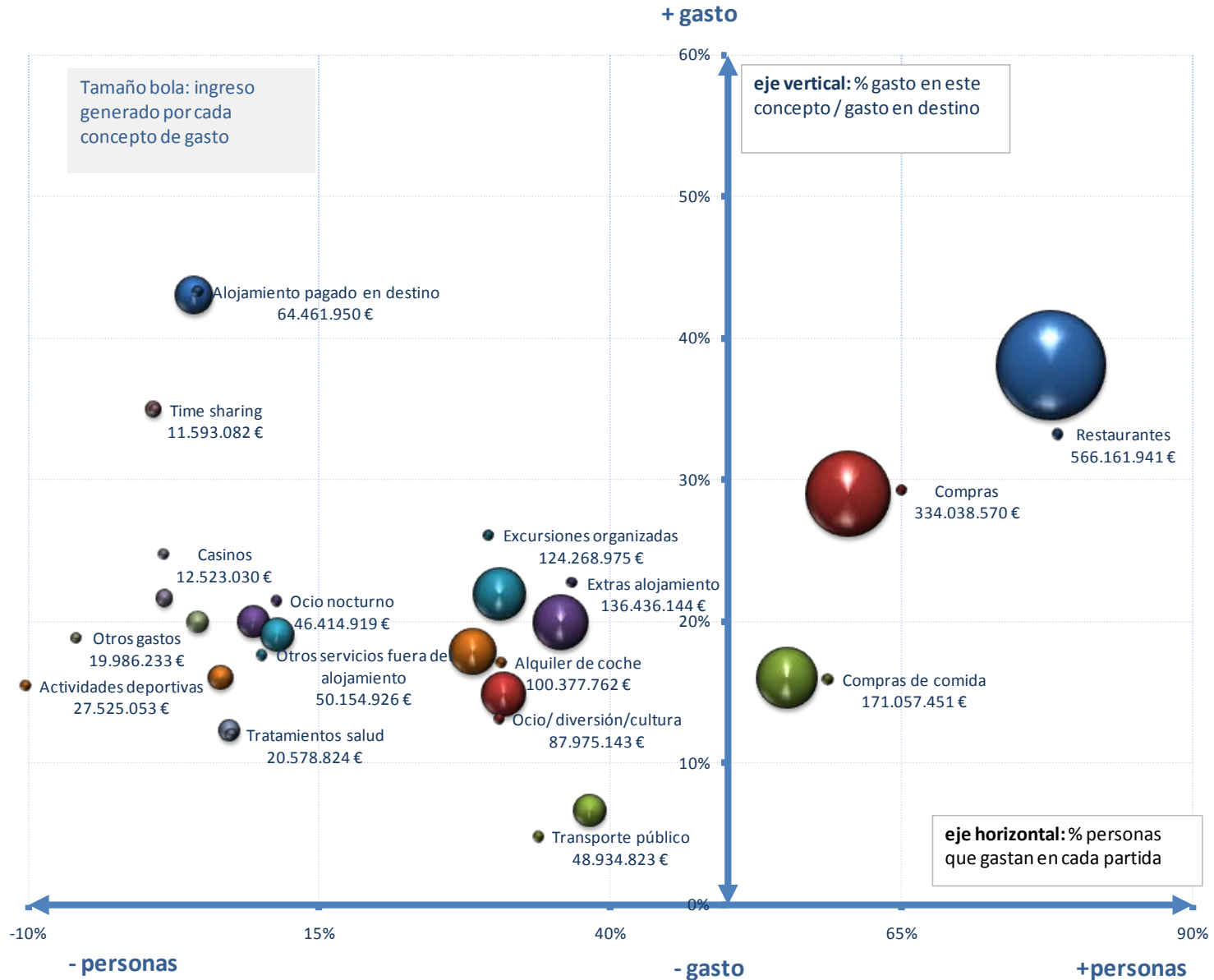


REPERCUSIÓN DEL GASTO TURÍSTICO EN DESTINO 2011





REPERCUSIÓN DEL GASTO TURÍSTICO EN DESTINO 2011





■ Un 56% de los turistas que visitaron Tenerife en 2011 realizaron alguna actividad turística, lo que supone un incremento del 6,8% en relación al año anterior, porcentaje de incremento proporcional al crecimiento turístico experimentado en la Isla en 2011.

■ La actividad más frecuentada es la visita a los parques temáticos de la Isla, con un 33,4% de turistas que declaran haber estado en ellos. En 2011 aumenta un 15,5% el número de turistas que visitan los parques, en consonancia con el incremento del turismo de familias.

■ El senderismo, en segundo lugar, ha sido practicado por el 13,1% de los turistas que nos visitaron en 2011, un 3,6% más que en el año anterior.

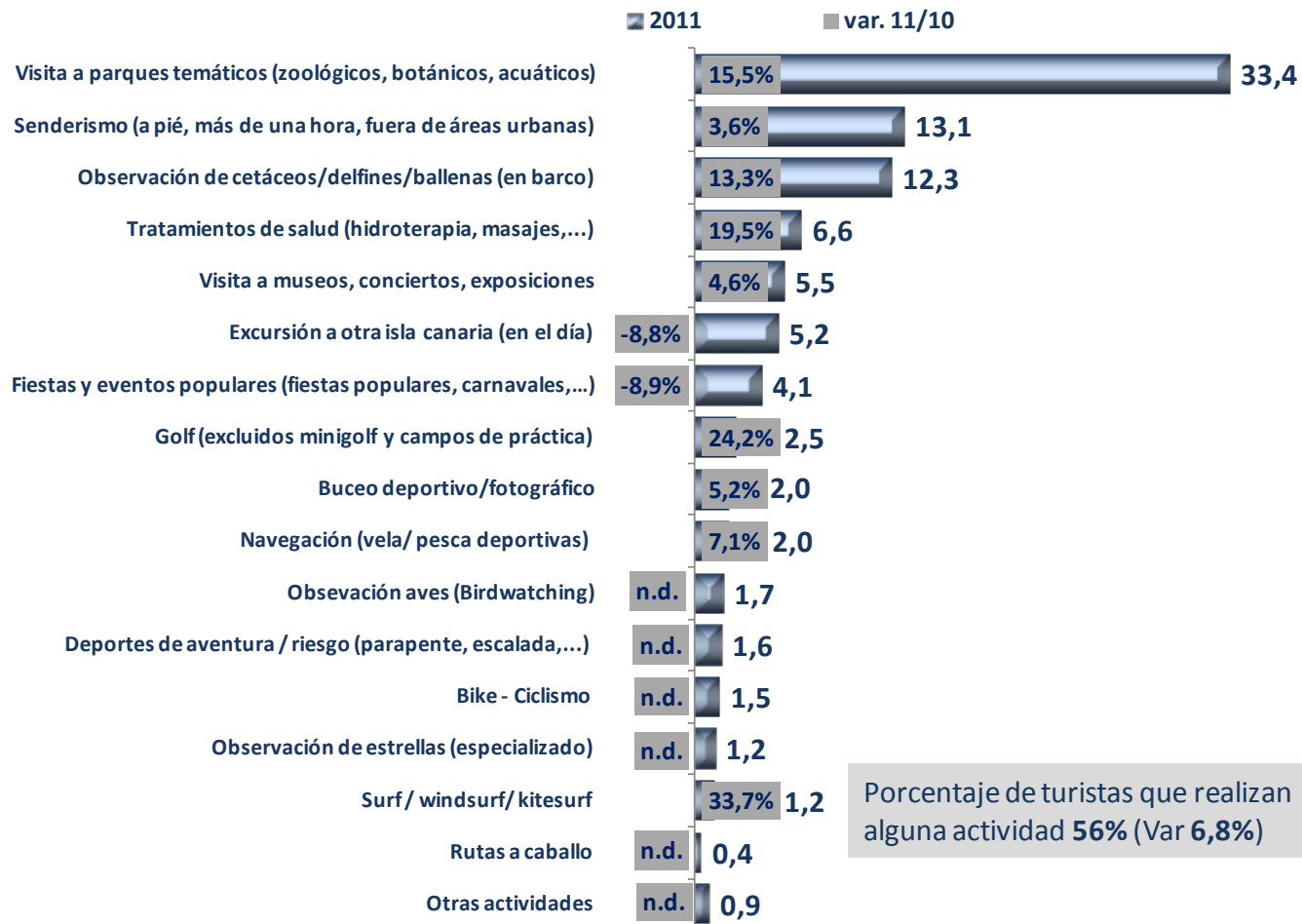
■ En tercer lugar se sitúa el avistamiento de cetáceos, excursión realizada por un 12,3% y que también amplió un 13,3% el número de usuarios en el último año.

■ Van adquiriendo cada vez más importancia los tratamientos de salud y las actividades culturales, ambas con incremento en 2011.

■ Asimismo aumenta el porcentaje de turistas que realiza turismo activo durante su estancia en la Isla con pesos en cada actividad que oscilan entre un 1-2% y algo superior en el golf (2,5%). Entre ellas, destaca el buceo y la navegación.

■ En general, en 2011 aumentó el turismo en casi todas las actividades a excepción de las excursiones a otras islas, las fiestas populares y los deportes de aventuras.

PORCENTAJE DE TURISTAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES DURANTE LA ESTANCIA EN TENERIFE (% realiza actividades)



Porcentaje de turistas que realizan alguna actividad **56%** (Var **6,8%**)

Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife



■ El perfil activo varía de uno a otro mercado. Así los alemanes y suizos-austriacos se sitúan a la cabeza en turismo activo. También superan el nivel medio de actividad, los franceses, italianos y españoles. Por el contrario, los mercados menos activos durante la estancia son los británicos y nórdicos.

■ En 2011 desciende de forma muy llamativa la práctica de actividades entre los rusos.

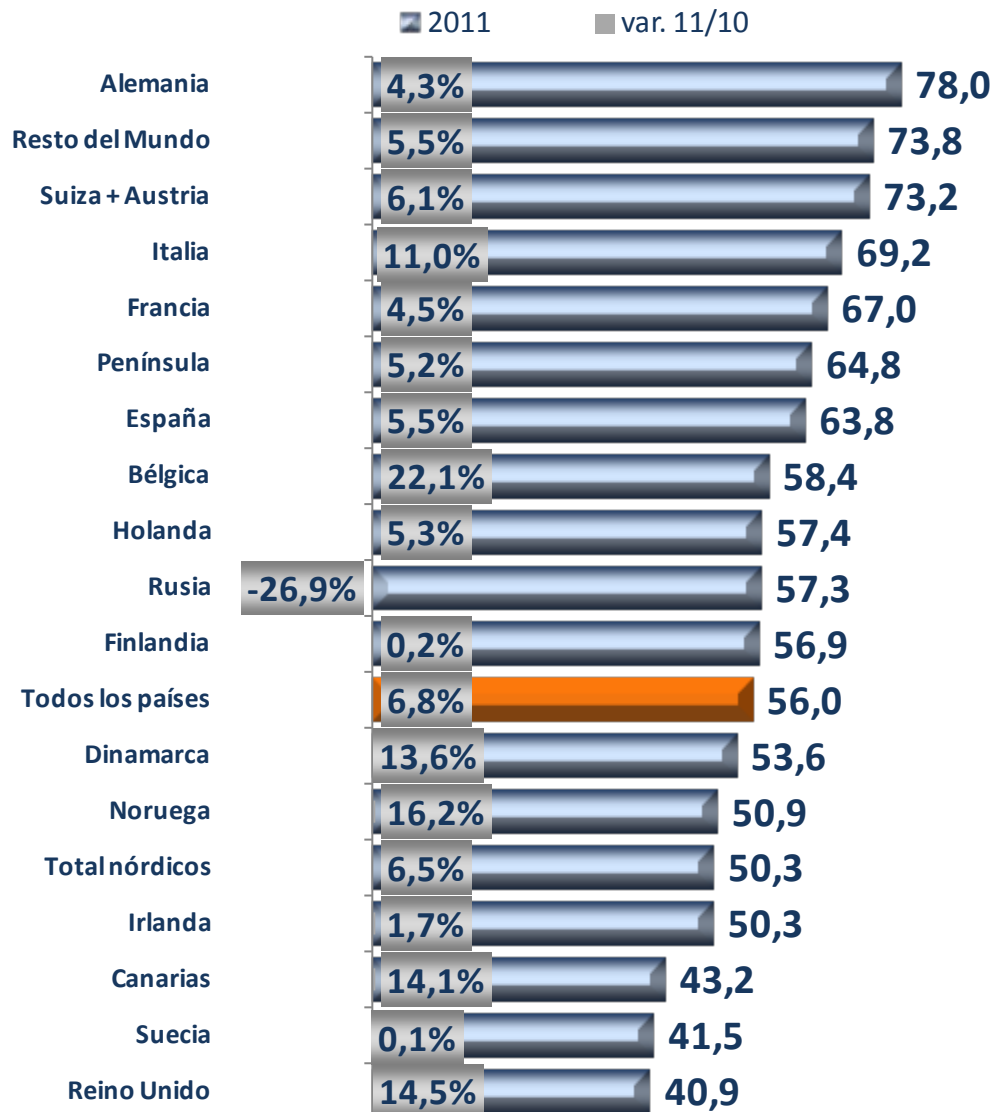
■ En lo que respecta a las tres principales actividades, las nacionalidades con mayor peso en las mismas son las siguientes:

- Parque temáticos: rusos, alemanes y españoles
- Senderismo: alemanes, italianos, franceses, belgas, suizo-austriacos
- Observación de cetáceos: holandeses, franceses, belgas, suizo-austriacos y alemanes.

■ En cuanto a la forma de organización de las actividades turísticas que realizan los visitantes en Tenerife, éstas suelen organizarse y realizarse, principalmente, por cuenta propia. La excepción es el avistamiento de cetáceos, una actividad que, por su naturaleza, suele hacerse de manera organizada.

■ En actividades como el buceo/submarinismo o algunas actividades de aventura como parapente, la realización suele ser tanto de manera individual como de forma organizada.

PORCENTAJE DE TURISTAS QUE REALIZAN ALGUNA ACTIVIDAD DURANTE SU VIAJE A TENERIFE



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife



En lo que concierne a las visitas y excursiones a los lugares de interés en la Isla, el 55,4% de los visitantes realizó alguna de ellas durante su estancia, un 1,2% más que en el año anterior, un crecimiento inferior al registrado en la cifra de turismo.

La visita al Teide continua en primer lugar, icono turístico visitado por el 36,8% de los visitantes de 2011. La visita al Teide aumentó un 2,1% en el último año.

Le sigue en 2º lugar la visita a Santa Cruz (29,1%), que se mantiene estable, aunque sí desciende la visita a las Teresitas.

En 3º lugar se sitúa el Puerto de la Cruz, visitado por el 26,5% de los turistas no alojados en la zona y que se incrementa un 2,8%. Y en 4º, la visita a los Acanalados de los Gigantes, realizada por un 24%, cae un 2,7%.

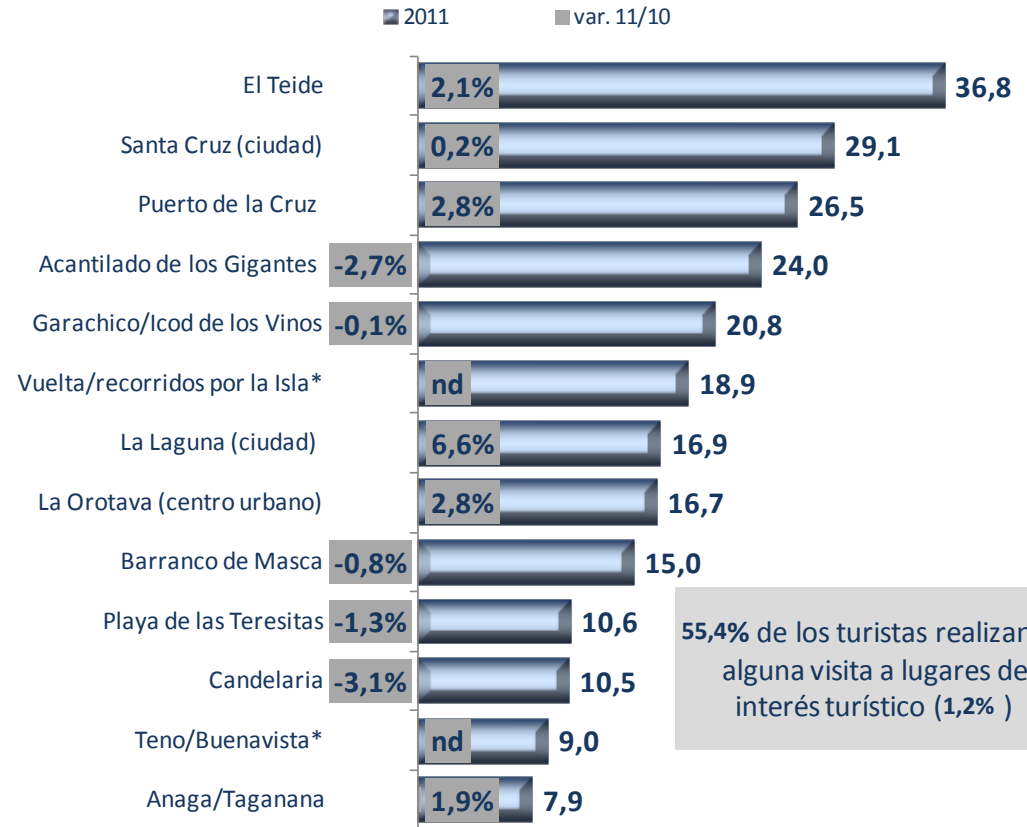
Otros de los lugares más visitados en Tenerife son Garachico e Icod, manteniendo estable el peso de visitas en relación al año anterior. Algo menos se visita La Orotava (16,7%), aunque aumenta las excursiones a la Villa en el último años.

La Laguna, con un porcentaje de visitas similar al de la Orotava, ha visto crecer en el último año el interés de los turistas. Sin embargo desciende el número de turistas que visitan Candelaria, aunque se mantiene en un porcentaje del 10,5%.

El Bº de Masca atrae a un 15% de los visitantes, la zona de Tenos a un 9% y, la de Anaga/Taganana a un 7,9%.

Las nacionalidades que suelen realizar más visitas en la Isla son los españoles, los rusos, alemanes, franceses e italianos.

PORCENTAJE DE TURISTAS QUE VISITAN LUGARES DE INTERES



Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife

Lo más frecuente es realizar las excursiones y visitas en coche de alquiler (31%), aunque un 18% se han hecho a través de excursión organizada. Un 9,5% se realizan en taxi o bus regular.

Los rusos los principales usuarios de la excursión organizada y los franceses del coche de alquiler.



■ En relación al uso de coche durante la estancia vacacional en la Isla, en 2011 utilizó vehículo un 36,7% de los turistas. El 33,9% utiliza un coche de alquiler que contrata por una media de 6,1 días. El gasto medio en este servicio es de unos 160 € por alquiler.

■ Un 1,7% utiliza un coche que le cede o presta algún conocido. En este caso, la media de días que hace uso del mismo es de 7,3 días.

■ Por último también están los turistas que disponen de coche propio en la Isla, en concreto un 1,1%, y que suelen utilizar el mismo durante 15,6 días de media. Suelen ser los turistas españoles los más destacados en estas dos opciones.

■ En relación a las nacionalidades con mayor porcentajes de visitas de interés turístico en la Isla, también el mayor porcentaje de uso de coche se encuentra entre los visitantes españoles (68%), franceses (61%), alemanes (53%), italianos (49%) y rusos (46,6%), tratándose generalmente de coches de alquiler.

■ Relacionado también con la movilidad en la Isla, el transfer entre el aeropuerto y el alojamiento contratado suele efectuarse en diferentes modos de transportes. El más frecuente, es sin duda el bus turístico contratado conjuntamente con los servicios del viaje. Este servicio ha sido utilizado por un 45,7% de los turistas de 2011. También los alojamientos ponen a disposición de sus clientes un transporte que utiliza un 7,3%.

■ Un 19,1% emplea para su transfer el coche de alquiler,

■ Los transportes públicos, en especial el taxi, son utilizados para el transfer por un 19%, y la “guagua”, por un 8,4%. Y por último, la limusina tiene un escaso peso con un 0,4% de usos.

USO DE COCHE DURANTE LA ESTANCIA EN TENERIFE (%)

	2010	2011	var. 08/07	var. 09/08	var. 10/09	var. 11/10
Sí utilizó coche	38,9	36,7	-0,2%	2,8%	2,0%	-5,6%
alquilado	36,2	33,9	-0,5%	3,2%	2,6%	-6,5%
Nº días alquilado	5,9	6,1	0,03	0,30	0,00	0,23
cedido	1,6	1,7	7,2%	-1,0%	-7,3%	7,3%
Nº días cedido	8,3	7,3	0,30	0,21	1,32	-1,06
propio	1,1	1,1	-2,3%	-2,4%	-2,5%	5,9%
Nº días	19,2	15,6	-5,13	0,93	5,24	-3,53
No utilizó coche	55,0	57,4	0,3%	3,4%	-2,2%	4,4%
No contesta	6,1	5,9	-1,3%	-33,9%	8,7%	-4,0%

FUENTE: Encuestas al Turismo Receptivo del Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

TRANSFER USADO POR LOS TURISTAS PARA SUS TRASLADOS AEROPUERTO - ALOJAMIENTO (%)

	2010	2011	var. 08/07	var. 09/08	var. 10/09	var. 11/10
Bus turístico	50,7	45,7	4,2%	-0,6%	-2,6%	-9,8%
Coche privado o alquiler	20,3	22,3	5,9%	14,7%	4,1%	9,9%
Taxi	22,2	19,1	-12,5%	-6,7%	-6,3%	-14,0%
Bus regular	6,3	8,4	27,9%	-1,0%	1,5%	33,6%
Transporte del alojamiento**	2,7	7,3		-	-	173,7%
Limusina	0,4	0,4	-38,0%	0,0%	-20,4%	25,6%
no contesta	2,5	1,4	-20,1%	25,1%	-12,9%	-44,2%

**Cambio en la formulación de la pregunta: los datos del ítem "transporte del alojamiento" hacen referencia al período julio-diciembre 2010

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



- A la hora de programar una determinada actividad turística, los turistas recurren a diferentes fuentes para obtener información sobre las mismas.
- Tal y como también mostraban los datos de la plataforma de información sobre el destino, el propio alojamiento suele ser la fuente informativa prioritaria para los visitantes que desean practicar alguna actividad. En segundo lugar se recurre a los agentes de viaje o ttoo, tanto en origen como a sus representantes en destino.
- Los puntos de información públicos que poseen algunas empresas oferentes, bien en el lugar en el que se desarrolla la actividad, como en otros lugares estratégicos, son referentes informativos para los visitantes sobre la oferta activa de la Isla.
- La información escrita, principalmente la contenida en las guías turísticas, suponen buenas vías informativas para el turista. En este grupo, destaca también la función informativa contenida en los mapas y folletos.
- Internet aparece asimismo como un buen canal utilizado por los visitantes que desean realizar actividades turísticas.
- Con un papel menos relevante en su función informativa sobre la oferta activa aparecen los puntos de información turística, tanto la red de oficinas de información, como los centros de visitantes de la Isla.
- Finalmente, las referencias de conocidos, las asociaciones/club o escuelas y, las empresas relacionadas con la actividad, suponen también puntos de información para los visitantes.

LUGAR DE INFORMACIÓN SOBRE ACTIVIDADES TURÍSTICAS (% respuesta) 2011

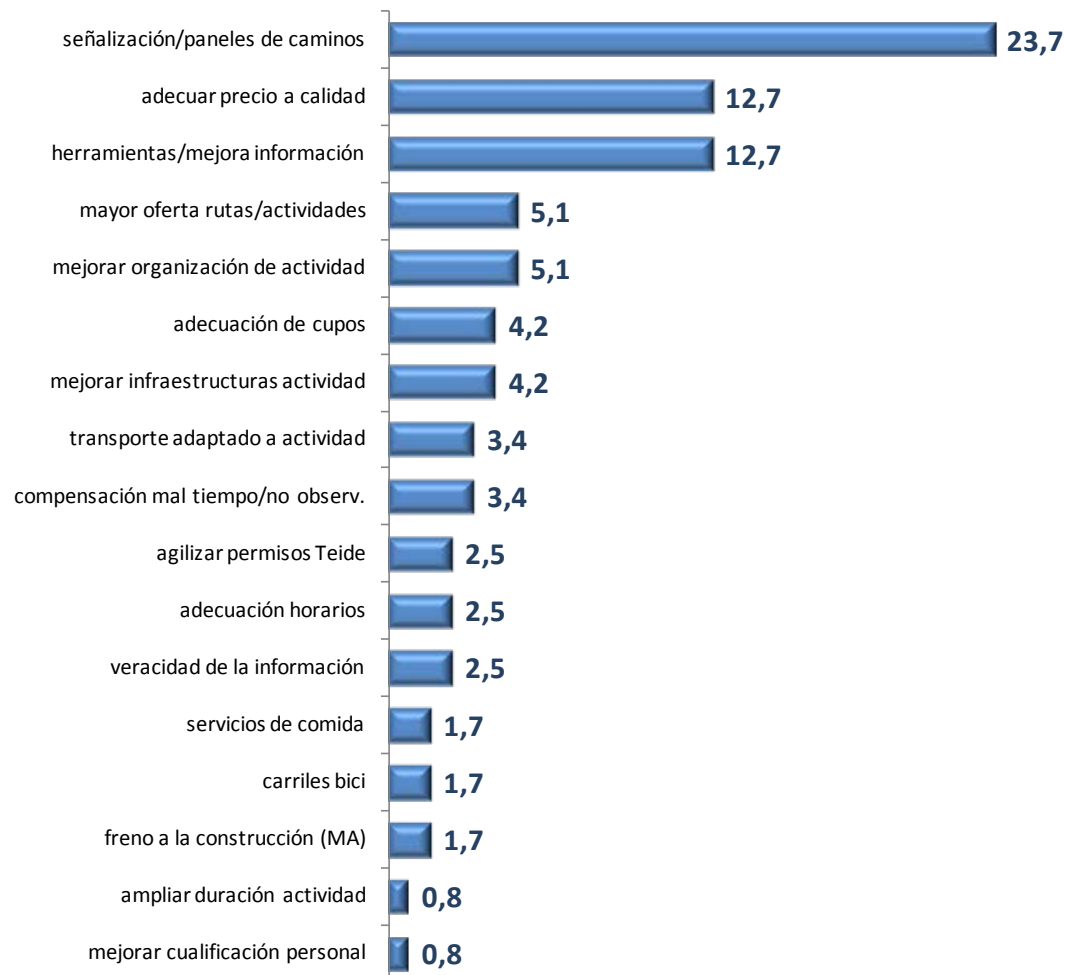
alojamiento	22,8
agente viajes	20,9
<i>aaw/ttoo</i>	15,9
<i>guías turísticas (grupo)</i>	5,0
oferentes	14,4
<i>lugar público: calle, playa, puertos</i>	6,4
<i>empresa oferente</i>	4,0
<i>en el lugar de la oferta</i>	3,9
publicidad/información escrita	13,8
<i>libros/guías de turismo</i>	9,8
<i>folletos/mapas</i>	2,7
<i>publicidad, anuncio</i>	1,2
<i>revistas</i>	0,1
internet	10,4
<i>web/internet/buscadores</i>	10,1
<i>redes sociales</i>	0,4
punto información turística	7,3
<i>oficina de información</i>	6,7
<i>centro de visitantes</i>	0,7
conocidos	3,9
otras empresas relacionadas	2,1
privado/experiencia propia	1,8
asociaciones/club/escuela	1,4
comercio especializado	0,7
grupo organizado	0,3
otra excursión	0,1

Fuente: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife 2010. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

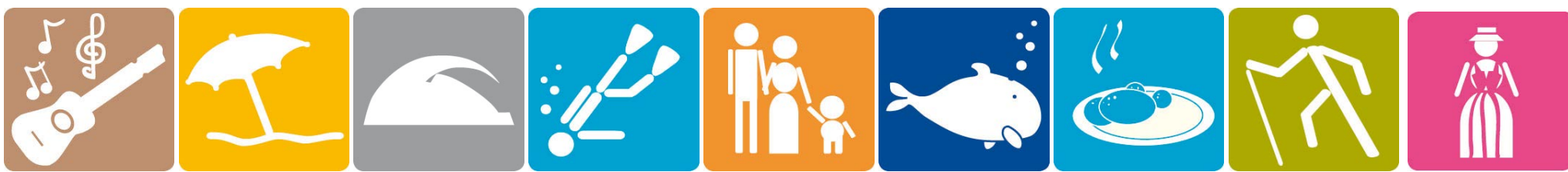


- La oferta de turismo activo de Tenerife podría mejorar, en opinión de sus usuarios, incorporando algunos aspectos sugeridos por los visitantes.
- La principal de ellas hace referencia a la señalización de rutas y caminos, en concreto los empleados en senderismo, segunda actividad más practicada por los visitantes de Tenerife.
- Relacionado con esta actividad, también se demanda una ampliación de las rutas ofertadas en la Isla.
- En general, la mejora de la información sobre las actividades, parece ser una de las principales demandas de los turistas. En algunos casos se trata de información que permite guiar la actividad, como mapas, señalética, etc, y en otras, de información sobre los contenidos y característica de la misma. Poder disponer de información detallada en internet es una de las demandas.
- DE otra parte, son necesarias ciertas mejoras en equipamientos e infraestructuras tales como un transporte adaptado para la actividad, infraestructuras adecuadas, o dotación de carriles bicis.
- Los visitantes sugieren ciertas mejoras concretas que debería adoptar la observación de cetáceos, . En cuanto al servicio, se requiere un ajuste de precios a la calidad de la oferta, mejorar la organización de la actividad y la cualificación del personal. También deben ajustarse los cupos en los barcos, los horarios y la duración de la actividad. Las comidas que se ofertan abordo requieren una mejora. El turista reclama la devolución de los importes de ticket en casos de mal tiempo o cuando las expectativas de observar a los cetáceos no se han cumplido.
- Por último, trámites más ágiles para los permisos de subida al Teide y una mejora de la información sobre el teleférico y el refugio de Altavista, repercutirían en una mejor valoración de las actividades relacionadas con este importante icono de la Isla.

SUGERENCIAS PARA MEJORAR LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS (% respuestas) 2011



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



Percepción turística de Tenerife



- El nivel de satisfacción global percibido con el viaje a Tenerife se sitúa en 8,42 puntos, una valoración que se mantiene estable en relación al año anterior. Por su parte, el índice medio de satisfacción de los diferentes factores del viaje evaluados en la encuesta se sitúa en 7,79 puntos, mejorando 0,12 puntos en relación al año anterior.
- En general, todos los factores evaluados son mejor percibidos por los visitantes en 2011, destacando especialmente el avance que se produce en la percepción de las actividades turísticas.
- El clima, la seguridad, los paisajes y la amabilidad, son los aspectos mejor valorados por los visitantes.

Los factores naturales, y en particular el clima y el paisaje natural, se mantienen en primera posición de la valoración de los turistas, mejorando el último año. En esta categoría de factores naturales, las playas y el mar se sitúan por debajo de la media en valoración.

En segundo lugar se posicionan los aspectos alojativos con una satisfacción media de 7,92 puntos. Destaca como lo mejor valorado el trato recibido en el alojamiento. Y como lo peor, la oferta de restauración que se ofrece en ellos.

En tercera posición, y también con una valoración superior a la media, se encuentran los servicios e infraestructuras. Lo mejor valorado es la seguridad, el transporte público o el alquiler de coches. Lo peor, el estado de carreteras y la señalización.

Por debajo de la media de satisfacción se sitúan en 2011 los factores genéricos, con buena valoración en amabilidad y hospitalidad de la población, pero inferior a la media en identidad de la isla y nivel de precios.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS



Satisfacción global percibida:
8,42 puntos
Diferencia 11/10: 0,05 puntos

*El Índice de satisfacción corresponde a la media de todos los factores. La satisfacción global percibida es un índice dado por el turista, (se comienza a medir en 2009)
Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tene



■ A los factores genéricos le siguen los aspectos ambientales, con mejor puntuación en limpieza urbana, y peor en calidad ambiental o tranquilidad de las zonas turísticas.

■ La oferta de restauración, con una valoración de 7,65 puntos, mejora en el último año. El turista valora mejor el trato y la calidad de la oferta que los precios o la disponibilidad de oferta gastronómica local en los establecimientos.

■ En la penúltimas posiciones de la valoración se sitúa la oferta de actividades de ocio, que mejora notablemente en 2011. Dentro de las actividades, son las que se realizan en la naturaleza las que más satisfacen a los turistas.

■ En lo que se refiere a oferta comercial, en último lugar, el comercio alimenticio se encuentra mejor valorado que el comercio general.

■ Relacionado con la satisfacción que muestran los turistas se encuentra los aspectos de sus vacaciones que estos señalan como los que menos le han gustado. Mencionan quejas un 48,8% de los visitantes de 2011 frente a un nivel de queja del 51,7% del año anterior. LO que ha supuesto una reducción en el último año del 5,6% de valoraciones negativas.

■ Los elementos que reciben mayor número de críticas en 2011 son: los alojamientos y el medioambiente urbano.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS CON DIFERENTES ASPECTOS DEL VIAJE (Escala 1 a 10)										
Satisfacción media										
	2007	2008	2009	2010	2011	dif.08/07	dif.09/08	dif.10/09	dif.11/10	
ÍNDICE MEDIO DE SATISFACCIÓN GLOBAL	n.d.	n.d.	8,38	8,37	8,42	n.d.	n.d.	-0,01	0,05	
ÍNDICE SATISFACCIÓN MEDIA DE FACTORES	7,57	7,50	7,57	7,67	7,79	-0,06	0,06	0,10	0,12	
Factores naturales	7,39	7,74	7,95	7,96	8,12	0,34	0,21	0,01	0,16	
La temperatura	8,55	8,37	8,55	8,61	8,65	-0,18	0,18	0,06	0,04	
El baño en el mar	7,31	7,22	7,27	7,34	7,59	-0,09	0,04	0,07	0,26	
El sol	8,25	8,01	8,36	8,25	8,44	-0,25	0,36	-0,11	0,19	
Paisaje natural / naturaleza	7,74	7,75	8,12	8,19	8,29	0,01	0,37	0,07	0,10	
Las playas	7,05	7,03	7,10	7,08	7,31	-0,02	0,07	-0,02	0,23	
Factores alojativos	7,82	7,76	7,85	7,92	7,92	-0,06	0,09	0,07	0,00	
Trato alojamiento	8,13	8,14	8,22	8,26	8,27	0,01	0,08	0,05	0,00	
Calidad alojamiento	7,96	7,87	7,95	8,02	7,99	-0,09	0,08	0,07	-0,03	
Precios del alojamiento	7,89	7,80	7,91	7,95	7,93	-0,09	0,11	0,04	-0,02	
Piscinas del alojamiento	7,89	7,80	7,91	7,95	7,93	-0,09	0,11	0,04	-0,02	
Calidad de la comida/ bebida en el alojamiento	7,47	7,44	7,48	7,59	7,61	-0,03	0,04	0,12	0,01	
Servicios e infraestructuras	7,62	7,69	7,69	7,76	7,92	0,07	0,00	0,07	0,16	
Seguridad personal	8,14	8,12	8,22	8,27	8,31	-0,01	0,10	0,05	0,05	
Transporte público (taxis, autobuses)	7,94	8,00	7,94	8,03	8,17	0,06	-0,07	0,10	0,13	
Servicio de alquiler coches	7,86	7,87	7,69	7,72	7,93	0,00	-0,17	0,03	0,21	
Asistencia médica-sanitaria	7,59	7,53	7,67	7,75	7,86	-0,06	0,14	0,09	0,11	
Estado de las carreteras	7,19	7,38	7,37	7,42	7,64	0,20	-0,01	0,05	0,21	
Información y señalización turística en Tenerife	7,21	7,32	7,31	7,42	7,64	0,11	-0,01	0,11	0,22	
Factores genéricos	7,46	7,34	7,39	7,62	7,74	-0,12	0,05	0,23	0,12	
Hospitalidad de la población local	8,01	8,05	8,14	8,22	8,29	0,03	0,09	0,09	0,07	
Elementos de identidad local (tradiciones culturales, patrimonio, folklore, etc.)	7,14	7,15	7,19	7,35	7,48	0,00	0,04	0,16	0,13	
Precios en general en Tenerife	7,15	6,80	6,83	7,24	7,38	-0,34	0,03	0,41	0,15	
Factores ambientales	7,21	7,42	7,59	7,64	7,71	0,20	0,18	0,05	0,07	
Limpieza pública (calles, locales,...)	7,53	7,55	7,76	7,81	7,91	0,02	0,21	0,05	0,11	
La estética / paisaje urbano del centro de vacaciones	7,34	7,40	7,57	7,57	7,70	0,06	0,16	0,01	0,12	
Tranquilidad / relax	7,36	7,45	7,62	7,67	7,66	0,08	0,18	0,04	0,00	
Calidad ambiental de la zona turística (ruidos, contaminación, etc.)	7,21	7,27	7,42	7,53	7,58	0,05	0,15	0,11	0,05	
Oferta de restauración	7,49	7,36	7,39	7,54	7,65	-0,13	0,03	0,15	0,11	
El trato del personal	7,83	7,81	7,87	7,95	7,99	-0,01	0,06	0,08	0,04	
Calidad de restaurantes y bares	7,53	7,43	7,46	7,51	7,62	-0,10	0,03	0,05	0,11	
Oferta de productos y gastronomía local	7,33	7,25	7,25	7,35	7,50	-0,08	0,01	0,10	0,14	
Los precios de comidas y bebidas en bares y restaurantes	7,26	6,94	6,96	7,33	7,50	-0,32	0,02	0,37	0,17	
Oferta de actividades y ocio	7,20	7,12	6,88	7,04	7,45	-0,08	-0,25	0,17	0,41	
Actividades en la naturaleza	7,66	7,55	7,38	7,57	7,91	-0,11	-0,17	0,19	0,34	
Instalaciones / actividades deportivas	7,16	7,07	6,79	7,01	7,44	-0,10	-0,28	0,22	0,43	
Oferta de ocio nocturno	7,13	7,04	6,75	6,83	7,31	-0,09	-0,28	0,07	0,49	
Instalaciones / recreo para niños	7,02	6,94	6,64	6,86	7,26	-0,07	-0,30	0,22	0,40	
Actividades culturales	6,91	6,87	6,67	6,82	7,19	-0,04	-0,20	0,15	0,37	
Oferta comercial	7,29	7,09	7,05	7,28	7,41	-0,20	-0,04	0,23	0,13	
Calidad y variedad del comercio de alimentación	7,50	7,37	7,36	7,52	7,64	-0,13	-0,01	0,16	0,12	
Calidad y variedad del resto del comercio	7,33	7,21	7,15	7,29	7,43	-0,13	-0,06	0,14	0,14	
Precio del comercio	7,04	6,71	6,65	7,04	7,16	-0,33	-0,06	0,38	0,12	

*El Índice de satisfacción corresponde a la media de todos los factores. La satisfacción global es un índice dado por el turista, (se comienza a medir en 2009)
FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



ASPECTOS NEGATIVOS QUE LOS TURISTAS OBSERVAN EN SU VIAJE A TENERIFE

	2007	2008	2009	2010	2011	var.08/07	var.09/08	var.10/09	var.11/10
NO SE QUEJAN	41,08	42,0	48,1	48,3	51,2	2,2%	14,5%	0,5%	6,0%
SE QUEJAN	58,92	58,0	51,9	51,7	48,8	-1,6%	-10,5%	-0,4%	-5,6%
Factores de queja de los turistas									
Alojamiento	17,45	17,15	14,32	14,18	15,20	-1,7%	-16,5%	-1,0%	7,2%
Medioambiente urbano	19,30	14,96	11,59	12,18	11,96	-22,5%	-22,5%	5,1%	-1,8%
Clima	6,77	8,41	6,33	9,20	7,25	24,2%	-24,8%	45,4%	-21,2%
Venta callejera	12,57	12,82	10,81	8,58	7,05	2,0%	-15,7%	-20,6%	-17,9%
Aeropuertos	8,35	7,21	5,89	8,22	6,79	-13,7%	-18,3%	39,5%	-17,4%
Calidad de los restaurantes y bub	6,75	7,98	7,82	6,58	6,58	18,2%	-2,1%	-15,8%	0,0%
Tenerife en general	8,38	11,84	11,64	6,55	6,30	41,2%	-1,7%	-43,8%	-3,8%
Playas-mar	6,49	6,15	5,40	5,93	5,18	-5,2%	-12,3%	9,8%	-12,6%
Carreteras y tráfico urbano	8,04	6,53	6,51	6,26	4,71	-18,8%	-0,3%	-3,8%	-24,8%
Actividades realizadas en sus vacaciones	4,38	4,37	3,36	3,45	3,39	-0,2%	-23,1%	2,4%	-1,6%
Transporte público (taxis, autobuses)	4,61	3,51	3,20	2,75	2,76	-23,9%	-8,8%	-13,9%	0,3%
Infraestructura urbana	4,56	3,92	2,90	2,75	2,54	-14,1%	-26,0%	-5,3%	-7,6%
Comercio no alimenticio	2,74	2,39	2,85	2,54	2,49	-12,6%	19,0%	-10,9%	-1,8%
Información y señalización turística en Tenerife	2,30	2,29	1,87	2,17	1,67	-0,4%	-18,3%	16,0%	-23,0%
Seguridad personal	1,31	1,13	0,95	1,40	1,38	-13,9%	-15,3%	46,7%	-1,3%
Medioambiente natural	1,86	1,81	1,49	1,33	1,13	-2,9%	-17,6%	-11,0%	-15,1%
Oferta de ocio nocturno	1,30	0,97	0,93	0,89	1,05	-25,2%	-4,7%	-3,9%	18,4%
Servicio de alquiler coches	0,78	0,67	0,85	0,99	1,01	-14,0%	25,7%	17,2%	1,8%
Calidad y variedad del comercio de	0,75	0,81	1,11	0,73	0,65	7,2%	37,1%	-34,4%	-11,3%
Elementos de identidad local (tradiciones)	0,00	0,00	0,41	0,70	0,64	-	-	71,1%	-9,1%
Asistencia médica-sanitaria	0,17	0,18	0,17	0,22	0,18	5,3%	-5,0%	26,3%	-16,7%
Reflejo de la crisis	0,00	0,00	0,08	0,16	0,12	-	-	100,0%	-27,8%

FUENTE: Encuesta al Turismo Receptivo, Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



■ **Alojamiento:** principal motivo de queja de los turistas que además empeora su situación en 2011. Su punto débil continúa siendo la restauración que ofertan, así como algunos problemas de ruido y limpieza. Queja con mayor relevancia en Santiago-Guía, Puerto de la Cruz y Adeje.

■ **Medioambiente urbano:** mejora la situación con un descenso de quejas, en especial, debido a una mejor percepción de limpieza en el destino. No obstante, es necesario trabajar la contaminación acústica en zonas turísticas. En lo referente a infraestructuras urbanas, hay que prestar atención a los aparcamientos y a la señalización de calles. Los Cristianos es la zona con peor valoración.

■ **Clima y playas:** mejora la percepción. En cuestión de playas, Adeje y Puerto de la Cruz se encuentran peor valorados que el resto.

■ **Venta callejera:** se reduce las quejas relacionadas con este problema, aunque continúa siendo muy importante en Adeje y Arona.

■ **Aeropuerto:** menor número de quejas en relación al año anterior. Las quejas principales debido a los retrasos en vuelos, precios de cafeterías, transfer y colas.

■ **Restaurantes y bares:** mantiene nivel de quejas del año anterior, principalmente en relación a los precios y la calidad de las comidas.

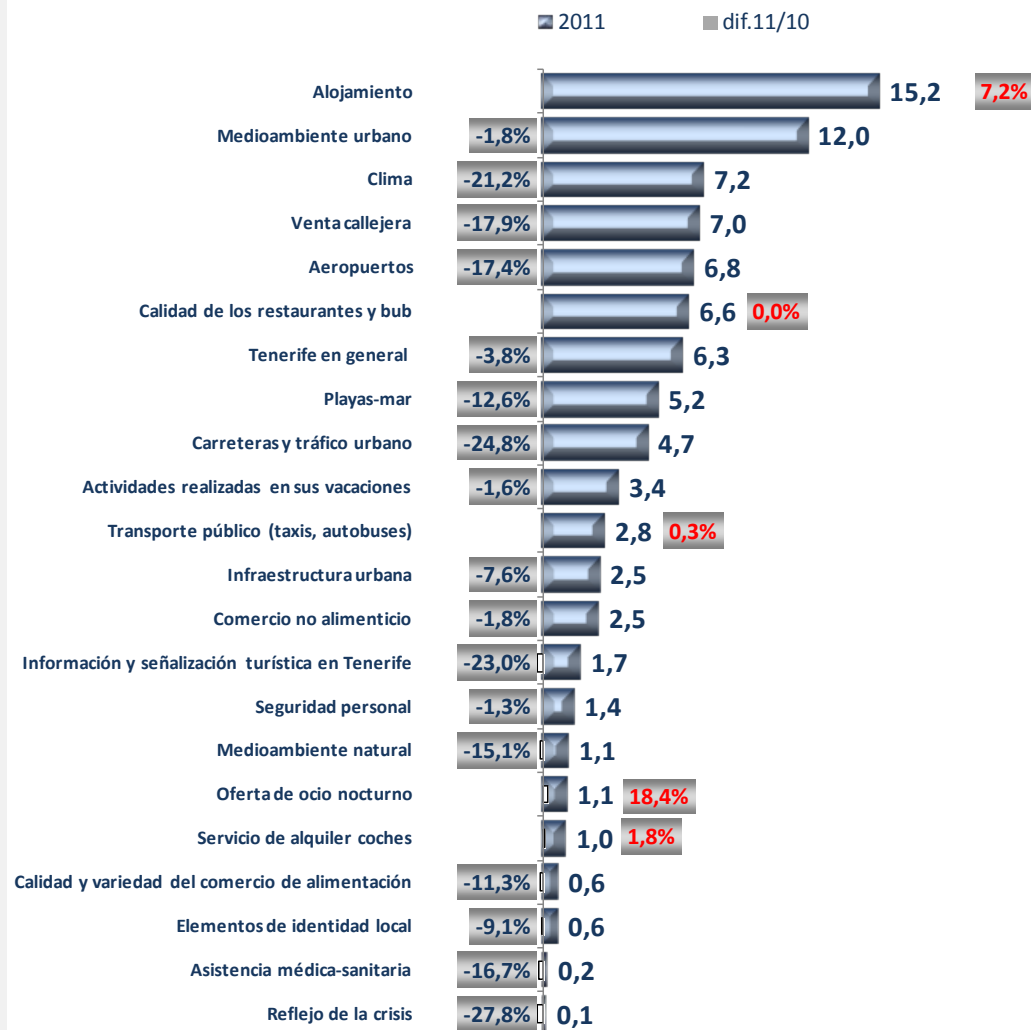
■ **Tenerife en general:** menor número de quejas gracias a una percepción de mejora en la limpieza general de la isla y en los precios.

■ Mejora también la situación de **carreteras**, aunque este es un aspecto que debe mejorar en las zonas menos turísticas del Sur, en los Gigantes-Pto Santiago y en el Puerto de la Cruz.

■ Aumentan las quejas relacionadas con el **transporte público y alquiler de coches**.

■ Mejora la situación de la oferta de ocio, salvo el nocturno. Quejas sobre el teleférico y los precios de las excursiones.

ASPECTOS NEGATIVOS QUE LOS TURISTAS OBSERVAN EN SU VIAJE A TENERIFE

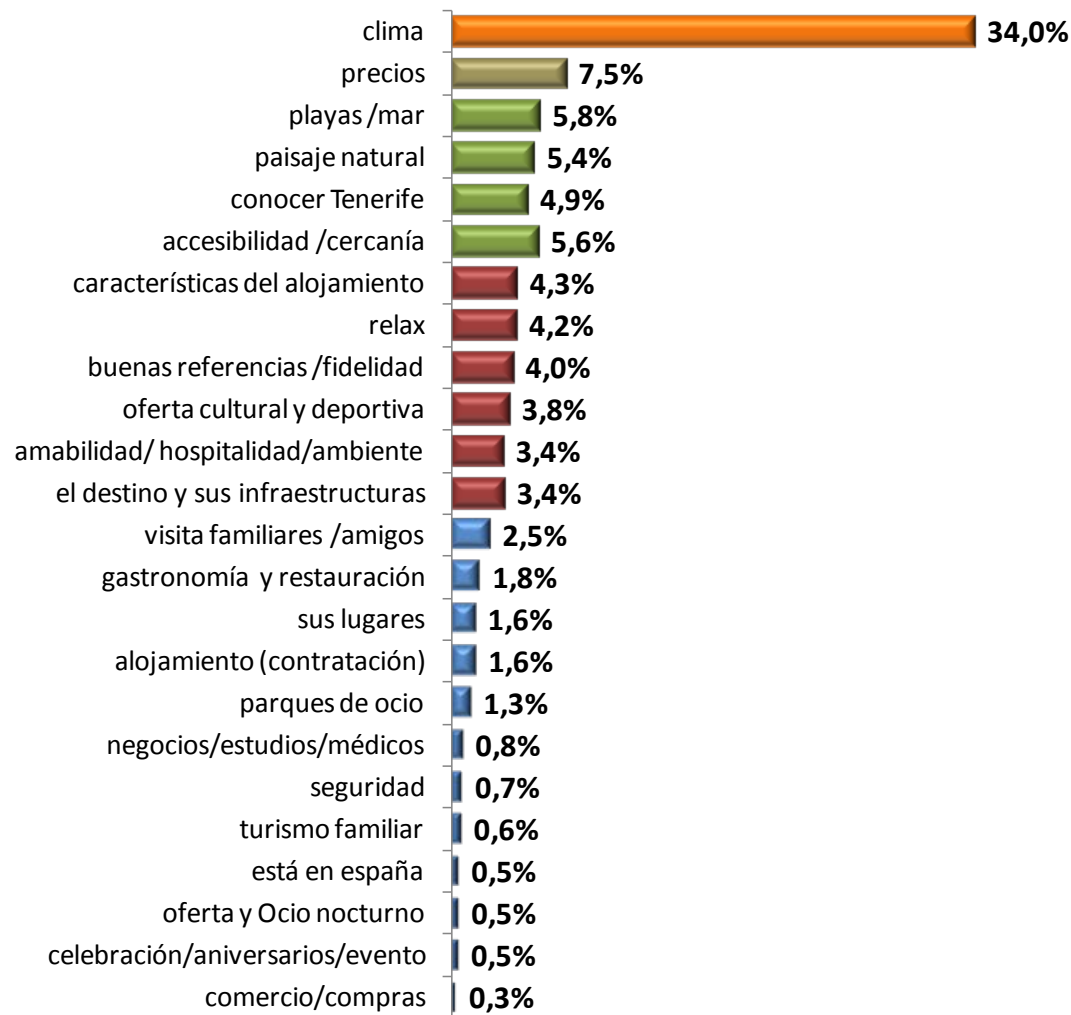


Fuente: Encuesta al Turismo Receptivo Cabildo Tenerife. Elaboración: Turismo de Tenerife



- Sin lugar a dudas el clima de la Isla constituye el motivo más importante para los visitantes a la hora de elegir Tenerife como destino de sus vacaciones. El clima se extiende más allá de la idea de vacaciones de sol y playa, y representa para los visitantes, el ambiente y la temperatura idónea para sus días de descanso.
- Otro factor que condiciona y decide la elección del destino son los precios de las vacaciones, que se sitúa en 2º lugar por detrás del clima. Un elemento al que se muestran especialmente sensibles algunos mercados como el francés, el italiano, el británico e irlandés, o el finlandés.
- A estos dos factores principales, clima y precios, le siguen elementos motivacionales importantes como son: las playas y el mar, el paisaje natural, el deseo de conocer la Isla y la accesibilidad.
- Aunque con menor peso, también son importantes a la hora de elegir Tenerife las características del alojamiento, las condiciones para el relax que ofrece la Isla, las buenas referencias y recomendaciones que reciben los potenciales visitantes, la oferta cultural y deportiva, la amabilidad y las infraestructuras del destino.
- Por último, tienen poca relevancia en la decisión de viajar a Tenerife entre la demanda actual, aspectos del destino como el comercio, la oferta nocturna o las celebraciones.
- El visitante da por sentado que se trata de un destino seguro, lo que lleva a que este factor no incida en exceso sobre la decisión de viajar a Tenerife.
- Tampoco se trata de un destino que atraiga a los visitantes especialmente por sus atractivos para el turismo familiar o por su oferta gastronómica.

MOTIVOS PARA ELEGIR TENERIFE (% respuestas) 2011



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



Continuando con los factores motivacionales, en ocasiones el turista no tiene clara su decisión, y se encuentra ante la tesitura de elegir entre Tenerife y otros destinos alternativos. Esto le ha sucedido al 35,3% de los turistas que visitaron Tenerife en 2011.

En estas circunstancias comparativas, cuatro son los factores principales que han decantado la decisión del visitante hacia la Isla: su clima, en primer lugar, el precio, en segundo, las referencias sobre Tenerife, en tercero; y, la accesibilidad, en cuarto lugar.

Ante una situación comparativa, aspectos como las playas, los paisajes, el alojamiento o la amabilidad, pasan a un segundo plano de importancia.

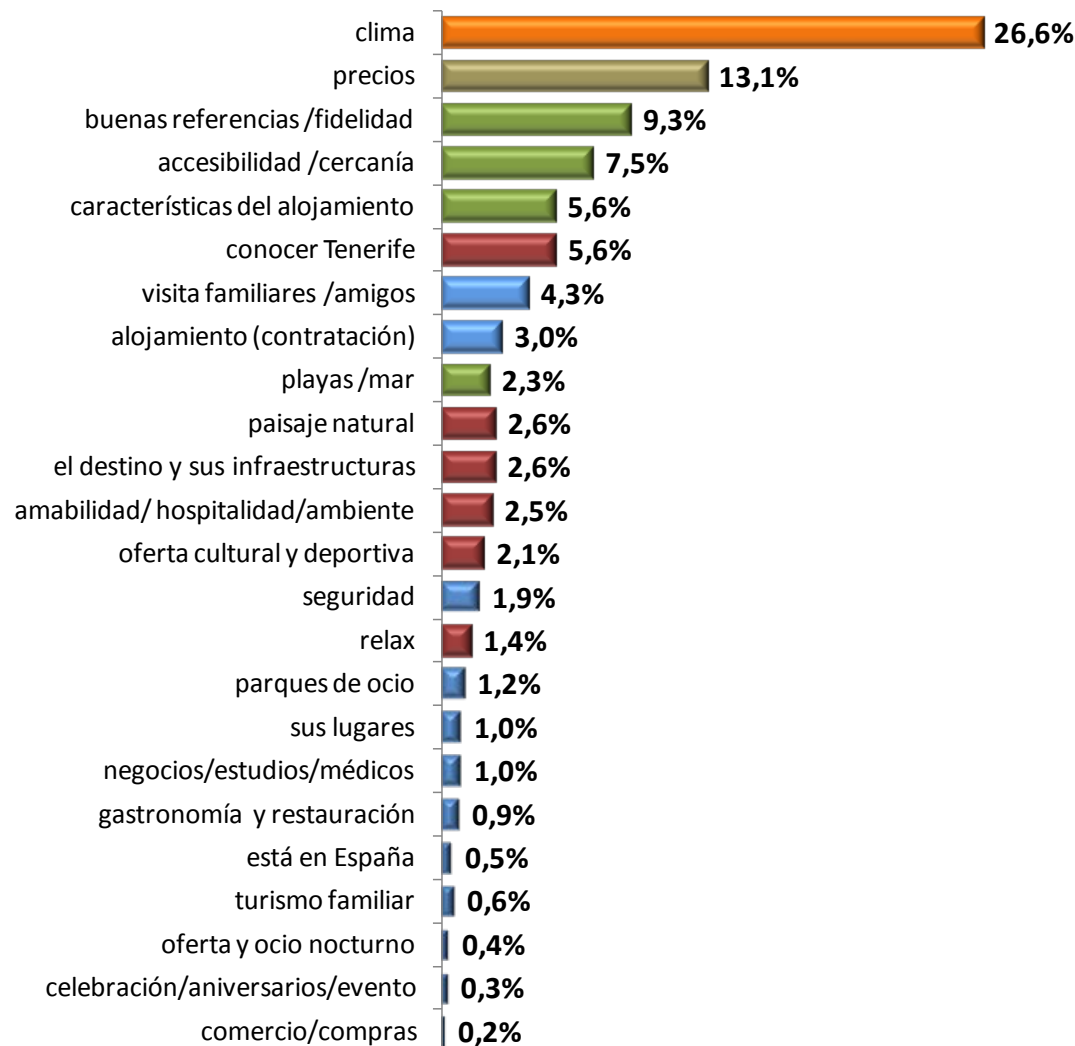
Las playas de Tenerife, sus paisajes naturales, su tranquilidad o su oferta cultural y deportiva, aunque constituyen elementos motivacionales de relevancia, no son en la actualidad elementos que incidan de manera contundente sobre la decisión de los visitantes que barajan varios destinos para sus vacaciones. Ello nos lleva a plantear la necesidad de potenciar estos aspectos, favoreciendo un posicionamiento más destacado y nítido de los mismos en la imagen que sobre Tenerife poseen los mercados emisores.

Resulta de gran valor el hecho de que un 63,3% del turismo que visitó Tenerife en 2011 no haya considerado otras alternativas a Tenerife para pasar sus vacaciones, frente a un 35,3% que como se ha mencionado, sí contemplaron otra opción.

Los nuevos visitantes suelen considerar destinos alternativos con mayor frecuencia que los repetidores. Un segmento, el de nuevos visitantes, para los que el precio, y la curiosidad por conocer la isla, se vuelven mucho más influyentes que en el caso de los repetidores.

FACTORES QUE DECANTAN LA ELECCIÓN DE TENERIFE SOBRE OTROS DESTINOS ALTERNATIVOS (% sobre respuestas)

2011

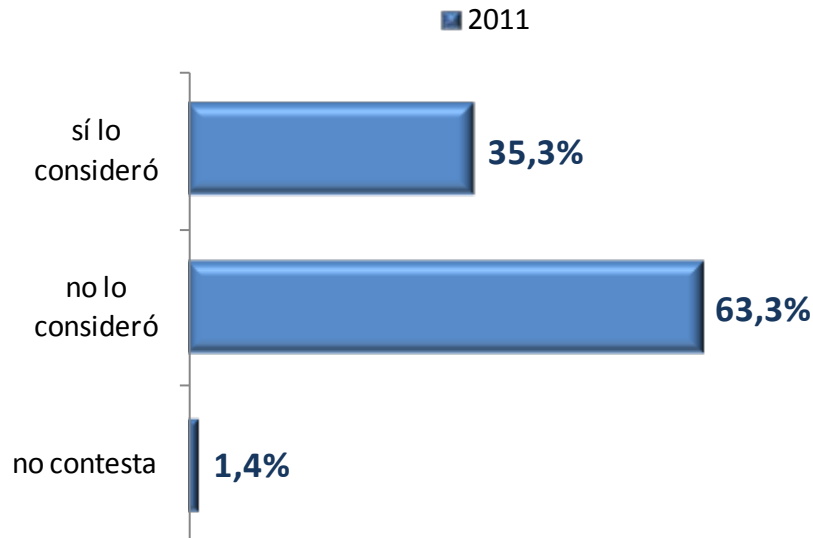


FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



- Entre los destinos alternativos a Tenerife que fueron contemplados, destaca como principal competidor Baleares, al que siguen otros destinos internacionales como Grecia, Egipto o Turquía. Los destinos Canarios, en concreto, Gran Canaria y Lanzarote, suponen asimismo alternativas destacadas que contemplan los visitantes de Tenerife para pasar sus vacaciones.
- Entre los turistas que si se plantearon viajar a otros destinos alternativos se concentran un mayor peso de turistas menores de 45 años, así como turistas alojados en hoteles.
- Los mercados que tuvieron más clara su decisión de viajar a Tenerife fueron Bélgica, Alemania, Reino Unido y Noruega. Sin embargo, los mercados en los que Tenerife tiene más competencia son los siguientes: Italia, Francia, Nórdicos y España peninsular.

CONSIDERÓ VIAJAR A OTRO DESTINO



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

OTROS DESTINOS CONSIDERADOS 2011

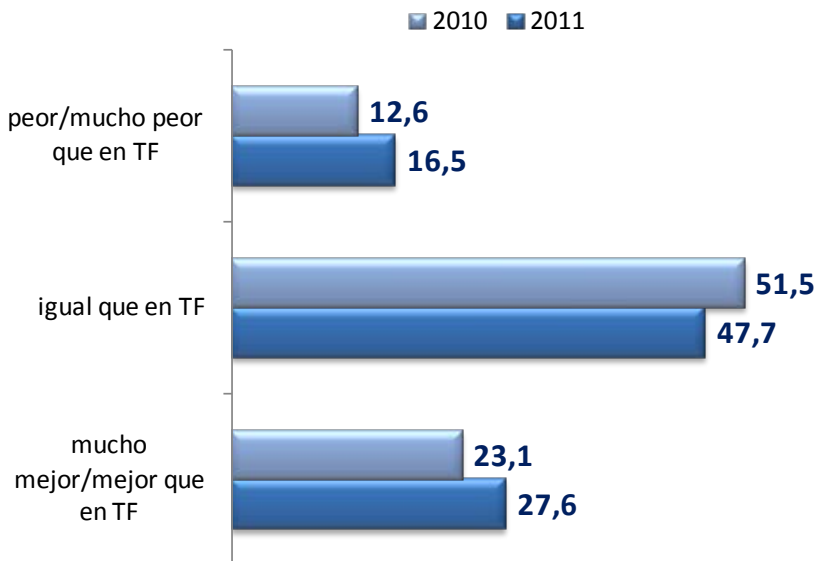
España	15,8%
Canarias	7,9%
Lanzarote	2,3%
Fuerteventura	0,8%
Gran Canaria	2,8%
Tenerife	0,1%
La Gomera	0,1%
La Palma	0,1%
El Hierro	0,1%
Baleares	4,1%
Otras España	2,1%
Grecia	3,2%
Egipto	2,8%
Turquia	2,1%
Italia	1,7%
Chipre	1,3%
Portugal	1,3%
Francia	0,6%
Estados Unidos	0,6%
Marruecos	0,6%
Malta	0,6%
Republica Dominicana (Islas Caribe)	0,6%
Tailandia	0,5%
Túnez	0,4%
Mejico	0,4%
Cabo Verde	0,4%
Reino Unido	0,3%
Crucero	0,3%
Otras Regiones Caribe	0,3%
Alemania	0,3%
Cuba (Isla Caribe)	0,3%
E. Arabes Unidos	0,3%
Crucero Mediterraneo	0,2%
Croacia	0,2%
Otros	1,9%

FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife.
ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

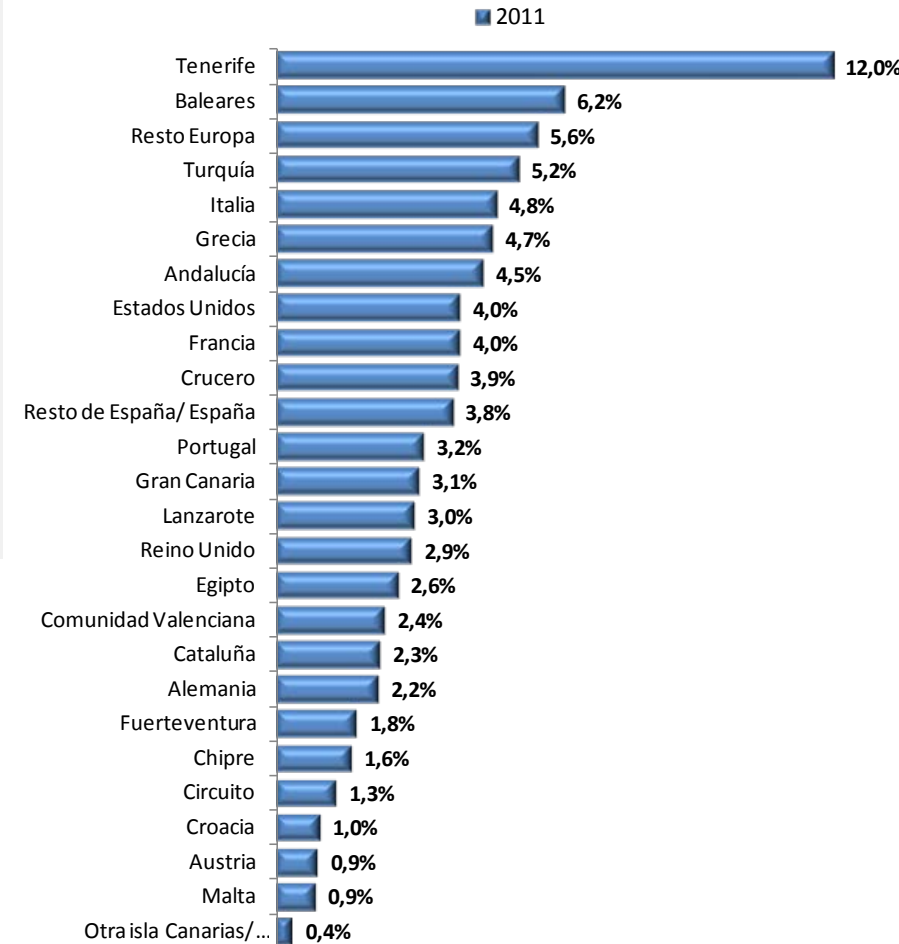


- En lo que respecta al destino en el que los turistas de Tenerife pasaron sus últimas vacaciones, un 12% también estuvo en Tenerife. Baleares se sitúa en 2ª posición, seguida de destinos internacionales tales como Turquía, Italia, Grecia, USA o Francia. Con menor relevancia se sitúan Egipto o Portugal.
- Las vacaciones en Andalucía, segundo competidor español de Tenerife, se sitúan por encima de las de Gran Canaria y Lanzarote, principales competidores canarios de Tenerife. Con menor peso se colocan la C. Valenciana y Cataluña.
- En la valoración comparativa de las actuales vacaciones en Tenerife (2011) en relación al destino de sus últimas vacaciones, un 47,7% las considera similares en satisfacción. Para un 16,5%, las recién pasadas en Tenerife han sido mejores que las anteriores en otros destinos, pero para un 27,6%, la actual estancia en la Isla ha resultado peor.
- En 2011 se incrementa tanto el peso de los que valoran Tenerife más satisfactorio que a su destino anterior, como aquellos que consideran que su experiencia actual en la Isla ha sido peor. Los segmentos más jóvenes, menores de 30 años, los más decepcionados por su experiencia en la Isla.

EN LAS ÚLTIMAS VACACIONES LO PASÓ....



COMPETIDORES: DESTINOS ÚLTIMAS VACACIONES (%)





- Los turistas de Tenerife llegan a la Isla con unas expectativas previas acerca de cómo serán sus vacaciones. Para un 66,5%, las vacaciones en Tenerife han resultado ser mejor de lo esperado, mientras que un 13,3% se ha sentido decepcionado con su viaje a la Isla. Mejora un 5% el porcentaje de turistas que ven superadas sus expectativas con el viaje, aunque también se produce un incremento entre los que se han sentido defraudados en relación a lo que esperaban.

- Los aspectos de la Isla que más inciden en una revalorización de las expectativas son: los paisajes naturales, el medioambiente urbano, el clima y la amabilidad de los isleños, aunque el clima y el medioambiente urbano son factores que tanto pueden sorprender como decepcionar a los turistas.

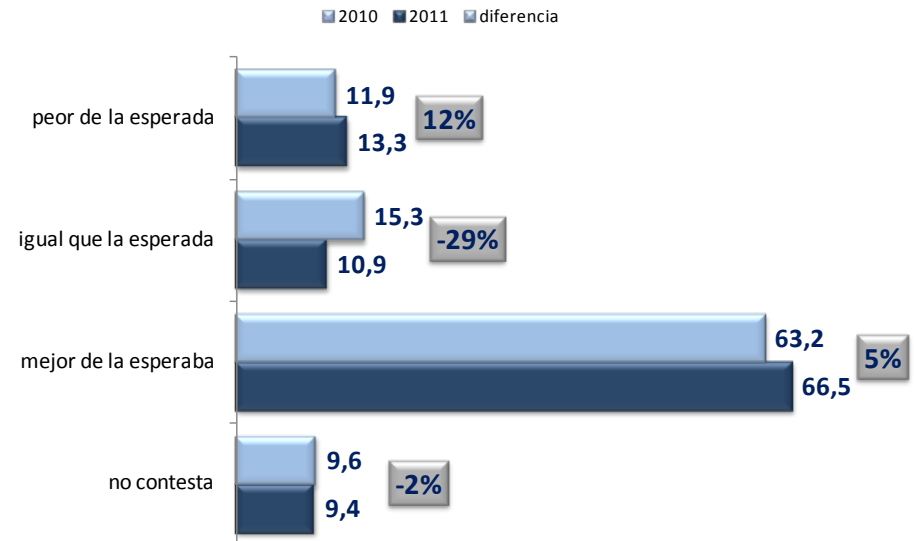
- El destino debe prestar mayor atención al cumplimiento de expectativas de mercados consolidados como el español y alemán, y a otros en fase de expansión como son los mercados italiano, francés y ruso, ya en que ellos aparece mayor debilidad en la capacidad del destino para satisfacer sus expectativas.

- Los españoles suelen decepcionarse más a causa de las playas de la Isla, mientras que el mercado alemán y el francés, se muestran más sensibles con los paisajes naturales o el medioambiente. Sobre las expectativas de los italianos influye el clima. Y sobre la de los rusos, factores como los alojamientos, las infraestructuras urbanas, los precios y, las playas.

- Y por el contrario, se sorprenden positivamente los nórdicos, los belgas y los irlandeses, en particular por el clima, amabilidad y el medioambiente urbano.

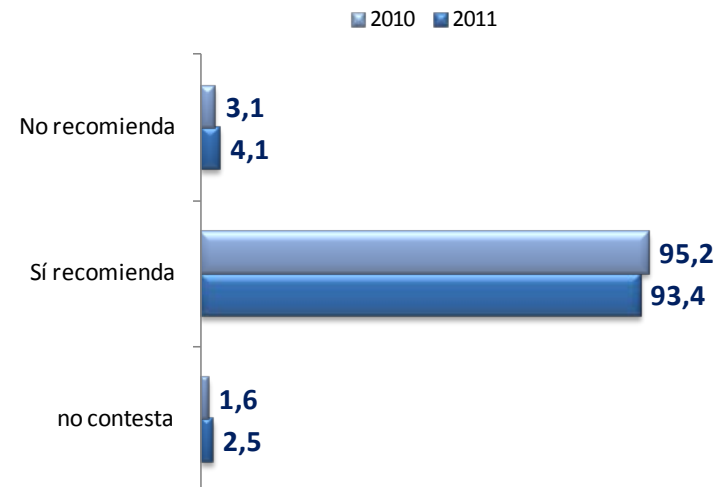
- Las intenciones de recomendar Tenerife se mantienen elevadas con un 93,4% que piensa hacerlo, a pesar de haberse reducido ligeramente las mismas en 2011.

CUMPLIMIENTO EXPECTATIVAS DEL VIAJE A TENERIFE (%)

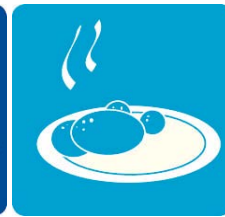
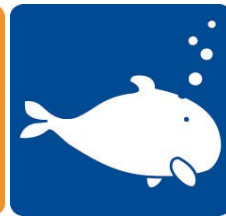


FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife 2010. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

INTENCIONES DE RECOMENDAR TENERIFE (%)



FUENTE: Encuesta de Imagen y Competitividad- Cabildo de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife



Resumen



- El año 2011 concluye en un balance general positivo con un incremento del 6,8% respecto a 2010. La recuperación turística, después de los tres años con situación poco favorable, comienza a partir del 2º trimestre del año 2010, produciéndose una recuperación importante en el sector. La cifra total de alojados en 2011 asciende a 5.160.203 turistas en el año (el máximo fue en 2006 con 5.451.013 turistas alojados). La ocupación alojativa ha sido en el año 2011 de un 63,6%, un 13,3% superior a la del año anterior y favorecida por la salida del mercado de plazas turísticas.
- los establecimientos hoteleros alojaron un total de 3.189.953 turistas, un 8,6% más que en el año anterior. Los hoteles han mantenido una ocupación media del 73,8%, lo que supone un incremento del indicador del +13,1%. El sector hotelero no registraba índices tan altos desde 2006, año que mantuvo una ocupación media del 74,4%.
- Los establecimientos extrahoteleros se recuperan de la situación negativa de manera más tardía que los hoteles, manteniendo cifras negativas hasta febrero de 2011, con un balance global positivo en el año de 1.970.250 turistas alojados e incremento del 4,1%. La ocupación media en el año ha sido de un 53,1%, lo que supone un importante crecimiento del +12,1%.
- La oferta alojativa estimada en Tenerife se reduce en 2011 un 1,6%, debido a las pérdidas de un 6% de plazas extrahoteleras. Por el contrario las plazas hoteleras en el mercado aumentan un 3%.
- El único mercado que cierra el año con un balance negativo es el mercado español (-11,2%). Mejor comportamiento muestran los mercados extranjeros, los cuales registran un aumento del 14,6%. En general todos los emisores extranjeros registran importantes incrementos en el año.
- La zona Sur alojó en 2011 a un total de 4.153.430 turistas, un 8,3% más que en el año anterior. Su ocupación se situó en un 65,4%, un 13,4% superior a la registrada en 2010.
- La zona Norte, tras un comportamiento negativo que arrastra desde 2007, cierra el año 2011 con un incremento del 3,2% respecto al año anterior y un total de 819.800 turistas. La ocupación de la zona se sitúa en un índice del 56,8%, un 11,3% superior a la registrada en 2010.
- 2011 ha sido un año de crecimiento y recuperación turística generalizado tanto para el conjunto de España como para Canarias y Tenerife. Canarias ha sido el principal impulsor del turismo en España, mostrando mejor comportamiento de sus indicadores que el resto de CCAA. Un crecimiento que debe tener en cuenta el punto de partida negativo de 2010 y los desvíos producidos en el último año a causa de la Primavera Árabe.
- El clima y la seguridad en Canarias han sido las principales bazas para beneficiarse de la situación producida en el Norte de África, provocando crecimientos atípicos en las Islas.
- Sin embargo, a finales de 2011 se empieza a mostrar signos de agotamiento del sector: se ralentiza el crecimiento de turistas, el empleo no crece al mismo ritmo que meses anteriores y empieza a aumentar el desempleo. El gasto turístico, si bien aumenta, no lo ha hecho a igual ritmo del crecimiento de turismo.



- El turismo que visitó Tenerife en 2011 se sitúa en una media de edad de 44,8 años, menor que el visitante del año anterior (45,6 años en 2010). En concreto se reduce el peso de los segmentos de visitantes mayores de 50 años a favor de las franjas de menor edad, que se incrementan todas.
- El turismo en pareja, aún siendo el de mayor relevancia en Tenerife, con una cuota del 53,7%, pierde un -5,1% en el último año. Por el contrario, el turismo familiar continúa ganando peso en la Isla alcanzando una cuota del 20,8% en 2011, un 7,6% más elevada que la que había en 2010.
- El nivel medio de ingresos familiares se situó en 2011 en 50 mil euros anuales (50.055 €) muy similar a la registrada en 2011. Un 23% de los visitantes dispone de ingresos familiares superiores a 66 mil euros y, un 40% supera los 45 mil euros de renta familiar.
- El porcentaje de turistas que ya había estado con anterioridad en Tenerife se situó en un 58,2%, un 4,4% por debajo del nivel de repetición del año anterior y el más bajo de los últimos cuatro años. Si se acota la repetición a los últimos 5 años, el porcentaje se sitúa en un 38,3% y el de nuevos visitantes en un 59,2%.
- El incremento de nuevos visitantes, que se sitúa en un 41,4%, con incremento del 7,2%, en parte se explica por los desvíos de turistas desde el Norte de África a consecuencia de la Primavera Árabe. Es por ello que son especialmente destacados los incrementos de nuevos visitantes, y en consecuencia el descenso de cuota de repetidores, en aquellos mercados más afectados por estos desvíos, tales como: nórdicos, italianos, alemanes o belgas.
- La contratación de paquetes turísticos, que había aumentado puntualmente en 2010, retorna a la tendencia de descenso que mantenía en años anteriores, reduciéndose el porcentaje de turistas que utilizaron esta fórmula un 7,7%. Sin embargo, aumenta la contratación individualizada un 6,2%. En 2011, el 50,2% de los visitantes viajó a Tenerife con un paquete turístico, mientras que un 47,4% lo hizo contratando servicios independientes.
- En general, la contratación on line del viaje se sitúa en un 56% para el vuelo y un 40% para el alojamiento. La contratación “física” es de un 42% para el vuelo y de un 41% para el alojamiento.
- En torno al 70-79% de los turistas que nos visitan actualmente utilizan la red para cualquier tipo de información de la isla o para consulta y gestión de los servicios de su viaje.
- Hasta hace apenas un año, la principal referencia sobre la Isla se obtenía de las recomendaciones de los conocidos. Sin embargo, en 2011 esta fuente se desplaza a un segundo lugar con un porcentaje de turistas que la usan del 32,2%, desbancada por las consultas en páginas web en Internet, que alcanza un 42,7% de uso y se coloca en primer lugar. Si a ello se suma el 20,8% que utiliza las redes sociales, queda clara la importancia que en la actualidad posee la red en la comunicación y promoción del destino turístico.
- El uso de las redes sociales como vías de información sobre el destino adquiere cada vez mayor importancia. En general, el 56,1% de los turistas que visitaron Tenerife en 2011 son usuarios habituales de redes sociales. Aunque el uso de las mismas para los viajes vacacionales es menor, situándose en un 38,7%. destino, la fuente de información más habitual suele ser la recepción de los alojamientos, utilizada para demandar información por un 30% de los visitantes. Una fuente, que además en el 24% de los casos que consultan ofrecen con éxito la información buscada.



- En destino, la fuente de información más habitual suele ser la propia recepción de los alojamientos, utilizada para demandar información por un 30% de los visitantes. Una fuente, que además en el 24% de los casos que consultan ofrecen con éxito la información buscada.
- En la comparativa con otros destinos turísticos, Tenerife no se encuentra suficientemente actualizado en su disponibilidad de zonas wifi gratuitas para acceso de los visitantes, ni adecuado equipamiento wifi en los establecimientos alojativos. La baja calidad de la conexión o equipamientos no adaptados, otras de las deficiencias que encuentran los visitantes.
- El gasto medio de los visitantes se incrementa en origen un 5,7% y se sitúa en una media de 71,3 € por persona y día, de las más altas de los últimos años. Por su parte, el gasto en destino crece un 0,7%, situándose en 37,6€ de media diaria. A partir datos de gasto de los visitantes, se estima un ingreso turístico directo generado para Tenerife que en 2011 ascendería a 3.663 millones de euros (3.663.189.528). Estos ingresos son un 7,4% más elevados que los registrados en 2010 y equivalen a una diferencia de ingresos de +255.437.610 euros en relación al año anterior.
- Un 56% de los turistas que visitaron Tenerife en 2011 realizaron alguna actividad turística, lo que supone un incremento del 6,8% en relación al año anterior, porcentaje de incremento proporcional al crecimiento turístico experimentado en la Isla en 2011. La actividad más frecuentada es la visita a los parques temáticos de la Isla, seguida del senderismo. El 55,4% realiza alguna visita y excursiones a los lugares de interés en la Isla, un 1,2% más que en el año anterior. La visita al Teide continúa en primer lugar, icono turístico visitado por el 36,8% de los visitantes de 2011. La visita al Teide aumentó un 2,1%.
- En relación al uso de coche durante la estancia vacacional en la Isla, en 2011 utilizó vehículo un 36,7% de los turistas. El 33,9% utiliza un coche de alquiler que contrata por una media de 6,1 días. El gasto medio en este servicio es de unos 160 € por alquiler.
- El nivel de satisfacción global percibido con el viaje a Tenerife se sitúa en 8,42 puntos, una valoración que se mantiene estable en relación al año anterior. Por su parte, el índice medio de satisfacción de los diferentes factores del viaje evaluados en la encuesta se sitúa en 7,79 puntos, mejorando 0,12 puntos en relación al año anterior. En general, todos los factores evaluados son mejor percibidos por los visitantes en 2011, destacando especialmente el avance que se produce en la percepción de las actividades turísticas. El clima, la seguridad, los paisajes y la amabilidad, los aspectos mejor valorados por los visitantes.
- El clima de la Isla constituye el motivo más importante para los visitantes a la hora de elegir Tenerife como destino de sus vacaciones. Un factor al que se añade el condicionante precio, y elementos motivacionales importantes como son: las playas y el mar, el paisaje natural, el deseo de conocer la Isla y la accesibilidad.
- Pero cuando el turista no tiene clara su decisión, y se encuentra ante la tesitura de elegir entre Tenerife y otros destinos alternativos, cuatro son los factores principales que decantan la decisión del visitante a la Isla: su clima, en primer lugar, el precio, en segundo, las referencias sobre Tenerife, en tercero, y la accesibilidad en cuarto lugar. En situación de tener que comparar, aspectos como las playas, los paisajes, el alojamiento o la amabilidad, pasan a un segundo plano de importancia.
- Las vacaciones en Tenerife han resultado ser mejor de lo esperado para un 66,5% de los turistas, mientras que un 13,3% se ha sentido decepcionado con su viaje a la Isla. Mejora un 5% el porcentaje de turistas que ven superadas sus expectativas con el viaje, aunque también se produce un incremento entre los que se han sentido defraudados en relación a lo que esperaban.



INDICADORES TURÍSTICOS DE TENERIFE

Documento resumen de los principales indicadores turísticos de Tenerife, a nivel insular y zonas turísticas, y por tipología alojativa: Nº turistas alojados, pernотaciones, estancia media, ocupación, gasto turísticos, plazas alojativas autorizadas y plazas alojativas estimadas

INDICADORES TURÍSTICOS DE TENERIFE											
PERIODO DE REFERENCIA: 1º SEMESTRE 2009											
ZONA TURÍSTICA: SANTA CRUZ DE TENERIFE											
INDICADOR	UNIDAD	2008	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009	2009
TURISMO RECEPTIVO											
TURISTAS ALOJADOS	Nº	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
PERNOCTACIONES	Nº	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
ESTANCIA MEDIA	DÍAS	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
OCUPACIÓN	%	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
TURISMO EMISOR											
TURISTAS ALOJADOS	Nº	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
PERNOCTACIONES	Nº	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
ESTANCIA MEDIA	DÍAS	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
OCUPACIÓN	%	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000

Publicación mensual, anual y temporadas

TURISMO EN CIFRAS

Documento que recoge los principales indicadores turísticos de Tenerife a nivel global y zonas turísticas de la Isla. Se recoge información detallada del número de alojados, pernотaciones, ocupación, estancias medias tanto por tipología alojativa como por zonas turísticas, categorías hoteleras y mercados emisores. Recoge asimismo variables como el número de plazas y establecimientos alojativos y de restauración autorizados por Policía Turística a nivel insular y municipal e indicadores de paro, empleo registrado en la rama de hostelería-restauración. Además de indicadores relativos al índice de precios e ingresos hoteleros y estadísticas de la encuesta de ocupación hotelera y extrahotelera a nivel nacional



Publicación mensual, anual y temporadas

TURISMO EN CIFRAS MUNICIPAL

Documento completo de los principales indicadores turísticos de Tenerife, a nivel insular y municipios turísticos, según tipología alojativa: Nº turistas alojados, pernотaciones, estancia media, ocupación, plazas alojativas autorizadas y plazas alojativas estimadas



Publicación mensual, anual y temporadas

TURISMO EN CIFRAS POR MERCADOS

Documento que aglutina la información específica de cada mercado, en lo que a las estadísticas de turismo receptivo se refiere (datos alojados en Tenerife, por zonas, por tipología y categoría) así como, los datos de AENA de llegadas de pasajeros de ese mercado a Tenerife y resto de Islas, sus variaciones y distribución.



Publicación mensual, anual y temporadas

INFORME DE SITUACIÓN TURÍSTICA DE TENERIFE

Informe que analiza en profundidad la situación turística de la Isla tanto a nivel global como por zonas turísticas, profundizando en las diferentes tipologías alojativas y mercados emisores. Asimismo, recoge información del comportamiento turístico a nivel regional y nacional, así como, el perfil del turista que nos visita (gasto, renta, actividades, fidelidad, satisfacción...)



Publicación anual, temporada

INFORMES DE MERCADOS (13 mercados)

Informes que analizan el comportamiento y perfil turístico de los diferentes mercados, tanto a nivel insular como de zonas turísticas de la Isla. Aportan también una visión del comportamiento turísticos de dicho emisor a nivel regional y nacional, a través de la comparativa de distintas fuentes, e incluso, el comportamiento del emisor en su país de origen, teniendo en cuenta sus hábitos turísticos, destinos de sus viajes, todo ello atendiendo a la disponibilidad de fuentes tanto internacionales como nacionales.



Publicación anual



ESTADÍSTICAS DE LA ENCUESTA TURISMO RECEPTIVO POR MERCADOS

Encuesta realizada en los aeropuertos a los turistas que visitan la Isla, que permite disponer de una amplia información estadística relativa al perfil de los turistas que nos visitan: renta, gasto y partidas en las que gasta, actividades y visitas realizadas, quejas, fidelidad, satisfacción, fórmula de contratación del viaje, usos de internet, edad, lugar de alojamiento, tipología y categoría alojativa utilizada, motivación de su viaje a Tenerife, ...

Publicación trimestral, semestral, anual, temporada

ENCUESTA DE TURISMO RECEPTIVO DEL CABILDO DE TENERIFE TURISMO ALEMÁN INDICE

TABLAS

- GRUPOS DE EDAD
- MEDIA DE EDAD POR MERCADOS
- NIVEL DE RENTA DEL TURISTA
- NIVEL DE RENTA DEL TURISTA POR MERCADOS
- GRUPO VACACIONAL
- GASTO EN ORIGEN Y DESTINO
- GASTO EN DESTINO SEGUN CONCEPTOS
- GASTO SEGUN MERCADOS
- GASTO Y ESTIMACIÓN DE INGRESOS
- GASTO Y ESTIMACIÓN DE INGRESOS
- NIVEL DE FIDELIDAD POR MERCADOS
- ZONA DE ALOJAMIENTO
- TIPO DE ALOJAMIENTO
- ESTANCIA MEDIA POR MERCADOS
- FÓRMULA DE CONTRATACIÓN DEL VUELO Y EL ALOJAMIENTO
- FÓRMULA DE CONTRATACIÓN POR MERCADOS
- SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN
- TRANSFER USADO PARA SU TRASLADO AL AEROPUERTO
- TURISTAS QUE REALIZAN ESCALA EN SU VIAJE POR MERCADOS
- USO INTERNET

ESTADÍSTICAS DE LA ENCUESTA TURISMO RECEPTIVO GENERAL

Encuesta realizada en los aeropuertos a los turistas que visitan la Isla, que permite disponer de una amplia información estadística relativa al perfil de los turistas que nos visitan: renta, gasto y partidas en las que gasta, actividades y visitas realizadas, quejas, fidelidad, satisfacción, fórmula de contratación del viaje, usos de internet, edad, lugar de alojamiento, tipología y categoría alojativa utilizada, motivación de su viaje a Tenerife, ...

Publicación trimestral, semestral, anual, temporada

ENCUESTA DE TURISMO RECEPTIVO DEL CABILDO DE TENERIFE TURISMO ALEMÁN INDICE

TABLAS

- GRUPOS DE EDAD
- MEDIA DE EDAD POR MERCADOS
- NIVEL DE RENTA DEL TURISTA
- NIVEL DE RENTA DEL TURISTA POR MERCADOS
- GRUPO VACACIONAL
- GASTO EN ORIGEN Y DESTINO
- GASTO EN DESTINO SEGUN CONCEPTOS
- GASTO SEGUN MERCADOS
- GASTO Y ESTIMACIÓN DE INGRESOS
- GASTO Y ESTIMACIÓN DE INGRESOS
- NIVEL DE FIDELIDAD POR MERCADOS
- ZONA DE ALOJAMIENTO
- TIPO DE ALOJAMIENTO
- ESTANCIA MEDIA POR MERCADOS
- FÓRMULA DE CONTRATACIÓN DEL VUELO Y EL ALOJAMIENTO
- FÓRMULA DE CONTRATACIÓN POR MERCADOS
- SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN
- TRANSFER USADO PARA SU TRASLADO AL AEROPUERTO
- TURISTAS QUE REALIZAN ESCALA EN SU VIAJE POR MERCADOS
- USO INTERNET

INFORME DE GOLF EN TENERIFE

Informe que analiza el comportamiento de venta de green fees y sus precios en la isla de Tenerife, a partir de las estadísticas ofrecidas por los asociados a la marca Tenerife Golf. Este análisis se realiza atendiendo a la nacionalidad de los jugadores, obteniendo también información de ventas de green fees de cada uno de los campos de golf participantes en dicha estadística. A partir de la Encuesta en los campos de Golf, elaborada por el ISTAC, se incluye el perfil de los jugadores

Publicación trimestral



ESTADÍSTICAS TRÁFICO PASAJEROS A CANARIAS E ISLAS, POR PAÍSES

Estadísticas de tráfico de pasajeros llegados a cada una de las Islas según país de procedencia del vuelo.

Publicación mensual, anual y temporadas

País	Islas	Tráfico	...
Alemania	Tenerife
	Gran Canaria
	Lanzarote
	La Gomera
Francia	Tenerife
	Gran Canaria
	Lanzarote
	La Gomera
Reino Unido	Tenerife
	Gran Canaria
	Lanzarote
	La Gomera

INFORMES DE SITUACIÓN TURÍSTICA MUNICIPALES

Documento que analiza el comportamiento de los turistas alojados en cada uno de los municipios turísticos de Tenerife (Adeje, Arona, Puerto Cruz, Santa Cruz), recopilando información del número de alojados, nacionalidades, estancia media, pernотaciones, niveles de ocupación. También se analiza el perfil de los turistas alojados en cada uno de los municipios (gasto, renta, fidelidad, tipología alojativa, motivación, actividades y visitas realizadas, uso internet, fórmula contratación, quejas...)

Publicación anual



ESTADÍSTICAS DE LA ENCUESTA TURISMO RECEPTIVO POR MUNICIPIOS

Encuesta realizada en los aeropuertos a los turistas que visitan la Isla, que permite disponer de una amplia información estadística relativa al perfil de los turistas que nos visitan: renta, gasto y partidas en las que gasta, actividades y visitas realizadas, quejas, fidelidad, satisfacción, fórmula de contratación del viaje, usos de internet, edad, lugar de alojamiento, tipología y categoría alojativa utilizada, motivación de su viaje a Tenerife, ...

Publicación trimestral, semestral, anual, temporada

ENCUESTA DE TURISMO RECEPTIVO DEL CABILDO DE TENERIFE TURISMO ALEMÁN INDICE

TABLAS

- GRUPOS DE EDAD
- MEDIA DE EDAD POR MERCADOS
- NIVEL DE RENTA DEL TURISTA
- NIVEL DE RENTA DEL TURISTA POR MERCADOS
- GRUPO VACACIONAL
- GASTO EN ORIGEN Y DESTINO
- GASTO EN DESTINO SEGUN CONCEPTOS
- GASTO SEGUN MERCADOS
- GASTO Y ESTIMACIÓN DE INGRESOS
- GASTO Y ESTIMACIÓN DE INGRESOS
- NIVEL DE FIDELIDAD POR MERCADOS
- ZONA DE ALOJAMIENTO
- TIPO DE ALOJAMIENTO
- ESTANCIA MEDIA POR MERCADOS
- FÓRMULA DE CONTRATACIÓN DEL VUELO Y EL ALOJAMIENTO
- FÓRMULA DE CONTRATACIÓN POR MERCADOS
- SERVICIOS CONTRATADOS EN ORIGEN
- TRANSFER USADO PARA SU TRASLADO AL AEROPUERTO
- TURISTAS QUE REALIZAN ESCALA EN SU VIAJE POR MERCADOS
- USO INTERNET

