

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

**FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS
(2014-2015)**

**ANÁLISIS DEL SECTOR ALOJATIVO EN DESTINOS
MADUROS: EL CASO DE PUERTO DE LA CRUZ**

**ACCOMMODATION SECTOR ANALYSIS IN MATURE
RESORTS: THE CASE PUERTO DE LA CRUZ**

AUTOR: NOEMI MELIÁN BENCOMO

La Laguna a 12 Junio 2015

ÍNDICE

Contenido

RESUMEN	3
ABSTRACT	3
1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS	4
3. MARCO TEÓRICO	4
3.1 LOS AGENTES DEL DESTINO	4
3.2 ESTRATEGIAS EN DESTINOS MADUROS	6
Estrategias de gestión interna	7
Estrategias de gestión externa	8
3.3 GESTIÓN DE ESTABLECIMIENTOS ALOJATIVOS	8
4. MARCO INSTITUCIONAL	9
5. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	15
5.1 MOTIVOS PRINCIPALES DE LA VISITA AL PUERTO DE LA CRUZ	15
5.2 SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON LOS ESTABLECIMIENTOS ALOJATIVOS	18
5.3 SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS RECIBIDOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS ALOJATIVOS	19
5.4 IMPRESIÓN GENERAL DE LOS TURISTAS SOBRE EL VIAJE	20
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	22
7. REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA	28

Título: Análisis del sector alojativo en destinos maduros: el caso de Puerto de la Cruz.

Palabras clave: sector alojativo, destinos maduros, Puerto de la Cruz

RESUMEN

Puerto de la Cruz, primer enclave turístico en Canarias presenta, desde hace años, síntomas de agotamiento. El debilitamiento del sector alojativo es, entre otros, un ejemplo de la situación descrita. Por esta razón, el presente estudio pretende reconocer los motivos que han llevado al sector a este estado desde el punto de vista de la demanda. Posteriormente, se plantean algunas sugerencias a los agentes del destino de cara a la mejora de la posición competitiva del sector.

ABSTRACT

Puerto de la Cruz, the first tourist resort in the Canary Islands, has for years, signs of exhaustion. The weakening of the hotel business is, among others, an example of this situation. Therefore, the present study pretends recognize the reasons that led to this state sector from the demanding point of view. Subsequently, it raises some suggestions for agents of fate can make some references and improve the position of the sector.

1. INTRODUCCIÓN

Puerto de la Cruz fue el primer enclave turístico de la isla de Tenerife y, a finales de la década del siglo XX, se convirtió en el punto de referencia de turismo a nivel internacional con la implantación de un modelo productivo asociado al turismo de masas.

En este sentido, Puerto de la Cruz se erigió como el principal motor como destino turístico, pero actualmente el modelo seguido está dando signos de agotamiento. Por esta razón, con este trabajo, se pretende dar una serie de sugerencias a las empresas hoteleras para que Puerto de la Cruz vuelva a renacer o al menos mantenerse como uno de los principales destinos, ya que no se ha posicionado adecuadamente recuperando así el esplendor de antaño.

El trabajo se estructura en cinco partes. Un primer apartado donde se justifica el trabajo y se plantean los objetivos. En segundo lugar, se lleva a cabo una revisión de la literatura especializada en el ámbito de este estudio. Posteriormente, se va a realizar un estudio de las percepciones de los turistas que tienen acerca de las empresas alojativas

ubicadas en Puerto de La Cruz. Con este fin, se procesarán datos de la demanda turística del sector alojativo en Puerto de la Cruz extraídos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC). El tratamiento y análisis de los mismos permitirá, finalmente, elaborar las conclusiones y proponer recomendaciones a partir de los resultados obtenidos.

2. OBJETIVOS

Inicialmente, se realizará una búsqueda de información, para reunir la literatura especializada en materia de gestión de los destinos turísticos, quiénes son los distintos agentes del destino implicados, estrategias en los destinos turísticos maduros, programas y acciones para aumentar la competitividad del destino e instrumentos de mejora en la gestión de hoteles, entre otros aspectos a revisar.

El principal objetivo de este estudio es, analizar las percepciones que reciben los turistas sobre el sector alojativo Puerto de la Cruz, para ello se realizará un análisis de la demanda para saber cuáles han sido los motivos principales de las visitas, se conocerán también las satisfacciones de los establecimientos alojativos, e incluso las impresiones que han tenido los turistas sobre el viaje.

Otro de los objetivos es proponer posibles mejoras a ejecutar en los establecimientos alojativos en Puerto de la Cruz analizados los resultados obtenidos del tratamiento de datos de la demanda turística.

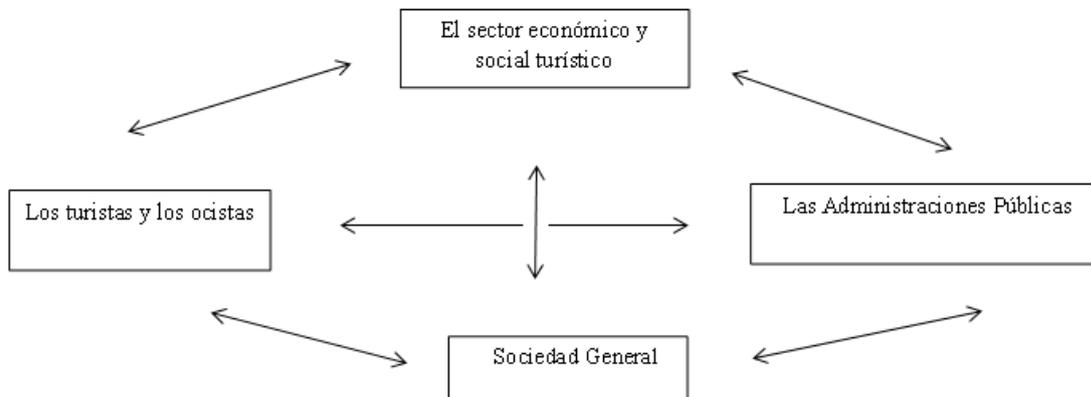
3. MARCO TEÓRICO

La revisión de la literatura sobre gestión de destinos turísticos y, concretamente, del sector alojativo, permitirá recopilar aportaciones científicas que, sumada al trabajo empírico del estudio, posibilitará establecer conclusiones y formular recomendaciones en aras de mejorar la percepción del turista de los establecimientos alojativos en Puerto de la Cruz.

3.1 LOS AGENTES DEL DESTINO

En primer lugar, destacar que el éxito de la gestión del destino dependerá de la capacidad de los distintos agentes para desempeñar sus respectivos roles y para establecer, entre todos, el consenso en torno al modelo de desarrollo turístico y a su estricta aplicación a lo largo del tiempo. Francesc (2004), establece quiénes son los agentes implicados en la gestión de los destinos turísticos. Los turistas y los ocistas, el sector turístico, las administraciones públicas y la sociedad en general.

Figura 1. Los agentes del destino



Fuente: *Elaboración propia a partir de Francesc (2004)*

El turista es la persona que viaja, mientras que el ocista es la persona que viaja, pero va más allá, porque se centra en las motivaciones que le han hecho elegir un determinado destino y el modo de obtener su propia satisfacción. Totalmente, es diferente al viajero clásico que realiza un análisis del transporte, alojamiento, restauración, etc.

Por su parte, el sector turístico está compuesto por los empresarios, los trabajadores y los proveedores de las empresas turísticas y de apoyo que desarrollan su actividad en el lugar, además de las asociaciones e instituciones que actúan en su nombre. Engloba los negocios relacionados directamente con las actividades motivadoras del viaje (cultura, deporte, playa, etc.) el tipo de alojamiento, la alimentación (restaurantes de todo tipo y comercios alimentarios); el comercio en general, los medios de transporte, los intermediarios locales, nacionales e internacionales (agentes de viajes, proveedores de Internet, etc.); otras industrias del ocio; los inversores (instituciones financieras, inversionistas institucionales o privados, etc.); los servicios de asistencia (aseguradoras, servicios médicos y mutuas, talleres de reparación de vehículos, servicios de ayuda al viajero, etc.) y cualquier otro tipo de servicio de apoyo.

Las administraciones públicas se corresponden con los responsables políticos y los funcionarios de los distintos niveles territoriales, que operan de forma directa a través de los respectivos organismos administrativo. Abarcan servicios de planificación del territorio, regularización del suelo, gestión de la vía pública (diseño, conservación, señalización, alumbrado, limpieza y mantenimiento del mobiliario urbano), seguridad pública, limpieza, asistencia sanitaria, servicios deportivos, transporte público, gestión de residuos urbanos, información turística, información general y recaudación de impuestos.

Por último, la sociedad en general como agente de destino se entiende como el resto de sectores económicos, sociales, culturales, ecológicos, deportivos, entre otros sectores.

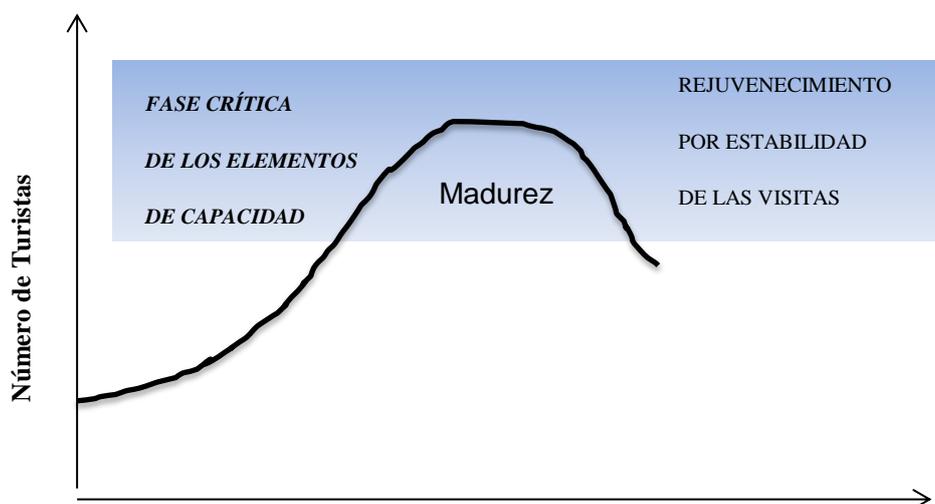
3.2 ESTRATEGIAS EN DESTINOS MADUROS

Una vez que se han definido los agentes de un destino (es decir, los que tienen capacidad para condicionar la posición del mismo), a continuación se abordarán las posibles estrategias a implementar por dichos agentes (en particular, de aquellos que tienen competencias sobre la gestión del destino).

La formulación de estrategias debe adecuarse a las características que presente el destino. En este sentido, la teoría de Butler (1980) sirve de guía para los gestores del destino. Esta teoría se basa en las pautas de comportamiento de la demanda y en la capacidad de carga de los centros turísticos, previendo una relación positiva entre el incremento del número de visitantes y el desarrollo turístico, especialmente en materia de alojamiento (Vera, 1997) y, para ello, propone una evolución temporal en seis fases: descubrimiento, inicio, desarrollo, consolidación, estancamiento/madurez y post-estancamiento, que dará a una situación de declive o de rejuvenecimiento (Ledesma, 2012).

Martín (2005) en su “*Análisis de la utilidad de la teoría del Ciclo de Vida en la gestión de los destinos maduros*”, afirma que la teoría por Butler “[...] se trata de un modelo más completo que otros previos al mismo, ya que explica la evolución de los destinos no sólo por los cambios del espacio (infraestructuras y medioambiente) y de las actitudes del turista y residentes, sino también incluye el número y composición de las visitas, la implicación de los agentes locales y externos, la accesibilidad al destino y la competencia”

Figura 2. Evolución hipotético de un destino turístico



Fuente: Martín *et al.*, (2005)

Tiempo

Como se expondrá en el apartado cuarto “Marco Institucional”, Puerto de la Cruz refleja las características propias de los destinos maduros. Como apuntan González y Hernández (2005) “en la actualidad este núcleo turístico pasa por una fuerte crisis como consecuencia de los errores urbanos y de destrucción del patrimonio arquitectónico y cultural, además de que el modelo turístico de espacios masificados y orientados a la oferta de playa o piscina se ha devaluado frente a otras ofertas complementarias como el turismo de salud, deportivo (golf y náutico), de naturaleza rural, donde el municipio del Puerto de la Cruz tiene escasas fortalezas y oportunidades de competir con otros espacios de Canarias y también de la propia isla de Tenerife”.

Según Ledesma (2012) el modelo de Butler (1980) es idóneo para el estudio del turismo en la ciudad portuense, ya que sugiere unos argumentos e ideas para la reconversión y modernización de este destino.

En orden a revitalizar destinos maduros, Oreja (1999) plantea dos tipos de estrategias, de gestión interna y de gestión externa. Dicho autor las describe de la siguiente manera:

Estrategias de gestión interna

Las estrategias colectivas implican que las autoridades centrales tienen que influir en la coordinación de algunos aspectos formales, estas autoridades se refieren a asociaciones de empresarios turísticos que suelen adoptar iniciativas referidas a los Planes de Calidad Hotelera, a nivel de destino se encuentran las autoridades locales, las cuales están vinculadas con los Centros de Iniciativas Turísticas.

Por otro lado, las demás autoridades administrativas y los grupos de intereses participen en las estrategias colectivas sugieren la revitalización de los destinos maduros con la repetición de las visitas. Para ello, se llevarán a cabo acciones estratégicas, las que más destacan son la conservación del medio ambiente ya que resalta las peculiaridades locales y la herencia cultural las cuáles se podrá actuar con planes de revitalización y los Planes de Excelencia Turística y Calidad para mejorar los destinos.

Richards (1992), establece una guía para alcanzar los objetivos específicos en destinos turísticos y de esa forma lograr la satisfacción de los visitantes, junto a la optimización de los ingresos en eventos periódicos, como pueden ser los derivados de actividades culturales (festivales) y deportivas, así como los aniversarios o los permanentes como los sitios históricos (edificios históricos, monumentos, museos, galerías de arte, paisajes, jardines) o las atracciones.

Estrategias de gestión externa

En la gestión externa de un destino turístico maduro, se vincula con dos tipos de estrategias que son: gestión del entorno y las estrategias competitivas.

Con respecto a las estrategias de gestión del entorno se refieren a las acciones colectivas llevadas a cabo por las autoridades y coordinadores del destino turístico en relación con las diferentes variables claves en los marcos de sus entornos.

Mientras que las estrategias competitivas se centran en intentar atraer a nuevos clientes, a su vez seguir manteniendo la clientela actual, y fidelizar al cliente con el objetivo de que el turista vuelva a repetir el destino turístico.

3.3 GESTIÓN DE ESTABLECIMIENTOS ALOJATIVOS

El programa “Alojamientos conectados” (www.alojamientosconectados.es), posee un manual de gestión para hoteles y alojamientos rurales, que recoge algunos aspectos fundamentales en la buena gestión hotelera. Dichos aspectos (que se enumeran a continuación), hacen hincapié en las nuevas tecnologías de información y comunicación, justificándose en que, para lograr la calidad, la excelencia turística y rentabilidad del negocio es fundamental y muy común hacer uso de las tecnologías de la información y comunicación en los procesos de la gestión hotelera. Hoy en día, hacer uso de las nuevas tecnologías y las posibilidades que aporta Internet, las redes sociales y otros instrumentos de marketing-online hace que se logre una oferta y promoción turística claramente diferencial para los clientes, así como una mejor gestión interna de los servicios del alojamiento: reservas, servicios en estancias, información al cliente o facturación, entre otros.

1. Contar con una Web y documentación de promoción e información al cliente: características del alojamiento, características del entorno, precios, reservas on-line, localización, etc.
2. Contar con un sistema adecuado de señalítica física para el acceso al alojamiento por parte del cliente. En la actualidad, muchos clientes se orientan a través de GPS o teléfonos inteligentes, por lo que una buena geolocalización del hotel en su Web, o en otras Webs, resulta fundamental para satisfacer al cliente.
3. Contar con un sistema de reservas y cancelaciones on-line.
4. Definir protocolos y guías de estilo de atención al cliente, independientemente del canal (teléfono, Web o presencial).

5. Desarrollar un modelo de gestión de recursos humanos básicos para los empleados del alojamiento que facilite su integración, motivación y compromiso.
6. Definir procedimientos de recepción al cliente y *check-in* eficientes.
7. Cuidar las características de la habitación y del cuarto de baño: espacios, su decoración, su calidez, su equipamiento en general, equipamiento de conectividad (Wifi), limpieza, información de acogida, presentes de acogida, etc.
8. Cuidar las características de las instalaciones y zonas comunes: salones, aseos comunes, salas de reunión, comedor, terraza, etc.
9. Desarrollar servicios complementarios de valor añadido: spa, actividades recreativas, tratamientos, golf, etc.
10. Cuidar la calidad del desayuno y, en su caso, otros servicios de restauración del alojamiento: presentación, calidad de los alimentos, carta, etc.
11. Contar con sistema o política básica de gestión medioambiental y eficiencia energética.
12. Contar con un procedimiento de gestión de la cadena de provisión del alojamiento, facturación a proveedores y control de inventarios y stocks: alimentación, equipamiento, servicios profesionales, etc.
13. Contar con procedimientos estructurados de gestión de la limpieza en cualquier área de alojamiento: apariencia de los empleados, horarios de limpieza, fichas de servicio, productos de limpieza, etc.
14. Contar con una política e infraestructura básica de riesgos, emergencias y seguridad en el alojamiento: formación del personal, primeros auxilios, botiquín, extintores, salida de emergencia, procedimiento de desalojo, etc.
15. Contar con un sistema de *check-out* y despedida eficiente y de un modelo y sistema de servicio post-venta que permita evaluar la satisfacción del cliente y mantener la relación con el cliente y fomentar su vuelta al alojamiento.

4. MARCO INSTITUCIONAL

Con relación al marco institucional de este estudio, se ha citado a uno de los grandes artífices, como es Nicolás González Lemus, ya que a lo largo de su carrera ha realizado numerosas investigaciones acerca del turismo en las Islas Canarias, concretamente tiene numerosas obras que se han centrado en el Puerto de la Cruz, este ha sido uno de los

principales motivos por los que se ha seleccionado a este autor, ya que el trabajo se ha centrado en el ámbito territorial del Puerto de la Cruz.

El turismo en Canarias se desarrolló gracias a la salud, ya que a partir de la década de los ochenta del siglo XIX, comenzaron a expandirse enfermedades infecciosas destacando las enfermedades reumáticas, cutáneas, respiratorias, y la de mayor importancia la tuberculosis, por ello muchos enfermos para poder recuperarse y aliviar sus dolores los especialistas recomendaban a sus pacientes realizar terapias a base de baños con las aguas del mar y respirar el aire de las brisas marinas de las Islas Canarias, ya que aportaban propiedades beneficiosas para la salud (ej., González, 2007a; González, 2007b). A partir de ahí, se empezaron a construir hoteles que comenzaron siendo como “hospitales” donde la gente acudía para recuperarse de sus enfermedades.

En el año 1886, comenzó el turismo moderno en el Puerto de la Cruz, donde se construyó el primer hotel sanatorio de Canarias conocido como el *Orotava Gran Hotel*, que se inauguró el 12 de septiembre de 1886, fue implantado por la Compañía de Hoteles y Sanatorium del Valle de la Orotava.

La compañía también instauró dos hoteles más que fueron el *Buenavista* y el *Monopol*, además alquilaban casas particulares para huéspedes, y se hicieron cargo del *Hotel Marquesa*. Más tarde, en el año 1890, otra compañía llamada Taoro, con el nombre de Construcciones y Explotación de Hoteles y Villa del Valle de la Orotava, puso en funcionamiento el *Grand Hotel Taoro*, un establecimiento dedicado únicamente para enfermos, un sanatorio que tenía todas las comodidades, contaba con zonas de recreo y descanso. En las Palmas de Gran Canaria, se edificó un hotel que reunía similares características que el Taoro, el *Hotel Santa Catalina*.

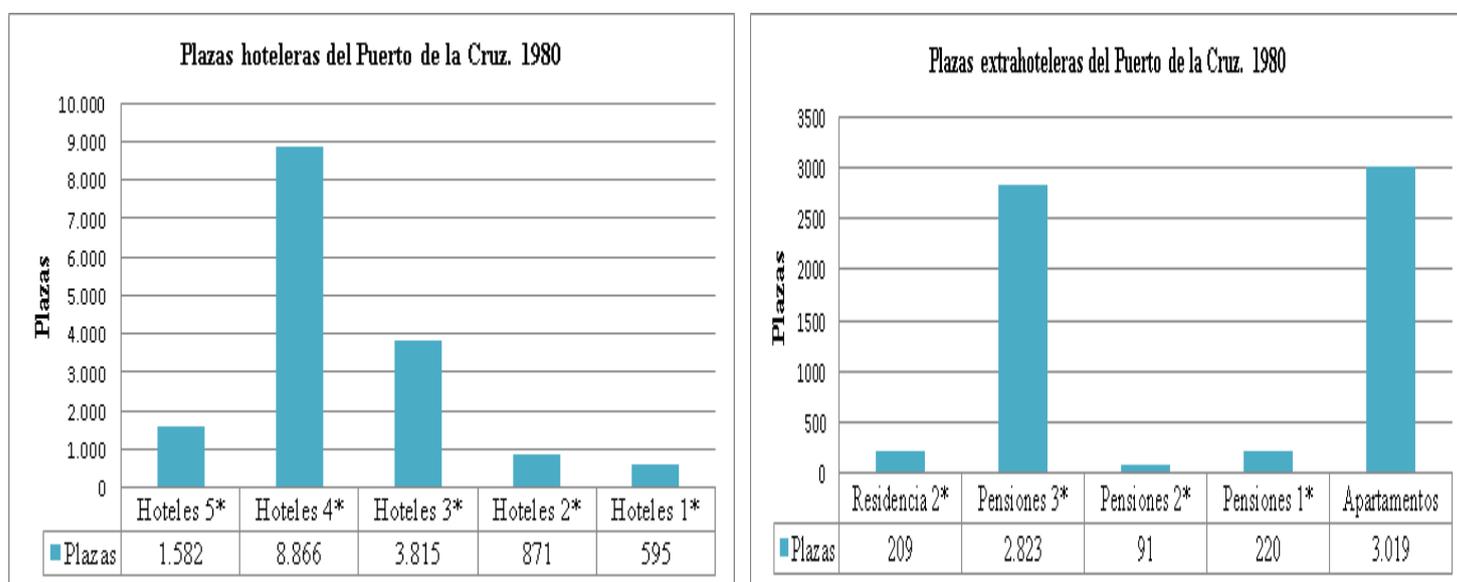
Gracias a estos dos hoteles creados por inversionistas ingleses, hicieron que el resto de empresarios locales mejorarán sus instalaciones y así competir con un cierto grado de posibilidades de captar cuotas de mercado. Así, entre la última década del siglo XIX y la primera del siguiente, Canarias va hacer testigo de una empresa hotelera de gran importancia. Son ejemplos de esta oferta de alta categoría en Las Palmas de Gran Canaria el *Hotel Metropol*, instalado por Alfred L. Jones de la Elder Dempster and Co.; el *hotel Santa Brígida*, construido por el británico Alarico Delmar. Mientras que en Santa Cruz de Tenerife aparecen cuatro hoteles de alto standing que son el *hotel Pino de Oro*, y el *hotel Quisisana*, ambos construido por otro británico, Henry Wolfson que proyectó el *Hotel Battenberg* y el que se construyó en Tacoronte de la mano de Louis G. Camacho, con el nombre de *Hotel Camacho*. Sin embargo, el número de crecimiento de turistas no fue rentable, ya que no daba los beneficios económicos suficientes para que estos hoteles lujosos se gestionaran.

Como resultado de las obras ejecutadas dentro del Primer Plan General de Ordenación Urbana (1944-1963), comienza la construcción de hoteles en torno al nuevo trazado urbanístico: el hotel Valle y por último el hotel Las Vegas.

En la década de los setenta el Puerto de la Cruz se había transformado en una costa de moda, el objetivo de los inversores era rentabilizar cuanto antes la inversión, debido a que se produjeron numerosas inversiones. La ciudad turística cambió radicalmente, pasando de cuatro hoteles históricos a una urbe cosmopolita con una importante y moderna red de hospedaje de gran calidad y confort.

En los ochenta, el municipio cuenta con más de 27.000 plazas entre las hoteleras y las extrahoteleras.

Gráfico 1. Plazas hoteleras y extrahoteleras de Puerto de la Cruz en 1980



Fuente: *Plazas hoteleras y extrahoteleras. “El viaje y el turismo en Canarias. Evolución histórica y geográfico”* González et al., (2012)

A principios de los ochenta la demanda turística del Puerto de la Cruz se ve afectada porque empiezan a haber nuevas infraestructuras y se establecen mejoras de comunicación en el sur de la isla, se establece el nuevo Aeropuerto Sur así como nuevas instalaciones alojativas de mayor capacidad, y de ahí que los touroperadores extranjeros empezaron a trasladar al mayor número de visitantes posibles hacia esa zona también asegurándose que el sur de la isla contaba con un magnífico clima de sol y playa. En esta época se inicia el llamado *boom* de construcción inmobiliaria especulativa en el sur de Tenerife, fundamentalmente en los municipios de Adeje y de Arona.

Con la nueva aparición de nuevos destinos turísticos, el Puerto de la Cruz comienza a tener problemas con la competencia, por ello las empresas llegaron a acuerdos tratando de ampliar sus servicios y promocionar el destino para mantener el número de visitas. Entre 1989 y 1994, disminuyó el número de visitantes debido fundamentalmente a la crisis turística de sol y playa. El perfil básico del Puerto de la Cruz fue definido por los expertos como mal competidor en el segmento de sol y playa, con pobre dotación en playas, infraestructuras de recreo e instalaciones hoteleras obsoletas (Ledesma, 2012). A partir de entonces, podemos decir, que el Puerto de la Cruz se encuentra en una fase de estancamiento/madurez, y se ha venido reflejando hasta nuestros días.

En estos últimos años, la crisis financiera internacional está afectando de manera directa al sector turístico a escala mundial.

En el mes de mayo del año 2012 (página web Consorcio Puerto de la Cruz), en el Puerto de la Cruz se ha realizado unos estudios de la zona, los cuales se centran en la situación económica analizando los recursos humanos, y se ha comparado su evolución con otros municipios del sur de Tenerife, en los que se ha detectado una serie de problemas, como son:

- 1.- La demografía, que se considera el más importante, porque es el aspecto que se debe de tener más en cuenta para el crecimiento económico y el empleo, ya que se observa que hay un alto nivel de población de mayores de 64 años.
- 2.- El empleo, debido a que se aprecia una disminución en la actividad turística que afecta en mayor parte a la rama de la hostelería.
- 3.- El desempleo, se registran una tasa de paro muy significativa, ya que el porcentaje de registros del municipio se encuentra por debajo del volumen de empleo de Tenerife.

Estos tres principales problemas, han motivado a las administraciones públicas a buscar una solución y por ello se ha impulsado este nuevo proyecto, llamado, “Consorcio Urbanístico para la Rehabilitación del Puerto de la Cruz”, con el fin de mejorar, fortalecer y recuperar el tejido empresarial.

Las líneas de actuación se centrarán en:

-Implementación de Destino

Objetivos

Mejorar las infraestructuras y plantas de alojamiento.

Potenciar los recursos naturales, paisajísticos y culturales.

Impulsar un destino innovador, sostenible, competitivo y de calidad.

-Implementación de la Promoción

Objetivos

Promover el destino y atraer a un mercado de mayor valor.

Diversificar la oferta complementaria.

Proteger y poner en valor la identidad del municipio.

-Implementación de la Gestión

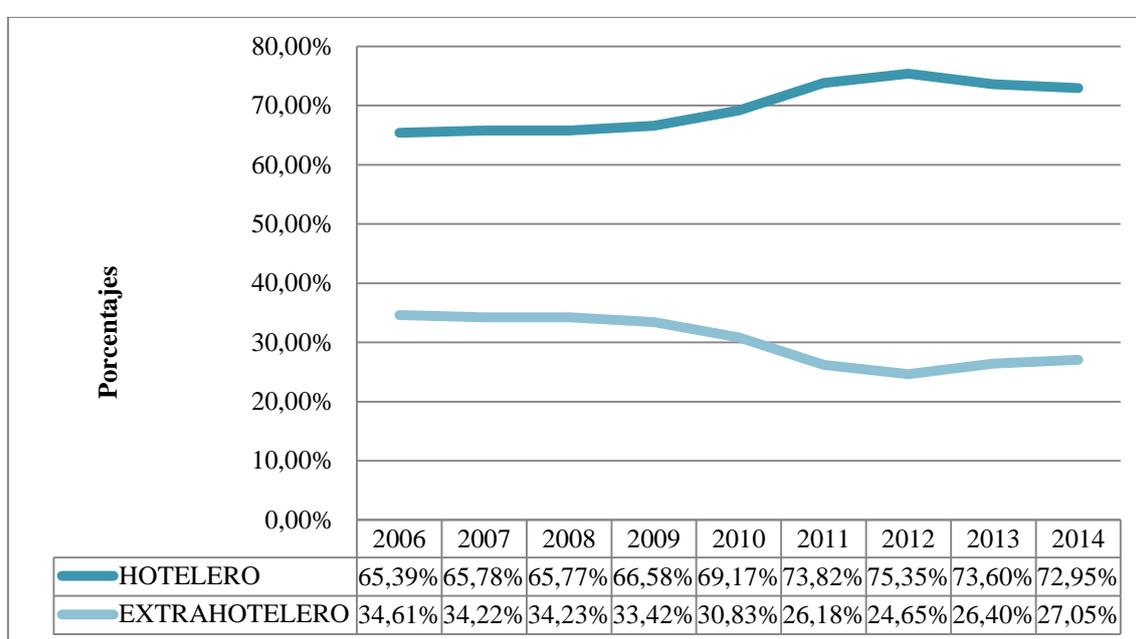
Objetivos

Generar mayor empleo y de más calidad.

Implementar la calidad de servicios del destino.

Atraer inversión privada.

Gráfico 2. Turistas alojados en Puerto de la Cruz por Tipología de establecimiento.



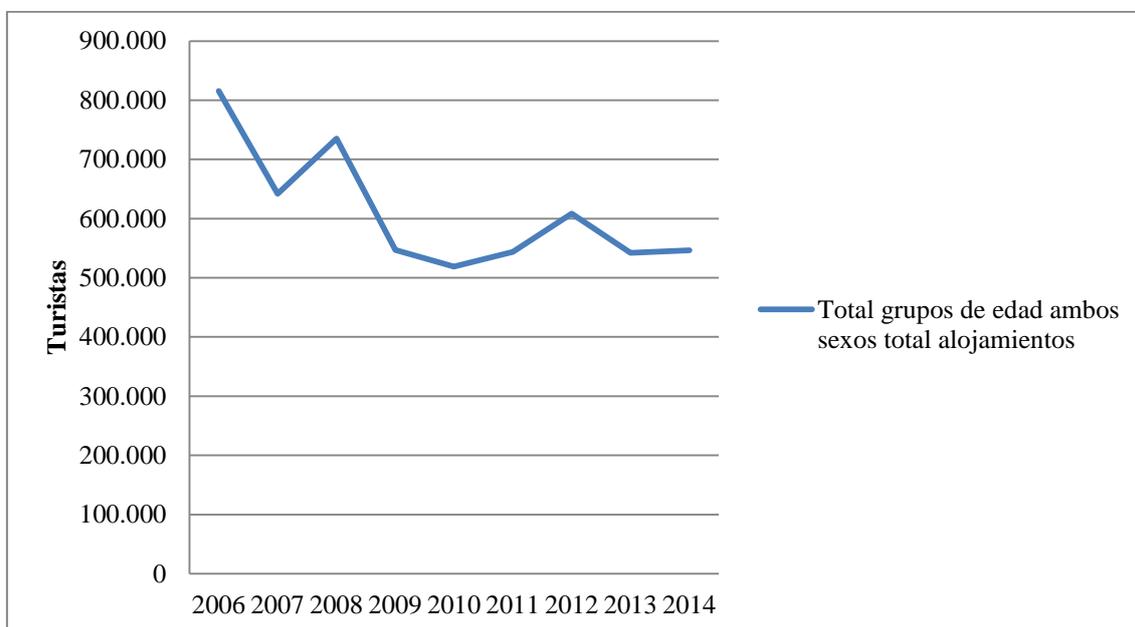
Fuente: *Elaboración propia a partir de los datos estadísticos de Turismo de Tenerife*

Como se puede comprobar en el siguiente gráfico se muestra la evolución de los turistas alojados en los últimos años. El total de turistas alojados en el año 2006 en los establecimientos hoteleros y extrahoteleros es de 986.466 turistas que se corresponde con un 65,39% turistas alojados en hoteles y un 34,61% de turistas alojados en establecimientos extrahoteleros, mientras que, en el año 2014, los establecimientos hoteleros tienen 72,95% de turistas y los extrahoteleros 27,05% siendo un total de 766.881 turistas. En él se puede observar la caída en el número de turistas alojados en gran parte provocado por los cierres de los hoteles o el cambio de usos de establecimientos hoteleros que han pasado a ser complejos de apartamentos, en parte también se debe a que el turista no se siente atraído, puesto que hay que reconocer que

existen otros lugares que se ofertan con mejor calidad en la estancia y con una amplia zona de entretenimiento y ocio. Es por ello que la zona turística del sur de la isla concentra el mayor número de hoteles y apartamentos. También hay que reconocer que es la zona con mayor horas de sol y cuenta con un alto número de playas accesibles y dotadas de todos los servicios, además tiene espacios naturales de gran interés paisajísticos donde practicar deporte y otras actividades al aire libre. Abundan los centros comerciales de alto nivel que cuenta con prestigiosas tiendas de marcas y hay un gran predominio de la actividad de ocio tanto nocturna como diurna. Estos son algunos de los principales motivos que explican el claro descenso y cómo se está viendo afectado actualmente el Puerto de la Cruz.

En este estudio, se observa como los establecimientos de restauración han ido disminuyendo poco a poco. En gran parte, se debe a que la mayoría de los hoteles e infraestructuras se han ido quedando obsoletos, por otra parte no se ha realizado ninguna innovación o inversión en este municipio, otra de las principales causas, es que el Sur de Tenerife ofrece otros recursos que al turismo le parece más atractivo y debido a ello se ha podido observar como la zona del Puerto de la Cruz ha entrado en una situación de claro declive.

Gráfico 3. Total de turistas por grupos de edad alojados, en el Puerto de la Cruz y periodos.



Fuente: *Elaboración propia a partir de Datos estadístico del ISTAC*

Esta gráfica representa el total de personas que se encuentran alojados en los establecimientos alojativos del Puerto de la Cruz. Como se observa en el año 2006, el número de visitas es bastante elevado con un total de 815.892 turistas, se produce un

claro descenso hasta llegar al 2007, después en el 2008 vuelve aumentar las visitas con un total de 735.345, a partir de ahí desciende bruscamente hasta llegar al 2009 con un total de 546.867 turistas, continúa con un ligero descenso de 518.849 turistas durante el año 2010, durante el 2011 y 2012 la línea vuelve a ascender muy suavemente con unas cifras de 543.787 y 608.542 respectivamente, entonces vuelve a decrecer hasta llegar al 2013 y se mantiene constante hasta llegar al 2014 con un 546.350 turistas.

5. METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación, se analizarán algunos aspectos de la demanda hotelera en Puerto de la Cruz como son: en primer lugar, los principales motivos que le han hecho elegir al turista el Puerto de la Cruz como destino turístico, en segundo lugar, el grado de satisfacción que tienen los turistas en relación a los establecimientos hoteleros y extrahoteleros, en tercer lugar las impresiones que tienen los turistas acerca de los servicios prestados por parte de los establecimientos alojativos y finalmente la impresión general del viaje por países de referencia.

Estos datos se han obtenido de fuentes secundarias, concretamente de la encuesta sobre el gasto turístico del ISTAC y el tratamiento de la información se ha llevado a cabo mediante la estadística descriptiva.

5.1 MOTIVOS PRINCIPALES DE LA VISITA AL PUERTO DE LA CRUZ

En primer lugar, se hará un análisis para saber cuáles han sido los principales motivos de los turistas que le han hecho elegir este municipio como destino.

Tabla 1. Turistas según aspectos en la elección de Canarias como destino turístico por tipos de alojamiento.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Clima o sol									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	31,08%	31,87%	31,66%	31,42%	32,62%	32,42%	32,25%	32,87%	35,39%
Playas									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	7,54%	5,82%	6,71%	5,45%	5,76%	5,64%	6,90%	7,41%	8,16%
Paisajes									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	20,23%	18,94%	19,51%	19,83%	19,94%	18,85%	16,61%	17,58%	18,78%
Calidad del entorno ambiental									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	3,30%	2,88%	3,32%	3,29%	3,26%	3,31%	2,61%	2,56%	2,20%
Tranquilidad, descanso, relax									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	12,44%	13,53%	13,37%	12,74%	12,66%	13,87%	13,16%	13,52%	12,61%
Seguridad									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	1,63%	2,25%	2,17%	1,84%	1,74%	2,02%	1,21%	1,60%	1,80%
Oferta									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	4,08%	4,30%	4,31%	5,31%	4,58%	4,88%	6,36%	5,53%	7,03%
Deportes									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	0,73%	0,67%	1,08%	0,90%	0,51%	0,62%	0,94%	0,92%	0,82%
Conocer nuevos lugares									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	11,36%	11,40%	9,95%	10,68%	10,41%	9,32%	10,61%	8,94%	9,48%
Facilidades de traslado									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	1,81%	2,25%	2,38%	1,83%	2,22%	1,68%	1,86%	1,55%	1,99%
Precio									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	4,74%	4,88%	4,32%	5,47%	5,11%	5,88%	6,44%	6,23%	6,03%
Un lugar adecuado para niños									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	1,05%	1,20%	1,23%	1,25%	1,20%	1,52%	1,04%	1,29%	1,73%

Fuente: *Elaboración propia a partir de Datos estadísticos del ISTAC*

Con respecto a los motivos principales de la visita al Puerto de la Cruz, los encuestados lo hicieron principalmente para disfrutar del clima y del sol. Como se observa en toda la tabla, son los porcentajes que más destacan en relación a los otros motivos.

El segundo motivo más citado se refiere a los paisajes, ya que como se muestra en la tabla, los porcentajes son bastante elevadas en cada uno de los años.

Le continúa el motivo de tranquilidad, descanso y relax, los porcentajes se mantienen regularmente constantes, ya que no varía muchos las cantidades de un año a otro, no siendo inferior a un 12% ni superior a 14%.

Otros de los motivos más valorados y tiene unos porcentajes relativamente altos son conocer nuevos lugares, como se observa en la gráfica en el año 2006 llega alcanzar un porcentaje de 11,36%, en el 2007 su porcentaje es de 11,40%, en el 2008 disminuyó a un 9,95%, en el 2009 vuelve a aumentar hasta 10,68%, en el 2010 disminuyó un 10,41%, en el 2011 vuelve a disminuir, en el 2012 aumenta con un 10,61% y en los dos últimos años, disminuye 8,94% en el 2013 y aumenta en el 2014 con 9,48%.

Por otro lado, se observa que con respecto a los motivos de playa en Puerto de la Cruz, en cada uno de los años no llegan alcanzar el 9%, siendo los porcentajes más elevados en los años 2006,2008, 2012, 2013 y 2014 con unos porcentajes de 7,54%, 6,71%, 6,90%, 7,41% y 8,16% respectivamente.

En cuanto a la oferta, desde el 2006 hasta el 2011 se percibe porcentajes muy bajos, únicamente en el año 2009 llega alcanzar un 5,31%, en el año 2012 aumenta hasta llegar a un 6,36%, el año 2013 vuelve a disminuir 5,53% y en el año 2014 aumenta hasta llegar a un 7,03%.

En relación a los precios, se contempla que a medida que pasan los años, los porcentajes aumentan de forma progresiva, siendo en el año 2006 de un 4,74% y en el último año de un 6,03%.

Con respecto, al motivo de la calidad del entorno ambiental, se observa una caída, ya que desde el 2006 hasta el 2011 los porcentajes se mantienen en torno a un 3%, pero a partir de ahí comienza a disminuir hasta llegar al 2014 con un 2,20%.

Con niveles de satisfacción algo inferiores, se encuentran los motivos de seguridad y facilidades de traslados, ya que tiene porcentajes muy bajos y se puede comprobar que ninguno de estos dos aspectos llega a superar el 3%.

En la evolución de los años, con respecto a los motivos de la seguridad, se aprecia en tres ocasiones los porcentajes un poco altos que son en el año 2007 con un 2,25%, en el 2008 con un 2,17% y por último en el 2011 con un 2,02% mientras que en el resto de años se encuentran entorno al 1%.

En relación al motivo de las facilidades de traslado, en tres años se percibe unos porcentajes altos que son en el 2007, en el 2008 y en el 2010.

El motivo un lugar adecuado para niños, a lo largo de su evolución, refleja unos porcentajes extremadamente bajos.

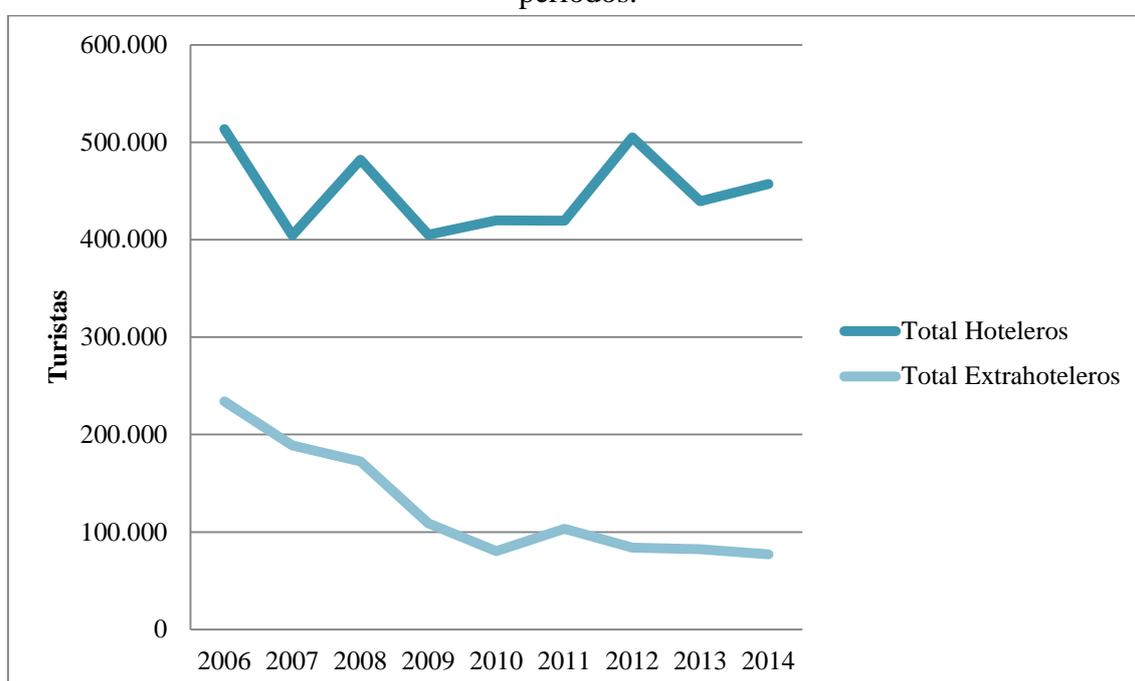
Finalmente, los deportes se convierte en el producto turístico con niveles más bajos de satisfacción, siendo sus porcentajes para el año 2006 es de 0,73%, en el 2007 de 0,67%, en el 2008 de 1,08%, en el 2009 de 0,90%, para el 2010 de 0,51%, para el 2011 de

0,62%, para el 2012 de 0,94%, en el 2013 0,92% y en el 2014 es de 0,82%. Por lo que se puede deducir, que hay una gran insatisfacción por parte de los turistas.

5.2 SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES CON LOS ESTABLECIMIENTOS ALOJATIVOS

En este apartado, se hará un estudio del grado de satisfacción de los turistas en relación a los alojamientos.

Gráfico 5. Turistas según impresión general sobre el viaje por tipos de alojamiento y periodos.



Fuente: *Elaboración propia a partir de Datos estadísticos del ISTAC*

La línea azul oscura muestra la satisfacción por parte de los turistas en los establecimientos hoteleros como se observa desde el 2006 empieza a disminuir hasta el año 2007, luego va subiendo hasta el 2008, comienza de nuevo a bajar hasta el 2009, mantiene regularmente constante hasta el 2011, empieza a volver a subir hasta el 2012, a partir del 2013 vuelve a decaer, y después empieza a subir hasta el 2014 pero muy lentamente y no tan pronunciado como en los otros años.

Por otro lado, la línea azul clara muestra la satisfacción total por parte de los establecimientos extrahoteleros, se puede apreciar, que la línea va descendiendo muy poco a poco hasta llegar hasta el 2014. Por tanto, se puede apreciar la insatisfacción por parte de los turistas.

5.3 SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS RECIBIDOS EN LOS ESTABLECIMIENTOS ALOJATIVOS

En la siguiente tabla, se realizará una valoración media sobre los servicios recibido por los turistas en los alojamientos del Puerto de la Cruz.

Tabla 2.Satisfacción con el establecimiento alojativo.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
FACTORES ALOJATIVOS									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	7,36	7,14	7,32	7,38	7,55	7,52	7,56	7,38	7,37
Calidad del alojamiento									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	7,34	7,25	7,39	7,39	7,57	7,52	7,53	7,42	7,32
Trato en el alojamiento									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	7,84	7,63	7,78	7,87	8,01	8,04	7,98	7,85	7,86
Calidad del comida en el alojamiento									
TOTAL ALOJAMIENTOS									
<i>Puerto de la Cruz</i>	6,86	6,48	6,72	6,82	7,03	6,96	7,13	6,81	6,90

Fuente: *Elaboración propia a partir de Datos estadísticos del ISTAC*

La siguiente tabla hace referencia a las instalaciones y a los servicios que prestan los alojamientos a sus visitantes. En general, las valoraciones no son muy altas.

En primer lugar, los factores alojativos llegan a alcanzar su mayor puntuación en el año 2012 con un 7,56 mientras que su peor valoración ha sido en el año 2007 con una puntuación de un 7,14.

En segundo lugar, se ha valorado la calidad del alojamiento, en el año 2006 la valoración ha sido de un 7,34, en el 2007 ha sido de 7,25, en los dos años siguientes ha tenido la misma valoración siendo de 7,39, para los años 2010 y 2011 también ha obtenido la misma valoración, excepto el 2012 que tiene de diferencia una décima, y durante los dos últimos años, 2013 y 2014, disminuye la valoración dando lugar a 7,42 y 7,32 respectivamente.

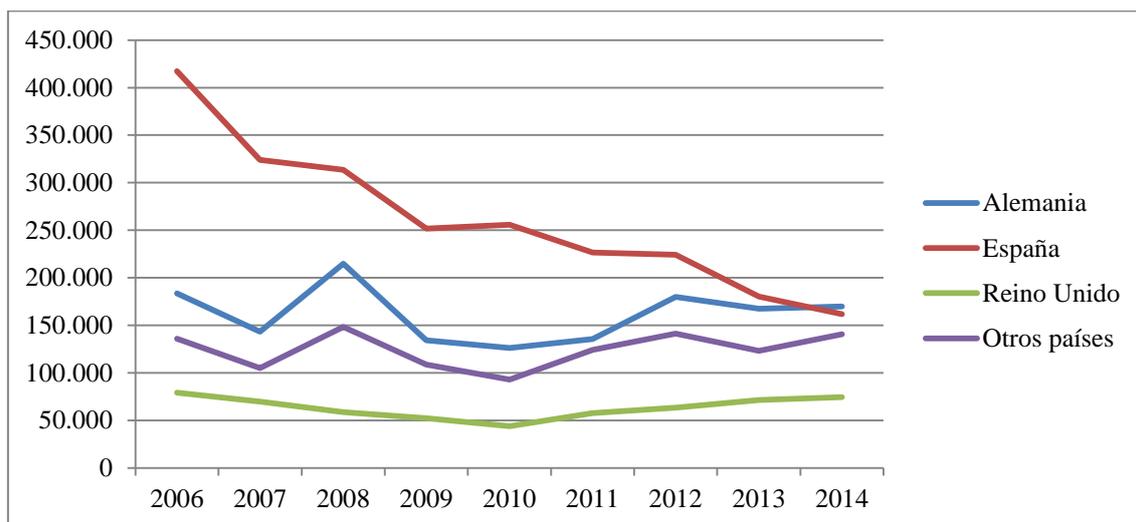
En tercer, lugar se encuentra el trato en el alojamiento por parte de los empleados, se observan cifras relativamente altas sobre todo en el año 2010 y 2011 con respecto a los demás años son valoraciones altas, siendo la desvalorización más baja en el año 2007 con una valoración de 7,63. En el resto de años se aprecia unas valoraciones regularmente constantes.

Y en cuarto lugar, se localiza la calidad de la comida en el alojamiento, por lo que se observa cantidades bajas con respecto a los otros factores. En dos años distintos se

elevan las valoraciones que son en el año 2010 y en el año 2013 mientras que en el resto de años se mantienen al mismo nivel.

5.4 IMPRESIÓN GENERAL DE LOS TURISTAS SOBRE EL VIAJE

Gráfico 6. Turistas según la impresión general sobre el viaje por países de residencia y periodos.



Fuente: *Elaboración propia a partir de Datos estadísticos del ISTAC*

Este gráfico muestra la impresión general que tienen los turistas acerca del destino turístico Puerto de la Cruz.

La línea roja representa el total de turistas españoles, en el 2006 se encontraban con un porcentaje de 51,14%, la línea descendió bruscamente hasta el 2007 hasta llegar a un 50,47%, durante el 2008 no hubieron cambios significativos, pero cuando llegó al 2009 disminuyó el porcentaje de turistas con un total de 46,02%, durante el 2010 parece que prospera el número de visitas, a partir de los últimos cuatro años que le continúan se ve que la línea empieza a descender muy poco a poco hasta llegar a un 29,62% en el año 2014.

La línea azul muestra la impresión de los turistas alemanes, al principio del año 2006 llega alcanzar un porcentaje de un 22,49%, luego la línea desciende en el año 2007, después aumenta bruscamente en el 2008 con un 29,23%, posteriormente vuelve a caer bruscamente hasta llegar a un 24,53%, desde el 2009 hasta el 2011 se observa un descenso y un aumento sin muchas alteraciones, a partir de ahí vuelve a incrementarse el número de turistas con un total de 29,55% en el año 2012, finalmente en los dos

últimos años se observa una debilitamiento pero seguidamente se ve como la línea tiende ascender muy despacio.

La línea violeta, simboliza el resto de países, como se percibe en el 2007 hay una caída, en el 2008 se produce un ligero ascenso llegando a un 20,18%, luego vuelve a descender durante los dos años que le continúan, después asciende muy lentamente desde el 2010 hasta el 2012, en el penúltimo año vuelve a descender y vuelve a ascender en el último año.

La línea verde, representa la impresión de los turistas de Inglaterra, desde el 2006 hasta el 2010 se observa un ligero descenso, excepto en el año 2006 que hay un aumento del número de turistas que llegan a alcanzar un porcentaje de 9,71%, en general es significativo ya que esa cantidad es la más alta en el total de los periodo de los años, mientras que en el 2010 es cuando se produce una caída muy importante de los turistas de Inglaterra con un 8,46%, desde el 2011 hasta el 2014 se observa una ligera recuperación, ya que la línea va ascendiendo ligeramente, pero con valores relativamente bajos.

De los distintos subepígrafes de este apartado metodológico, podemos resumir que, según la motivación actualmente, el Puerto de la Cruz es casi exclusivamente un destino turístico de sol y playa. El segundo motivo más citado se refiere a los paisajes. El tercer motivo con mayor capacidad de atracción es la tranquilidad, descanso y relax. También se considera oportuno destacar que quienes lo hacen lo hacen por conocer nuevos lugares. El resto de las motivaciones como son la playa, oferta, precios, calidad del entorno ambiental, seguridad, facilidades de traslado, adecuado para niños y los deportes, se consideran datos muy preocupantes, ya que todavía no son capaces de atraer un número significativo de visitantes.

Con relación a la satisfacción, se observa diferencias en los niveles de satisfacción con cada modalidad alojativa. Así, la satisfacción de los visitantes es superior entre los hospedados en hoteles, en comparación con los alojados en los extrahoteleros. Respecto a las instalaciones y servicios recibido en el interior de los establecimientos alojativos, se observa que son más valorados la calidad del alojamiento y el trato en el alojamiento, que la calidad de la comida en el alojamiento. Pero en general, el nivel de satisfacción de los factores alojativos no son muy elevados.

Según la impresión de los turistas, ésta va decayendo poco a poco. Se observa que los turistas españoles son los más satisfechos pero a medida que pasan los años sus impresiones van disminuyendo. Los turistas alemanes comienzan teniendo malas expectativas pero aumentan un poco al final del año. Con respecto, al resto de los turistas, tiene una gran similitud con las impresiones de los turistas alemanes.

Finalmente, los turistas de Inglaterra muestran impresiones más desfavorables en relación a este destino turístico.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez que se ha identificado Puerto de la Cruz como un destino maduro, y analizadas las opiniones de los turistas sobre el sector alojativo en dicho destino, a continuación se presentan una serie de recomendaciones con el ánimo de revitalizarlo.

En relación a los motivos principales del Puerto de la Cruz se debería de actuar en aquellos motivos que los turistas califican con menor puntuación, ya que son los motivos que presentan mayores debilidades. Por tanto, al motivo de la playa, se podría acondicionar mejor los accesos para los usuarios, se podría poner rampas para aquellas personas que tengan movilidad reducida, realizar limpiezas constantes dentro de la playa como a sus alrededores, instalar vestuarios y servicios públicos, destinar una zona de la playa para que se puedan realizar deportes, como por ejemplo voleibol y fútbol playa, y que a su vez esta zona esté rodeado por redes para que las pelotas no puedan salir de esa área y así no molestar a los otros usuarios que estén en tomando el sol o realizando cualquier otra actividad.

Al motivo de la oferta, se podría mejorar si la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el Puerto de la Cruz fuesen de mejor calidad, para ello es necesario, que los hoteles se rehabiliten. En cuanto a los turoperadores deben de ser capaces de atraer a los turistas mediante promociones, también es necesario que para poder impulsar mejor la oferta, según el informe Temas candentes del turismo para el 2013, se debería de hacer uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales ya que ambos han sido el principal y el más novedoso modo de acercar la oferta al cliente en los últimos años. Estos medios permiten al “turista conectado” configurar los viajes a su media (paquetes online, guías de viaje personalizadas ajustadas a su perfil) y compartir en foros con otros viajeros para intercambiar sugerencias, experiencias o recomendaciones (Tripadvisor, etc.).

El motivo precio, está vinculada con el motivo de la oferta, cuanto mejores sean la calidad de los bienes y servicios, el precio será más elevado.

En cuanto al motivo de la calidad del entorno ambiental, tener un buen mantenimiento con las zonas ajardinadas y los espacios verdes, instalar depósitos precisos para los excrementos de los perros, se debe de cuidar los parques que se encuentran en este municipio para que las personas puedan hacer un buen uso de ellos.

En relación a los motivos de seguridad, se debería de tener más vigilancia policial, por lo que se recomienda que los policías patrullarán más las zonas de este municipio, y sobre todo cuando se celebran las fiestas populares pues que existan más refuerzos policiales.

Los motivos de facilidades de traslados, se recomienda que la señalización que es el lenguaje de comunicación destinado a transmitir al usuario de la vía las advertencias, prohibiciones, obligaciones, informaciones, orientaciones, y fundamentalmente las prioridades de paso, de acceso y de uso de las distintas partes de la vía, deben de estar bien colocadas y que se encuentren bien visibles.

Otro de los motivos, que los turistas ha calificado con menor puntuación es el de un lugar adecuado para niños, en las zonas públicas como son los parques, las playas y las plazas públicas, se podrán instalar más parques infantiles con columpios, mesa de pin pon, etc., se podría instaurar empresas de nueva creación como por ejemplo, empresas que alquilan bicicletas, patines, etc., un centro de ocio infantil que contenga castillos hinchables, piscinas de bolas, juegos de mesa, etc.

Finalmente, en relación al motivo de los deportes, se podrían realizar en las playas actividades al aire libre como realizar yoga, gimnasia, realizar campeonatos de voleibol y surfing, etc. establecer en las avenidas y en los espacios verdes aparatos de gimnasia para que los usuarios puedan hacer uso de ellos, otra idea sería aprovechar las canchas que se encuentran en Las Arenas para organizar competiciones de pádel y de tenis, se podrían realizar exhibiciones de Lucha Canaria, ya que cuenta con un campo de lucha para ello, aprovechar las piscinas que se encuentran en el Peñón para realizar campeonatos de waterpolo y gimnasia bajo el agua, por último ya que este municipio cuenta con uno de los mejores equipos de béisbol (Marlins) se debería de organizar mayores eventos deportivos de este tipo. En definitiva, ya que en el Puerto de la Cruz cuenta con numerosas actividades deportivas, se deberían de promocionar más este tipo de eventos y realizar con más frecuencias más eventos deportivos que incentiven a la gente a participar y a venir al Puerto de la Cruz.

La satisfacción de los visitantes en cuanto a los establecimientos alojativos se podría mejorar la calidad de estos establecimientos, como se ha dicho anteriormente con la rehabilitación de los hoteles, comprar mobiliario nuevo para los hoteles, crear dentro de los hoteles más zonas de ocio como espectáculos, bailes, etc. Por otro lado, la calidad de la comida se podría mejorar si en los hoteles elaborarán comida típica Canaria, es importante que los turistas prueben la gastronomía ya que existe una gran diversidad de platos que se caracteriza por su sencillez, variedad y riqueza de ingredientes.

Si en el Puerto de la Cruz se ofertasen más actividades de ocio y de tiempo libre, quizás muchos turistas elegirían este destino, ya que cuando una persona elige un determinado destino se fija en las actividades de ocio y de tiempo libre que ofrece, es decir viene

buscando la novedad del destino, porque lo que busca el turista es desconectar de su vida rutinaria y hacer aquello que le apetezca.

Se puede decir que, destacan las actividades religiosas y culturales que son: el carnaval, la Semana Santa, las fiestas fundacionales y de la Cruz, la fiesta de San Juan que dan lugar con la llegada del solsticio de verano, la noche del fuego, que se realiza en la víspera de San Juan, las más importantes son las fiestas de Julio con la embarcación de la Virgen del Carmen y San Telmo, y el año termina con las fiesta de San Andrés que es una tradición de muchos años atrás, que viene ligada con la apertura de las bodegas y la degustación de los nuevos vinos (página web www.puertodelacruz.es). Pero en cuanto a las actividades de ocio-nocturnas como las discotecas, pub, karaokes, restaurantes, casinos, espectáculos en salas de fiesta, etc., y las actividades diurnas como las excursiones, por ejemplo, tener una empresa que se dedique a los deportes acuáticos, una empresa que se dedica alquilar bicicletas, patinetas, construcción de un parque acuático, centro comerciales...son muy escasas cómo se puede observar hoy en día en este municipio, y se considera que debe ser atractiva y creativa.

A continuación, se añaden a estas propuestas, otras de gran interés recogidas por Álvarez (2001). Se trata de un conjunto de medidas que forman parte de programas y acciones emprendidas para aumentar la competitividad del sector turístico. Según dicho autor, se han establecido varias acciones de política de innovación para mejorar el nivel de competitividad de la producción turística. Dichas acciones y programas combinan la iniciativa y la financiación pública y privada, algunos son promovidos o financiados por la Administración local o Central y otros por la iniciativa privada.

Uno de los temas que más se ha tratado es la calidad en los distintos programas de carácter turístico aplicados en Canarias. Por ello, se ha planteado la siguiente pregunta en relación a los componentes de la calidad ¿qué se entiende por calidad en cada uno de los programas de mejora de la calidad turística que existen han existido en Canarias?, las respuestas han sido varias, desde aquéllos que destacan la idea de mejora del producto para conseguir el mayor grado de competitividad posible, sin especificar cómo ha de realizarse concretamente dicha mejora, hasta los que mencionan la calidad en los procesos de gestión, la renovación de la planta hotelera, el ahorro energético, eliminación de residuos, utilización de determinados materiales de construcción, así como la prestación de servicios al cliente, confortabilidad de los establecimientos, o la adecuación del entorno, estos últimos básicamente en relación al turismo rural (Álvarez *et al.*, 2001).

Las respuestas que se han obtenido están ligadas con los atributos de la calidad relacionadas con el cuidado de la formación de los trabajadores del sector y del medio natural. En la asociación empresarial los aspectos que más se relacionan son los costes de producción, como pueden ser las técnicas de gestión y la organización interna de la empresa. El cuidado del medio-sociocultural es importante en la diferenciación de la

producción turística, mientras que la planificación y diseño de nuevos productos, no ha sido elegida en ninguno de los casos.

El Plan de Calidad Hotelero del Puerto de la Cruz ha sido promovido por ASHOTEL (Asociación Hotelera de Tenerife), conjuntamente con la Asociación Tenerife Calidad Turística, participada esta última por el Cabildo de Tenerife y empresas hoteleras. La financiación de este Plan se ha realizado con capital privado procedente de empresas hoteleras y con capital público a través del Plan FUTURES. Dicho Plan de Calidad se ha aplicado en el año 1995 y ha tenido como sectores directamente beneficiados el alojativo (Álvarez *et al.*, 2001).

Por su parte, Francesc (2004) señala que, para poder mejorar su situación Puerto de la Cruz necesita que los principales agentes del destino estén coordinados entre sí, y participen mediante propuestas en la mejora de calidad del destino. Este autor sugiere un conjunto de medidas en función del tipo de agente:

Dentro del grupo de agentes que forman el sector turístico se deberían llevar a cabo estos aspectos:

- La hospitalidad y la profesionalidad es muy importante, para que se pueda llevar a cabo una buena relación con el cliente.
- Acoger al turista indicándoles cuáles son las peculiaridades de los establecimientos y del destino.
- Ofrecer buenos servicios en los hoteles.
- Dar una buena presencia en los hoteles, en cuanto al mobiliario establecido que sea moderno, el personal tiene que ser cualificado, entre otras cuestiones.
- Tener un servicio de sanidad de calidad ya que se atenderá a personas de diferentes países y culturas.
- La información por parte de los agentes de viaje, tour operadores, proveedores de internet, etc., deben de seleccionar los canales adecuados y precisos para que los clientes reaccionen con una conducta de compra.

En cuanto a las administraciones públicas deberían de:

- Señalizar bien las calles.
- Indicar en todo momento al turista de la accesibilidad para que se pueda mover dentro de su destino, estableciendo puntos de información turísticas en diversos sitios del Puerto.
- Llevar a cabo medidas de seguridad.
- Limpiar las avenidas y calles que están en mal estado, arreglar el alumbrado público, podar los árboles que estén en mal estado, es decir, que el municipio de buena impresión al cliente.

-Establecer dentro del destino su ámbito de riesgos que podrían llegar a causarse como puede ser la climatología (tormentas, ciclones), catástrofes (terremotos), robos, atentados terroristas, etc.

-Ejecutar obras para la rehabilitación y mejoras del Puerto de la Cruz.

La sociedad también se debe implicar en el desarrollo del destino turístico, ya que ellos son los primeros interesados en conocer la nueva situación y en decidir sobre el desarrollo turístico de la zona, asumiendo las consecuencias.

La sociedad debe colaborar y proponer nuevos proyectos e ideas a las administraciones públicas. Ya que por ejemplo, si un residente tiene un local situado en este municipio le interesará que se lleve a cabo algún proyecto para que le beneficie a su local. Por ahora, las actividades que se han llevado a cabo en este municipio es La Noche en Blanco (página web Noche en Blanco), se realiza una vez al año, empieza desde media tarde realizando actividades y talleres infantiles, actuaciones de diversas parrandas, exhibiciones de coches clásicos, deportivas, actuaciones musicales, conciertos, pasarelas, batucadas, comparsas, stand de mercadillos artesanales, etc., con el objetivo de dinamizar el sector empresarial.

Otra de las actividades realizadas en el municipio es La noche de los Volcanes (página web La Noche de los Volcanes), con el objetivo principal es acercar al público en general a los investigadores que trabajan sobre el fenómeno volcánico así como la gestión del riesgo volcánico y de los beneficios que aportan vivir entre volcanes. Es uno de los proyectos co-financiados por el programa Horizonte 2020 de la Unión Europea. Y Festival Internacional de Arte en la Calle es el mejor y el más seguido festival de arte en toda Canarias y es uno de los principales eventos culturales del Archipiélago.

Son numerosos los agentes que intervienen en la gestión de los destinos turísticos, es difícil de coordinarlos entre sí pero en parte son importantes para llevar a cabo una mejora del destino donde se pueda ofrecer una mejor calidad y compararlos con otras ofertas del mercado.

Pérez y Páez (2014), en su investigación sobre el “turismo de eventos y reuniones en destinos turísticos maduros: un pilar para la reconversión del producto turístico del Puerto de la Cruz”, demuestra que, el turismo de reuniones y eventos en este municipio, tiene un gran potencial para captar la atención de este tipo de turismo, indican que existe una demanda latente que está esperando a ser atendida.

Por ello, es conveniente, que las administraciones públicas y las entidades privadas fomenten este tipo de eventos sería una gran oportunidad para los hoteles porque se verían obligados a mejorar sus establecimientos y así poder ofrecer este servicio.

Es necesario que se creen nuevas infraestructuras o negocios, por ejemplo, establecer nuevas franquicias como los Starbucks, otra alternativa sería abrir tiendas de grandes firmas, por otro lado, animar a los inversores privados, que se dedican especialmente a la rama de la hostelería a que establezcan un Mercado como el de San Pablo, el que se sitúa en la Laguna, el cual cuentan con numerosos establecimientos de todo tipo de comida, para ello, se podría aprovechar las casonas que están en el Puerto de la Cruz para poderlo hacer uno igual y como punto estrella sería sabiendo cómo surgió el turismo en este municipio es recomendable que se cree un balneario urbano aprovechando los recursos y atractivos existentes y que proporcione unas características iguales o superiores que el Aqua Club Termal que está en Adeje así darán mayor valor al Puerto de la Cruz.

Como curiosidad, señalar que el periódico el Día publicó el día 28 de mayo del 2010 (<http://eldia.es/tenerife/2010-05-28/2-Puerto-Cruz-aloja-mitad-turistas-Imsero-llegados-Canarias.htm>.) un artículo que habla de este tema y el cual dice que “Los viajes del IMSERSO representaron en 2009 entre el 10 y el 11% del total de turistas que visitaron la ciudad turística”. Gracias a este tipo de acciones por parte del Gobierno Español que incentiva el turismo de la tercera edad se han mantenido algunos hoteles del Puerto de la Cruz.

Sin lugar a dudas, si se llevaran a cabo algunos de las recomendaciones descritas anteriormente, se vería un gran progreso en este municipio, ya que podría aumentar el empleo tanto para los residentes como no residentes y por otro lado el Puerto de la Cruz se podría convertir en un lugar más atractivo para los turistas. Es vital que los agentes del destino empiecen cuanto antes a intervenir para que este municipio se revitalice.

Finalmente, señalar que las limitaciones de este estudio pueden dar lugar a nuevas líneas de investigación: analizar otros sectores, otros ámbitos geográficos, otros aspectos de la demanda, entre otros aspectos.

7. REFERENCIA BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, J.A., DÍAZ, F.M. y ÁLVAREZ, I. (2001): *El sistema canario de innovación y el sector turístico*. Editado por Fundación FYDE- CajaCanarias. Págs 220-232.

AYUNTAMIENTO DEL PUERTO DE LA CRUZ (2012-2013): Página Web <http://www.puertodelacruz.es/web/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=285&lang=es>

BUTLER, R. (1980): “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, *Canadian Geographer*, vol.24, nº1, págs.5-12.

CONSORCIO URBANÍSTICO PARA LA REHABILITACIÓN DEL PUERTO DE LA CRUZ:

Página Web <<http://www.consorciopuertodelacruz.com/compone.html>>

CONSORCIO URBANÍSTICO PARA LA REHABILITACIÓN DEL PUERTO DE LA CRUZ (Mayo 2012): “Plan para la rehabilitación de las infraestructuras turísticas de Puerto de la Cruz”.

PáginaWeb<<http://www.consorciopuertodelacruz.com/planes/tomos/PRIT%2020Anexos-signed.pdf>>

CONSORCIO URBANÍSTICO PARA LA REHABILITACIÓN DEL PUERTO DE LA CRUZ:

Página Web <<http://www.consorciopuertodelacruz.com/planes/Diagrama.pdf>>

FRANCESC, J. (2004): *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Ediciones Gestión 2000, Planeta DeAgostini Profesional y Formación S.L.págs.24-28

GONZÁLEZ, N. (2007a): *Clima y medicina. Los orígenes del turismo en Canarias*, Ed.Hesaurus Ediciones Idea, 2007.

GONZÁLEZ, N. (2007b): “El turismo en Canarias: sus orígenes”. *Revista Historia de Canarias*. Coordinada por Fundación Canaria Archipiélago 2021.

Disponible en: <<http://www.revistacanarii.com/canarii/7/el-turismo-en-canarias-sus-origenes>>

GONZÁLEZ, N. (2010):“La intervención Financiera Británica en el despegue del turismo de Canarias”. *Revista Historia de Canarias*. Coordinada por Fundación Canaria Archipiélago 2021.

Disponible en: <<http://www.revistacanarii.com/historia/documentos/detalle/8>>

GONZÁLEZ, A., y HERNÁNDEZ, J.A. (2005): *El desarrollo del turismo en Lanzarote*. 2 tomos. Ediciones Idea. Santa Cruz de Tenerife. Citado por González, N., Hernández, J.A. y Navarro, V. (2012).

GONZÁLEZ, N., y HERNÁNDEZ M. (2010): *El turismo en la historia del Puerto de la Cruz, a través de sus protagonistas*. Ediciones de la Escuela Universitaria de Turismo Iriarte. Impresión: Kadmos, págs. 275-321.

GONZÁLEZ, N., HERNÁNDEZ, J.A. y NAVARRO, V. (2012): *El viaje y el turismo en Canarias. Evolución histórica y geográfica*, Ed. Anroart Ediciones, S.L., Págs. 313-325.

INSTITUTO CANARIO DE ESTADÍSTICA (2015): *Estadísticas de Hostelería y Turismo*, Gobierno de Canarias.

LEDESMA, O. (2012): *El modelo turístico en el Puerto de la Cruz: presente y futuro*. Editado por Nivaria Ediciones, págs.13-44.

MANUAL DE GESTIÓN PARA HOTELES Y ALOJAMIENTOS RURALES:

Disponible en:

<http://www.alojamientosconectados.es/turismo/sites/default/files/11.%20Gesti%C3%B3n%20Hotelera.pdf>> [Consulta: 24 de Mayo 2015]

MARTÍN, D. (2005): *Determinantes estratégicos de la fidelidad del turista en destinos maduros*. Servicio de Publicaciones Universidad de La Laguna, San Cristóbal de La Laguna (Tenerife).

MARTÍN, D., PARRA, E. y OREJA, J.R. (2005): *Desarrollo de un modelo de fidelidad del turista en destinos maduros. Una aplicación empírica en Puerto de la Cruz*. Editado por Fundación FYDE- CajaCanarias. Págs. 20.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO, Resolución de 18 abril de 2013, de la Entidad Pública Empresarial Red.es, por la que se aprueban las bases reguladoras por las que se convoca la concesión de ayudas en especie para la realización del proyecto demostrador plurirregional de soluciones y servicios y servicios tecnológicos en las PYMES del segmento hotelero y alojamientos de turismo rural 2013, BOE nº 126, de 27 de mayo de 2013.

NOCHE DE LOS VOLCANES: Página web <http://www.nochedevolcanes.es/>> [Consulta: 1 de Mayo 2015]

NOCHE EN BLANCO PUERTO DE LA CRUZ: Página web
<<http://nocheenblancopuerto.com/>>
[Consulta: 1 de Mayo 2015]

OREJA, J.R. (1999): “Revitalización de destinos turísticos maduros”, II Congreso Universidad y Empresa, Fundació Universitat Jaume I-Empresa. Valencia, págs.199-232.

PÉREZ, C., y PÁEZ, A.I. (2014): “El turismo de eventos y reuniones en destinos turísticos maduros: un pilar para la reconversión del producto turístico de Puerto de la Cruz (Tenerife)”.Revista Investigaciones turísticas nº7, págs. 102-105. ISSN 2174-5609.
Disponible en: < <http://www.investigacionesturisticas.es/iuit/article/view/123/156>>

RELANCIO, A. (2010): “Empresas turísticas canarias. Auge y límites del turismo en las Islas”. Proyecto Digital Turismo y Salud es un proyecto de la Fundación Canaria Orotava de Historia de la Ciencia (FCOHC).
Citado en: < <http://fundacionorotava.es/turismo/context/5/>>

RICHARDS, B. (1992): How to Market Tourist Attractions, Festivals and Special Events. Longman, Harlow, U.K. Citado por Oreja, J.R. (1999).

TEMAS CANDENTES DEL TURISMO PARA 2013:

PáginaWeb<https://www.pwc.es/es_ES/es/publicaciones/transporte-turismo-servicios/assets/temas-candentes-turismo-2013.pdf> [Consulta: 21 de Mayo 2015]

TURISMO DE TENERIFE (2015): Turistas alojados en el Puerto de la Cruz por tipología de establecimientos. Excel turismo en cifras Puerto de la Cruz (año 2014), <[http://www.webtenerife.com/es/investigacion/situacion-turistica/zonas-turisticas-tenerife/documents/turismo%20en%20cifras%20puerto%20de%20la%20cruz%20\(a%C3%B1o%202014\).xlsx](http://www.webtenerife.com/es/investigacion/situacion-turistica/zonas-turisticas-tenerife/documents/turismo%20en%20cifras%20puerto%20de%20la%20cruz%20(a%C3%B1o%202014).xlsx)> [Consulta: 23 de Abril 2015]

VERA, J.F. (1997): *Análisis Territorial del Turismo*, pág. 238, editorial Ariel, Barcelona. Citado por: Ledesma, O (2012).