

## **PUERTO DE LA CRUZ: CRECIENDO EN RENTABILIDAD**

**Consortio Urbanístico para la rehabilitación de Puerto de la Cruz.**

Puerto de la Cruz. 25.09.2013

**Redactor:**

**Luis Falcón Martínez de Marañón. Intelligent Coast.**

*Coordinador del Plan de Modernización, Mejora e incremento de la competitividad de Puerto de la Cruz (PMM)*

# PUERTO DE LA CRUZ: CRECIENDO EN RENTABILIDAD

Consortio Urbanístico para la rehabilitación de Puerto de la Cruz.

## Objeto

**Análisis de rentabilidad del destino turístico Puerto de la Cruz y de su planta de alojamiento** en el período comprendido entre 2009 y julio de 2013. El presente informe es el primero de coyuntura turística que aborda los resultados que se están monitorizando en la puesta en marcha del Plan de Modernización, Mejora e incremento de competitividad de Puerto de la Cruz, actualmente en fase previa a su aprobación. Esta acción se incluye dentro del Programa GE1702, 'Programa de seguimiento y monitorización del Plan'.

## Resumen

Puerto de la Cruz se recupera como un entorno **atractivo para la actividad turística y para la inversión**. El presente informe muestra **síntomas de recuperación constatables del destino**. Los indicadores de rentabilidad, estudiados en un periodo temporal que va desde el **año 2009 al año 2012**, y los **siete primeros meses del año 2013**, constatan una tendencia de recuperación general del destino turístico.

Hay dos hitos importantes que se han producido dentro de esta secuencia temporal, y que enmarcan este estudio de rentabilidad de Puerto de la Cruz.

El primero se produce en el **año 2010, con la creación del Consorcio urbanístico para la Rehabilitación de Puerto de la Cruz**. Tras ello, en 2011, se inicia la redacción del Plan de Modernización Mejora e incremento de la Competitividad (PMM) y, con él, un proceso de trabajo con todos los agentes del destino para la rehabilitación integral de sus infraestructuras y la redefinición de su modelo turístico.

Un segundo hito se produce en el mes de **mayo de 2013** con la **puesta en marcha de la nueva marca-producto del destino, Puerto de la Cruz Xperience**, y la promoción conjunta de su nuevo posicionamiento y club de productos.

*En el primer semestre de 2013 se ha registrado un crecimiento interanual de turistas del 5,2%, respecto a 2012. El pasado julio ha crecido un 34,3% respecto al mismo mes del año anterior.*

Las estadísticas de Turismo de Tenerife, del turismo alojado, acumulado hasta **julio de 2013** muestran un **crecimiento interanual de turistas del 5,2%**, que contrastan con el decrecimiento del -1,1% del conjunto de la isla de Tenerife. Este crecimiento tiene su punto máximo en los **meses de junio (10,3%) y julio (34,3%)**.

En el mismo periodo, las **pernoctaciones han crecido un 1,5%** en Puerto de la Cruz, contra un decrecimiento del -1,9% en el conjunto de Tenerife. En el **mes de julio**, Puerto de la Cruz ha experimentado un **crecimiento interanual del 41,7%** respecto a las pernoctaciones en el mismo mes del ejercicio anterior.

A los datos del aumento de turistas se unen los de **ingresos de alojamiento totales del destino**, calculados sólo sobre la oferta de alojamiento (ADR, precio medio por habitación doble y día, sin pensión ni extras). Los ingresos del **sector extrahotelero han decrecido un -0,49%** en cuatro años, comparando los años cerrados **(2009-2012)**. En cambio, respecto a los **ingresos hoteleros**, para los mismos períodos, entre los años 2009-2012, el crecimiento ha sido de **un 16,96%**, situándose en 94 millones de euros.

Estos datos tienen un reflejo directo en el precio de las **habitaciones hoteleras (el 73% de la oferta)**, que muestran un cambio de tendencia dentro del destino, iniciando una senda al alza en la competitividad de la oferta de alojamiento.

El precio medio de la habitación (**ADR**), y el ingreso medio por habitación disponible (**RevPar**) han experimentado un **comportamiento positivo**. El ADR hotelero ha **crecido en cuatro años un 10,13%**, situándose en el año 2012 en **43,80€ de media**. La variación interanual del ADR, **entre junio de 2009 y junio de 2013, ha sido de un 18,73%**.

Igualmente, el RevPar hotelero ha experimentado un crecimiento en cuatro años de **un 21,08%**, situándose en el año 2012 en 29,41€. Respecto a la variación entre **junio de 2009 y junio de 2013**, el aumento ha sido de un **18,27%**.

*El RevPar hotelero (2012: 29,41€) ha crecido en cuatro años un 21,08%.*

Al crecimiento de la rentabilidad hotelera se une el crecimiento del gasto del turista tanto en origen como en destino. El gasto en origen se ve reflejado en el aumento de la rentabilidad hotelera. El turista de Puerto de la Cruz ha **aumentado su gasto en destino**, en estos cuatro años, **un 2,2%, situándose en 37,8€ por turista y día, por encima de la media de la Isla**. Además, el comportamiento del turista alojado en

Puerto de la Cruz es completamente diferente al que presenta la media insular en su conjunto. Su gasto total en el destino, sin contar el gasto de alojamiento, de restauración y de compras de comida, **es casi 30€ superior al de la media de la Isla.**

Los **datos de rentabilidad hotelera** están mostrando un claro punto de inflexión en la competitividad del destino, con un **crecimiento consolidado** que ha tenido un comportamiento parejo al período de puesta en marcha del destino en su conjunto.

Los datos de **turistas alojados y de pernотaciones** en el primer semestre, y especialmente su aceleración en los pasados meses de junio y julio, coinciden con los esfuerzos para poner en marcha la promoción de la nueva **marca-producto Puerto de la Cruz Xperience**, y los intensos **trabajos que se han realizado con los canales de venta** por parte de Turismo de Tenerife (empresa pública de promoción turística de Tenerife, perteneciente al Cabildo de Tenerife) y del área de Turismo del Ayuntamiento de Puerto de la Cruz. Los próximos meses, con el reto de la consolidación del mercado español y la recuperación del mercado alemán, serán claves para confirmar la recuperación aquí apuntada.

*(Al final del presente informe se relacionan las fuentes y los indicadores básicos utilizados)*

## Puerto de la Cruz: creciendo en rentabilidad

### Las claves para entender la causa-efecto de una tendencia positiva

Este informe sobre la rentabilidad de Puerto de la Cruz ha partido del estudio del **período de años cerrados 2009-2012, y los siete primeros meses del año 2013**, por entender que es un período estadísticamente consistente, teniendo en cuenta las modificaciones metodológicas sufridas por varios indicadores durante estos años. El mismo cubre un espacio temporal suficiente como para dar una visión realista del estado del destino, y muestran el espacio temporal desde la puesta en funcionamiento **del Consorcio urbanístico para la rehabilitación de Puerto de la Cruz**.

Debe señalarse que en el año 2009 el Instituto Nacional de Estadística (INE) introdujo dos cambios metodológicos a nivel nacional que influyeron en el cálculo de rentabilidad de los destinos. Por un lado, se produjo un cambio en la clasificación **CNAE** sobre actividades económicas. Por otro lado, también en el año 2009, se modificó el método para calcular el **ADR (ingreso medio por habitación y día / Average Daily Rate)**, y el **RevPar (ingreso medio por habitación disponible día / Revenue per Available Room)**, los cuales son la base para comparar la rentabilidad de la planta de alojamiento de los destinos españoles.

El cambio del cálculo del ADR y del RevPar se debió a la entrada de Internet en la comercialización del alojamiento y, por tanto, a la diversificación de los canales de venta, cada uno con una forma propia de empaquetar y vender la habitación.

En general se han analizado los datos comparados del **primer semestre (enero-junio) entre 2009 y 2013, y los meses de julio del mismo período**. Si bien la serie de años terminados (2009-2012) puede ayudar a estudiar la tendencia del destino en estos años en los que se ha puesto en marcha el Consorcio de Puerto de la Cruz, es en los siete primeros meses de 2013 en los que, por primera vez, **Turismo de Tenerife** y el área de Turismo del Ayuntamiento de Puerto de la Cruz **comercializan Puerto de la Cruz con el nuevo posicionamiento propuesto por el PMM**.

La serie temporal (un semestre), desde que se inicia esta nueva etapa de comercialización, es muy corta para hacer una valoración consistente, pero sí debe servir como punto de inflexión en su análisis y monitorización.

Si bien el destino se presenta ya con su nueva visión en **Fitur 2013 (enero)**, no se realiza ninguna acción de publicidad en los meses siguientes. Sólo se realizaron trabajos de comunicación directa con los principales TTOO nacionales e internacionales. Es a partir de **mayo de 2013**, con la salida del **Manual de Ventas**

***Puerto de la Cruz Xperience***, cuando se refuerza la visibilidad del destino y cuando se inicia una importante inversión de recursos para posicionar la **nueva visión y la oferta del club de productos** de Puerto de la Cruz. La promoción se concentró principalmente tanto en acciones de comunicación directa y *Fam-Trips* con TTOO tradicionales y blogueros especializados, como trabajos de colaboración directa para la introducción de, además de la oferta de alojamiento, la extensa oferta de actividades del destino en los motores de venta de los TTOO online.

*A partir de mayo de 2013, se promociona el destino con su nueva marca-producto: “Puerto de la Cruz Xperience”.*

Se ha considerado pertinente cuantificar de forma separada ambos tipos de alojamiento, **el hotelero y el extrahotelero**, por entender que sus comportamientos han tenido dinámicas de rentabilidad completamente diferentes en el destino. **El 73% de las plazas** de alojamiento de Puerto de la Cruz **son hoteleras**. De las hoteleras, el **80% de las mismas son de hoteles de 4\* y 5\***, que representan a su vez el **59% de las plazas del destino**. Este porcentaje es superior al del conjunto de la Isla, que representan el 45%.

Aunque los datos siempre serán, en general, favorables al sector hotelero, **el sector extrahotelero cubre un segmento de demanda importante y necesario**. En relación a la demanda de este tipo de alojamiento, cabe poner el ejemplo el mercado nórdico, que escoge mayoritariamente la oferta de apartamentos como opción de alojamiento. El mercado nórdico es el cuarto por número de turistas de Puerto de la Cruz, y su estancia se concentra casi por completo en los meses de invierno.

## **El mercado español marca la tendencia de llegadas de turistas**

Si bien el crecimiento interanual de turistas **acumulados hasta julio de 2013** es de un **5,2%**, es importante destacar que este crecimiento es debido principalmente al **turismo español, que ha crecido un 7,7%**, mientras que en el conjunto de la **isla ha descendido un -5,3%**.

En el mes de **julio de 2013 el turismo español creció un 27,4%** (respecto del mismo mes del año anterior), cifra muy importante si se tiene en cuenta que este **mercado representa el 63,4%** de los turistas que visitan Puerto de la Cruz en el mes de julio.

Al analizar la variación interanual de las pernoctaciones entre los primeros semestres de 2012 y 2013, los resultados son aún más significativos. Mientras las pernoctaciones de los turistas españoles para el conjunto de **las Islas Canarias han decrecido un -2,96%**, y en **Tenerife crecido un 1,18%**, en **Puerto de la Cruz las pernoctaciones de los españoles han crecido un 17,28%**.

En el caso de las **pernoctaciones hoteleras** los datos vuelven a destacarse. **En las Islas Canarias decrecen un -4,32%**, en **Gran Canaria un -3,16%**, en **Tenerife crecen un 1,44%**, y en **Puerto de la Cruz crecen un 20,82%**.

*Mientras las pernoctaciones hoteleras del turismo nacional decrecen en las Islas Canarias un -4,32%, y crecen en Tenerife un 1,44%, en Puerto de la Cruz aumentan un 20,82%.*

El comportamiento del mercado español en Puerto de la Cruz está consolidando una tendencia que acumula ya seis meses en positivo.

En el lado opuesto está el mercado alemán. Los datos globales de Puerto de la Cruz se han visto perjudicados por la **fuerte bajada que ha sufrido el turismo alemán en Canarias (-10%)**, en general, y en **Tenerife (-8,2%)** en particular. En el acumulado hasta julio de 2013 el turismo alemán ha descendido en **Puerto de la Cruz un -5,7%**.

De igual forma, estos datos pesan muchísimo en el global de las pernoctaciones de Puerto de la Cruz para el primer semestre del año. Mientras el **mercado alemán representa un 23% de los turistas del destino**, las pernoctaciones de los seis primeros meses de los **alemanes representan el 43% del total del destino**.

Aun soportando unos datos negativos en este mercado, el último mes de **julio de 2013** ha registrado un primer dato positivo. El **turismo alemán** experimentó un **crecimiento interanual importante (31%)**, en consonancia con el crecimiento de casi todos los mercados en este mes, para Puerto de la Cruz. El invierno, estación principal del mercado alemán, determinará en qué medida este mes se convierte en un punto de inflexión.

## La ocupación, constante

Como se ha apuntado, el primer semestre de 2013 se ha visto afectado por el **comportamiento negativo** del segmento **alemán**, que representa el **23%** de los turistas de Puerto de la Cruz, pero que, en el **primer semestre** del año, representa el **46% de las pernoctaciones hoteleras**.

Al comportamiento del turismo alemán también se ha sumado el mal comportamiento del mercado **inglés (representan el 9,19% de las pernoctaciones hoteleras)**, que **también ha descendido un -5,85%** en el número de pernoctaciones.

Aun así, respecto a la ocupación de las habitaciones del destino, al comparar los datos en la serie de cuatro años 2009-2012, la ocupación ha **crecido un 9,97% en habitaciones hoteleras ocupadas**, situándose en un **67,16% la ocupación media** de las habitaciones en el año 2012. Aunque el conjunto de la isla sigue teniendo un comportamiento mejor al del municipio, con una ocupación media de habitaciones **del 75,67% en el año 2012**, la tendencia en el destino es positiva.

Si analizamos la variación interanual entre el **mes de junio de 2013 y el de 2012**, la **ocupación de las habitaciones hoteleras** ha registrado un descenso de sólo un **-0,37% (62,27% de ocupación)**. Pero cuando analizamos el **diferencial entre el mes de junio de 2009 y el de 2013**, la ocupación en las habitaciones hoteleras en este **mes de junio ha subido un 33,08%**.

*La ocupación media de las habitaciones hoteleras del mes de junio ha crecido un 33,08%, entre 2009 y 2013.*

Estos datos, no siendo los mejores de la Isla, muestran una **mejoría neta, en el caso de los hoteles**, cuando se mantiene la oferta de plazas hoteleras.

En el caso de los establecimientos extrahoteleros los datos no son positivos. El hecho que el destino haya reducido sus plazas extrahoteleras en un **-11,27% desde 2009 hasta 2012**, y **haya subido sólo un 0,14% su ocupación** en el mismo período, muestra una clara presión sobre este modelo de alojamiento y una fuga de la demanda al alojamiento hotelero o a otros puntos turísticos de Tenerife. Este no es un fenómeno general de la isla, porque en el mismo período la **ocupación de habitaciones fue muy positiva en el resto de la Isla, creciendo un 24,54% en Arona, un 23,72% en Adeje y un 19,99% en el conjunto de Tenerife**.



## Creciendo en rentabilidad

El peso que ha tenido el mercado alemán en la reducción de pernoctaciones y en la ocupación media de las habitaciones en este primer semestre ha repercutido directamente en los datos de rentabilidad del año 2013. Aun así la rentabilidad del primer semestre del 2013 ha **bajado sólo un -0,68%** respecto al mismo semestre del año anterior, 2012.

El aumento del precio medio de las **habitaciones hoteleras (ADR)**, que ha pasado de **43,95€ a 46,56€**, entre el primer semestre de 2012 y de 2013, con un **aumento interanual de un 5,93%**, ha permitido mantener la rentabilidad media de los hoteles, situando el ingreso por habitación disponible (**RevPar**) en **32,05€**, con un **descenso del -0,68%** respecto al mismo periodo del año anterior.

Pero cuando se analiza el precio de la habitación en junio de 2013 (periodo donde el segmento español es el predominante), éste se situó en **38,67€**, con un **aumento respecto a 2012 del 18,73%** (en junio del año 2012 el precio medio se situó en 32,57€). Con todo, el crecimiento acumulado entre junio de 2009 y junio de 2013 es de un **9,08%**.

Analizando el **RevPar**, los datos son aún más positivos, teniendo en cuenta que partíamos de unos datos realmente bajos en **junio de 2009**, donde el ingreso por habitación disponible estaba en **unos insostenibles 16,59€**.

El crecimiento que se ha materializado en el mes de junio ha sido **el mayor crecimiento de rentabilidad de todo el ciclo, un 18,27%**, situando el **RevPar hotelero en junio de 2013 en 24,08€**. Aunque lejos aún de los 42,97€ de Arona y los 53,87€ de Adeje, el **crecimiento del RevPar** entre los meses de junio de 2009 y de 2013, ha sido de un **45,15%**, **duplicando el crecimiento de Tenerife (24,66%) en ese intervalo**. Lo cual da una visión del potencial de mejora del sector hotelero de Puerto de la Cruz.

*El crecimiento del RevPar entre los meses de junio de 2009 y de 2013, ha sido de un 45,15%,*

Cuando se analizan estas cifras en años cerrados, se observa igualmente un crecimiento en la rentabilidad hotelera en el período 2009-2012 de un **21,08%**, situando el **RevPar medio del año 2012 en 29,41€** por habitación disponible. El incremento del **ADR**, en este mismo periodo de cuatro años, ha sido de un **10,13%**, situando la media de 2012 en **43,80€**.

Finalmente, en lo que respecta a **ingresos brutos totales del sector hotelero** (ingresos por habitación sin pensión ni extras), las cifras vuelven a dar unos datos muy positivos para el destino y la coyuntura.

Enero de 2013 ha sido un mes difícil, pero en el resto del semestre las cifras han sido positivas. El mes de junio de 2013 se ha obtenido el mejor resultado del año, donde el crecimiento interanual de ingresos hoteleros totales, ha sido de un **15,83% entre junio de 2013 (5.9M€) y junio de 2012 (5.1M€)**. Cuando se comparan los datos interanuales de años cerrados, entre 2009 y 2012, vemos que los ingresos hoteleros del destino han subido un **16,96%, situándose en 94 millones de euros en 2012, contra los 80 millones de 2009**. Pero si se analiza sólo el mes de junio, los ingresos de junio de 2009 han crecido en comparación con ese mes de 2013 un **35,52%, pasando de 4,3 millones a 5,9 millones en el mismo mes analizado**. Los datos de Puerto de la Cruz entre 2009 y 2013, muestran un crecimiento muy por encima del de la media de la Isla, que se situó en un 21,88%.

*Entre 2009 y 2012, los ingresos hoteleros del destino han subido un 16,96%, situándose en 94 millones de euros en 2012, contra los 80 millones de 2009.*

La otra cara de la moneda la pone el **sector extrahotelero, que cae en sus ingresos de forma inversamente proporcional a la subida de ingresos hoteleros**.

Así, aunque el ADR y el RevPar del sector extrahotelero han crecido en el período 2009-2012 respectivamente un 11,81% y un 11,44%, los ingresos totales del destino **han decrecido un -0,49% comparando años cerrados en este período de cuatro años**.

Aún lastrados por el fuerte decrecimiento de los ingresos totales del sector extrahotelero, el destino ha conseguido aumentar sus ingresos de alojamiento brutos totales un **13,71% en el año 2012 (112,4M€) respecto a 2009 (98,8M€), un 15,40% comparando el primer semestre de 2013 (58,7M€) y 2009 (50,8), y un 22,78% respecto a junio de 2013 (6,8M€) y 2009 (5,5M€)**.

## El gasto de un turista de su tiempo

El turista de Puerto de la Cruz ha aumentado un **4,3% su gasto en origen entre 2011 y 2012**, lo que se está notando en el aumento de la rentabilidad hotelera.

Pero lo realmente interesante es que la distribución del **gasto en el destino revela hábitos de comportamiento propios de un turista de su tiempo**. Esto es especialmente relevante, porque muestra que el turista de Puerto de la Cruz **tiene inquietudes, es susceptible de vivir nuevas experiencias y es sensible a las nuevas propuestas de especialización que propongan una visión más basada en el perfil y preferencias del consumidor final, que en el producto empaquetado**.

El turista de Puerto de la Cruz es un turista que **gasta en el territorio y en múltiples actividades**. Restando el **gasto en alojamiento, en restaurantes y compras de comidas**, el **turista de Puerto de la Cruz gasta 230,5€**, en el total de sus vacaciones, en menos tiempo, mientras el del conjunto de **la Isla gasta 203,4€**. Es decir, salvo el hotel y la comida, **el turista de Puerto de la Cruz gasta casi 30€ más** que la media en el destino. Y mientras que el conjunto de estos gastos del turista de Puerto de la Cruz **ha crecido un 0,7%** los últimos cuatro años, en el conjunto de la Isla ha decrecido **-1,4%**.

*Restando el gasto en alojamiento, en restaurantes y compras de comidas, el turista de Puerto de la Cruz gasta en el destino 30€ más que la media.*

Este comportamiento forzosamente se ve reflejado en su hábito de gasto. **El turista de Puerto de la Cruz es el que más gasta en términos absolutos y en gasto turista y día**, en **alquiler de coches, 26€**, frente a los 19,5€ de la Isla; en **Ocio, diversión y cultura, 27,3€** frente a 17,6€ del resto de la Isla; en tratamientos de salud o en **compras, estás últimas con 78,2€** de media frente a los 66,2€ de Tenerife.

Así, el turista de Puerto de la Cruz, es un turista que realiza muchas más **excursiones, 83,7%**, **que la media de los visitantes de Tenerife, 57,1%**, y al propio tiempo también realiza muchas más **actividades que la media, con un 72,6% frente al 55%** del conjunto de la isla.

En gasto total el turista de Puerto de la Cruz se sitúa en una media de 953,27€.

Pero cuando se analiza el gasto diario total en el destino las cifras revelan que el **turista de Puerto de la Cruz deja en el destino 345,6€**, con un **crecimiento de gasto en el destino**, en los cuatro años comparados, **de un 0,65%**, mientras que en el resto de la Isla desciende en términos absolutos.

Cuando las cifras se analizan por gasto turista y día en destino, las cifras son más ajustadas, situando al turista de Puerto de la Cruz en un **gasto, en destino, de 37,8€ / día**, de nuevo superior al realizado en **Adeje (36,5€ / día)** y muy cerca del gasto en **Arona (39,5€ / día)**.

El **comportamiento de gasto del turista en el destino**, aparejado al apreciado **aumento del gasto en origen** (que es el que revierte principalmente en el hotel), el **aumento del precio de la habitación (ADR)**, y el **aumento significativo del ingreso por habitación disponibles (RevPar)**, muestran un perfil de turistas alejado de los clichés más negativos que a veces se le atribuye.

## Conclusiones

Este primer semestre de 2013 ha deparado números dispares en el comportamiento de la llegada de turistas a Puerto de la Cruz. Si bien enero fue un mal mes, el resto de meses han mostrado una tendencia de crecimiento, respecto a turistas alojados, pernотaciones e ingresos, que se ha visto acentuada por los datos de junio y julio.

El dato más importante en estos siete primeros meses de 2013 ha sido el aumento destacado del **turismo nacional**, respecto al comportamiento que está teniendo en el resto de destinos de Canarias, incluso en la misma isla de Tenerife. Esto es importante para **Puerto de la Cruz, al ser éste el mercado mayoritario y el mercado principal en verano, primera temporada del año después de las acciones de promoción que se han realizado con la nueva marca-producto Puerto de la Cruz Xperience.**

### La renovación hotelera, la gran oportunidad

**Puerto de la Cruz es un destino principalmente hotelero.** Su oferta extrahotelera está sometida a un destacable fenómeno de reducción de oferta, principalmente la de baja calidad y precio. **Los datos muestran que la guerra de precios ha llegado a su límite respecto a la sostenibilidad de las cuentas de resultados.** La oferta extrahotelera debe mantenerse porque existe una demanda importante para ella. Que el **ingreso medio por habitación extrahotelera haya subido en cuatro años un 11,81%, por encima incluso que el ADR hotelero,** puede ser una señal de que los establecimientos que están sobreviviendo lo hacen usando una estrategia diferente a la basada en la reducción de precios.

El análisis del perfil de turistas de Puerto de la Cruz muestra una **gran oportunidad de negocio en la especialización hotelera.** La oferta tiene delante de sí un mercado preparado para el cambio, que **diversifica el gasto en experiencias de gran valor y de nicho,** porque el propio destino ya le ofrece lo que viene a buscar. Un ejemplo: Puerto de la Cruz recibe al año 31.500 turistas que declaran que han venido al destino explícitamente a practicar senderismo, y de todos los turistas que se alojan en el destino un 22,6% (154.500), declaran hacer senderismo en su viaje. Sólo con los que eligen como motivo principal del viaje el senderismo para visitar Puerto de la Cruz, **podrían permitir una ocupación del 100% de las habitaciones de seis (6) hoteles especializados en este segmento, durante todo el año.**

*Renovar el hotel, diversificando su modelo de negocio y especializándose, tiene en Puerto de la Cruz un mercado muy receptivo en el turista que nos visita.*

Renovar el hotel, **diversificando su modelo de negocio y especializándose** a través de iniciativas como el **NOSOLOCAMAS<sup>1</sup>**, son **oportunidades que hoy tienen en Puerto de la Cruz un mercado sin duda muy receptivo en el turista que nos visita.**

### **Las certidumbres son claves para la inversión**

El negocio hotelero en Puerto de la Cruz y, principalmente el de 4\* y 5\*, está experimentando un crecimiento sostenido, que se refleja en casi todos sus indicadores de rentabilidad. **El gasto por turista y día muestra que el turista de Puerto de la Cruz, gasta de forma pareja por día al resto de la isla y que es un cliente rentable.**

Los números y el comportamiento de sus crecimientos permiten plantear planes de negocio consistentes que sean capaces de generar una **TIR positiva atractiva** para invertir en Puerto de la Cruz, **con períodos de amortización creíbles a 10 años.**

Los datos actuales, un **ADR medio de 43,80€**, un **RevPar medio de 29,41€**, una **ocupación media por habitación del 67,16%**, unos **ingresos (sin contar pensión ni extras) por empleado de 38.231€**; y unos crecimientos de estos indicadores, los últimos **cuatro años, del 10,13% (ADR), 21,08% (RevPar), 9,97% (Ocup. Hab.), 31,27% (Ingresos/empleado)**; con una curva de aceleración de crecimiento interanual entre los meses de **junio de 2013 y 2012 del 18,73% (ADR) y 18,27% (RevPar)**; son suficientemente consistentes, **cuando el destino sólo ha iniciado la fase de promoción y reposicionamiento, y de forma muy incipiente las obras públicas en el espacio público.**

Consecuentemente, las actuaciones a poner en marcha estos próximos meses y años, como son el **Puerto Deportivo y Parque Marítimo**, actualmente en concurso, **La nueva Estación de Guaguas, el Centro de Actividades del Taoro, el Centro de visitantes de la**

---

<sup>1</sup> **NOSOLOCAMAS** es una iniciativa impulsada por Ashotel (Asociación de hoteleros y extrahoteleros de Tenerife, Gomera y El Hierro), el Consorcio urbanístico para la rehabilitación de Puerto de la Cruz y Turismo de Tenerife. Está dirigida a promover la especialización de los hoteles y la diversificación de sus modelos de negocios. Los hoteles adheridos al programa se benefician del asesoramiento técnico de un equipo múltiple de profesionales dirigidos por Ashotel, que redactan dossieres de proyecto (anteproyecto arquitectónico, plan de viabilidad y plan de marketing). Estos documentos constituyen verdaderos planes de negocio, herramienta básica para la búsqueda de financiación para la renovación de los establecimientos. Actualmente hay tres alojamientos que se han beneficiado del programa y se está iniciando una segunda fase con tres nuevos establecimientos.

**ampliación del Jardín Botánico, el Centro de Interpretación César Manrique en el Lago Martiánez; o las propias obras de renovación integral de los establecimientos de alojamiento incluidos en el PMM, muchos de ellos emblemáticos de la ciudad, y que supondrán abordar la renovación de más del 40% de las plazas del destino; aumentarán las certidumbres de las inversiones y, sin lugar a duda, hará **aumentar la estimación de la TIR de las mismas**, la reducción de los plazos necesarios para llevar los balances a su punto de equilibrio, y la aceleración de la estimación de los flujos de caja positivos.**

Puerto de la Cruz. 25.09.2013

Fdo.

**Luis Falcón Martínez de Marañón.**  
**Intelligent Coast.**

*Coordinador del Plan de Modernización,  
Mejora e incremento de la competitividad de  
Puerto de la Cruz (PMM)*

## Anexo.

### FUENTES:

Este informe ha obtenido los datos de las siguientes fuentes:

#### Turismo de Tenerife / Cabildo de Tenerife:

- Establecimientos de alojamiento.
- Número de turistas alojados.
- Pernoctaciones totales.
- Pernoctaciones hoteleras y extrahoteleras.
- Pernoctaciones por nacionalidad.
- Gasto turístico.

#### Instituto Canario de Estadística (ISTAC):

- Precio medio por habitación (ADR)
- Ingreso por habitación disponible (RevPar)
- Pernoctaciones hoteleras y extrahoteleras.
- Pernoctaciones por nacionalidad.
- Ocupación de las habitaciones.

### INDICADORES BÁSICOS:

#### INDICADORES DE RENTABILIDAD HOTELERA

1. **Ocupación habitaciones:** ocupación estimada media de las habitaciones de los establecimientos, calculada a partir de la Encuesta de Ocupación Hotelera, realizada por el ISTAC. Esta encuesta recoge tanto el cálculo del ADR como del RevPar, y es de obligado cumplimiento por los alojamientos encuestados. La ocupación de las habitaciones es la unidad básica para el cálculo de rentabilidad de los alojamientos y el destino, porque **es la unidad sobre la que se calcula el ADR.**
2. **Pernoctaciones:** pernoctaciones por unidad temporal, del total de turistas. Representan el dato real de la capacidad de carga de un destino, y son el dato base para valorar el número de turistas atendidos por empleado y el número de turistas diarios real en el destino o en el establecimiento. El número de turistas por la estancia media debe resultar el número de pernoctaciones.
3. **Rentabilidad ADR:** descrito en la introducción de la metodología. Ingreso (precio) medio por habitación doble y día, sin extras ni pensión.
4. **Rentabilidad RevPar:** descrito en la introducción de la metodología. Ingreso medio por habitación disponible y día, sin extras ni pensión.
5. **Ingresos de alojamiento totales en destino:** ADR por ocupación de habitaciones en destino. Este se divide en ingresos hoteleros e ingresos extrahoteleros. Se ha hecho la misma operación estadística para períodos de años cerrados, el primer semestre y el mes de junio de cada uno de los años analizados.



## INDICADORES DE GASTO TURÍSTICO Y PERFIL DE TURISTA

6. **Gasto total por turista:** gasto turístico total por turista. Este se divide por gasto total en origen y gasto total en destino.
7. **Gasto diario por turista:** gasto turístico por turista y día. Este se divide por gasto por turista y día en origen y gasto por turista y día en destino.
8. **Gasto total:** gasto total por turista por número de turista. Este se divide por gasto total en origen y gasto total en destino.
9. **Gasto neto en destino:** gasto total en destino, más ingresos en origen ponderado por coeficiente de repercusión en destino
10. **Gasto medio total en origen y destino (gasto total por turista)**
11. **Gasto medio diario en origen y destino (gasto diario por turista)**
12. **Servicios contratados en origen.**
13. **Realización de excursiones en Tenerife.**
14. **Excursiones realizadas.**