

ESCUELA UNIVERSITARIA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

TRABAJO DE FIN DE GRADO

HOTEL FAÑABE

COSTA SUR



Nombres: Laura González Medina e Ydaira Hernández García

Curso: Cuarto

Convocatoria: Junio

Teléfonos: 619-426-205 / 677-146-419

Correos: Alu0100487985@ull.edu.es / alu0100445053@ull.edu.es

Resumen

A través de este proyecto se pretende analizar una empresa hotelera del sur de la isla de Tenerife para poder localizar sus deficiencias con el objetivo de proponer mejoras para poder solventarlas, teniendo en cuenta el actual escenario de crisis económica en el que nos encontramos inmersos.

El turismo en el sur de la isla de Tenerife es el lugar que recibe más turistas al año de las Islas Canarias, por lo que es un factor muy importante para la economía local. Por otra parte, a pesar de la crisis, ha contado con un ligero incremento en el número de turistas extranjeros en la actualidad con respecto a años anteriores.

Los resultados del análisis realizado concluyen que las innovaciones a implantar podrían tener éxito: una plan estratégico de diferenciación del resto de hoteles de la zona basado en la innovación y mejora de la calidad del servicio, lo cual atraerá nuevos clientes y provocará la fidelización de los mismos.

Palabras clave

Turismo, crisis económica, plan estratégico, innovaciones, calidad.

Abstract

This project seeks to analyze a hotel company in the South of the island of Tenerife to locate their deficiencies in order to propose improvements to be able to solve them, taking into account the current scenario of economic crisis in which we are immersed.

Tourism in the South of the island of Tenerife is the place that receives more tourists per year of the Canary Islands, so it is a very important factor for the local economy. On the other hand, despite the crisis, has enjoyed a slight increase in the number of foreign tourists now compared to previous years.

The results of the analysis to conclude that to implement innovations could succeed: a strategic plan for differentiation from the rest of the hotels in the area based on innovation and improvement of the quality of the service, which will attract new customers and will cause the same loyalty.

Key words: tourism, economic crisis, strategic plan, innovation, quality.

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
2. El sector turístico en Canarias.....	3
3. El caso del hotel FAÑABÉ.....	6
3.1. Consideraciones generales.....	6
3.2. DAFO.....	7
4. Problemas detectados y propuestas de solución.....	14
5. Resumen y conclusiones.....	16
Bibliografía.....	18
Red.....	18

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de las últimas décadas, se ha desarrollado en Canarias un modelo turístico basado fundamentalmente en ofertar la calidez de su clima y la belleza de sus playas como principales atractivos para los visitantes, siendo el sol y la playa los únicos protagonistas de esta oferta turística.

No obstante, el sector turístico se enfrenta a nuevos retos que pueden condicionar su desarrollo futuro. Hay aspectos como la creciente competencia entre empresas y destinos turísticos, o los cambios en los gustos, motivaciones y preferencias de los turistas, que suponen un cambio importante en las condiciones y exigencias del mercado turístico actual.

Esta necesidad de aprovechar las nuevas oportunidades que brinda el mercado y adaptarse a las tendencias futuras, así como que sea el único sector económico que continúa creciendo a pesar de la crisis en la que estamos inmersos, hace que elijamos este tema con el objetivo de demostrar que con ideas innovadoras y capacidad de trabajo, se pueden maximizar los beneficios en el sector, concretamente en la empresa analizada.

Además, el sector turístico posee una gran importancia en el movimiento y la reactivación económica, es decir, se considera una actividad económica que genera empleo, obras de infraestructuras, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, marítimo y terrestre, etc. por otra parte, posee gran importancia sociocultural, en la cual se pueden conocer de cerca otras culturas, sociedades, formas de vivir y ambientes geográficos enriqueciendo la propia cultura de la zona turística.

Las innovaciones que se pretenden implantar van dirigidas sobre todo al tipo de cliente al que dirigirse, atraer turismo interesados en el deporte y a grupos. A todos se les ofrecerá un lugar cálido y relajante con la posibilidad de hacer rutas por diferentes zonas de la isla para que disfruten del paisaje, y para los grupos se ofrecerá una formación alimenticia dentro del hotel.

Con todo, en este trabajo lo que se pretende mostrar es que ciertas mejoras en el turismo y la incorporación de servicios innovadores ayudan al aumento de la llegada de turistas al hotel, y con ello el beneficio de la empresa. Demostrar este hecho será el objetivo principal de este trabajo. Para ello, se escoge como caso de estudio al hotel FAÑABÉ Costa Sur, ubicado en el sur de la isla de Tenerife, en uno de los principales destinos turísticos de la isla.

En primer lugar, hemos comenzado con un análisis del sector turístico en general, es decir, del turismo en las islas Canarias, para a continuación, centrarnos en el perteneciente al sur de la isla de Tenerife, y más concretamente, el del hotel FAÑABE Costa Sur.

Para ello, hemos obtenido información a través de diferentes fuentes como son el Instituto Canario de estadísticas, el Instituto nacional de estadísticas, a la investigación turística del turismo de Tenerife y la Organización Mundial del turismo. Además, hemos acudido personalmente a la empresa para obtener determinada información de esta, y poder observar sus instalaciones en la manera que nos ha sido posible. Por otra parte, la página web de la empresa hotelera nos ha aportado numerosa información con respecto a las instalaciones que posee el hotel, además de sus ofertas vacacionales.

Una vez hemos recabado toda la información necesaria para el análisis del

hotel, aunque existen ciertos datos que no pudimos obtener debido a la política de privacidad de la empresa, realizamos un análisis tanto interno como externo de la empresa.

Finalizado dicho análisis, se han observado las debilidades y fortalezas que posee el hotel, sin embargo, siguiendo con el objetivo del trabajo nos hemos centrado en los problemas que consideramos de mayor importancia para la mejora y el buen funcionamiento de la empresa. Entre estos podemos encontrar dificultades en la ocupación de determinadas temporadas y el envejecimiento de las infraestructuras y el mobiliario.

Por lo tanto, se plantean ciertas mejoras que se consideran relevantes para solucionar dichos problemas y aumentar la confortabilidad del cliente, estas son renovación del mobiliario y ampliación de los servicios que presta el hotel para los clientes.

El trabajo se desarrolla en cuatro bloques bien diferenciados. En el primero, se realiza un análisis del sector turístico en Canarias, en el cual se estudia el sector desde una perspectiva general hasta el caso particular del objetivo de análisis. En segundo lugar, se describe con detalle el hotel FAÑABE, desde sus aspectos generales hasta su análisis más profundo tanto interno como externo. A continuación, después de haber estudiado el caso en profundidad hemos detectado los problemas mencionados con anterioridad, por lo que, se plantean las propuestas de solución ya citadas. Por último, se realiza un resumen a cerca del trabajo en general y se llevan a las conclusiones obtenidas una vez finalizado el estudio, las cuales muestran de forma clara las diferentes propuestas de soluciones que consideramos de mayor adecuación a los problemas existentes.

Esta investigación se considera importante, porque permite al hotel FAÑABE Costa Sur de la isla de Tenerife tener como apoyo un plan estratégico que le ayude a lograr mejores oportunidades de competir y proyectarse en el futuro adaptándose a las necesidades del entorno.

2. EL SECTOR TURÍSTICO EN CANARIAS

El turismo, en su concepto más básico, consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período superior a un día e inferior a un año, por ocio, negocios u otros motivos.

El turismo se encuentra clasificado en función de la actividad que realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo, podemos encontrar: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

Por ello, según la motivación de cada turista el destino del viaje será diferente, siendo los países más visitados, según la organización Mundial del Turismo (OMT), en primer lugar Francia seguida por Estados Unidos, China y España, sucesivamente.

Atendiendo al desarrollo socioeconómico y cultural, el turismo es un factor realmente importante dada la diversidad de actividades favorables que traen beneficios económicos. Además, es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general, asimismo genera un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía.

Por otro lado, el turismo se considera un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales. En cuanto a la cultura, es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres tradiciones, folklore y artesanía.

La recesión a escala mundial originada en el año 2008 ha causado un gran impacto en el turismo, siendo España el destino turístico más afectado durante este periodo. Sin embargo, en la actualidad España presenta una evolución favorable en la llegada de turistas, no superando aun el volumen alcanzado antes de la crisis.

Dentro de España, uno de los principales destinos turísticos son las Islas canarias, constituyendo la tercera región española que mayor número de turistas extranjeros recibe (detrás de Cataluña y Baleares).

El sector turístico de Canarias es un factor muy importante para la economía local. Por el clima subtropical que disfrutan las islas Canarias muchos visitantes de Alemania, Holanda, Inglaterra e Irlanda visitan todos los veranos estas islas, sin embargo, está experimentando la irrupción de visitantes de otros países como Italia, Francia y Polonia.

El turismo de masas, se sol y playa que se inició en la década de los 60 viene desde hace unos años adaptándose a los cambios y a las nuevas demandas que se ven ampliadas por el turismo cultural, rural y de congresos.

Según una investigación turística del turismo de Tenerife, en la actualidad el sector turístico de Canarias presenta una evolución positiva según los últimos informes de situación a enero de 2014.

El turismo en Canarias presenta una evolución que presentan las islas Canarias en la llegada de turistas con respecto al año 2013, siendo el crecimiento del último mes registrado de un 8,5%. *Tabla 1.*

Dentro del turismo de las Islas canarias encontramos el turismo de la isla de Tenerife, la cual posee la llegada de cinco millones de turista de manera anual, lo que la convierte en la isla que más turistas recibe. Los centros del turismo se dividen en la zona norte, como el Puerto de la cruz, y la sur, como Los Cristianos, Costa Adeje, Playa de la Américas y el Médano.

Según los informes el turismo alojado en Tenerife ha ascendido a 370.116 turistas, un 9,1% más que en enero del año anterior, continuando así con la evolución positiva que se viene registrando desde agosto de 2013. *Tabla 2.*

El aumento de turismo se produce tanto en el sector hotelero (+5,2%), con un total de 264.103 turistas, como en el extra hotelero (+1%), con una cifra de alojados de 138.391 turistas.

Todas las categorías hoteleras registran un buen comportamiento en el mes, con un incremento de alojados en hoteles de 5* de un 2,6% y en los hoteles de 4* de un 5,3%. Los hoteles de 3* aumentan la cifra de alojados un 5,6%, un 5% en 2* y un 29,4% en 1*.

En la zona sur, donde está situado el hotel FAÑABE, se han alojado 977.592 turistas en enero, un 0,3% menos que en el mismo mes de 2013. En sus establecimientos hoteleros se alojaron un total de 601.283 turistas, registrando estos un aumento de alojados del 2,4% respecto al año anterior. Los establecimientos extrahoteleros, con un total de 376.309 turistas, redujeron un 4,3% la cifra de clientes alojados.

La ocupación en la zona se sitúa en un índice del 71,8% (+4,4%), alcanzando el 81,1% en sus hoteles (+2,7%), y el 61,7% en sus establecimientos extrahoteleros (+4,9%).

Las pernoctaciones registraron un aumento de un 2,7%, contabilizándose en la zona 8.433.473 pernoctaciones. Las pernoctaciones hoteleras aumentaron un 6,2%, mientras las extrahoteleras se redujeron de forma leve (-1,9%)

La estancia media de la zona Sur se situó en 9,30 días de media en el mes (0,25 puntos). Se incrementa la estancia media en los establecimientos hoteleros de la zona (+0,29 puntos), además de aumentar en los extrahoteleros (0,22 puntos).

Tabla 3.

Según las cifras anteriormente citadas el turismo presenta una evolución favorable, a pesar de la grave crisis económica mundial que estamos padeciendo, el turismo en Canarias sigue siendo un factor clave capaz de tirar del resto de sectores de la economía en Canarias.

Por ello, podemos considerar que el sector turístico en Canarias es el auténtico motor de crecimiento y desarrollo de la economía, lo cual lo podemos observar tanto en las cifras producidas directamente por el sector como por los importantes efectos indirectos en sectores anexos al turismo, entre ellos el comercio, los transportes y la industria.

Además, este sector favorece la generación de empleo del sector servicios en Canarias, descendiendo el nivel de desempleo en las islas y aumentando el número de afiliados a la Seguridad Social.

Este sector terciario, al que pertenece la economía canaria, ha contribuido a un importante cambio de modelo económico que se ha producido en los últimos años, a pesar de haber sido la agricultura la mayor perjudicada, perdiendo peso a favor del sector servicios.

Parte de este cambio en la economía de las islas se ha producido por la fuerte competencia de otros mercados, el auge de los vuelos baratos con destino a aeropuertos secundarios, el surgimiento de las ofertas todo incluido, así como el estancamiento de las economías de los grandes países europeos. Sin embargo, el comportamiento no ha sido igual en todas las islas, siendo las más beneficiadas Tenerife, Lanzarote y Fuerteventura.

Dentro del incremento de turismo que visitan las Canarias debemos destacar la buena evolución del turismo peninsular, los cuales tienen una importancia significativa, ya que es el turista que más gasto medio por persona y día realiza, al contrario de otros, cuyo gasto lo realizan mayoritariamente en origen, al contratar sus vacaciones.

En definitiva, el turismo no solo se ha posicionado como el sector predominante en la economía de las islas, sino también como el responsable en buena medida del mantenimiento de la actual estructura productiva, el empleo, el consumo y el nivel de vida de la población. Es por ello, que se están tomando medidas para garantizar un desarrollo sostenible del sector mediante las cuales se puede seguir generando valor y garantizar el futuro y la buena marcha de este motor de desarrollo de la economía canaria.

3. EL CASO DEL HOTEL FAÑABE COSTA SUR

3.1. CONSIDERACIONES GENERALES

El hotel FAÑABE Costa Sur, se encuentra ubicado en Costa Adeje, en la isla de Tenerife a 500 metros de la playa de Fañabe y de la playa del Duque. Este se encuentra en una zona residencial tranquila, que dispone de una amplia oferta de ocio a solo unos pocos metros de distancia.

Se trata de una empresa familiar, la cual ha sido reformada hace algunos años, concretamente en el año 2004. El hotel se encuentra adaptado para clientes con movilidad reducida, cuenta con cinco habitaciones accesibles, dispone de rampas de fácil acceso al restaurante, a las piscinas y a las instalaciones en general.

La empresa pertenece a GF hoteles, que es a su vez una de las empresas del grupo FEDOLA, una pyme tinerfeña con capital cien por cien canario, fundada por don Fernando López Arbelo, quien ha dedicado todo su empeño y constancia a formar una organización basada en el trabajo bien hecho, en el valor de las personas y en la certeza de que los buenos resultados son producto de las buenas decisiones.

El grupo FEDOLA está considerado actualmente como una de las organizaciones empresariales tinerfeñas con mayor reconocimiento, debido a que presenta una plantilla de 700 trabajadores. Entre las empresas que componen el grupo encontramos:

- GF hoteles.
- Pricemesa.
- Fedola.
- Teide Prefabricados especiales.
- Náutica el Pris.
- GF obras.
- Másquecarpas.
- Acerosiete.
- AI arquitectura+ ingeniería.
- BF correduría de seguros.
- CHL Comercial hnos. López.

Todos los hoteles pertenecientes a GF hoteles están ubicados en Tenerife, tres de ellos en el suroeste de la isla, en Costa Adeje, un entorno vacacional de primer nivel, y un cuarto hotel, en el Puerto de la Cruz , zona turística por excelencia en el norte insular.

GF hoteles cuenta con una larga experiencia en el sector de la hostelería, empezando su andadura en el año 1971. Su filosofía de trabajo se basa, resumidamente, en dos principios vitales: “usted hace bueno nuestro trabajo y nuestro empeño profesional; y sabemos que el lujo está en los detalles, que cuidamos con esmero y con seriedad”.

Respecto a la cultura que presenta el grupo empresarial destacamos:

- Misión: ofrecer un magnífico servicio, con el fin de lograr la satisfacción de los clientes, el trabajo en equipo, crear riqueza a través del esfuerzo y dedicación y seguir siendo un importante grupo empresarial canario, cercano familiar, preocupado por la gente e identificado con las necesidades del entorno.

- Visión: GF hoteles quiere estar a la vanguardia en el sector hotelero y ser reconocido por su “marca”, que es la de crear valor y riqueza en la sociedad en la que opera.

Así como mantener la actitud positiva y generosa de las personas que conforman la empresa, lo que les diferenciará inequívocamente para alcanzar la excelencia en su servicio.

- Valores: entre los principales valores hacemos referencia a su credibilidad, autodisciplina, responsabilidad, el trabajo en equipo, su capacidad de compromiso y su comunicación abierta.

- Imagen: la imagen que presenta GF hoteles es de una probada capacidad de innovación disruptiva y fiable, pues forma parte de un gran grupo familiar canario con proyección internacional.

Cuenta con un altísimo nivel de compromiso y de identificación con sus colaboradores y con un elevado índice de fidelización de sus huéspedes y usuarios, gracias, principalmente, al uso de marketing digital.

3.2. DAFO

El análisis DAFO es una metodología de estudios de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas, dentro de las cuales encontramos las debilidades y las fortalezas, y su situación externa, las amenazas y oportunidades, todo esto en una matriz cuadrada.

Esta herramienta es utilizada para conocer la situación real en que se encuentra una organización y planificar una estrategia de futuro. Además, se considera un recurso para determinar las ventajas competitivas de la empresa bajo análisis y estrategia genérica a emplear por la misma que más le convenga en función de sus características propias y de las del mercado en que se mueve.

Este análisis es importante, puesto que nos ayudará a explorar nuevas soluciones a los problemas, identificar las barreras que limitarán objetivos, tomar decisiones sobre la dirección más eficaz y revelar las posibilidades y limitaciones para cambiar algo.

Dentro de este análisis debemos estudiar cuatro términos diferentes: las oportunidades (aquellos factores positivos que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados), las amenazas (son situaciones negativas, externas a la empresa, que pueden atacar contra esta, por lo que llegado el caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas), las fortalezas (son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian a la empresa de otros de igual clase o categoría) y las debilidades (se refieren a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización, las cuales pueden y deben eliminarse).

Por ello, procedemos al análisis interno y externo de la empresa FAÑABE del obteniendo la siguiente matriz:

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de plan estratégico a largo plazo ➤ Antigüedad de las instalaciones y mobiliario ➤ Falta de personal ➤ Necesidad de adaptación a las nuevas tecnologías ➤ Renovación del sistema de ahorro energético ➤ Falta de innovación en los servicios 	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Incremento de la competencia ➤ Ofertas de precios en los hoteles próximos
<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia de los trabajadores ➤ Buena relación calidad-precio ➤ Ubicación ➤ Buen trato a los clientes ➤ Fidelización de los clientes ➤ Inversión en publicidad 	<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Clientes ➤ Empresa próxima al hotel perteneciente a la compañía ➤ Aumento del turismo en el sector hotelero

A continuación, explicamos con detalle el análisis interno y externo que presenta la empresa en la actualidad.

Análisis Interno

Debilidades:

- El hotel FAÑABÉ Costa Sur, según información obtenida mediante una primera entrevista con personal del hotel, carece de un plan estratégico a largo plazo. Este plan estratégico le permitirá a la directiva del hotel tener una visión más amplia y clara de lo que desean y cómo lograrlo, a través de la toma de decisiones más ágiles y acertadas en sus gestiones, llevando a cabo una planificación formal.

Servirá además como una herramienta administrativa que les facilite y haga más eficaz y eficiente el desempeño de sus labores, a fin de lograr un mayor grado de competitividad en el mercado hotelero.

Sin embargo, la empresa cuenta con un plan estratégico a corto plazo consistente

en ofrecer diferentes precios según la temporada, formar a los empleados, mantener el foco en la repetición y fidelización de los clientes y mantener la calidad de los servicios existentes.

- El hotel presenta una gran antigüedad tanto en sus instalaciones como en su mobiliario. Esto se debe a que su última reforma tuvo lugar en el año 2004, por lo tanto la última renovación tanto de su mobiliario (habitaciones y zonas comunes) como de sus instalaciones (bar piscina, zona de billares, minigolf, recreativos, cancha de tenis y petanca) se encuentran en su mayoría deterioradas.

Este hecho se encuentra reflejado en el balance de situación de la empresa al contar con una amortización acumulada del mobiliario elevada, concretamente de 2.543.903,05 euros. Por ello, consideramos que este dato es significativo para poder demostrar la antigüedad de las instalaciones.

Por otro lado, tenemos constancia de que la empresa adquiere mobiliario anualmente, no siendo este destinado a la renovación de las habitaciones.

- Según una entrevista realizada al personal del hotel nos han confirmado la existencia de una deficiencia en el personal del hotel, la cual perjudica a la calidad del servicio y el buen funcionamiento del hotel. Este hecho se corrobora a través de la disminución porcentual del 2,1% aproximadamente en las nóminas de los tres últimos años y la correspondiente disminución reflejada en el gasto de seguridad social.

- El Hotel FANABÉ Costa Sur debido a la antigüedad que presenta y teniendo en cuenta su última reforma posee tecnología obsoleta. Por lo tanto, presenta la necesidad de adaptación a nuevas tecnologías de los programas informáticos, wifi, adquisición de pantallas planas y nuevos ordenadores.

- Falta de renovación del sistema de ahorro energético mediante la sustitución de las actuales bombillas por las de bajo consumo, tanto para la disminución del coste energético del hotel como para preservar el medio ambiente. El gasto de suministro eléctrico en el año 2013 fue de 245.978,93 euros el cual se podrá ver reducido a la larga mediante esta renovación del sistema.

Además, consideramos que este hecho es importante puesto que ciertos clientes valoran este hecho.

Fortalezas:

- El hotel cuenta con la ventaja de poseer trabajadores cualificados, los cuales aportan un conjunto de habilidades especializadas que son esenciales para el buen funcionamiento de la empresa, y así poder ofrecer servicios de calidad que sean satisfactorios para los clientes.

Este hecho aporta un gran valor a la empresa, ya que se mejoran muchos procesos diferentes en la empresa gracias a la experiencia, tanto en la producción como en el ámbito financiero, creando una fuerte ventaja competitiva.

- La empresa hotelera cuenta con 413 habitaciones, todas ellas con balcón y aire acondicionado controlado individualmente. El precio de cada habitación se encuentra en función de sus características, entre ellas podemos encontrar diferentes tipos:

- *Habitación doble:* esta habitación también se encuentra disponible para uso individual, se encuentran decoradas en colores cálidos y de madera, de las que 100 de ellas son comunicantes. Amplias y completamente equipadas: TV satélite, teléfono directo, servicio de minibar a la carta, caja fuerte (estos tres últimos con pago extra) y secador de pelo. Balcón amueblado, dos camas separadas o cama de matrimonio y un sofá cama.

El precio medio por persona/noche oscila entre 60 y 80 euros en función del tipo de régimen deseado y varía según la temporada.

- *Habitación accesible:* el Hotel dispone de 5 habitaciones para minusválidos, decoradas con colores cálidos y madera. Amplias y completamente equipadas: TV satélite, teléfono directo, servicio de minibar a la carta, caja fuerte (estos tres últimos con pago extra) y secador de pelo. Balcón amueblado. Con facilidades como la ducha (Roll in Shower).

El precio medio por persona/noche, al igual que en la habitación doble, oscila entre 60 y 80 euros en función del tipo de régimen deseado y varía según la temporada.

- *Habitación familiar:* decoradas con colores cálidos y madera. Amplias y completamente equipadas: TV satélite, teléfono directo, servicio de minibar a la carta, caja fuerte (estos tres últimos servicios son con pago extra) y secador de pelo. Balcón amueblado, camas de matrimonio o separadas, un diván y un sofá cama.

El precio medio por persona/noche, al igual que en la habitación doble y la accesible, oscila entre 60 y 80 euros en función del tipo de régimen deseado y varía según la temporada. Esto se debe a que los niños tienen régimen gratuito hasta los 12 años.

- *Suite Junior:* el Hotel Fañabé Costa Sur dispone de 12 Suites Junior, decoradas con materiales de primera calidad y colores cálidos. Amplias y completamente equipadas: TV satélite, teléfono directo, servicio de minibar a la carta, caja fuerte (estos tres últimos servicios son con pago extra) y secador de pelo. Balcón amueblado, camas de matrimonio y posee además una bañera de hidromasaje.

El precio por persona/noche se encuentra entre 85 y 110 euros según el tipo de régimen deseado.

Por otra parte, el hotel cuenta en la actualidad con diferentes promociones en sus reservas. Entre ellas podemos encontrar:

- *Reserva anticipada:* para estancias desde el 01/05/2014 hasta el 31/10/2014 se ofrece un 10% de descuento en las reservas realizadas antes del 30/04/2014.

- *Oferta larga estancia:* 15% de descuento sobre el importe total de la reserva para estancias de más de veintiuna noches.

- *Senior:* 15% de descuento sobre el importe total de la reserva para mayores de 60 años.

- *Luna de miel:* este paquete incluye un 15% de descuento en la reserva, una botella de cava y cesta de fruta. Esta promoción posee como condiciones una estancia mínima de tres noches y la presentación del certificado de boda a la llegada al hotel.

Teniendo en cuenta todas estas características se considera que el hotel posee una buena relación calidad- precio, además de ofertar diversas promociones para atraer nuevos clientes.

- El hotel FAÑABÉ posee una excelente ubicación, ya que se encuentra a 500 metros de playa Fañabé y playa del Duque, además de encontrarse en las proximidades de zonas comerciales como son Plaza del Duque y Gran Sur.

Por otra parte, se encuentra a 20 km del Aeropuerto del Sur Reina Sofía, a 1,5 km del Palacio de Congresos Magma & Congresos, a 3 km del Golf Costa Adeje y a 30 km del Parque Nacional del Teide.

- La empresa hotelera se caracteriza por el buen trato a los clientes, en especial por el personal de servicio de limpieza, esto se debe a la continua inversión en formación del personal para ello.

Teniendo en cuenta la información facilitada por el hotel, en el año 2013 se realizó una inversión total de 129.044,27 euros en formación para los empleados del hotel, tales como cursos de bombero, primeros auxilios, modos de actuación frente al cliente y cursos de gerencia.

- Teniendo en cuenta la entrevista realizada con el personal del hotel, se estima que existe una fidelización de clientes de aproximadamente el 30%. La empresa no posee un dato exacto del porcentaje de clientes fieles, ya que la mayoría de las reservas se realizan a través de tour operadores, y son estos los que recuerdan en la ficha de reserva que el cliente es repetidor. Además, para estos clientes fieles se les suele brindar algún detalle en agradecimiento por su confianza (cesta de frutas, champán o un coctel de bienvenida).

- La empresa apuesta por una fuerte inversión en publicidad a través de diferentes medios: páginas webs, catálogos de agencias de viaje, Facebook, google, páginas de publicidad masiva, pancartas en actos deportivos y relaciones públicas.

La inversión total en publicidad en el año 2013 fue de 55.167,78 euros, por lo que consideramos que la empresa realiza una correcta inversión en publicidad para promocionarse y atraer nuevos clientes.

Análisis externo

Amenazas:

- El hotel FAÑABÉ Costa Sur cuenta con diversos competidores que poseen la misma categoría en el sector, entre ellos podemos considerar como competidores directos el hotel Adonis Resorts Isla Bonita, el Jacaranda y el hotel Bahía Princess.

- El hotel Adonis Resorts Isla Bonita, según los datos obtenidos de su página web oficial, es un complejo de apartamentos ubicado en las proximidades del hotel FAÑABÉ, por lo que se encuentra en la zona turística de Playa Fañabé, formado por 6 plantas y un total de 418 habitaciones dobles.

Esta empresa posee como característica principal el fomento de las vacaciones en familia, es decir, su público objetivo son estas, para las cuales se crean ofertas especiales. Además, posee como característica de importancia la reforma total realizada en el año 2013.

Por otra parte, cuenta con servicios e instalaciones como piscina principal con 2 cascadas que caen a otras dos piscinas laterales, snack bar, tumbonas y parasoles, sauna y jacuzzi. Con respecto a la zona de deportes posee canchas de tenis, squash, billar y gimnasio. Por último, atendiendo a las habitaciones son construcciones en edificaciones

tipo “villas” con capacidad de entre 1 y 5 personas, son espaciosas, luminosas y confortables. Además, estas se encuentran totalmente equipadas (baño completo, armario, salón con sofá-cama y sillón, cocina, cocinilla de 3 fuegos, nevera, cafetera, horno, terraza o balcón, TV vía satélite y teléfono). Sin embargo, hemos de destacar que el hotel no posee habitaciones especiales para discapacitados ni suites.

- El hotel Jacaranda, según los datos obtenidos de la página web oficial, cuenta con 563 habitaciones (de las cuales 10 son suites) con balcón o terraza, estas son muy espaciosas y luminosas, decoradas en tonos cálidos y diseñadas para ofrecer a los clientes la mayor comodidad.

La empresa ofrece numerosos servicios a los clientes, entre ellos encontramos actividades (pista de tenis, pista multiusos, aquagym, billar, fútbolín, ping-pong, sala de juegos y juegos de mesa), animación y shows para todas las edades, bares y restaurantes, servicio de holiday concierge (asesoramiento para sacar el máximo partido de las vacaciones) y otro tipo de servicios que requiera el cliente para su mayor satisfacción.

Por último, posee diversos tipos de habitaciones adaptadas a las necesidades del cliente, entre ellas encontramos la habitación classic, la classic vista piscina, la superior, la familiar superior y la suite classic. Todas las habitaciones están completamente equipadas con dos espaciosas camas, baño completo, aire acondicionado, secador de pelo, televisión vía satélite, caja fuerte y minibar (ambos con cargo), wifi (con cargo) y teléfono de marcado directo.

- El hotel Bahía Princess, según los datos obtenidos de la página web oficial, cuenta con 486 habitaciones, la mayoría orientadas al mar, distribuidas en 7 bloques escalonados de 5 alturas. Dentro de los diferentes tipos de habitaciones podemos encontrar la Junior suite (64 habitaciones), la Standard orientadas al mar (246 habitaciones) y la Standard (176 habitaciones). Todas ellas se encuentran totalmente equipadas, por lo tanto incluyen: ventilador en el techo, aire acondicionado, TV vía satélite, teléfono directo, minibar, balcón o terraza, caja fuerte (con cargo), baño con ducha, dos lavabos, bidet, secador y amenidades para el baño.

Por último, entre la multitud de servicios que ofrece el hotel podemos encontrar el spa, piscina, deportes y actividades, excursiones por la zona y espectáculos nocturnos.

- Estos tres hoteles mencionados anteriormente poseen precios y ofertas (en relación calidad-precio) que resultan competitivos para el hotel FAÑABE.

El hotel Adonis Resorts Isla Bonita posee un precio medio por persona/noche que oscila entre los 40 y 80 euros dependiendo de la habitación y el tipo de régimen requerido. Además, oferta un descuento de un 15% de descuento en reservas anticipadas y precios especiales para determinadas temporadas.

En segundo lugar, el hotel Jacaranda tiene precios comprendidos entre 50 y 80 euros por persona/noche en función del tipo de régimen solicitado y de la habitación deseada. Además, cuenta con diversas promociones durante todo el año, entre las que podemos destacar: oferta especial niño (el primer niño gratis y el segundo un 50% de descuento para niños con edad inferior a 12 años, además de disfrutar del mismo régimen en que se alojen sus padres), pack romántico (incluye una botella de cava, doce rosas rojas, fruta a la llegada, una caja de bombones grande, un kit de aceite de masaje y sales de baño, albornoz y zapatillas), pack romántico cascada (incluye todo lo del pack anterior excepto las rosas rojas) y pack romántico cupido (con similares características al pack romántico).

Por último, el hotel Bahía Princess posee un precio medio por persona/noche que oscila entre 80 y 110 euros en función del tipo de régimen y habitación deseada. Las promociones ofertadas por el hotel se basan en descuentos en reservas de media pensión y pensión completa para determinadas temporadas.

Oportunidades:

- La empresa hotelera analizada, según la entrevista realizada al personal del hotel, poseen como principales clientes a familias con niños de todas las edades. Este tipo de cliente supone para el hotel mayores esfuerzos, ya que se deben colocar camas supletorias y/o cunas. Además, las habitaciones suelen requerir mayor tiempo de limpieza debido al mayor número de camas que hacer, toallas que reponer y mayor limpieza ante la presencia de un bebé. Por otra parte, el equipaje suele ser abundante por lo que las habitaciones tendrán más objetos, dificultando así la limpieza. En cuanto a los horarios, se realizan salidas por la mañana regresando a la hora de comer debido al horario de los niños. Además, el restaurante del hotel debe contar con un menú especial para los niños.

En la actualidad, el mayor porcentaje de clientes son rusos, seguido por alemanes, ingleses y españoles, estos últimos en menor medida. La estancia media de estos ronda entre los 10 y 15 días.

- Una de las oportunidades que presenta el hotel FAÑABÉ para aumentar sus reservas es la proximidad del hotel Isabel, el cual es perteneciente a la compañía, siendo este de 5 estrellas. Esto se debe al hecho de que si un cliente desea realizar una reserva en el hotel Isabel y este no dispone de habitaciones libres se ofrece al cliente la posibilidad de realizar una reserva en el hotel FAÑABÉ Costa Sur, indicando que este posee menor categoría y su precio es inferior. Ante este hecho, el cliente puede aceptar la propuesta o no hacerlo, ya que si este viene con la idea alojarse en un hotel que le preste los servicios de 5 estrellas no lo hará. Sin embargo, los clientes que sólo buscan un hotel en la proximidad de la zona suelen aceptar la propuesta realizada.

- Para finalizar, como ya hemos comentado anteriormente, una de las oportunidades que presenta la empresa hotelera es el aumento en el sector turístico en el último año, ya que se ha producido un aumento del turismo en los hoteles de 4 estrellas del 5,3%, en concreto se han alojado 317.875 turistas en enero en la zona sur, es decir, un 4% más que en el mismo mes del año anterior.

4. PROBLEMAS DETECTADOS Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN

Teniendo en cuenta el análisis anteriormente realizado de la empresa, podemos concluir que en la actualidad el hotel FAÑABE Costa Sur no cuenta con un plan estratégico a largo plazo para incrementar sus ingresos, lo cual podría causar una disminución de clientes debido a la gran competencia que se presenta en este sector en el sur de la isla de Tenerife.

El que la empresa no cuente con un plan estratégico la hace vulnerable con respecto a otras empresas que si lo tienen. Este hecho puede provocar que se cree una mala imagen del hotel, asociando a esta una deficiente administración, falta de personal en determinadas temporadas, imagen e infraestructura inadecuada, etc.

Por ello, consideramos que la empresa debe plantear la incorporación de servicios innovadores en un futuro próximo para aumentar la captación de diversos clientes potenciales, con los cuales se logrará un mayor ocupación del hotel en diversas temporadas, y con ello el beneficio de la empresa.

Además, el hotel cuenta con determinadas temporadas en la que la ocupación es incompleta, por esto consideramos importante la implantación de determinadas actividades para atraer a estos determinados tipos de clientes que comentamos con anterioridad. Estas actividades se basan en la implantación de rutas por la isla y excursiones escolares, con lo que se pretende completar la capacidad total del hotel.

Por otra parte, hemos observado la falta de renovación, tanto de mobiliario como de servicios, en el hotel FAÑABE Costa Sur, siendo su última renovación en el año 2004. Por ello, consideramos que este hecho hace que se pierda gran cantidad de clientes que buscan la calidad y variedad de servicios y la confortabilidad de una cálida habitación en su estancia.

Teniendo en cuenta este hecho, proponemos la remodelación del mobiliario del hotel y de la mejora y ampliación de servicios, lo cual proporcionará al este una mayor categoría, obteniendo un mayor número de clientes y la fidelización de los mismos para sus futuras estancias.

En vista de la actual crisis y la competitividad a la que se enfrenta el sector turístico en el sur de la isla consideramos que la empresa hotelera debe crear estrategias para ofrecer servicios de manera innovadora, competitiva y de calidad.

Ante todo lo anteriormente citado nos hemos planteado el siguiente interrogante:

¿En qué medida el diseño de un plan estratégico y la ampliación y mejora de la calidad del servicio contribuye al aumento de ingresos del hotel FAÑABE Costa Sur en el sur de Tenerife?

Para dar respuesta a esta cuestión, planteamos varias propuestas de solución las cuales consideramos que son las adecuadas para solucionar los problemas citados.

En primer lugar, la aplicación de un plan estratégico permitirá que a largo plazo se brinde un mejor servicio en el hotel y permitirá mejorar la toma de decisiones, además de la observación de las posibles alternativas. Este hecho, ayudará a la empresa a ser más competitiva en el entorno en el que desarrolla su actividad. Además, debemos tener en cuenta la existencia de un mes en el que la ocupación de la empresa no es

completa como una situación habitual cada año, concretamente el mes de mayo.

Para dar solución a este problema, proponemos la implantación de nuevos servicios adicionales externos a la empresa que permitan la atracción de nuevos clientes, consiguiendo así obtener la plena ocupación del hotel. Estos servicios se basan en rutas y senderos por la isla de Tenerife y excursiones escolares.

En primer lugar, para ofrecer el servicio de rutas y senderos el hotel contactaría con una empresa externa llamada EZE grupo, ubicada en la zona sur de la isla, para facilitarles los clientes que estén interesados en estos servicios, es decir, un empleado de la empresa externa se acercaría al hotel para facilitar información a los clientes a cerca de sus actividades y realizar la contratación de la actividad.

Entre las actividades que ofrece esta empresa externa al hotel encontramos senderos por diferentes zonas de la isla de Tenerife, actividades deportivas, espectáculos, puenting, lecciones de vuelo y paracaidismo entre otros.

El precio varía en función de la actividad deseada por el cliente, siendo la empresa la que establecería los términos del contrato con el cliente sin tener la empresa hotelera que intervenir en ello.

Con esta propuesta de solución, la empresa no obtiene beneficio alguno mediante la contratación, pero si la obtiene a través de la ocupación de la habitación en el hotel por el periodo en el que el cliente se hospede.

Además, se plantea al hotel FAÑABÉ la realización de excursiones a grupos escolares para el aprendizaje de un correcto hábito alimenticio. La idea se basa en la ocupación durante un fin de semana en el hotel, en el cual se realizarán actividades en la cocina, tanto para aprender a cocinar de forma saludable como para conocer aquellos alimentos que son beneficiosos para la salud. Esta idea parte del hecho de que Canarias cuenta con una de las mayores tasas de obesidad infantil de España.

Por ello, se plantea esta actividad educativa en la cual el hotel aumentará su ocupación, siendo el gasto mínimo, ya que solo se requerirá a un ayudante de cocina para realizar estas actividades junto con el personal que ya cuenta el hotel.

Por último, nos encontramos con la antigüedad que presenta el mobiliario en las habitaciones del hotel, por lo tanto proponemos la renovación del mismo debido al mal estado de estos, lo cual repercute en la imagen que presenta de cara a los clientes.

Dentro del mobiliario destacamos los armarios, mesas de noche, colchones, sillones y sillas, el baño y comedor. Consideramos que esta renovación es una importante inversión que debe realizar la empresa, pero que a largo plazo recuperará dicha inversión y obtendrá beneficios. Además, conseguirá elevar el prestigio del hotel y la buena imagen de cara a los clientes.

Con todos estos cambios se pretende beneficiar al director y gerente que contarán con una herramienta de planeación que les permita ser más competitivos para lograr objetivos, así como el establecimiento de guías generales para el buen funcionamiento de la empresa. Por otra parte a los clientes, los cuales encontrarán una empresa más competitiva en el mercado, ofreciendo mejores servicios y productos, con el respaldo que garantice la satisfacción de los consumidores. Por último, el personal de la empresa logrará mayor eficiencia y eficacia en los diferentes departamentos para contribuir al logro de los objetivos.

5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

A modo resumen, el objetivo de este proyecto se ha basado en el análisis de la empresa FAÑABÉ Costa Sur, ubicada en el sur de la isla de Tenerife, situada en un lugar tranquilo y próximo a playas y comercios, por lo que se considera ideal para poder descansar y disfrutar de las vacaciones.

Por ello, se ha realizado un análisis en profundidad del sector al que pertenece, desde su aspecto general hasta el particular, además de un análisis externo e interno de la empresa con el objetivo de localizar sus deficiencias para a continuación proponer mejoras para poder solventarlas.

Entre los factores más relevante a tener en cuenta, debemos destacar el escenario de crisis que ha afectado de forma notoria al sector, pero el cual está mejorando de forma lenta.

Una de las ventajas que posee el sur de la isla de Tenerife es ser el lugar que más turistas recibe al año de las Islas Canarias, lo cual es un factor muy importante de la economía local. Además, ha contado con un ligero incremento en el número de turistas extranjeros en la actualidad con respecto a años anteriores.

Una vez analizados los diferentes apartados de los que consta este trabajo, se puede concluir que las innovaciones a implantar por el hotel FAÑABE podrían tener éxito para poder conseguir la diferenciación con el resto de hoteles próximos en la zonas, ayudando a la mejora de la calidad del servicio, atrayendo a nuevos clientes y con ello, la fidelización de los mismos.

Teniendo en cuenta el porcentaje de turistas que acuden al año a la isla de Tenerife y el nivel de ocupación que posee el hotel, además de la realización de un análisis en profundidad del mismo y un estudio de la competencia de igual categoría más próxima al hotel, hemos concluido la necesidad de realizar mejoras en diferentes aspectos de la empresa, las cuales requerirán realizar un determinado desembolso.

El objetivo que se persigue con la realización de estas mejoras se basa fundamentalmente en la satisfacción del cliente, es decir, que este disfrute de una experiencia agradable la cual quiera repetir. Este hecho, sin duda alguna, tendrá repercusiones positivas para la empresa, tanto con la fidelización de clientes como con la atracción de otros nuevos.

Entre los problemas detectados, una vez realizado el estudio de la empresa, hemos encontrado la falta de un plan estratégico a largo plazo (necesario para la captación de nuevos clientes y la correcta organización de la empresa), la renovación del mobiliario e infraestructura y la ampliación de nuevos servicios para la ocupación plena del hotel durante todo el año.

Ante los problemas citados con anterioridad, se han propuesto determinadas soluciones las cuales se consideran las más adecuadas y necesarias para la empresa.

En primer lugar, se propone la creación de un plan estratégico a largo plazo necesario para atraer nuevos clientes en el futuro, para ello, el hotel incorporará nuevos servicios de interés para el cliente. Por un lado, nos encontramos con la asociación a la empresa EZE Grupo, la cual oferta multitud de experiencias nuevas para los clientes, tales como senderos por diferentes zonas de la isla de Tenerife, actividades deportivas, espectáculos, puenting, lecciones de vuelo, actividades acuáticas y paracaidismo.

Por otro lado, se plantea la realización de excursiones para grupos escolares con el fin de enseñar una correcta alimentación con actividades realizadas en la cocina, tanto para aprender a cocinar de forma saludable como para conocer aquellos alimentos que son beneficiosos para la salud.

Además, la incorporación de estos servicios novedosos pone remedio al problema de la falta de ocupación en el mes de mayo en el hotel, la conocida estacionalidad, la cual es predecible y afecta a todos los hoteles por igual. Sin embargo, se pretende romper con esta tendencia mediante las medidas expuestas anteriormente.

Por último, nos encontramos con la necesidad de renovación tanto del mobiliario como de la infraestructura del hotel, por ello, se propone la renovación completa del mobiliario de las habitaciones y la renovación de la fachada. Este hecho aumentará la confortabilidad del hotel, con lo cual el cliente percibirá mayor calidez y comodidad en su estancia, lo cual hará que este quiera repetir la experiencia en el futuro.

Consideramos estas mejoras como un factor crítico para el éxito de la empresa, tanto para superar la competencia que posee el hotel y poder diferenciarse del resto dentro de un mercado con exceso de oferta y con clientes cada vez más exigentes en cuanto a la calidad y el precio.

En conclusión, a lo largo de este trabajo se ha analizado la viabilidad del hotel FAÑABÉ Costa Sur con el objetivo de detectar aquellos posibles fallos que la empresa está cometiendo y tratar de mejorar, en la medida de lo posible, su situación actual. Con ello, se trata de aumentar la ocupación y mejorar la prosperidad del negocio, teniendo en cuenta la excelente ubicación de este y la calidad de los servicios que ofrece.

Por ello, se estima que en un futuro próximo estas mejoras e innovación tengan los efectos positivos que se esperan, aumentar la ocupación y la satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

ARMAS CRUZ, Y. (2011): *El turismo en Canarias*. Litografía Gráficas Sabater, S.L. Santa Cruz de Tenerife.

CALDERON GARCÍA, R. (2012): *Manual para la elaboración de trabajos académicos y de investigación*. Mc Graw Hill. Madrid.

CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL (2005): *La incidencia de “todo incluido” en Canarias y las implicaciones en el comercio de las islas*. Las Palmas de Gran Canaria.

GIBBS, M. (2011): *Economía de los recursos humanos en la práctica: gestione el personal de la empresa para crear valor e innovar*. Madrid

HERNÁNDEZ MARTÍN, R. y SANTANA TALAVERA, A. (2010): *Destinos turísticos ante el cambio: reflexiones desde Canarias*. Producciones Gráficas, S.L. Santa Cruz de Tenerife.

MUÑOZ DE ESCALONA, F: *Los eventos y el turismo en el marco de la economía general*. IJSSSTH. 2012. Vol. 1(2), pp. 75-95.

RED

Biblioteca de la Universidad de La Laguna
<http://www.bbt.ull.es/view/institucional/bbt/Inicio/es>

Centro de documentación y publicaciones de AENA http://www.aena-aeropuertos.es/aena_cdp/listados/coleccion/estadisticas

Estadísticas y estudios del Gobierno de Canarias
http://www.gobcan.es/presidencia/turismo/estadisticas_y_estudios/

Hotel Adonis Resort Isla Bonita <http://www.adonisresorts.com/>

Hotel Bahía Princess http://www.princess-hotels.com/web/ES/FPW/17_Detalle_Hotel.asp?H=46601

Hotel FAÑABÉ Costa Sur <http://www.gfhoteles.com/es/hotel-fanabe-costasur.html>

Hotel Jacaranda <http://www.hoteljacaranda.es/>

Instituto Canario de estadísticas <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

Instituto de estudios turísticos <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx>

Instituto nacional de estadística <http://www.ine.es/>

Investigación turística del turismo de Tenerife
<http://www.webtenerife.com/investigacion/>

Organización Mundial del turismo <http://www2.unwto.org/es>

ANEXO I

Se adjunta la transcripción de la entrevista realizada el día 27 de febrero de 2014 al personal de administración del hotel FAÑABÉ Costa Sur con el objetivo de obtener todo tipo de información posible sobre la empresa, además de visualizar las instalaciones que nos sean posibles.

Entrevistadoras (E): Buenos días, somos dos estudiantes pertenecientes a la Universidad de la Laguna interesadas en estudiar la empresa con el objetivo de proponer mejoras para el hotel, las cuales ustedes pueden aceptar en un futuro o no. Por lo tanto, ¿estaría usted dispuesto a facilitarnos la información necesaria para ello?

Personal de administración (PA): Sí, siempre y cuando me sea posible facilitárselas. A qué tipo de información se refieren.

(E): Básicamente estamos interesadas en conocer las instalaciones, los servicios que ofrece la empresa, ciertos datos de inversión en publicidad, etc.

(PA): con respecto al hotel en su conjunto (instalaciones, servicios que ofrece y número de habitaciones) pueden encontrar toda la información en la página web oficial de la empresa. Por otra parte, los datos referidos a información contable tengo que preguntar qué datos podría facilitarles y cuales no serían posibles.

(E): de acuerdo, hablando en términos generales considera que el hotel está invirtiendo lo suficiente con el fin de mejorar.

(PA): según mis conocimientos la inversión en publicidad es bastante elevada, como lo es también en formación del personal para el correcto trato a los clientes, recibimos muy buenas críticas por parte de estos. El resto de inversiones desconozco con exactitud cómo ha evolucionado en los últimos años.

(E): ¿considera qué los hoteles que le rodean suponen una importante competencia para el hotel?

(PA): puede suponer cierta competencia, sin embargo, el hotel ya cuenta con clientes que son fieles y por otra parte, realiza promociones vacacionales que son atractivas para los turista y se realizan contrataciones a través de un tour operador.

(E): ¿En qué consiste la función del tour operador?

(PA): es una empresa que se encarga de contactar con el cliente, el cual realiza la reserva de la habitación y el pago de la misma a través de estos.

(E): vale, de momento comenzaremos a trabajar con el material que encontraremos en la página web a la espera de recibir noticias de usted sobre qué información contable nos puede aportar. Muchas gracias.

El resto de información aportada por la empresa es confidencial

ANEXO II

LLEGADA DE PASAJEROS PROCEDENTE DE AEROPUERTOS EXTRANJEROS A TENERIFE							
	2011	2012	2013	2014	var. 12/11	var. 13/12	var. 14/13
Enero	319.283	352.627	339.361	370.116	10,4%	-3,8%	9,1%
Febrero	332.694	345.269	339.465		3,8%	-1,7%	
Marzo	366.241	375.065	396.722		2,4%	5,8%	
Abril	352.388	303.921	316.841		-13,8%	4,3%	
Mayo	231.787	237.593	265.488		2,5%	11,7%	
Junio	243.282	261.651	269.355		7,6%	2,9%	
Julio	305.443	291.038	306.785		-4,7%	5,4%	
Agosto	294.100	286.663	308.139		-2,5%	7,5%	
Septiembre	279.917	273.429	283.224		-2,3%	3,6%	
Octubre	360.144	354.405	366.485		-1,6%	3,4%	
Noviembre	348.696	351.862	395.244		0,9%	12,3%	
Diciembre	350.718	360.893	397.185		2,9%	10,1%	
Total general	3.784.693	3.794.416	3.984.294	370.116	0,3%	5,0%	

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife.

Tabla 2.1: El sector turístico en Canarias

LLEGADA DE PASAJEROS PROCEDENTE DE AEROPUERTOS EXTRANJEROS A CANARIAS							
	2011	2012	2013	2014	var. 12/11	var. 13/12	var. 14/13
Enero	868.041	916.863	879.985	1.004.200	5,6%	-4,0%	14,1%
Febrero	932.699	928.673	886.520	995.521	-0,4%	-4,5%	12,3%
Marzo	1.025.160	1.015.002	1.039.336	1.128.043	-1,0%	2,4%	8,5%
Abril	936.635	787.687	786.814		-15,9%	-0,1%	
Mayo	636.724	635.723	683.606		-0,2%	7,5%	
Junio	681.853	692.780	718.106		1,6%	3,7%	
Julio	842.571	817.049	839.816		-3,0%	2,8%	
Agosto	817.567	787.990	840.198		-3,6%	6,6%	
Septiembre	746.482	749.136	784.475		0,4%	4,7%	
Octubre	962.498	919.617	995.671		-4,5%	8,3%	
Noviembre	931.841	910.989	1.072.889		-2,2%	17,8%	
Diciembre	936.107	939.605	1.063.844		0,4%	13,2%	
Total general	10.318.178	10.101.114	10.591.260	3.127.764	-2,1%	4,9%	

FUENTE: AENA. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife.

Tabla 2.2: El sector turístico en Canarias

RESUMEN DE INDICADORES ZONA SUR					
INDICADOR	ZONA SUR	I trimestre 2013	I trimestre 2014	Variación%	Diferencia
ALOJADOS	alojados	980.092	977.592	-0,3%	-2.500
	alojados hoteleros	586.970	601.283	2,4%	14.313
	alojados extrahoteleros	393.122	376.309	-4,3%	-16.813
	ocupación	68,8	71,8	4,4%	3,0
OCUPACIÓN	ocupación hotelera	78,9	81,1	2,7%	2,2
	ocupación extrahotelera	58,8	61,7	4,9%	2,9
	pernoctaciones	8.212.139	8.433.473	2,7%	221.334
PERNOCTACIONES	pernoctaciones hoteleras	4.678.835	4.968.173	6,2%	289.338
	pernoctaciones extrahoteleras	3.533.304	3.465.300	-1,9%	-68.004
	estancia media	8,38	8,63	-	0,25
ESTANCIAS MEDIAS	estancia media hotelera	7,97	8,26	-	0,29
	estancia media extrahotelera	8,99	9,21	-	0,22

FUENTE: Desarrollo Económico, Cabildo Insular de Tenerife. ELABORACIÓN: Turismo de Tenerife

Tabla 2.3: El sector turístico en Canarias