



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

# **MERCADO HOTELERO EN LAS ISLAS CANARIAS. ANÁLISIS PARA POTENCIAR EL CRECIMIENTO DE UNA EMPRESA DE FORMACIÓN X.**

Autor: Esperanza Sánchez Pérez  
Director: María Belén Aldecoa Martínez

MADRID | 03 y 2024

## **RESUMEN**

Turismo y hoteles son dos palabras que caracterizan a España. La balanza de pagos española siempre ha estado marcada por el superávit del sector servicio turismo. Canarias es un claro ejemplo de ello ya que la mayor parte de su PIB depende de este sector, concretamente en el año 2022 representaba el 35,5%. Esta investigación consiste en realizar un estudio del mercado hotelero en las Islas Canarias para potenciar el crecimiento de una empresa de formación X en dicho sector. Para ello, se analizará exhaustivamente el turismo, el mercado hotelero canario y los requisitos y legislación que tiene que cumplir una empresa de formación para consolidarse en Canarias, con la intención de ver qué Islas y qué categorías de hoteles son el público objetivo para este tipo de empresas. Se llevará a cabo un análisis de puestos en hoteles además de un estudio de necesidades formativas a través de reseñas de páginas web para entender qué tipo de formación se encuentra mas demanda. Por último, se propondrán a X servicios a ofertar, además de sugerir un nuevo nicho de mercado.

**Palabras clave:** Islas Canarias, sector hotelero, cadenas hoteleras, formación, análisis de Islas, análisis de puestos hoteles, reseñas, servicios de formación profesional.

## **ABSTRACT**

Tourism and hotels are two words that characterize Spain. The Spanish balance of payments has always been marked by the surplus of the tourism service sector. The Canary Islands are a clear example of this since most of their GDP depends on this sector, specifically in 2022 it represented 35.5%. This research consists of carrying out a study of the hotel market in the Canary Islands to promote the growth of a training company X in said sector. To do this, tourism, the Canary hotel market and the requirements and legislation that a training company must comply with to consolidate in the Canary Islands will be exhaustively analyzed, with the intention of seeing which islands and which categories of hotels are the target audience for this type of companies. An analysis of positions in hotels will be carried out in addition to a study of training needs through website reviews to understand what type of training is most in demand. Finally, services to be offered will be proposed to X, in addition to suggesting a new market niche.

**Key words:** Canary Islands, hotel sector, hotel chains, training, island analysis, hotel job analysis, reviews, professional training services.

## ÍNDICE

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 1.     | Introducción:.....   | 6  |
| 1.1.   | Presentación del tema y su relevancia .....                            | 6  |
| 1.2.   | Objetivo de la investigación .....                                     | 7  |
| 1.3.   | Metodología del trabajo .....  | 7  |
| 1.4.   | Estructura del trabajo .....   | 8  |
| 2.     | Marco teórico.....   | 9  |
| 2.1.   | Turismo en las Islas Canarias .....                                    | 9  |
| 2.2.   | Contexto del sector hotelero en las Islas Canarias .....               | 10 |
| 2.3.   | Importancia de la formación profesional en la industria hotelera ..... | 11 |
| 2.4.   | Análisis macroentorno PEST.....  | 12 |
| 2.4.1. | Político.....  | 12 |
| 2.4.2. | Económico .....  | 12 |
| 2.4.3. | Social- Demográfico .....  | 15 |
| 2.4.4. | Tecnológico .....  | 15 |
| 2.5.   | Idiosincrasia de los canarios .....                                    | 16 |
| 2.6.   | Perfil de empresa de formación en Canarias .....                       | 17 |
| 3.     | Análisis del mercado hotelero Canario.....                             | 23 |
| 3.1.   | Proceso de filtrado de las Islas. ....                                 | 23 |
| 3.1.1. | Mercado potencial .....  | 23 |
| 3.1.2. | Condiciones económicas .....   | 24 |
| 3.1.3. | Factores políticos-legales .....                                       | 24 |
| 3.1.4. | Condiciones socioculturales .....                                      | 25 |
| 3.1.5. | Análisis de Competitividad .....                                       | 26 |
| 3.2.   | Estudio principales cadenas hoteleras .....                            | 28 |
| 4.     | Análisis de puestos hoteles .....                                      | 31 |
| 4.1.   | Elección Público objetivo de X .....                                   | 31 |
| 4.2.   | Teoría Análisis de puestos .....                                       | 32 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 4.2.1. | Análisis de puestos hoteles 5 y 4 estrellas .....          | 33 |
| 4.3.   | Factores que mas valoran los clientes de los hoteles ..... | 35 |
| 4.4.   | Reseñas de hoteles de Tenerife .....                       | 38 |
| 4.4.1. | Estudio reseñas Hoteles 5 estrellas, Tenerife .....        | 38 |
| 4.4.2. | Estudio reseñas Hoteles 4 estrellas, Tenerife .....        | 39 |
| 5.     | Resultados.....  | 41 |
| 5.1.   | Servicios de formación a ofrecer .....                     | 41 |
| 5.2.   | Proposición de un nuevo nicho de mercado .....             | 42 |
| 6.     | Conclusión .....   | 43 |
| 6.1.   | Futuras líneas de investigación.....                       | 46 |
| 7.     | Declaración Chat GTP.....                                  | 47 |
| 8.     | Referencias bibliográficas .....                           | 48 |
| 9.     | Anexos .....   | 56 |

## **Índice de Gráficos:**

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1: Evolución anual del número de turistas que llegaron a Canarias de 2010 a 2022 (en millones). .....   | 10 |
| Gráfico 2: Previsión de la variación del producto interior bruto (PIB) prevista en España en 2023 con respecto a 2022, según comunidad autónoma. .... | 13 |

## **Índice de Ilustración:**

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 1: % Bonificación según plantilla. .... | 19 |
|---|----|

## **Índice de tablas:**

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Producto Interior Bruto por habitante. Año 2022. ....                                 | 13 |
| Tabla 2: Tasa de paro (% de población de 16 y más años). ....                                  | 14 |
| Tabla 3: Número de hoteles en Canarias, por isla. ....   | 24 |
| Tabla 4: Tarifa Media Diaria en hoteles canarios, por isla. ....                               | 24 |
| Tabla 5: Inversión del gobierno en infraestructuras turísticas en Canarias, por isla. ....     | 25 |
| Tabla 6: Mas tendencia a formación en Canarias, por isla. ....                                 | 25 |
| Tabla 7: Número de empleados en establecimientos hoteleros en Canarias en 2020, por isla. .... | 27 |
| Tabla 8: Número de hoteles por categoría en Tenerife en 2022. ....                             | 31 |

## **1. Introducción:**

### **1.1. Presentación del tema y su relevancia**

Turismo y hoteles son dos palabras que caracterizan y señalan a España. La balanza de pagos española siempre ha estado marcada por el superávit del sector servicios, del turismo, convirtiéndose en una de las principales fortalezas de la economía.

El turismo tiene un papel clave en la economía española. En estos últimos años, España se ha convertido en uno de los lugares turísticos más significativos del mundo, lo que ha tenido un importante impacto en la hostelería y más concretamente en el sector hotelero. La mayor parte de los turistas internacionales que visitan España se alojan en hoteles, por lo que no es difícil de creer que el número de hoteles y empresas de alojamiento parecidas ya sean moteles, pensiones y hostales incrementara incluso antes de la crisis Covid´19. En diciembre de 2021, hay aproximadamente 12.600 empresas registradas con más de 17.000 sucursales en todo el país. Esto destaca lo importante que son las pequeñas y medianas empresas conocidas como pymes en España. (Statista, 2024).

El turismo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo y en la mayoría de su parte de forma incremental, incluso ha superado los números anteriores a la pandemia Covid´19. Este pasado verano 2023 dicho sector representa en la economía española el 17,3% del Producto Interior Bruto. (Exceltur, 2023).

Turismo va de la mano de los hoteles, por ese motivo considero clave e interesante hacer un estudio sobre el sector hotelero en España y más concretamente en las Islas Canarias ya que la mayor parte de su PIB depende de este sector, concretamente en el año 2022 representaba el 35,5%. (Exceltur, 2023). Como vemos el turismo crece, los hoteles aumentan de forma exponencial y las empresas de formación cada vez son más necesitadas para formar a grandes profesionales en el ámbito de la hostelería. De ahí, que mi Trabajo de Fin De Grado (en adelante, TFG) además de hacer un estudio exhaustivo de la hostelería en Canarias ayude a una empresa de formación X a expandirse en este mercado.

## **1.2.Objetivo de la investigación**

Este TFG tiene como propósito principal potenciar el crecimiento de una empresa de formación X en el mercado hotelero canario. Para ello necesitaremos analizar una serie de objetivos mas generales desarrollados a continuación:

- Analizar el sector hotelero en Canarias de la mano del turismo
- Estudiar la importancia de la formación en la industria hotelera
- Análisis PEST del macroentorno
- Desarrollar el perfil ideal que debería tener X
- Identificar isla(s) potencial(es) para la empresa de formación X
- Estudiar principales cadenas hoteleras
- Seleccionar perfil de hotel objeto de negocio para la empresa X en la(s) isla(s) señalada(s)
- Análisis de puestos en hoteles
- Estudiar necesidades de formación
- Proponer servicios formativos
- Proponer un nuevo nicho de mercado

## **1.3.Metodología del trabajo**

Para lograr los objetivos anteriormente mencionados, la metodología se estructurará de la siguiente forma, primero se obtendrá información fáctica del turismo en Canarias y de lo que representa el sector hotelero en dichas Islas. Para conseguir determinada información de manera fiable y académica se emplearán buscadores como *Google Scholar, Dialnet...* Se utilizarán fuentes secundarias para obtener datos sobre la importancia de la formación en los hoteles además de realizar exhaustivamente un estudio del perfil que debería tener la empresa de formación X, a su vez se llevará a cabo un análisis PEST del macroentorno para ver qué puede influir en el negocio y se analizará la idiosincrasia de los canarios para reflexionar sobre qué tipo de formación les es mas beneficiosa recibir.

Como bien he comentado a priori, este TFG trata de hacer crecer a una empresa de formación X en hoteles de Canarias y como explicaremos a continuación el primer paso sería consolidarse en una isla y una vez se establezca y gane competitividad se

expanda a otras. Por lo tanto, para hacer ese estudio de mercado de Islas potenciales, se llevará a cabo un proceso de filtrado de Islas, este trata de un análisis cuantitativo/cualitativo ya que se podrán utilizar tantos datos numéricos como factores cualitativos: cultura, estabilidad política...

Este proceso de filtrado de Islas se desarrolla por etapas y en cada una de ellas iremos eliminando Islas hasta quedarnos con las mejores opciones, para ello seleccionaremos las variables y criterios más adecuados en cada paso para su análisis. En la primera etapa se estudia el mercado potencial, es decir, ver qué Islas estarían más interesadas en lo que la empresa de formación X ofrece, la etapa 2 trata de condiciones económicas y financieras, a continuación, el paso 3 conlleva factores políticos legales, fase 4 factores socioculturales y, por último, un análisis de competitividad que desembocará en la isla clave para la empresa. A posteriori, se estudiarán las principales cadenas hoteleras de la isla potencial, isla de referencia, (en su mayoría el sector hotelero de la isla se compone de estas) haciéndonos tomar conciencia de que estas cadenas se encuentran en otra isla clave por lo que sería conveniente también expandirse a estas cadenas de la otra isla logrando así sinergias.

A continuación, una vez obtenida las Islas claves, se realizará un análisis de puestos de Hoteles 5 estrellas y Hoteles 4 estrellas, público objetivo de X, para después medir el nivel de satisfacción de los clientes a través de estudios generales y de reseñas en páginas webs de determinados hoteles de la isla de referencia y que sirve de igual medida como información para la otra isla de expansión. Esto tiene como fin, observar qué puestos son los que necesitan de más formación profesional. Por último, se comentará qué servicios de formación ofrecer además de proponer un nuevo nicho de mercado a X.

#### **1.4. Estructura del trabajo**

Este trabajo de investigación se divide en 5 partes para a continuación terminar con una conclusión. El TFG parte de un estudio sobre hoteles y turismo en Canarias para analizar cómo ayudar a X a crecer en las Islas. A estos apartados se le añaden los anexos, las citas, así como las referencias bibliográficas utilizadas.



La primera parte trata de la introducción, esta ayuda a poner en contexto el fin del trabajo, los objetivos que se pretenden cumplir, así como la metodología empleada.

En segundo lugar, encontramos al marco teórico, este engloba diferentes factores: el sector hotelero y turismo en Canarias, lo importante que es la formación en los hoteles, un análisis PEST, analizar brevemente el perfil que debería tener la empresa de formación X, así como la idiosincrasia canaria.

En el tercer punto, se llevará a cabo un análisis del mercado hotelero canario realizando un proceso de filtrado de Islas para seleccionar la isla que mas le interesa a X consolidarse. Posteriormente, se estudiarán cadenas hoteleras de la isla clave, haciéndonos reflexionar que estas mismas cadenas se dan en otra isla importante por lo que sería interesante expandirse a estos mismos grupos hoteleros en la otra isla logrando una mayor sinergia.

El análisis de puestos y la selección del público objetivo para X constituye el punto 4. A continuación, se realizará un estudio de necesidades formativas.

En el quinto lugar, se propondrán servicios a ofertar en los hoteles canarios. Además de un nuevo nicho de mercado a X.

Por último, se llevarán a cabo las conclusiones de este trabajo de investigación, a posteriori, se incluirán las referencias bibliográficas para terminar con los anexos: datos, tablas...

## **2. Marco teórico**

### **2.1. Turismo en las Islas Canarias**

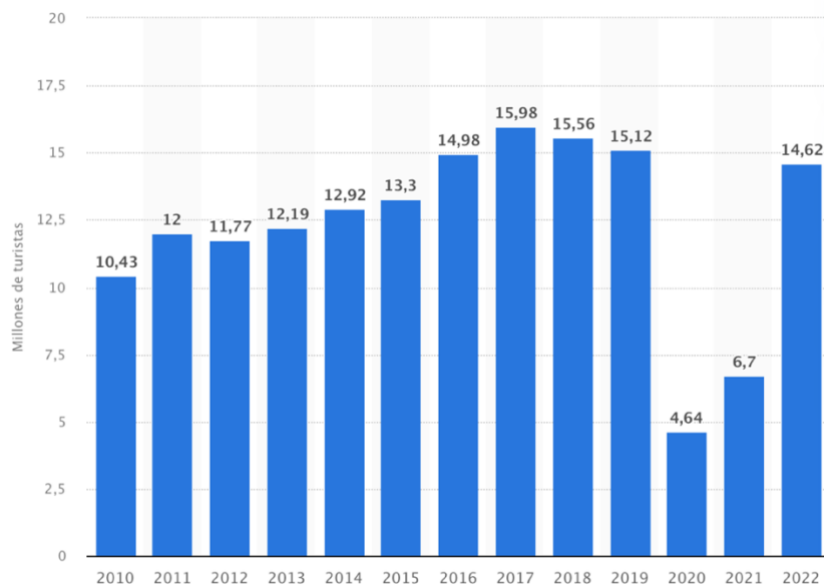
Canarias es la tercera comunidad autónoma más popular entre los viajeros internacionales en España, a continuación de Baleares y Cataluña. Este archipiélago volcánico, que se encuentra frente a las costas de Marruecos y el Sáhara Occidental, junto con su clima subtropical, la riqueza cultural y artística hacen de este un lugar turístico

ideal. El turismo es fundamental para la economía local, representando casi el 40% del empleo y el 35% del Producto Interior Bruto de Canarias. (Orús, 2024).

El turismo mas importante para Canarias proviene de Reino Unido, Alemania, y del resto de España, es cierto que durante los años marcados por la pandemia Covid´19 en 2020 el turismo disminuyó, pero tanto en las Islas como en el resto del mundo. Una vez recuperados de la crisis sanitaria, en 2022 volvió a incrementar el número de turistas incluso superando los datos anteriores a la pandemia: Turismo británico se aproximó a los 5.000.000 millones, turismo alemán creció en 1 millón y el español aumentó en medio millón. (Orús, 2024).

A continuación, podemos observar un gráfico proporcionado por el *Statista* que representa la evolución anual del número de turistas que fueron a las Islas en los años 2010 al 2022, en millones.

Gráfico 1: Evolución anual del número de turistas que llegaron a Canarias de 2010 a 2022 (en millones).



Fuente: (Statista, 2024a).

## 2.2. Contexto del sector hotelero en las Islas Canarias

Canarias es igual a destino turístico, de ahí que el sector hotelero tenga en papel fundamental en su economía. Mas o menos el 60% de los turistas que visitan la isla eligen un hotel y entre los diferentes perfiles de hoteles los mas seleccionados son los de 4 estrellas. Cabe destacar que, en condiciones regulares, la tasa de ocupación de las habitaciones no disminuye del 75% en todo el año. Debido a la emergencia sanitaria de 2020, esta cifra solo alcanzó el 50% durante el mes de agosto. Dos años después en 2022, en verano, temporada alta, se alcanzaron números de 2019 y, a excepción de enero y febrero, los niveles de ocupación fueron bastante parecidos a los observados antes de la crisis.

Cuando se trata de los destinos más populares, dos Islas principales son mas visitadas que las demás. Estas son, Tenerife y Gran Canaria que representan la mayoría de las pernoctaciones (cada noche que un viajero se aloja en el establecimiento) en las Islas Canarias y cuentan con las tarifas medias diarias más altas, esta es una métrica para calcular el ingreso medio obtenido por una habitación ocupada de hotel o establecimiento turístico (en adelante, ADR). En términos de facturación de habitaciones disponibles encontramos al RevPAR acrónimo que se refiere a los ingresos por habitación disponible (Revenue Per Available Room, dicho en inglés), Lanzarote ocupó el segundo puesto después de Tenerife en 2022. (Orús, 2024).

### **2.3. Importancia de la formación profesional en la industria hotelera**

Según la Real Academia Española, RAE, la formación profesional se define como *“Denominación que comprende el conjunto de acciones formativas que capacitan para el desempeño cualificado de las diversas profesiones, el acceso al empleo y la participación activa en la vida social, cultural y económica”*. (Real Academia Española, 2024a).

Formar adecuadamente y de forma continua el capital humano que comprende el sector hotelero es clave. De hecho, es una de las estrategias fundamentales para lograr una ventaja competitiva en la empresa y así poder diferenciarte de la competencia haciéndote único y difícil de imitar. Por este motivo, es fundamental que los hoteles lleven a cabo buenas prácticas en el ámbito de la formación con la intención de hacer de sus trabajadores una ventaja competitiva que sea sostenible en el tiempo. (Lillo, Rodríguez & Sevilla, 2007).

## **2.4. Análisis macroentorno PEST**

El análisis PEST se puede definir como una herramienta de marketing cuya utilidad es identificar aquellos factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del entorno macro que repercuten en el negocio de una empresa. Aspectos que tiene que comprender X de Canarias.

### **2.4.1. Político**

La Comunidad Autónoma de Canarias se encuentra en España y por tanto pertenece a la Unión Europea haciendo que esto sea un elemento favorable para la promoción y desarrollo del turismo en la región. Es un lugar políticamente estable y seguro. Además, dispone de un estricto control sanitario, así como de seguridad alimentaria a la hora de viajar, factores clave para muchos turistas. Cuenta con oportunidades fiscales como la Zona Especial Canaria (en adelante, ZEC), este podría definirse como un sistema especial de impuestos bajos que permite a las compañías de diferentes sectores pagar una tasa impositiva especial sobre las ganancias del 4% en el Impuesto de Sociedades. Esto significa un tremendo ahorro fiscal en comparación con la media de la UE, que es un 21,3%. En el resto de España este impuesto es del 25% para las PYMES. En Canarias hay oportunidades de determinadas deducciones superiores a las que se encuentran en la normativa gubernamental esto se debe a la aplicación de las diferencias previstas en el (Gobierno de Canarias, 2024b):

*“Artículo 94 de la Ley 20/1991, de 7 de junio, de modificación de los aspectos fiscales del Régimen Económico Fiscal de Canarias”.*

### **2.4.2. Económico**

Conocer cómo afecta el sistema económico de Canarias a X es fundamental, por lo que se estudiará el Producto Interior Bruto per cápita el cual mide el valor de todos los bienes y servicios que se han producido durante un periodo de tiempo (lo mas normal es 1 año) en una economía, en este caso Canarias, dividido entre el número de habitantes.

Otro indicador como el PIB calculado igual que el PIB per cápita, pero sin dividir entre número de habitantes, y la tasa de paro.

En la siguiente tabla que vemos a continuación podemos observar que el PIB per cápita en valor en euros no sitúa a Canarias en la mejor posición en comparación con el resto de las comunidades autónomas. Sin embargo, la tasa de variación anual fue de las más altas, en concreto 13,4%, después de las Islas Baleares que obtuvo 16,5%, por lo que podemos ver un crecimiento muy positivo en ese aspecto.

Tabla 1: Producto Interior Bruto por habitante. Año 2022.

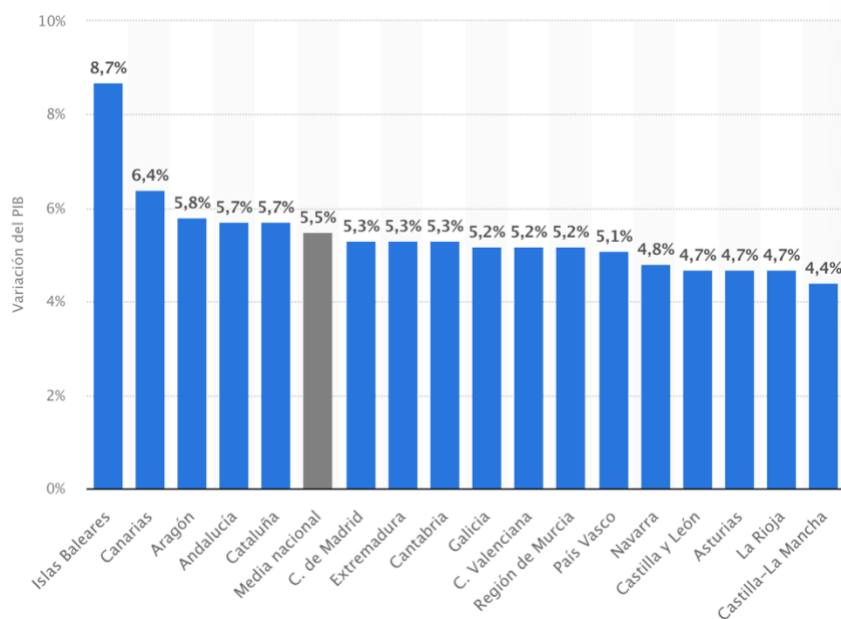
| Producto interior bruto por habitante. Año 2022 |        |                 |
|---|--------|-----------------|
|   | Valor  | Variación anual |
| Total Nacional                                  | 28.162 | 9,2             |
| Andalucía                                       | 21.091 | 9,2             |
| Aragón  | 31.051 | 8,3             |
| Asturias, Principado de                         | 25.675 | 9,9             |
| Baleares, Illes                                 | 29.603 | 16,5            |
| Canarias  | 22.303 | 13,4            |
| Cantabria                                       | 26.167 | 9,1             |
| Castilla y León                                 | 26.992 | 8,3             |
| Castilla - La Mancha                            | 22.574 | 8,1             |
| Cataluña  | 32.550 | 8,7             |
| Comunitat Valenciana                            | 24.473 | 8,2             |
| Extremadura                                     | 21.343 | 9,4             |
| Galicia   | 25.906 | 9,2             |
| Madrid, Comunidad de                            | 38.435 | 8,6             |
| Murcia, Región de                               | 23.197 | 8,0             |
| Navarra, Comunidad Foral de                     | 33.798 | 8,9             |
| País Vasco                                      | 35.832 | 9,4             |
| Rioja, La                                       | 29.579 | 9,6             |
| Ceuta   | 23.073 | 10,0            |
| Melilla   | 20.698 | 9,2             |

Valor en euros

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística, 2023).

Otro indicador clave, es el PIB, este nos indica que las previsiones en la variación anual del mismo van en crecer de manera significativa también y más que el resto de las comunidades autónomas a excepción de Baleares. Dato posiblemente significativo sobre que la economía de las Canarias poco a poco va enriqueciéndose, aunque en valor en euros se quede por detrás de muchas comunidades.

Gráfico 2: Previsión de la variación del producto interior bruto (PIB) prevista en España en 2023 con respecto a 2022, según comunidad autónoma.



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística).

En cuanto a la tasa de paro, se puede observar un gran decrecimiento del desempleo como observamos a posteriori en los datos proporcionado por el Instituto Nacional de Estadística (en adelante, INE). Aunque no sea la comunidad autónoma con menos paro se ha experimentado en este periodo de 2006 a 2022 una gran disminución del mismo.

Tabla 2: Tasa de paro (% de población de 16 y más años).

|                             | 2006       | 2007       | 2008        | 2009        | 2010        | 2011        | 2012        | 2013        | 2014        | 2015        | 2016        | 2017        | 2018        | 2019        | 2020        | 2021        | 2022        |
|-----------------------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Total</b>                | <b>8,5</b> | <b>8,2</b> | <b>11,3</b> | <b>17,9</b> | <b>19,9</b> | <b>21,4</b> | <b>24,8</b> | <b>26,1</b> | <b>24,4</b> | <b>22,1</b> | <b>19,6</b> | <b>17,2</b> | <b>15,3</b> | <b>14,1</b> | <b>15,5</b> | <b>14,8</b> | <b>12,9</b> |
| Andalucía                   | 12,6       | 12,8       | 17,7        | 25,2        | 27,8        | 30,1        | 34,4        | 36,2        | 34,8        | 31,5        | 28,9        | 25,5        | 23,0        | 21,2        | 22,3        | 21,7        | 19,0        |
| Aragón                      | 5,5        | 5,3        | 7,3         | 13,1        | 15,0        | 17,1        | 18,7        | 21,4        | 20,2        | 16,3        | 14,7        | 11,7        | 10,6        | 10,0        | 11,7        | 10,2        | 9,4         |
| Asturias, Principado de     | 9,2        | 8,4        | 8,5         | 13,4        | 15,9        | 17,8        | 21,8        | 24,1        | 21,1        | 19,1        | 17,6        | 13,7        | 13,6        | 14,2        | 14,1        | 12,5        | 12,6        |
| Baleares, Illes             | 6,4        | 7,2        | 10,2        | 17,9        | 20,1        | 21,9        | 23,2        | 22,3        | 20,0        | 17,3        | 13,9        | 12,4        | 11,5        | 11,7        | 16,1        | 14,8        | 10,9        |
| Canarias                    | 11,6       | 10,5       | 17,3        | 26,0        | 28,6        | 29,3        | 32,6        | 33,7        | 32,4        | 29,1        | 26,1        | 23,5        | 20,1        | 20,5        | 22,6        | 23,2        | 17,6        |
| Cantabria                   | 6,5        | 6,0        | 7,2         | 12,0        | 13,7        | 15,3        | 17,8        | 20,4        | 19,4        | 17,7        | 14,9        | 13,6        | 10,7        | 10,3        | 12,1        | 11,5        | 9,4         |
| Castilla y León             | 8,1        | 7,1        | 9,6         | 14,0        | 15,8        | 16,9        | 19,8        | 21,8        | 20,8        | 18,3        | 15,8        | 14,1        | 12,1        | 11,6        | 12,1        | 11,4        | 9,8         |
| Castilla - La Mancha        | 8,8        | 7,7        | 11,7        | 18,9        | 21,2        | 23,1        | 28,6        | 30,0        | 29,0        | 26,4        | 23,6        | 20,8        | 18,2        | 16,2        | 17,7        | 15,6        | 14,3        |
| Cataluña                    | 6,5        | 6,5        | 8,9         | 16,2        | 17,7        | 19,2        | 22,5        | 23,1        | 20,3        | 18,6        | 15,7        | 13,4        | 11,5        | 11,0        | 12,6        | 11,6        | 9,7         |
| Comunitat Valenciana        | 8,3        | 8,7        | 12,0        | 20,8        | 22,9        | 24,0        | 27,2        | 28,1        | 25,8        | 22,8        | 20,6        | 18,2        | 15,6        | 14,1        | 16,2        | 15,9        | 13,2        |
| Extremadura                 | 13,3       | 13,0       | 15,4        | 20,6        | 23,0        | 25,1        | 33,1        | 33,9        | 29,8        | 29,1        | 27,5        | 26,2        | 23,6        | 21,5        | 21,8        | 19,5        | 17,3        |
| Galicia                     | 8,4        | 7,6        | 8,6         | 12,4        | 15,3        | 17,3        | 20,5        | 22,0        | 21,7        | 19,3        | 17,2        | 15,7        | 13,3        | 11,8        | 12,0        | 11,7        | 11,0        |
| Madrid, Comunidad de        | 6,3        | 6,2        | 8,6         | 13,9        | 15,8        | 16,3        | 18,5        | 19,8        | 18,7        | 17,1        | 15,7        | 13,3        | 12,2        | 10,6        | 12,5        | 11,6        | 11,2        |
| Murcia, Región de           | 7,9        | 7,5        | 12,4        | 20,3        | 22,9        | 25,0        | 27,6        | 29,0        | 26,6        | 24,6        | 19,8        | 18,0        | 16,8        | 14,7        | 16,2        | 14,3        | 13,3        |
| Navarra, Comunidad Foral de | 5,4        | 4,7        | 6,8         | 10,8        | 11,9        | 13,0        | 16,2        | 17,9        | 15,7        | 13,8        | 12,5        | 10,2        | 10,0        | 8,2         | 10,1        | 10,6        | 9,6         |
| País Vasco                  | 7,2        | 6,2        | 6,6         | 11,3        | 10,7        | 12,4        | 15,6        | 16,6        | 16,3        | 14,8        | 12,6        | 11,3        | 10,0        | 9,2         | 9,5         | 9,8         | 8,6         |
| Rioja, La                   | 6,1        | 5,8        | 7,9         | 12,6        | 14,2        | 17,2        | 20,6        | 20,0        | 18,2        | 15,4        | 13,6        | 12,0        | 10,4        | 10,0        | 10,8        | 11,5        | 9,5         |
| Ceuta                       | 21,5       | 21,0       | 17,4        | 18,6        | 23,9        | 27,7        | 37,0        | 34,8        | 31,9        | 27,6        | 24,9        | 22,5        | 29,0        | 25,8        | 24,5        | 26,7        | 28,4        |
| Melilla                     | 13,6       | 18,2       | 20,0        | 23,5        | 22,8        | 22,4        | 26,9        | 32,5        | 28,4        | 34,0        | 30,8        | 27,6        | 25,8        | 27,0        | 23,6        | 19,8        | 21,6        |

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística, 2023).

### 2.4.3. Social- Demográfico

En cuanto a la situación social-demográfica, atenderemos a los datos numéricos provenientes de la estadística demográfica. El cómo se comporta la población local puede afectar al turismo tanto de manera positiva como negativa, de igual modo la llegada masificada de viajeros puede generar enfado en los residentes canarios y como consecuencia generar efectos negativos. Por tanto, es adecuado de cara al futuro contar con unos flujos turísticos que sean estables. Como bien dice José Luis Zoreda, vicepresidente ejecutivo de Exceltur: *“Un crecimiento más sostenible de este sector turístico, que no concite desencuentros con las sociedades locales ni rechazo ciudadano, con el mayor respeto y empatía, y generando el mejor empleo”*. (Otto, 2021).

Un breve resumen de la demografía en el año 2018 (año del que encontramos mas datos) es el siguiente: Índice de dependencia 41, 27%, edad media de la población 41,5, tasa bruta de natalidad 6,90% esta va disminuyendo conforme pasa el tiempo, tasa bruta de mortalidad 7,62% e indicador coyuntural de fecundidad 0,98 también presenta una disminución en los últimos años. (Otto, 2021).

### 2.4.4. Tecnológico

El tiempo en el que vivimos actualmente está lleno de distintas tecnologías y desarrollos de las TIC (tecnologías de la información y comunicación). Sin lugar a duda, estas, ofrecen grandes oportunidades para las empresas de hoy, llegando al público objetivo de forma más rápida y eficiente además de ahorrando dinero. Muchas empresas disponen de perfiles en redes sociales como *Facebook, Instagram, YouTube o Twitter* con la intención de compartir información, conocer mejor a sus clientes, así como atraer a nuevos consumidores, además de realizar sorteos para incrementar la fidelización. (Otto, 2021).

Es cierto que la tecnología puede tener efectos negativos, pero los positivos son mayores. Por un lado, nos permite ahorrar tiempo, llegar a más personas, ahorrar capital además de espacio, muchas empresas no necesitan oficinas físicas ni tiendas minoristas. Por otro lado, la utilización mayor de Internet ayuda a las personas a buscar información, a compartir opiniones y el nivel de satisfacción con el servicio recibido. En el ámbito de la hostelería, comentarios y reseñas compartidas en sitios web como *Booking*,

*Tripadvisor*...juegan un papel importante para algunas personas a la hora de elegir un hotel o restaurante. Por lo que, los negocios de hoy en día tienen que ser muy buenos en este ámbito ya que, reseñas negativas pueden perjudicar de manera significativa la reputación de la firma. (Otto, 2021).

## **2.5.Idiosincrasia de los canarios**

Según la Real Academia Española (RAE), idiosincrasia se define como el “*conjunto de los rasgos y el carácter distintivos de un individuo o comunidad*” por lo que las características de una persona o comunidad son diferentes de otros, es decir, un canario es distinto a un sevillano o a un asturiano. A continuación, veremos algunas características de los canarios. (Real Academia Española, 2024b).

Las Islas Canarias cuenta con multitud de tradiciones, entre ellos el Carnaval, que reflejan la alegría y el espíritu festivo de sus habitantes, algunos lo definen como “*una explosión de alegría y color, de ritmo y movimiento que inunda las calles*” otras fiestas que se celebran tienen relación con la gastronomía o el deporte de fuerte carácter isleño como la lucha canaria o el garrote además de romerías a vírgenes. (Gobierno de Canarias, 2024a).

Un rasgo muy determinante de los canarios es su hospitalidad, estos suelen ser reconocidos por sus buenos gestos y amabilidad hacia los extranjeros. Tienen una excelente relación con la naturaleza, esto se debe a la belleza natural de las Islas, haciendo que tengan una fuerte unión con el entorno natural y disfruten de actividades al aire libre ya sea senderismo, surf o ir a la playa. Su gastronomía refleja su cultura, encontramos la influencia de diversas culturas como la española, la africana y la iberoamericana. (Gobierno de Canarias, 2024a).

En cuanto a su relación con el trabajo, a pesar de la apariencia sosegada que muestran son rápidos, ágiles, no les sobra viveza ni ligereza. Sin embargo, el ser tan sosegado hace que dejen las cosas más para el futuro a diferencia del peninsular que lo quiere hacer en el momento. Un canario suele ser humilde y sencillo en sus relaciones sociales siempre cuidando la vida comunitaria y las relaciones sociales, tienen muy en cuenta la solidaridad y el apoyo mutuo entre vecinos y familiares.



Por lo tanto, un canario puede enlazarse con todas estas palabras que lo definen con exactitud: Son personas cálidas, hospitalares, con alegría de vivir, con un gran arraigo cultural, relajadas, con espíritu festivo, solidarias, amigables, tienden a ser personas adaptables y abiertas a nuevas experiencias, divertidas, llenos de vida. Por todos estos motivos, a la hora de consolidar una empresa de formación en este lugar, es muy importante que la formación que se ofrezca sea presencial.

La presencialidad es vital, los canarios valoran en gran medida las relaciones personales, por lo que la formación presencial puede generar un espacio para poder llegar a establecer conexiones más fuertes entre los empleados y sus formadores, a su vez también entre los propios empleados consiguiendo fortalecer la cohesión grupal. Como hemos mencionado cuidan la vida comunitaria por lo que si la formación es presencial esta puede fomentar un ambiente de comunidad en el cual los empleados pueden compartir experiencias, crear relaciones y fortalecer vínculos, lo que puede llevar al bienestar emocional y al éxito en el aprendizaje. En definitiva, esa idiosincrasia canaria con respecto a la interacción interpersonal y el sentido de comunidad, son indicadores que reflejan una necesidad formativa presencial a diferencia de la online, ya que con la presencialidad podrán formar parte de un ambiente de aprendizaje más interactivo y socialmente enriquecedor.

## **2.6. Perfil de empresa de formación en Canarias**

La consolidación de una empresa de formación X en Canarias requiere un perfil muy característico, tiene que ser una empresa de formación que cuente con excelentes recursos y profesionales además de ofrecer como parte de sus servicios formación bonificada, esto se debe a que el sector hotelero canario en su mayoría esta compuesto por grandes cadenas hoteleras con numerosos empleados por lo que les beneficia la formación bonificada.

La formación bonificada para empresas, denominada también formación programada o continua, constituye un tipo de capacitación subvencionada que posibilita a la empresa brindar a sus empleados acciones formativas vinculadas con la actividad empresarial o el puesto de trabajo, con el fin de actualizar o mejorar sus habilidades. Este

tipo de formación resulta sin coste alguno para los trabajadores y representa un gasto inferior a lo que sería el total monetario de la formación o incluso nulo para la empresa, dado que el importe de la acción formativa es bonificable en las cotizaciones de la Seguridad Social, es decir, además del valor añadido que supondrá para los empleados y para la empresa esta formación repercutirá en una disminución de gastos, haciéndola más atractiva y accesible. X deberá encargarse de todas las cuestiones burocráticas necesarias ante la administración para obtener esta bonificación de modo que lo único que tendrá que hacer la empresa hotelera es informar de sus necesidades.

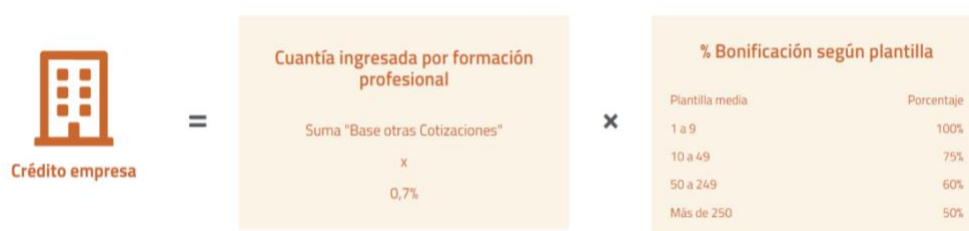
Dicha formación bonificada, es clave para que X pueda entrar de lleno en el mercado canario, para ello la empresa de formación deberá seguir los siguientes pasos; en primer lugar, obviarnos la aceptación por tanto; aceptada por el cliente la propuesta Gestión de formación Bonificada en Canarias, esto sería contar con la autorización del cliente para gestionar la formación bonificada; una vez hecho esto X deberá enviar los datos necesarios de cada curso que se vaya a llevar a cabo para darlos de alta en Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (en lo sucesivo, "FUNDAE"), para ello, es necesario que los clientes envíen los participantes del mismo; puesto que cada hotel tendrán sus necesidades y algunos querrán ciertos sectores de su hotel; y otros para todos los departamentos. (Fundación Estatal para la formación en el empleo, 2024).

Antes de la formación, la empresa dará a su cliente; asesoramiento sobre lo que puede bonificar de cada curso, una vez hecho esto en la aplicación bonificaciones FUNDAE, se darán de alta las acciones formativas que se vayan a acometer y dar de alta en esta aplicación los grupos formativos, este proceso consistirá en llevar a cabo la preparación de la documentación necesaria para bonificar las acciones y llevar a cabo la preparación de la documentación exigida como son los listados de asistencias, el cuestionario de evaluación y el escrito de entrega de documentación. (Fundación Estatal para la formación en el empleo, 2024).

El proceso que deberá seguir la empresa para conseguir esa bonificación para su cliente es la reflejada en la página de FUNDAE (Fundación Estatal para la formación en el empleo, 2024).

1. En primer lugar, se calculará el crédito; el crédito de formación representa la suma de recursos disponibles para tu empresa a lo largo del año, destinados a respaldar la formación proporcionada a tus empleados. Su cálculo se basa en las contribuciones realizadas para la formación profesional y en la plantilla media, utilizando información extraída de los Recibos de Liquidación de Cotizaciones del año anterior. La aplicación se encargará de realizar este cálculo de manera automática, utilizando los datos proporcionados por la Tesorería General de la Seguridad Social (TGSS).

Ilustración 1: % Bonificación según plantilla.



Fuente: (FUNDAE, 2024).

2. En segundo lugar, deberán darse de alta en la aplicación que lo puede hacer tanto el cliente como la empresa encargada de gestionar la bonificación.
3. En tercer lugar, la empresa debe tener muy en cuenta que si su cliente cuenta con Representación Legal de Trabajadores (en lo sucesivo, el “**RLT**”) ésta debe ser informada de la formación bonificada que esté previsto realizar acciones formativas.
4. En cuarto lugar, comunicar el inicio del curso.
5. En quinto lugar, durante del desarrollo de la formación han de tenerse en cuenta los siguientes aspectos:
  - i. La formación debe ser gratuita para los participantes.
  - ii. La duración total del curso no puede ser inferior a 2 horas.

- iii. La formación no puede superar las 8 horas diarias, a menos que se haga en un solo día.
  - iv. El número de participantes no deberá exceder 30 en modalidad presencial (25 si se trata de un Certificado de profesionalidad), y 80 por tutor en tele formación.
  - v. En el caso de modalidad presencial, debe cumplimentarse el Modelo de control de Asistencia (en la modalidad de tele formación, las plataformas deberán posibilitar el registro de la actividad de los participantes).
  - vi. Al finalizar el curso, deberá entregarse a los participantes el Cuestionario de evaluación del curso.
  - vii. En el plazo máximo de dos meses desde la finalización del curso, debe entregarse a los participantes un certificado de asistencia o diploma.
6. En sexto lugar, antes de que la empresa aplique la bonificación, deben comunicar la finalización del curso a través de la aplicación, desde su fecha de fin y, en todo caso, antes de la presentación del boletín de cotización del mes de diciembre.
7. Una vez comunicada la finalización en la aplicación, y hasta la presentación del boletín del mes de diciembre del año en curso, la empresa podrá aplicar su cliente la bonificación por formación en los recibos de Liquidación de Cotizaciones a la Seguridad Social. Deberán de tenerse en cuenta que deben (i) estar al corriente de pago frente Agencia Tributaria y Seguridad Social, (ii) en su caso, haber informado a la RLT y (iii) haber comunicado el inicio, realizado y comunicado la finalización de la formación.
8. En último lugar, es necesario mantener la documentación que respalda las acciones formativas por las cuales has obtenido la bonificación durante un período de cuatro años. Esta documentación deberá conservarse en caso de que sea solicitada en algún momento.

La empresa debe saber que al impartir la formación en las Islas Canarias tiene que cumplir además con requisitos *ad hoc* en las Islas, esto es de conformidad con el Decreto

112/2011, de 11 de mayo, por el que se regula los Centros integrados de formación profesional en la Comunidad Autónoma de Canarias; cuyos requisitos son que los centros privados de formación profesional integrada deben cumplir con los requisitos establecidos tanto en la normativa estatal (esto es lo dispuesto en el Real Decreto 1558/2005, de 23 de diciembre, por el que se regulan los requisitos básicos de los Centros integrados de formación profesional) de carácter básico que regula los centros de formación profesional integrada como en la normativa autonómica que regula dichos centros en la Comunidad Autónoma de Canarias (Real Decreto 1558/2005). Además, se deben satisfacer los siguientes requisitos adicionales:

A) Poseer la condición de centro colaborador o entidad formativa en el ámbito de la formación profesional para el empleo durante los dos años anteriores a la solicitud, así como haber ofrecido certificados de profesionalidad durante dicho período. Según esta norma, se considerarán centros y entidades de formación del Servicio Canario de Empleo aquellos que estén inscritos y acreditados en el Registro de Centros y Entidades de Formación Profesional para el Empleo de la Comunidad Autónoma de Canarias, según lo dispuesto en el Decreto 122/2011, de 17 de mayo. (DECRETO 112/2011).

B) Contar con la autorización para impartir enseñanzas de formación profesional del sistema educativo antes de presentar la solicitud y haber impartido, durante al menos dos cursos académicos previos, tres o más títulos de ciclos formativos, siendo al menos uno de ellos de grado superior.

Los requisitos para que una importante empresa de formación bonificada pueda operar en Canarias pueden variar, y es esencial tener en cuenta tanto la normativa estatal como la autonómica. A continuación, se detallan algunos requisitos técnicos, organizativos y de producción que debería de disponer X:

#### Requisitos Técnicos:

- Infraestructura y Equipamiento:
  - o Contar con instalaciones adecuadas para la formación.
  - o Disponer de equipos y tecnología actualizada para impartir cursos.
  - o Cumplir con los estándares de accesibilidad y seguridad.

### Personal Cualificado:

- Contar con profesionales debidamente cualificados para impartir la formación.
- Tener un equipo técnico especializado para el soporte tecnológico, si es necesario.
- Certificaciones y Homologaciones.
- Obtener las certificaciones necesarias para la validez de los cursos.
- Homologación por parte de organismos competentes.

### Requisitos Organizativos:

- Registro y Acreditación:
  - o Estar registrada y acreditada como entidad formadora en Canarias.
  - o Cumplir con los requisitos establecidos por el Servicio Canario de Empleo.
- Gestión Administrativa:
  - o Contar con un sistema de gestión administrativa eficiente para el registro y seguimiento de los participantes.
  - o Cumplir con los requisitos fiscales y contables.
- Adaptación a la Normativa Autonómica:
  - o Conocer y cumplir con la normativa autonómica específica para la formación bonificada en Canarias.

### Requisitos de Producción:

- Diseño de Cursos:
  - o Desarrollar programas de formación relevantes y actualizados.
  - o Adaptar los contenidos a las necesidades del mercado laboral canario.
- Calidad Educativa:
  - o Implementar sistemas de control de calidad en la impartición de los cursos.
  - o Obtener *feedback* de los participantes para mejorar continuamente.
- Flexibilidad y Adaptabilidad:
  - o Ser capaz de adaptar la oferta formativa a las demandas específicas del mercado hotelero canario.

Ofrecer horarios y modalidades de formación que se ajusten a las necesidades locales.

En el proceso de expansión de la empresa de formación hacia el mercado de Canarias, la primera estrategia será enviar a profesionales desde la sede principal para iniciar y gestionar las operaciones iniciales. Posteriormente, una vez consolidada la presencia y evaluado el desempeño del negocio en la región, considerar la posibilidad de

establecer una oficina permanente en Canarias y contratar profesionales locales para garantizar una presencia estable y un servicio continuo a los clientes en la zona.

En definitiva, podemos observar que en el mercado canario de hoteles solo pueden entrar empresas de formación potentes que cuenten con numerosos recursos, que cumplan los requisitos específicos y que dispongan de excelentes profesionales, las barreras de entrada en este mercado son altas por lo que X debe de cumplir con todos estos requisitos sino no le aconsejaría entrar y consolidarse en Canarias.

### **3. Análisis del mercado hotelero Canario**

#### **3.1. Proceso de filtrado de las Islas.**

Para realizar un análisis del mercado hotelero en Canarias y ver qué Isla sería mas provechosa para esta empresa de formación, realizaré un proceso de filtrado de islas. Este proceso se hace por etapas, estudiando una serie de factores. El orden sería el siguiente: Mercado potencial, condiciones económicas, factores políticos-legales, condiciones socioculturales y por último un análisis de competitividad. En cada etapa se seleccionará una/s variable/s y un criterio, de esta manera las Islas que cumplan el criterio se mantendrán en el análisis y las otras se eliminarán, hasta llegar a la última fase donde obtendremos la mejor opción.

##### **3.1.1. Mercado potencial**

En esta primera etapa se seleccionará las Islas que son oportunidades de negocio, que existan clientes que podrían optar a necesitar formación. Por lo que el primer indicador (variable) que nos indica el mercado potencial y por lo tanto se convierte en el primer condicionante, sería el número de hoteles. Es decir, para poder obtener una lista con la que empezar las filtraciones, hemos seleccionado, a través de los datos proporcionados por el *Statista* en 2022, aquellas Islas con mayor número de hoteles. (Statista, 2022)

Tabla 3: Número de hoteles en Canarias, por isla.

| <b>Islas</b>  | <b>Nº Hoteles</b> |
|---------------|-------------------|
| Tenerife      | 201               |
| Lanzarote     | 73                |
| La Gomera     | 12                |
| La Palma      | 15                |
| Fuerteventura | 89                |
| Gran Canaria  | 159               |

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Statista (2022a).

### 3.1.2. Condiciones económicas

El siguiente paso, para seleccionar la variable económica y de esta manera seguir filtrando Islas, se analizará la tarifa media diaria, esta, se calcula dividiendo los ingresos totales por el número de habitaciones ocupadas. Para hacerlo de manera global se han incluido diferentes tipos de hoteles. Esta variable es clave, ya que suele indicar un mayor poder adquisitivo de los hoteles, haciendo que estos puedan invertir mas en formación. El criterio que utilizaremos es desechar aquellas dos Islas que tenga los dos peores ADR, La Palma 69,50 y La Gomera 87,15. (Instituto Canario de Estadística, 2023).

Tabla 4: Tarifa Media Diaria en hoteles canarios, por isla.

| <b>Islas</b>  | <b>Tarifa Media Diaria</b> |
|---------------|----------------------------|
| Tenerife      | 113, 88€                   |
| Lanzarote     | 107,51€                    |
| La Gomera     | 87,15€                     |
| La Palma      | 69,50€                     |
| Fuerteventura | 101,13€                    |
| Gran Canaria  | 113,87€                    |

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Instituto Canario de Estadística (2023).

### 3.1.3. Factores políticos-legales



El siguiente paso, es analizar los factores políticos-legales, para ellos estudiaremos las inversiones en infraestructuras turísticas que ha destinado el gobierno canario a las Islas, como variable política. Si determinada isla obtiene mas inversión para mejorar espacios turísticos esto puede significar que otro dinero destinado a priori en infraestructuras se puede utilizar para otras áreas como la formación. En esta etapa señalaremos las tres Islas con una inversión mas elevada, estas son: Tenerife con 32 millones de euros, seguida de Fuerteventura y de Gran Canaria. (Gobierno de Canarias, 2023).

Tabla 5: Inversión del gobierno en infraestructuras turísticas en Canarias, por isla.

| <b>Islas</b>  | <b>Inversión del gobierno en infraestructuras turísticas</b> |
|---------------|--|
| Tenerife      | 32 millones de €   |
| Lanzarote     | 8, 21 millones €   |
| La Gomera     |  |
| La Palma      |  |
| Fuerteventura | 17 millones de €   |
| Gran Canaria  | 9 millones de €  |

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Gobierno de Canarias (2023).

#### 3.1.4. Condiciones socioculturales

En tercer lugar, se seleccionará un factor sociocultural cuya variable se basa en aquellas Islas que tienen mas tendencia a que los empleados de hoteles reciban formación profesional, esta variable se obtiene al ver dónde hay mas empresas de formación. En la tabla que viene a continuación, puntuaremos con +++++ (5 cruces) aquellas Islas en las que en hoteles se recibe mas formación y según se reciba menos formación, menos cruces. El criterio seleccionado es quedarnos con aquellas dos Islas que tenga una tendencia mas positiva, estas son Tenerife y Gran Canaria. Para ello se ha estudiado donde ofrecen sus servicios las distintas empresas de formación. (Empresas de formación en Canarias, 2023)

Tabla 6: Mas tendencia a formación en Canarias, por isla.

| Islas         | Mas tendencia a formación profesional |
|---------------|---------------------------------------|
| Tenerife      | +++++                                 |
| Lanzarote     |                                       |
| La Gomera     |                                       |
| La Palma      |                                       |
| Fuerteventura | +++                                   |
| Gran Canaria  | ++++                                  |

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Empresas de formación en Canarias (2023).

### 3.1.5. Análisis de Competitividad

Por último, para decidir entre las dos Islas que nos quedan se realizará un análisis de competitividad de Tenerife y Gran Canaria, se tendrá en cuenta cómo de competitivo y atractivo es el mercado hotelero, y cómo de competitiva sería la empresa X al introducirse en este mercado.

Tenerife, isla mas extensa del archipiélago canario, se presenta como una gran oportunidad de negocio pues es ya un mercado muy maduro a nivel de turismo y hostelería. Cuenta con un gran número de hoteles además de numerosos trabajadores ya que el pasado 2020 contaba con 9.342 personas dedicadas a las labores hoteleras. Quizás un problema que encontramos es que ya existen varias empresas de formación con las que se tendría que competir. (Statista, 2020).

Gran Canaria, es otra de las Islas mas estable en el sector hotelero canario. Dispone de grandes hoteles, pero con menos empleados en los establecimientos hoteleros. En 2020 contaba con 5.921 trabajadores, un número bastante inferior al obtenido en Tenerife. Es por este motivo, por el que hay menos empresas de formación a empleados, empleados- formación va ligado de la mano, cuántos mas trabajadores haya mas formación se necesita. (Statista, 2020). Sin embargo, cuenta con un conjunto de 159 hoteles, por lo que el mercado es amplio y con un turismo activo. El informe elaborado por turismo de Gran Canaria en 2023 relata lo siguiente: “Gran Canaria cierra abril con un incremento del 9% en pernoctaciones y con un 10% más de facturación”. “El número de turistas acumulado en el ejercicio de 2023 sube a 1.367.364 personas, lo que representa

un 26,3% más respecto a los mismos meses de 2022”. Además, alemanes, británicos y daneses han aumentado su presencia en la isla con un incremento interanual del 26% alemanes, 31,4% ingleses, 34% suecos y daneses 40%. (Turismo Gran Canaria, 2023).

Tabla 7: Número de empleados en establecimientos hoteleros en Canarias en 2020, por isla.

| <b>Islas</b>  | <b>Nº Empleados Hoteles</b> |
|---------------|-----------------------------|
| Tenerife      | 9.342                       |
| Lanzarote     | 3.619                       |
| La Gomera     | 322                         |
| La Palma      | 280                         |
| Fuerteventura | 4.040                       |
| Gran Canaria  | 5.921                       |

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Statista (2023).

En definitiva, entre Tenerife y Gran Canaria la isla potencial para consolidarse como empresa de formación es Tenerife. Es cierto, que ambas opciones tienen sus beneficios y riesgos. Una cuenta con un público objetivo más grande y otra con menos competitividad de mercado. Por lo que, a la hora de hacer una balanza, considero que tiene más peso el número de trabajadores ya que como hemos visto anteriormente la diferencia era abismal. Por lo tanto, Tenerife es una isla clave para X ya que cuenta con un gran mercado potencial, buenas condiciones económicas, políticas, así como socioculturales. Ese sería el resultado del análisis de competitividad. Sin embargo, lo que este análisis no tiene en cuenta y se expondrá más adelante es que el sector hotelero de las Islas Canarias en su mayor parte está compuesto por cadenas hoteleras y la gran mayoría de ellas se encuentran en Tenerife y Gran Canaria, por lo que se debe de tomar Tenerife como isla en la que consolidarse según el resultado del análisis de competitividad ya que dispone de más hoteles, más inversión en infraestructuras, turísticas, una mayor tarifa media diaria... Sin embargo, debe aprovechar la sinergia existente de las cadenas hoteleras. Esto significa que, X debe ofrecer servicios de formación a Tenerife en su totalidad y una vez que conozca las cadenas hoteleras de ese mercado expandir su alcance aprovechando sinergias con aquellas mismas cadenas que se encuentren en Gran Canaria. Por lo que, tomaremos Tenerife como principal mercado

en su totalidad (cadenas hoteleras + hoteles independientes) y en Gran Canaria, aquellas cadenas hoteleras que se encuentran en Tenerife, logrando así una mayor sinergia.

A continuación, estudiaremos las principales cadenas hoteleras de Tenerife como parte del mercado además de observar cuáles de estas se encuentran también en Gran Canaria, de esta manera obtendremos hoteles que serían un gran mercado para X.

### 3.2. Estudio principales cadenas hoteleras

Cadena hotelera se define como *“un conjunto de empresas y marcas concretas que engloban, bajo su nombre, a establecimientos de hospedaje público, instalaciones o construcciones que sean iguales en características y funciones, organizadas en sistema y que formen parte de una sola empresa o que estén sometidas a una sola dirección. Es decir, una empresa que efectúa y se responsabiliza de las distintas funciones de producción, comercialización, administración y finanzas ya sea de dos o más establecimientos destinados a brindar servicios de alojamiento al público en general”*. Podemos distinguir entre cadenas internacionales, aquellas que operan en multitud de países a nivel global. Cadenas nacionales, operan solamente dentro de un país y cadenas locales, las cuales trabajan solo en una localidad específica. (González et al., 2018).

Los principales grupos hoteleros que se dan en estas dos Islas son cadenas internacionales las cuales son hoteles grandes, con un gran número de personal y numerosas habitaciones. En Tenerife el peso de las cadenas hoteleras es de un 55,2% frente al 44,8% de hoteles independiente por lo que ese porcentaje refleja la importancia que tienen las cadenas hoteleras en la isla, porcentaje similar al de Gran Canaria. (González et al., 2018).

Las cadenas hoteleras clave que se encuentran en Tenerife son *Meliá Hotels International, Iberostar, Barceló Hotels & Resort, H10 Hoteles, NH Hotel Group, AC Hotel Marriot y RIU Hoteles*, una vez estudiadas dichos grupos en Tenerife analizaremos cuáles están también en Gran Canaria, esto ayuda a X a contemplar su mercado potencial de cadenas hoteleras. Comenzaré por la tercera cadena mas grande de Europa y la doceava del mudo, **Meliá Hotels International**, a día de hoy cuenta con 350 hoteles en mas de 50 países alrededor de 4 continentes.

- En Tenerife, encontramos al *Gran Meliá Palacio de Isora, Hotel Las Águilas Tenerife Affiliated by Meliá, Sol Costa Atlantis Tenerife, Meliá Jardines del Teide, Sol Arona Tenerife, Hacienda Del Conde Meliá Collection, Sol Tenerife, Sol Puerto de la Cruz Tenerife y INNSiDE Tenerife Santa Cruz*. (Meliá Hotels International. 2024b).
- Gran Canaria, cuenta con una oferta inferior de hoteles como vimos en el anterior análisis, de esta cadena cuenta con *Sol Barbacan y Paradisus by Meliá Gran Canaria*. (Meliá Hotels International. 2024a).

**Iberostar**, cadena internacional española en hoteles de España, Caribe y Mediterráneo, cuenta con mas de 100 establecimientos y 60 años trabajando en el sector del turismo.

- Tenerife: *Iberostar Selection Anthelia, Iberostar Heritage Grand Mencey, Iberostar Selection Sábila, Iberostar Bouganville Playa, Iberostar Las Dalias, Iberostar Grand El Mirador y Iberostar Grand Salomé*. (Iberostar, 2024b).
- Gran Canaria: No cuenta con estos hoteles.

**Barceló Hotels & Resorts**, cadena española con presencia internacional, cuenta con 278 hoteles alrededor de Europa, América y el Norte de África. (Barceló Hotel Group, 2024a).

- En Tenerife dispone de 7 hoteles *Barceló Santiago- Adults Only, Barceló Tenerife, Allegro Isora, Barceló Tenerife Royal Level, Royal Hideaway Corales Suites, Occidental Santa Cruz Contemporáneo y Royal Hideaway Corales Beach - Adults only*.
- Gran Canaria cuenta de esta cadena hotelera con 6 hoteles, *Barceló Margaritas, Santa Catalina, Royal Hideaway Hotel, Occidental Roca Negra - Adults Only, Barceló Margaritas Royal Level - Adults Only, Occidental Las Palmas y Occidental Las Canteras*.

**NH Hotel Group** es una cadena internacional, con presencia en 35 países, principalmente en Europa, cuenta con 359 hoteles. (NH Hotel Group, 2024).

- En Tenerife cuenta con 2 hoteles: *Tivoli La Caleta Tenerife Resort y NH Tenerife*.

- En Gran Canaria no tiene presencia esta cadena.

Siguiente cadena hotelera para analizar es **H10 Hotels**, cadena hotelera española, con 66 hoteles en 23 destinos, Europa entre ellos.

- Tenerife: *H10 Tenerife Playa, H10 Costa Adeje Palace, H10 Las Palmeras, H10 Gran Tinerfe, H10 Atlantic Sunset, H10 Big Sur y H10 Conquistador. (7 hoteles).* (H10 Hotels, 2024).
- Gran Canaria: *H10 Playa Meloneras Palace, Gran Canaria.*

### **AC Hotel Marriot**

- Tenerife: *AC Hotel Tenerife.* (AC Hotel Marriot, 2024b).
- Gran Canaria: *AC Hotel Gran Canaria.* (AC Hotel Marriot, 2024a).

**RIU hoteles**, cadena hotelera española, nació con 1 hotel en Palma de Mallorca y actualmente cuenta con 100 hoteles por todo el mundo.

- Tenerife: *Hotel RIU Arecas 4, Hotel RIU Palace Tenerife, Hotel RIU Buenavista 4\* y Hotel RIU Garoe 4\*.* (RIU Hoteles, 2024b).
- Gran Canaria: *Hotel RIU gran canaria 4\*, Hotel RIU Palace Oasis, Hotel RIU Palace Meloneras, Hotel RIU Vistamar 4\*, Hotel RIU Palace Maspalomas, Hotel RIU Palace Palmeras y Hotel RIU Papayas 4\*.* (RIU Hoteles, 2024a).

Este breve análisis, da información a la empresa de formación X sobre dónde optimizar sus recursos y en qué cadenas hoteleras, se llega a la conclusión de que tomando Tenerife como líder en cadenas hoteleras aquellas en las que se establezca la empresa de formación, podría hacerlo también en Gran Canaria ya que como hemos visto 5 de las 7 cadenas principales de Tenerife también se encuentran en Gran Canaria. En este análisis se puede observar que la mayoría de las cadenas hoteleras las cuales son un mercado objetivo para X son hoteles 4 y 5 estrellas. A modo proposición, me gustaría comentar que una vez consolidada la empresa de formación en las cadenas de estas dos Islas, las próximas Islas de expansión serían Lanzarote y Fuerteventura ya que también disponen de buenas cadenas hoteleras y dejaría fuera La Gomera, La Palma y el Hierro ya que a penas cuentan con grupos hoteleros.

#### **4. Análisis de puestos hoteles**

##### **4.1. Elección Público objetivo de X**

En este siguiente apartado se realizará un análisis de puestos de Hoteles 5 estrellas y Hoteles 4 estrellas, público objetivo de X, para a continuación medir el nivel de satisfacción de los clientes a través de determinadas reseñas en páginas webs. Esto tiene como fin, observar mediante las reseñas de los turistas qué puestos ya analizados son los que necesitan de mas formación profesional. Pero antes de comenzar a desarrollar este análisis se explicará porque los Hoteles 3 estrellas, 2 estrellas y 1 estrellas son descartados de estos estudios.

Como sabemos la isla potencial de expansión es Tenerife en su totalidad (cadenas hoteleras + hoteles independientes). Sin embargo, en este crecimiento también se ha incluido a Gran Canaria para aquellas cadenas hoteleras iguales a las que dispone Tenerife con el fin de lograr sinergias. Por lo que en este punto 4 “análisis de puestos” se estudiará solo a Tenerife ya que los resultados que se obtengan podrán aplicarse de igual manera a Gran Canaria y sus cadenas hoteleras, esto se debe a que las cadenas son las mismas y los perfiles de hoteles iguales, hoteles de playa.

Comenzaremos con este análisis de Tenerife, anteriormente vimos que mencionada isla consta de 201 hoteles si los dividimos por categorías encontramos 10 hoteles de 1 estrella, 15 hoteles de 2 estrellas, 45 hoteles de 3 estrellas, de 4 estrellas 102 hoteles y por último de 5 estrellas, 29 hoteles. Por lo que en esta división se puede observar claramente que los Hoteles de 1 y 2 estrellas no le interesan a X dado los pocos hoteles existentes. Por lo tanto, no deben centrarse en estas categorías hoteleras ya que no podrán sacar beneficio, deben centrarse y optimizar recursos en otras.

Tabla 8: Número de hoteles por categoría en Tenerife en 2022.

| <b>Categoría Hoteles</b> | <b>Número de Hoteles</b> |
|--------------------------|--------------------------|
| Hotel 5 Estrellas        | 29                       |
| Hotel 4 Estrellas        | 102                      |
| Hotel 3 Estrellas        | 45                       |
| Hotel 2 Estrellas        | 15                       |

|                   |    |
|-------------------|----|
| Hotel 1 Estrellas | 10 |
|-------------------|----|

Fuente: Elaboración propia, adaptado de Balance de situación turística de Tenerife (2022).

Si estudiamos el RevPAR, el cálculo de este se realiza multiplicando la tarifa media diaria por la tasa de ocupación. Este indicador es muy útil ya que normalmente cuánto mas alto sea el RevPAR mejor rendimiento financiero tiene el hotel esto se debe a que el hotel esta generando mas ingresos por cada habitación que se encuentra disponible. Si estudiamos el RevPAR de las categorías Hoteles 5 y 4 estrellas y 3 estrellas obtendremos una perspectiva mas detallada de la actuación económica de cada uno.

La situación turística de Tenerife, proporcionada por los datos Cabildo Insular de Tenerife en el pasado mayo 2021 (datos mas recientes que podemos obtener), observamos que los ingresos por habitación disponible son de 39,88€ en hoteles 5 y 4 estrellas y de 14,8€ en hoteles 3 estrellas. Diferencia significativa que puede indicar una mayor rentabilidad en hoteles de mas estrellas, además si volvemos a utilizar el ADR en hoteles de 5 y 4 estrellas la cantidad es de 104€ mientras que en los hoteles 3 estrellas es la mitad, 44,5 €. Este número mayor, se debe a que los hoteles de 4 y 5 estrellas normalmente se centran en dar una experiencia de lujo para sus clientes, lo que puede incluir habitaciones más grandes, ropa de cama de alta calidad, un servicio de habitaciones de 24 horas, mayor personal capacitado, servicios adicionales, chefs, personal de entretenimiento... Por estos motivos, considero que hoteles 3 estrellas deberían de quedarse fuera del mercado potencial de X dado, que esta categoría de hoteles no necesita ofrecer tantos recursos a diferencia de hoteles mayores que necesitan de mas sofisticación y donde X podría cumplir mejor sus objetivos. (Situación Turística de Tenerife, 2021). Cabe destacar que este público objetivo de hoteles 4 y 5 estrellas la mayor parte de ellos son hoteles pertenecientes a grupos hoteleros, como hemos visto anteriormente. De ahí la importancia de las cadenas hoteleras y su estudio previo.

#### **4.2. Teoría Análisis de puestos**



El análisis del puesto es un proceso objetivo. Dicho de otra manera, se trata del puesto en sí, no la persona que lo desempeña. Dado que los puestos se consideran como propiedad personal del empleado, este proceso de revisión suele ser difícil para el mismo. Gracias a los puestos de trabajo se define el papel de las personas en una organización. Esto significa que cuando se ocupa una determinada posición se espera del trabajador una determinada conducta. Es decir, un puesto tiene que ver con el patrón de trabajos, tareas y responsabilidades que una persona realiza y con ello se forma un vínculo fuerte entre los empleados y la organización. (Universidad Pontificia Comillas, 2023).

Se puede entender a una organización como un grupo de personas que realizan un trabajo o como conjuntos de puestos de trabajo que son ocupados por personas. El número de empleados de los que dispone una organización no siempre es igual al número de puestos de trabajo existentes. Esto se debe a que varias personas ocupan el mismo puesto, normalmente el número de personas empleadas es mayor al número de puestos. Por lo tanto, es importante hacer una distinción entre puesto de trabajo y posición. Un puesto de trabajo se considera a un conjunto de diversos deberes y responsabilidades dentro de una empresa, mientras que posiciones se refiere a la cantidad de personas que ocupan un puesto en especial. (Universidad Pontificia Comillas, 2023).

El análisis de puestos esta formado por dos factores, la descripción del puesto que engloba la lista de tareas, deberes y responsabilidades del puesto, se compone de: Título del puesto, ubicación de este, principales deberes, condiciones y obligaciones en el trabajo además de el equipo que necesitas emplear. Por otro lado, este análisis esta compuesto de la especificación del puesto, este trata de una lista de requisitos, nivel de conocimientos, habilidades y capacidades de la persona que ocupa el puesto. Es decir, calificaciones requeridas, la experiencia, competencias, características emocionales, así como requerimientos físicos entre otros. (Universidad Pontificia Comillas, 2023).

Una vez definido lo que es un puesto de trabajo, se identificará cuáles son dichos puestos en los Hoteles 4 y 5 estrellas, público objetivo de X.

#### **4.2.1. Análisis de puestos hoteles 5 y 4 estrellas**

Para poder identificar los puestos que por normativa obligatoria tiene que disponer un Hotel de 5 estrellas en España, se acudirá al Boletín Oficial del Estado (en adelante, BOE). Como condición general, la prestación de servicios de esta categoría de hoteles es la siguiente según el “*artículo 16 del Orden de 19 de julio de 1968 por la que se dictan normas sobre clasificación de los establecimientos hoteleros*”. A continuación, iremos identificando cada servicio que esta compuesto de diferentes puestos:

a) Servicios de recepción y conserjería: Cada servicio se encuentra ofrecido por personal diverso y capacitado. El jefe de recepción y el primer conserje tienen que hablar dos lenguas además del español, una de ellas tiene que ser inglés o francés. El cuerpo de recepcionistas y conserjes, incluyendo a los que están en el servicio nocturno, tienen también que hablar francés o inglés junto con español. Dentro de la conserjería el equipo se compone de porteros, ascensoristas, mozos de equipaje, botones o mensajeros.

b) Servicios de piso: El mantenimiento, limpieza, así como la preparación de la habitación es responsabilidad de la Gobernanta y de su equipo, este incluye a las camareras de piso, cuyo número es establecido de acuerdo con la capacidad del lugar. El servicio de alimentos y bebidas en la habitación es dado por un mayordomo, asistido a su vez por camareros y asistentes según corresponda. Los mayordomos tienen que hablar inglés o francés y español. Durante la noche se da un servicio permanente de atención al cliente de llamadas. Quiero comentar que con la llegada del cliente se debe posicionar aguas minerales junto a la carta de bienvenida del establecimiento.

c) Servicio de comedor: Debe existir la presencia de un Maître o jefe de comedor con asistencia del personal acorde a las necesidades y teniendo en cuenta el espacio del comedor. Los jefes de comedor han de hablar dos idiomas, inglés o francés, y español. El menú que se ofrecerá dispondrá de distintos platos internacionales y otros platos típicos españoles. La carta de vinos es extensa e incluye marcas famosas, de ahí que los camareros deban tener conocimientos sobre la enología. Comentar, que los menús de los hoteles tienen que permitir a los clientes elegir entre tres o más especialidades de cada grupo de platos, de ahí la necesidad de buenos chefs de cocina.

d) Servicio telefónico: Debe haber una central telefónica de tamaño suficiente que se encuentre dotada regularmente de personal profesional para dar un servicio ágil y eficiente. Los operadores telefónicos deben hablar francés e inglés y español.

e) Servicios de lavandería y planchado: Disposición de estos servicios para la ropa de los clientes, así como lencería del hotel.

(Boletín Oficial del Estado núm. 189, 1968).

A la hora de analizar los puestos en hoteles 4 estrellas, según el artículo 17 del *Orden de 19 de julio de 1968 por la que se dictan normas sobre clasificación de los establecimientos hoteleros*. Los puestos que se identifican en el BOE son los mismos que los establecidos para hoteles 5 estrellas. (Boletín Oficial del Estado núm. 189, 1968).

Una vez definidos los puestos obligatorios con los que tienen que contar mencionados hoteles en España por ley, se analizarán varios estudios de determinadas páginas webs como *Triadvisor* para comprender que factores son más importantes a la hora de elegir alojamiento. De esta manera, además de saber a qué puestos puede X proporcionar formación conforme a lo estudiado en el BOE, sabrá qué satisface más a los clientes y qué demandan que sea mejorado por parte de los empleados del hotel.

#### **4.3. Factores que más valoran los clientes de los hoteles**

En el ámbito de la hostelería, como en cualquier otro sector que tenga contacto con el público, ganarse la confianza de los clientes es imprescindible. Confiabilidad es sinónimo de potencial para altas tasas de ocupación. Hoy en día, las demandas de los clientes son cada vez mayores. Internet no sólo ha cambiado la forma en que viajamos, sino que también ha influido en lo que las personas esperan cuando llegan al hotel en el cual tienen reservada una habitación.

Los hoteles mejores llevados son aquellos que escuchan las necesidades del público y son capaces de responder bien. A continuación, algunos puntos importantes que consideran los huéspedes. Wi-Fi gratuito y con buena conexión, factor en el que coinciden la mayoría de las investigaciones en el sector hotelero. Hoy en día, casi todo el mundo necesita una buena conexión a Internet ya sea para ocio o trabajo, numerosos huéspedes

utilizan este criterio a la hora de reservar habitaciones. Otro elemento, es que las habitaciones estén bien climatizadas manteniendo la temperatura ambiente correcta, de esta manera los clientes se sentirán cómodos y descansados, factor muy valorado. Importante disponer de aparcamiento privado, tener un espacio de estacionamiento exclusivo para clientes suele ser esencial. (Estudios de Hostelería, 2021).

El turismo gastronómico es una de las formas de turismo más llamativas hoy en día. De hecho, turistas deciden visitar un lugar por unos días o un fin de semana para probar las comidas y platos típicos de determinada región. Si la oferta hotelera dispone de un buen desayuno y un restaurante donde almorzar o cenar con productos locales, es una ventaja muy apreciada. Por este motivo, es muy importante contar con buenos chefs y buenos camareros, su formación es vital.

Los hoteles se consideran en mayor medida espaciosos centros de ocio. Por ello, ofrecen servicios adicionales como una piscina o un spa. Mas aún en hoteles de playa como es nuestro caso de Tenerife, por lo que es imprescindible contar con buenos socorristas. Relajarse cómodamente, es uno de los factores más importantes a la hora de elegir un hotel. Una cama cómoda, almohadas de buen tamaño y una habitación insonorizada donde descansar sin ser molestado es clave. La limpieza y la pulcritud es uno de los factores más importantes por no decir el más importante para los huéspedes. Contar con un personal que sea amable en el trato es vital de esta manera se conseguirá que las relaciones sean cercanas, respetuosas y amistosas, esto dará lugar al éxito del hotel. (Estudios de Hostelería, 2021).

Tenerife es Canarias, y Canarias como tal es un turismo de sol y playa. Otros elementos que valoran los huéspedes a la hora de elegir este destino son las actividades que se ofrecen como podrían ser actividades náuticas entre las que encontramos submarinismo, vela, buceo, etc. Hay que destacar también actividades deportivas, así como actividades de ocio y spa. Vital disponer de capital humano perfectamente capacitado para proporcionar estos servicios.

Con la proliferación de herramientas Web 2.0 en el sector turístico, especialmente a través de plataformas como *TripAdvisor*, *Expedia* o *Booking*, el sector hotelero se ha enfrentado al enorme volumen de reseñas y opiniones compartidas por los clientes en

mencionadas plataformas en estos últimos años, los cuales afectan de manera directa a la reputación de los hoteles.

*Triadvisor* es una plataforma turística clave en el sector, proporciona reseñas además de foros de viajeros. (Triadvisor, 2024). Esta plataforma online realiza informes anuales, en el Informe Anual sobre España del año 2020 se cita lo siguiente “*La limpieza, los comentarios de huéspedes y los descuentos son los factores más importantes la hora de seleccionar un alojamiento*”. Los resultados obtenidos se estructuran en porcentajes que representan la importancia de diferentes elementos al seleccionar alojamiento, basados en encuestas o estudios: Lo más importante es la limpieza del hotel con un 86% se valora la higiene y la pulcritud como característica clave, por lo que es esencial tener un personal altamente adecuado. Las reseñas es otro elemento primordial, la retroalimentación y las opiniones de otros turistas que han permanecido durante un tiempo en el hotel son de valor muy significativo. Esto destaca lo importante que es revisar las opiniones compartidas por otros clientes como una influencia fundamental en la toma de decisiones. (Tripadvisor Informe anual sobre España, 2020). Expedia, agencia de viajes, realizó este pasado 2023 un Índice de Prioridades de los Usuarios. Este estudio coincide en los métodos de desinfección o limpieza frecuentes y mejorados especialmente desde la crisis sanitaria vivida. (Expedia, 2023).

Desde la crisis Covid'19 las actividades realizadas al aire libre son cada vez más demandadas y populares en España por lo que los hoteles de playa y spa son algunos de los lugares más atractivos. Según *Triadvisor*, aquellos servicios que se están recuperando de manera más rápida son la playa, piscina, restaurante, spa, bar, terrazas... por lo que Tenerife es ideal al ser una isla con hoteles de playa.

En resumen, podemos observar que los usuarios valoran en gran medida la limpieza de las habitaciones y su pulcritud, la disposición de buenos servicios gastronómicos, la oferta de actividades proporcionadas, así como la amabilidad de los empleados en el trato. Estos puntos pueden hacernos reflexionar sobre cuáles son los puestos claves en los que X puede ayudar con su formación en Tenerife, es decir, en puestos de gobernantas y camareras de piso, en chefs y buenos maîtres, en la educación de los empleados en el trato (esto incluye todos los puestos), formación para socorristas, instructores de deportes y otras actividades. Estas ideas de formación vienen de los

servicios que son mas valorados por los huéspedes de manera general por lo que a continuación, estudiaremos una serie de reseñas de hoteles de Tenerife para ver si coinciden con los datos generales y determinar qué puestos necesitan de mas formación.

#### **4.4. Reseñas de hoteles de Tenerife**

Los comentarios de hoteles en páginas web son fundamentales para que los huéspedes tengan una perspectiva real de la experiencia del cliente, lo que les facilita la decisión de dónde alojarse. Ofrecen transparencia al proceso de reserva, proporcionan una visión concreta de los servicios y las instalaciones del hotel además de ayudar a identificar los puntos fuertes y las áreas a mejorar del establecimiento hotelero. Es decir, las opiniones/ reseñas otorgan retroalimentación directa a los hoteles, lo que les facilita ajustar y mejorar continuamente su servicio para de esta manera poder satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes, así podrá mantener su reputación y confianza en el sector hotelero. A posteriori, se analizará la industria hotelera de Tenerife para reflexionar sobre qué servicios valoran mas los clientes.

##### **4.4.1. Estudio reseñas Hoteles 5 estrellas, Tenerife**

Para realizar una investigación de reseñas de clientes en Hoteles 5 estrellas de Tenerife, seleccionaré 2 hoteles, uno que cuenta con un gran número de habitaciones lo que se traduce en mas empleados para poder gestionarlo adecuadamente, después se analizará lo mismo para hoteles de lujo con menos habitaciones y menos empleados. Estudiando estos comentarios podemos ver qué se demanda mas en formación en hoteles grandes y pequeños.

Tenerife cuenta con grandes hoteles, numerosos empleados y habitaciones en su mayoría, estas son cadenas hoteleras como se ha comentado anteriormente. Podemos encontrar al gran Hotel de Tenerife, Gran Meliá Palacio de Isora, hotel de lujo situado en el suroeste de Tenerife, concretamente en el pueblo de Alcalá. Abrió sus puertas en el año 2009 y cuenta con 591 habitaciones. (Hosteltur, 2009). Para estudiar determinadas reseñas del hotel acudiremos a *Triadvisor* y como ya mencionamos anteriormente uno de los servicios que mas valoran los clientes es la limpieza y el trato del personal esto lo podemos ver en comentarios como *“La habitación muy bien, limpieza y trato del personal*

*excelente. Recomendable en todo. Tengo que resaltar los magníficos desayunos con una amplia gama de productos muy variados y que puedes degustar recién hechos”* (Opinión Triadvisor Lola, 2023). En otros comentarios podemos observar la importancia de una buena gastronomía:

*“Nuestro hotel favorito en Tenerife. Cada año venimos aquí. Es perfecto para los adultos y para los peques. Tres piscinas, restaurantes (mejicano, japonés, italiano, mediterráneo y el bufet), espectáculos, personal muy amable, vistas espectaculares. En el italiano mi plato preferido es el risotto de bogavante, en el Oasis tartar de salmón con cítricos y lubina a la sal. Las vacaciones perfectas.”* (Triadvisor, 2024).

Entre los Hoteles 5 estrellas con menos habitaciones y que no forman parte de grupos hoteleros encontramos al Royal Garden Villas, Luxury Hotel. Se encuentra situado en la zona más privilegiada de Costa Adeje, en el sur de Tenerife, este maravilloso resort ofrece la mejor hospitalidad y el máximo confort de sus lujosas villas. (Royal Garden Villas, Luxury Hotel, 2024a). Dispone de un total de 27 habitaciones. En los siguientes comentarios proporcionados por Triadvisor encontramos los servicios mas destacados por los clientes.

Este hotel cuenta con 1113 comentarios de los cuales 922 clientes han puntuado al hotel como “Excelente”, haciendo un estudio de dichas opiniones se puede ver que los clientes destacan lo maravilloso que es el hotel por las instalaciones ofrecidas, el tratado del personal, la limpieza impoluta, así como la comida. Los huéspedes lo puntúan como 10 en su globalidad, destacando sobre todo el trato recibido desde su llegada al hotel hasta su salida. Sin embargo, mantener este nivel tan alto necesita de buenos profesionales que estén bien formados y que se instruyan de manera continua. En definitiva, una buena formación es fundamental. (Royal Garden Villas, Luxury Hotel, 2024b).

#### 4.4.2. Estudio reseñas Hoteles 4 estrellas, Tenerife

El siguiente análisis que se llevará a cabo será en Hoteles de 4 estrellas, estudiaremos de nuevo 2 hoteles de los cuales ambos cuentan con un gran número de habitaciones lo que se traduce en mas empleados para poder gestionarlo adecuadamente. Sin embargo, uno es para familias y el otro para adultos. De hoteles 4 estrellas solo se

estudiará hoteles con grandes números de habitaciones y numeroso personal. Esto se debe a que la mayoría de los hoteles 4 estrellas en Tenerife y en las Islas Canarias son grandes hoteles de playa que forman parte de grupos hoteleros. Por lo que este debería ser el público objetivo de hoteles 4 estrellas para X, optimizando sus recursos en ellos sin complicarse en irse a hoteles mas pequeños y con menos personal. Utilizaremos la misma web 2.0 *Triadvisor*.

En esta página el hotel de 4 estrellas que se encuentra en el puesto número 1 conforme a los comentarios y puntuaciones recibidas es una cadena hotelera “*Iberostar Bouganville Playa*” este se encuentra en pleno paseo marítimo de San Eugenio, concretamente a unos 20 metros de la playa del Bobo, y con una excelente ubicación para realizar otras actividades fuera del hotel. Cuenta con 481 habitaciones. Es un hotel para familias en el que los niños pueden disfrutar de programas ofertados por el hotel como Star Camp. (Iberostar, 2024a).

En las reseñas obtenidas de mencionada web se puede ver como este hotel de familia, destaca por su buffet de desayunos, por el buen trato de los empleados, así como numerosas actividades para niños. En el siguiente comentario se puede ver reflejado estas características:

“El hotel mas divertido para pasar unas fantásticas vacaciones en familia. Un 10 en instalaciones y en personal. Una mención especial al equipo de animación que lo da todo para el disfrute de todos. A la dirección y subdirección que siempre están y no dudan en hacer de tu estancia una experiencia increíble. Y a todos los camareros, en especial a Castillo, por su sonrisa y amabilidad. Todo un 10.” (Tiadvisor, 2023).

En contraste, encontramos al Barceló Santiago, hotel solo para adultos. Este forma parte de la cadena hotelera Barceló Hotel Group. Se encuentra en una zona excepcional en el sur de Tenerife, con vistas que dan a la isla de La Gomera, así como a los acantilados de Los Gigantes y con playa a 200 m. (Barceló Hotel Group, 2024b).

En los últimos comentarios publicados en *Triadvisor* los clientes destacan que el hotel cuenta con un gran número de profesionales que mantienen limpias todas las instalaciones: piscina, bar, terraza, jardín, restaurante. Hacen mención especial al excelente trato recibido, así como a la limpieza. (Triadvisor, 2024).



## **5. Resultados**

### **5.1. Servicios de formación a ofrecer**

Una vez analizado los puestos necesarios en hoteles 4 y 5 estrellas, según la legislación del Boletín Oficial del Estado, estudiado qué servicios son mas valorados por los huéspedes de manera general a partir de informes y, por último, analizado estos perfiles de hoteles conforme a reseñas de Web 2.0 en seleccionados hoteles de Tenerife, isla potencial, esto ayuda a X a comprender qué servicios de formación pueden ofrecer a su público objetivo. A continuación, se detallará de manera resumida servicios a proporcionar por X en Tenerife.

Comenzaremos por los hoteles 5 estrellas, como hemos visto, conforme a las reseñas en Triadvisor de varios hoteles de Tenerife. Lo que mas valoran los clientes es la limpieza, el trato del personal, así como la gastronomía. Por lo que conforme al análisis de puestos que realizamos anteriormente, X podría centrarse en llevar a cabo una buena formación del servicio de pisos lo que incluye instruir una buena gobernanta y a sus camareras de piso, otro aspecto en el que podrían impartir formación profesional en este perfil de hotel es en el servicio de comedor, educando buenos chefs y maîtres (enseñando platos tradicionales, cómo poner la mesa, educación...). Importante que den cursos de formación para todos los empleados del complejo turístico sobre como tratar a los huéspedes además de clases de idiomas incluyendo las lenguas, francés e inglés.

Una idea sería, desarrollar programas de formación modulares que se adapten a las necesidades concretas de cada tipo de hotel. Por ejemplo, se podría ofertar módulos separados centrados en limpieza, gastronomía, atención al cliente e idiomas. Hacer hincapié en que la formación que se dará a grupos hoteleros grandes con numerosos empleados es una formación mas general a diferencia de la que se daría a hoteles pequeños con menos personal que sería mas individualizada ya que lo que se busca en esos pequeños hoteles es la exclusividad en el detalle. Por ejemplo, a un hotel grande, la formación que se daría en el área de limpieza englobaría técnicas estándar para distintas áreas del hotel, mientras que, para un hotel pequeño, la formación se focalizaría en la limpieza de áreas concretas con atención meticulosa al mas mínimo detalle. En el ámbito de la gastronomía, un hotel grande formaría chefs para que preparen una variedad de

platos ya que se trataría de un restaurante de gran capacidad. Sin embargo, un hotel pequeño, la formación podría centrarse en la preparación de platos únicos y exclusivos ya que sería para un número limitado de comensales.

En los comentarios de Hoteles 4 estrellas, podemos observar que se debería de hacer prácticamente lo mismo que en los 5\* pero quizás de manera menos puntillosa ya que los 5 estrellas son el lujo en persona. Muchos de estos grupos hoteleros que hemos seleccionado como público objetivo son hoteles para familia, que ofrecen actividades para entretener a los niños: juegos, actividades de piscina, manualidades...por lo que sería interesante también que X pudiera formar en esta materia. Se podría incluir otro módulo con el nombre “Actividades Recreativas para Niños en el Hotel” para los empleados que se dediquen a dar dicho servicio.

Sería interesante proporcionar servicios de consultoría y asesoramiento personalizado con el fin de ayudar a cada hotel a señalar sus áreas de mejora concretas e implementar soluciones individualizadas.

Esta formación necesitada para dicho público objetivo se deberá de aplicar de igual manera a aquellos grupos hoteleros que sean iguales en Gran Canaria, logrando una mayor sinergia.

## **5.2. Proposición de un nuevo nicho de mercado**

En este último apartado se propondrá otro tipo de negocio en el cual podría entrar la empresa de formación X. El negocio será: **barcos y cruceros turísticos**, aunque este negocio vaya sobre agua y sea diferente al sector hotelero tienen en común el proporcionar alojamiento y ofrecer servicios a los huéspedes durante su estancia. Al fin y al cabo, ambos forman parte del sector de la industria turística.

Es una realidad que los barcos y cruceros turísticos han incrementado de forma significativa las reservas anteriores a la pandemia en España, y este pasado 2023 se alcanzaron facturaciones por diferentes empresas del sector que fueron el 40 % y el 50 % superiores a las anotadas en 2019 y parece ser que se superarán en el año 2024 y en los siguientes. Por lo tanto, esta claro que es un excelente sector en el que invertir. Canarias es un destino ideal para los cruceros y los turistas los saben, de ahí que *La Asociación*

*Internacional de Líneas de Cruceros* estima que en el año 2028 el número de turistas en las Islas podrá ser un 20% mayor gracias a este sector. (La Asociación Internacional de Líneas de Cruceros, 2024).

Este turismo no solo procede de los cruceros que paran en los puertos de las diferentes Islas sino también de cruceros que salen de las propias Islas y siguen un itinerario alrededor del archipiélago canario. Numerosas compañías de cruceros como *Croisi Mer*, *Aida* y *MSC Cruceros*, realizan estos viajes. De hecho, si accedemos a la página web *Viajes El Corte Inglés*, plataforma a través de la cual los usuarios pueden acceder a comprar packs de viajes, encontramos numerosos cruceros que salen desde las Canarias para este 2024 y su itinerario es viajar por el archipiélago canario. Entre ellos, *Croisi Mer* realiza cruceros con salida desde Tenerife y *Aida* desde Tenerife y Gran Canaria, *MSC Cruceros* también y muchos más. (Viajes El Corte Inglés, 2024).

Por lo que para X sería un éxito poder establecer contacto con estas compañías y poder ofrecer formación a los empleados de los barcos que recorren el archipiélago. Si ya consiguen consolidarse en la hostelería “de tierra” en Canarias sería un lujo hacerlo en la “de mar”. Como hemos mencionado anteriormente, este negocio tiene parecidos con el sector hotelero por lo que actividades de formación necesitadas en la industria hotelera también lo son aquí. Centrándose en este tipo de mercado, X, puede optimizar recursos dado que ofrecerá servicios muy parecidos a los ofertados en hoteles.

X podría ofrecer programas formativos en distintas áreas desde el entretenimiento a bordo, servicio al cliente, idiomas, limpieza, gastronomía... muy similar a los hoteles además podría proporcionar cursos de seguridad marítima para los trabajadores.

## **6. Conclusión**

El objetivo pretendido con el presente trabajo de investigación era ejecutar un estudio del mercado hotelero canario con la intención de realizar un análisis para potenciar el crecimiento de una empresa de formación X en dicho sector. En vista de lo analizado, se pueden extraer las siguientes conclusiones generales.

PRIMERA, Canarias es la tercera comunidad autónoma más demandada entre los viajeros internacionales en España, después de Baleares y Cataluña, el turismo es clave para la economía local, representando casi el 40% del empleo y el 35% del Producto Interior Bruto en 2022, gran parte generado por el sector hotelero, dado este contexto, las empresas de formación enfocadas en el mercado hotelero tienen una gran oportunidad para ser competitivas y contribuir al desarrollo sostenible de la región.

SEGUNDA, la formación profesional en la industria hotelera es clave ya que genera una gran ventaja competitiva. Al realizar el análisis PEST del macro entorno se pueden extraer resultados positivos sobre por qué Canarias es un buen destino en el que invertir, legalmente cuenta con oportunidades fiscales como la Zona Especial Canaria, económicamente es una región en crecimiento de PIB y disminución de paro con una demografía cambiante pero estable y condicionada al uso de las TIC. Además, estudiar la idiosincrasia canaria y observar que los canarios son muy relacionales, entendemos que la formación que X debe proporcionar a los hoteles canarios es formación presencial. Hacer especial hincapié en que no cualquier empresa de formación puede entrar en las Islas, X debe tener excelentes recursos y profesionales además de cumplir con todos los requisitos para ofrecer formación bonificada y cumplir con la legislación canaria.

TERCERA, realizado el proceso de filtrado de Islas se aconseja a X consolidarse en Tenerife como isla potencial en su totalidad (cadenas hoteleras + hoteles independientes) ya que esta dispone de un excelente mercado potencial, mejores condiciones económicas, político-legales y socioculturales. Sin embargo, descubrimos que este análisis no tiene en cuenta que el sector hotelero de las Islas Canarias en su mayoría está formado por grupos hoteleros y una gran parte se encuentra en Tenerife y Gran Canaria, por lo que se debe aprovechar la sinergia existente de las cadenas hoteleras.

Esto significa que, X, debe ofrecer servicios de formación a Tenerife y tras estudiar sus principales cadenas hoteleras: *Meliá Hotels International, Iberostar, Barceló Hotels & Resorts, NH Hotel Group, H10 Hotels AC Hotel Marriot y RIU Hoteles* debería incrementar su alcance aprovechando sinergias con aquellas mismas cadenas que se encuentren en Gran Canaria: *Meliá Hotels International, Barceló Hotels & Resorts, H10 Hotels, AC Hotel Marriot y RIU Hoteles*. En estas Islas debe X centrarse y optimizar recursos, se concluye que la mejor opción es tomar Tenerife como principal mercado en

su totalidad y en Gran Canaria, aquellas cadenas hoteleras que se encuentran en Tenerife. Mas adelante, podría expandirse a Lanzarote y Fuerteventura ya que disponen de un buen mercado en crecimiento, aunque inferior.

CUARTA, se concluye tras estudiar el número de hoteles en Tenerife, el RevPar y el ADR que el público objetivo para X son hoteles 5 y 4 estrellas, la mayoría de ellos, grupos hoteleros. El análisis de puestos estudiado por el BOE proporciona información sobre los puestos que se necesitan en estos perfiles de hoteles, además informes y reseñas de páginas webs 2.0 nos aclaran dónde se necesita mas formación y qué servicios son mas valorados por los clientes. Se llega a la conclusión que limpieza, gastronomía, atención al cliente e idiomas, son servicios clave donde X debería centrarse en formar a los mejores profesionales en Tenerife, además el mismo estudio sirve para Gran Canaria. Por último, se propone un nuevo nicho de mercado para X, barcos y cruceros turísticos, se aconseja introducirse en este nuevo mercado ya que podrá utilizar gran parte de la investigación de mercados realizada para el sector hotelero canario y optimizar recursos dado que ofrecerá servicios muy similares a los ofertados en hoteles. En definitiva, se ha podido realizar un coherente análisis para potenciar el crecimiento de una empresa de formación X en el mercado hotelero canario.

El capital humano del sector hotelero tiene que estar adecuadamente formado ya que es una de las ventajas clave que te diferencia de la competencia y te hace único e inigualable. Los hoteles tienen que asociarse con empresas de formación para capacitar a sus empleados y evitar que el hotel muera o fracase. Es muy importante que X como empresa de formación a la hora de prestar sus servicios en Canarias trate de:

- Mejorar la calidad de los servicios, proporcionando a los trabajadores habilidades que les permita hacer sus trabajos con una perfecta calidad, esto dará lugar a una mayor satisfacción del cliente pudiendo generar lealtad y retroalimentación positiva.
- Incrementar la productividad, con una formación apropiada se conseguirá aumentar la eficiencia y la productividad de los trabajadores, realizando sus deberes y responsabilidades a la máxima exactitud y en el menor tiempo posible, haciendo que sea mas rentable para la economía del hotel.

- Fomentar la innovación y la tecnología, ayudando a los empleados a estar al día con las TIC ya que el mundo en el que vivimos se encuentra totalmente dependiente de estas. Además, se trata de formar empleados que sepan adaptarse a los cambios en el mercado y las necesidades de los clientes.
- Crear programas de formación adaptados, cada hotel tiene distintas necesidades que cubrir, por lo que necesitan distintos packs de formación profesional. La flexibilidad y personalización es clave.
- Instruir formación práctica, realizar seguimiento, evaluación y un apoyo continuo.

En resumen, el sector hotelero de Canarias necesita de formación profesional para no quedarse atrás, por lo que empresas de formación como X deberían ser altamente demandadas, garantizando la calidad del servicio, seguridad, eficacia, eficiencia operativa, adaptación a los constantes cambios del mercado y desarrollo del capital humano que conducirá al éxito del hotel.

X puede generar un gran valor añadido a la industria hotelera canaria siempre que realice buenas investigaciones de mercado y de esa manera entienda qué tipo de formación es la que mas falta hace. Es decir, X necesita comprender en profundidad cómo es el mercado hotelero canario, por ese motivo en este TFG se ha analizado cada pequeño detalle de manera minuciosa desde el contexto del turismo y el sector hotelero en las Islas, hasta poder identificar qué Islas, qué perfiles de hoteles y qué servicios de formación convendría mas ofrecer tras haber realizados numerosos análisis cuantitativos y cualitativos además de estudios y evaluaciones. En definitiva, esta recopilación de datos nos ha indicado que X cómo empresa de formación debe consolidarse en Tenerife y Gran Canaria (solo en aquellos grupos hoteleros que estén en Tenerife), en hoteles 5 y 4 estrellas, además es muy importante ofrecer formación bonificada y presencial. Tras el estudio de informes y reseñas de webs 2.0 la formación mas necesitada engloba: limpieza, gastronomía, atención al cliente e idiomas.

### **6.1.Futuras líneas de investigación**

A medida que ha ido evolucionando la investigación, han ido apareciendo incógnitas y estudios sobre los que no se ha podido profundizar en el análisis, dado que

no se considera el objeto principal del trabajo, pero que si sería interesante e imprescindible para su desarrollo.

En caso de llevar a cabo la consolidación de una empresa de formación X a hoteles de las Islas Canarias, es fundamental analizar los siguientes factores, entre los que encontramos:

- Estudio exhaustivo de posible competencia de empresas de formación.
- Análisis financiero y presupuestario, para conocer la inversión que se necesita para operar en el mercado canario y el tiempo que conllevará recuperar la inversión.
- Reflexionar la posibilidad de consolidarse en este nuevo mercado quizás mediante una joint venture, con otra compañía que sea ya fuerte y se encuentre bien consolidada en Canarias.

## **7. Declaración Chat GTP**

### **Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado**

**ADVERTENCIA:** Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, Esperanza Sánchez Pérez, estudiante de ADE y Relaciones Internacionales de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "Mercado hotelero en las Islas Canarias. Análisis para potenciar el crecimiento de una empresa de formación X", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
2. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 4/03/2024

Firma:

ESPERANZA S. P.

## 8. Referencias bibliográficas

AC Hotels Marriott. (2024a). AC Hotel Gran Canaria.  
<https://www.marriott.com/es/hotels/lpagr-ac-hotel-gran-canaria/overview/>

AC Hotels Marriott. (2024b). AC Hotel Tenerife.  
<https://www.marriott.com/es/hotels/tfnac-ac-hotel-tenerife/overview/>

Administración Gobierno de España. (2024). *Normas sobre representación del personal*.  
[https://administracion.gob.es/pag\\_Home/Tu-espacio-europeo/derechos-obligaciones/empresas/empleados/representacion.html](https://administracion.gob.es/pag_Home/Tu-espacio-europeo/derechos-obligaciones/empresas/empleados/representacion.html)



- Ashotel. (2024). Asociación hotelera y extrahotelera de Tenerife, la Palma, la Gomera y el Hierro. <https://ashotel.es/servicios/formacion/>
- Bañuls, A., Rodríguez, A. y Sevilla, M. (2007). EL CAPITAL HUMANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO. *Cuadernos de Turismo*. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13831/13361>
- Barceló Hotel Group. (2024a). Barceló Islas Canarias. [https://www.barcelo.com/es-es/hoteles/islas-canarias/?esl-k=googleads%7Cng%7Cc398520344323%7Cmp%7Ckbarcel%C3%B3%20canarias%7Cp%7Ct%7Cdc%7Ca87387946554%7Cg8159785623&id\\_hotel\\_sem=default&mpid=default&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80HimlPAjlyHb7Vku9KiPIEWz3lc5vITQ6OPdyM8iRfslJ84ecxovBoCo2MQAvD\\_BwE](https://www.barcelo.com/es-es/hoteles/islas-canarias/?esl-k=googleads%7Cng%7Cc398520344323%7Cmp%7Ckbarcel%C3%B3%20canarias%7Cp%7Ct%7Cdc%7Ca87387946554%7Cg8159785623&id_hotel_sem=default&mpid=default&gad_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80HimlPAjlyHb7Vku9KiPIEWz3lc5vITQ6OPdyM8iRfslJ84ecxovBoCo2MQAvD_BwE)
- Barceló Hotel Group. (2024b). Barceló Santiago - Adults Only. <https://www.barcelo.com/es-es/barcelo-santiago/>
- Barceló Santiago. (2024). Reseñas de Hotel Barceló Santiago en TripAdvisor. [https://www.tripadvisor.es/Hotel\\_Review-g673853-d282610-Reviews-Barcelo\\_Santiago\\_Adults\\_Only-Puerto\\_de\\_Santiago\\_Tenerife\\_Canary\\_Islands.html](https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g673853-d282610-Reviews-Barcelo_Santiago_Adults_Only-Puerto_de_Santiago_Tenerife_Canary_Islands.html)
- Centro Internacional Politécnico. (2024). Formación profesional en canarias. <https://formacioncip.com/todos-los-cursos/>
- Contreras, S. y Peñaloza, L. (2018). El talento humano y el cuidado ambiental en la industria hotelera (Human Talent and Environmental Care in the Hotel Industry). *Cuadernos de Turismo*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3259205](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3259205)
- Cruise Lines International Association. (2024). <https://cruising.org/en-gb>

Decreto 112/2011, de 11 de mayo, por el que se regulan los Centros integrados de formación profesional en la Comunidad Autónoma de Canarias. *Boletín Oficial de Canarias*, 104. <https://www.gobiernodecanarias.org/boc/2011/104/003.html>

Decreto 122/2011, 17 mayo, por el que se crea el Registro de Centros y Entidades de Formación Profesional para el Empleo de la Comunidad Autónoma de Canarias y se regulan los procedimientos para la inscripción y/o acreditación de las entidades y centros de formación. *Boletín Oficial de Canarias*, 113. <https://www3.gobiernodecanarias.org/juriscan/ficha.jsp?id=65553>

ESAH. (2021). Los servicios que más valoran los usuarios de los hoteles. <https://www.estudiahosteleria.com/blog/gestion-y-direccion/servicios-valoran-usuarios-hoteles>

Exceltur. (2023). *Valoración turística empresarial del verano de 2023 y expectativas para el cuarto trimestre y el cierre del año 2023*. <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2023/10/Nota-de-Prensa-Perspectivas-N86-Balance-turistico-del-III-Tr-y-perspectivas-para-el-IV-Tr-de-2023.pdf>

Expedia Group. (2023). *Índice de prioridades de los usuarios*. [https://welcome.expediagroup.com/tvi-2023/report/ES\\_ES\\_TVI-2023\\_Main-Report.pdf](https://welcome.expediagroup.com/tvi-2023/report/ES_ES_TVI-2023_Main-Report.pdf)

FUNDAE. (2024). Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. [https://www.fundae.es/?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiA0PuuBhBsEiwAS7fsNQqtGu3toNDfk37NxIobgVBMN4GvuSivVIW5tFv7JC3wIK8yiX1pCBoCR8cQAvD\\_BwE](https://www.fundae.es/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA0PuuBhBsEiwAS7fsNQqtGu3toNDfk37NxIobgVBMN4GvuSivVIW5tFv7JC3wIK8yiX1pCBoCR8cQAvD_BwE)

Gobierno de Canarias. (2023a). Turismo invierte más de 32 millones de fondos europeos para mejorar las infraestructuras turísticas de Tenerife. <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/turismo-invierte-mas-de-32-millones-de-fondos-europeos-para-mejorar-las-infraestructuras-turisticas-de-tenerife/>

Gobierno de Canarias. (2021a). Turismo destina 2,2 millones de euros a obras de mejora de infraestructura turística en Lanzarote. <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/turismo-destina-22-millones-de-euros-a-obras-de-mejora-de-infraestructura-turistica-en-lanzarote/>

Gobierno de Canarias. (2021b). Turismo destina nueve millones de euros para renovar los espacios turísticos de Gran Canaria. <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/turismo-destina-nueve-millones-de-euros-para-renovar-los-espacios-turisticos-de-gran-canaria/>

Gobierno de Canarias. (2023b). Turismo invierte en Fuerteventura más de 17 millones de euros para Planes de Sostenibilidad Turística. <https://www3.gobiernodecanarias.org/noticias/turismo-invierte-en-fuerteventura-mas-de-17-millones-de-euros-para-planes-de-sostenibilidad-turistica/>

Gobierno de Canarias. (2024a). Patrimonio y cultura de las Islas Canarias. <https://www.holaislascanarias.com/patrimonio-y-cultura-de-las-islas-canarias/>

Gobierno de Canarias. (2024b). RÉGIMEN ECONÓMICO Y FISCAL. [https://www.gobiernodecanarias.org/hacienda/dgplani/ref/ref\\_fiscal.html](https://www.gobiernodecanarias.org/hacienda/dgplani/ref/ref_fiscal.html)

González, A., Sánchez, U., Martín, A., Rodríguez, Y., Casas, A. y Martín E. (2018). Estructura del sector hotelero en Tenerife. *Turismo CajaCanarias*. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/12703/Estructura%20del%20sector%20hotelero%20en%20Tenerife.%20Versi%C3%B3n%20digital%20febrero%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gran Meliá Palacio De Isora. (2024). Reseñas Gran Meliá Palacio De Isora en Tripadvisor. [https://www.tripadvisor.es/Hotel\\_Review-g1773834-d945835-Reviews-or10-Gran\\_Melia\\_Palacio\\_De\\_Isora-Alcala\\_Guia\\_de\\_Isora\\_Tenerife\\_Canary\\_Islands.html](https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g1773834-d945835-Reviews-or10-Gran_Melia_Palacio_De_Isora-Alcala_Guia_de_Isora_Tenerife_Canary_Islands.html)

H10 Hotels. (2024). Hoteles en Tenerife. <https://www.h10hotels.com/es/hoteles-tenerife/informacion-destino>

HECANSA. (2024). HECANSA Hoteles escuela de Canarias. <https://www.hecansa.com/oferta-formativa.html>

Iberostar. (2024a). Iberostar Bouganville Playa. <https://www.iberostar.com/es/hoteles/tenerife/iberostar-bouganville-playa/>

Iberostar. (2024b). Iberostar Hoteles en Tenerife. [https://www.iberostar.com/es/hoteles/tenerife/?ds\\_rl=1302687&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwA-qqo80HsVkkCPqjOVU6xiYjye9CQZapNtbim88mUOHaiXp1jHFYgJwNiHeRoCk\\_8QAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.iberostar.com/es/hoteles/tenerife/?ds_rl=1302687&gad_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwA-qqo80HsVkkCPqjOVU6xiYjye9CQZapNtbim88mUOHaiXp1jHFYgJwNiHeRoCk_8QAvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

Ingastur. (2024). Fórmate en las mejores Instalaciones de Gran Canaria. <https://www.ingastur.com/>

Instituto Canario de Estadística. (2023). *Establecimientos abiertos, plazas y habitaciones ofertadas, tasas de ocupación, tarifa media, ingresos y empleos. Islas y microdestinos de Canarias por periodos.* [https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=C00065A\\_000038&version=~latest#visualization/table](https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceType=dataset&agencyId=ISTAC&resourceId=C00065A_000038&version=~latest#visualization/table)

Instituto Nacional de Estadística. (2024). Tasa de paro. INE. [https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&cid=1259944042054&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalleFichaIndicador&param3=1259937499084](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259944042054&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalleFichaIndicador&param3=1259937499084)

Kashkan, N. (2021). *PLAN DE EMPRESA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE TURISMO EN LA ISLA DE TENERIFE.* [Trabajo fin de grado, Universidad de La Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/24947/Plan%20de%20em>

[presaCreacion%20de%20una%20empresa%20de%20turismo%20en%20la%20isla%20de%20Tenerife..pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Meliá Hotels International. (2024b). Meliá Tenerife. <https://www.melia.com/es/hoteles/espana/tenerife>

Meliá Hotels International. (2024a). Meliá Gran Canaria. [https://www.melia.com/es/hoteles/espana/gran-canaria?esl-k=sem-google%7Cng%7Cc675511168319%7Cme%7Ckgran%20canaria%20melia%7Cp%7Ct%7Cdc%7Ca134023304852%7Cg14891488687&&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiAuYuvBhApEiwAzq\\_YiWBGQyFrnHbMaFl3PODt3b8cd3iJjKcVlmb97tt2HIjOZobZVuvHXRoCm9YQAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.melia.com/es/hoteles/espana/gran-canaria?esl-k=sem-google%7Cng%7Cc675511168319%7Cme%7Ckgran%20canaria%20melia%7Cp%7Ct%7Cdc%7Ca134023304852%7Cg14891488687&&gad_source=1&gclid=CjwKCAiAuYuvBhApEiwAzq_YiWBGQyFrnHbMaFl3PODt3b8cd3iJjKcVlmb97tt2HIjOZobZVuvHXRoCm9YQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

Ministerio de Información y Turismo. (1968). Orden de 19 de julio de 1968 por la que se dictan normas sobre clasificación de los establecimientos hoteleros. *Boletín Oficial del Estado*. Núm. 189, de 07/08/1968. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1968-963>

NH Hotel Group. (2024). NH Hotel Group Tenerife. [https://www.nh-hotels.com/es/hoteles/tenerife?campid=8435708&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80CJPDdxITywss2LECYSN6zeD854X48N1wX4ym\\_zbjZd35nFpXDfzFhoCbGgQAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.nh-hotels.com/es/hoteles/tenerife?campid=8435708&gad_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80CJPDdxITywss2LECYSN6zeD854X48N1wX4ym_zbjZd35nFpXDfzFhoCbGgQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

Orús, A. (2024). El turismo en Canarias - Datos estadísticos. *Statista*. <https://es.statista.com/temas/4115/el-turismo-en-canarias/#topicOverview>

Real Academia Española. (2024a). Formación profesional. En *Diccionario de la lengua española*. <https://dpej.rae.es/lema/formaci%C3%B3n-profesional>

Real Academia Española. (2024b). Idiosincrasia. En *Diccionario de la lengua española*. <https://www.rae.es/dpd/idiosincrasia>

Real Decreto 1558/2005, de 23 de diciembre, por el que se regulan los requisitos básicos de los Centros integrados de formación profesional. *Boletín Oficial del Estado*,

312, de 30 de diciembre de 2005. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2005-21534>

RIU Hoteles. (2024a). Hoteles en Gran Canaria. [https://www.riu.com/es/hotel/espana/gran-canaria/?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80GaJNlruGVucd95OhCJKaRuG6ZV\\_HkYIMDkaZsO8CuwrDYA99nQmwBoCBMEQAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.riu.com/es/hotel/espana/gran-canaria/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80GaJNlruGVucd95OhCJKaRuG6ZV_HkYIMDkaZsO8CuwrDYA99nQmwBoCBMEQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

RIU Hoteles. (2024b). Hoteles en Tenerife. [https://www.riu.com/es/hotel/espana/tenerife/index.jsp?gad\\_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80Iff5Ks4QQ5kmBOleSUCwtER6p2TuOdZTJFtgve4FIneuJrUDNANxxoC9iAQAvD\\_BwE&gclsrc=aw.ds](https://www.riu.com/es/hotel/espana/tenerife/index.jsp?gad_source=1&gclid=CjwKCAiArLyuBhA7EiwAqo80Iff5Ks4QQ5kmBOleSUCwtER6p2TuOdZTJFtgve4FIneuJrUDNANxxoC9iAQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds)

Royal Garden Villas & Spa Luxury Hotel. (2024a). Hotel 5 estrellas Gran Lujo en Tenerife. <https://www.royalgardenvillas.com/es/>

Royal Garden Villas & Spa Luxury Hotel. (2024b). Reseñas de Hotel Royal Garden Villas & Spa Luxury Hotel en TripAdvisor. [https://www.tripadvisor.es/Hotel\\_Review-g662606-d623473-Reviews-Royal\\_Garden\\_Villas\\_Spa\\_Luxury\\_Hotel-Costa\\_Adeje\\_Adeje\\_Tenerife\\_Canary\\_Islands.html](https://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g662606-d623473-Reviews-Royal_Garden_Villas_Spa_Luxury_Hotel-Costa_Adeje_Adeje_Tenerife_Canary_Islands.html)

Statista Research Department. (2024a). El sector hotelero en España - Datos estadísticos. *Statista*. <https://es.statista.com/temas/3875/sector-hotelero-en-espana/#topicOverview>

Statista Research Department. (2023). Número de empleados en establecimientos hoteleros en Canarias en 2020, por isla. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/529226/empleados-en-alojamientos-hoteleros-en-canarias-por-isla/>

Statista Research Department. (2022a). Número de establecimientos hoteleros en Canarias en 2022, por isla. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/527337/numero-total-de-establecimientos-hoteleros-en-canarias-por-isla/>

Statista Research Department. (2022b). Número de establecimientos hoteleros en la isla de Gran Canaria en 2021, por categoría. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/527328/numero-total-de-establecimientos-hoteleros-en-gran-canaria-por-categoria/>

Statista Research Department. (2024b). Previsión de la variación del producto interior bruto (PIB) en España en 2024 con respecto a 2023, según comunidad autónoma. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/941639/prevision-de-crecimiento-del-pib-por-comunidad-autonoma-espana/>

Turismo de Canarias. (2022). *Balance de situación turística de Tenerife 2022*. <https://www.webtenerife.com/-/media/files/investigacion/situacion-turistica/informes-de-situacin-turstica-de-tenerife/relateddocuments/2022/balance-de-situacin-turstica-de-tenerife-2022.pdf>

Turismo de Canarias. (2021). *Situación turística de Tenerife*. <https://www.webtenerife.com/-/media/files/investigacion/situacion-turistica/informes-de-situacin-turstica-de-tenerife/relateddocuments/doc/situacion-alojativa-tenerife-mayo-2021-alojados-cabildo.pdf>

Turismo Gran Canaria. (2023). Gran Canaria cierra abril con un incremento del 9% en pernoctaciones y con un 10% más de facturación. [https://www.grancanaria.com/turismo/es/area-profesional/noticias/noticia/?tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=1282&cHash=53cb92709776f01035b6e55ffbb54a96#:~:text=La%20tasa%20de%20ocupaci%C3%B3n%20por,incremento%20interanual%20superior%20al%203%25](https://www.grancanaria.com/turismo/es/area-profesional/noticias/noticia/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=1282&cHash=53cb92709776f01035b6e55ffbb54a96#:~:text=La%20tasa%20de%20ocupaci%C3%B3n%20por,incremento%20interanual%20superior%20al%203%25)

Tripadvisor. (2020). *Tripadvisor Informe anual sobre España*.  
<https://www.asolan.com/wp-content/uploads/2020/11/Tripadvisor-Informe-Espa%C3%B1a-CEHAT.pdf>

Universidad Pontificia Comillas. (2024). PLANIFICACIÓN RRHH Y POLITICAS DE EMPLEO. [Presentación de Power Point]. Repositorio Comillas.

## 9. Anexos

Ingresos por habitación disponible (RevPAR) según tipología y categoría alojativa.

| Ingresos por habitación disponible (RevPAR) según tipología y categoría alojativa |         |         |                |                       |                |         |                |                       |
|---|---------|---------|----------------|-----------------------|----------------|---------|----------------|-----------------------|
|   | mayo    |         |                |                       | acumulado mayo |         |                |                       |
|   | 2020    | 2021    | var interanual | diferencia interanual | 2020           | 2021    | var interanual | diferencia interanual |
| <b>Total (hotel + apartamento)</b>  | 27,94 € | 27,94 € | 1130,8%        | 25,67 €               | 65,52 €        | 24,27 € | -63,0%         | -41,25 €              |
| <b>Hoteles</b>  | 35,13 € | 35,13 € | -              | 35,13 €               | 71,50 €        | 29,38 € | -58,9%         | -42,12 €              |
| 4, 5 Estrellas  | 39,88 € | 39,88 € | -              | 39,88 €               | 79,17 €        | 33,42 € | -57,8%         | -45,76 €              |
| 1, 2, 3 Estrellas   | 14,80 € | 14,80 € | -              | 14,80 €               | 42,12 €        | 14,97 € | -64,5%         | -27,15 €              |
| <b>Apartamentos</b>   | 12,76 € | 12,76 € | -              | 12,76 €               | 50,94 €        | 13,01 € | -74,5%         | -37,93 €              |
| 3, 4, 5 llaves  | 0,00 €  | 14,68 € | -              | 14,68 €               | 57,01 €        | 14,89 € | -73,9%         | -42,12 €              |
| 3 llaves  | 0,00 €  | 14,41 € | -              | 14,41 €               | 55,49 €        | 13,56 € | -75,6%         | -41,93 €              |
| 2 llaves  | 0,00 €  | 5,79 €  | -              | 5,79 €                | 36,09 €        | 6,20 €  | -82,8%         | -29,88 €              |
| 1 llave   | 0,00 €  | 16,37 € | -              | 16,37 €               | 56,51 €        | 15,03 € | -73,4%         | -41,48 €              |

Fuente: (Turismo de Canarias, 2021).

Tarifa media diaria (ADR) según tipología y categoría alojativa.

| Tarifa media diaria (ADR) según tipología y categoría alojativa |         |          |                |                       |                |          |                |                       |
|---|---------|----------|----------------|-----------------------|----------------|----------|----------------|-----------------------|
|   | mayo    |          |                |                       | acumulado mayo |          |                |                       |
|   | 2020    | 2021     | var interanual | diferencia interanual | 2020           | 2021     | var interanual | diferencia interanual |
| <b>Total (hotel + apartamento)</b>                              | 36,48 € | 85,30 €  | 133,8%         | 48,82 €               | 96,51 €        | 89,36 €  | -7,4%          | -7,15 €               |
| <b>Hoteles</b>  | 0,00 €  | 93,98 €  | -              | 93,98 €               | 105,33 €       | 100,74 € | -4,4%          | -4,60 €               |
| 4, 5 Estrellas  | 0,00 €  | 104,00 € | -              | 104,00 €              | 116,70 €       | 116,21 € | -0,4%          | -0,48 €               |
| 1, 2, 3 Estrellas   | 0,00 €  | 44,50 €  | -              | 44,50 €               | 61,94 €        | 48,89 €  | -21,1%         | -13,05 €              |
| <b>Apartamentos</b>   | 0,00 €  | 55,51 €  | -              | 55,51 €               | 72,80 €        | 58,01 €  | -20,3%         | -14,79 €              |
| 3, 4, 5 llaves  | 0,00 €  | 58,06 €  | -              | 58,06 €               | 79,05 €        | 61,33 €  | -22,4%         | -17,72 €              |
| 3 llaves  | 0,00 €  | 56,01 €  | -              | 56,01 €               | 76,87 €        | 57,69 €  | -24,9%         | -19,18 €              |
| 2 llaves  | 0,00 €  | 35,90 €  | -              | 35,90 €               | 56,25 €        | 38,73 €  | -31,2%         | -17,52 €              |
| 1 llave   | 0,00 €  | 68,44 €  | -              | 68,44 €               | 77,22 €        | 62,97 €  | -18,4%         | -14,24 €              |

Fuente: (Turismo de Canarias, 2021).