

ESTUDIO DEL IMPACTO SOBRE EL  
COMERCIO Y EL EMPLEO DE LA  
CONSTRUCCIÓN Y PUESTA EN  
MARCHA DEL PUERTO Y PARQUE  
MARÍTIMO DEL PUERTO DE LA CRUZ

## ÍNDICE

1.	OBJETO Y ALCANCE DEL ESTUDIO .....	1
2.	CONTENIDOS Y METODOLOGÍA .....	3
3.	RIESGOS Y MEDIDAS .....	6
3.1.	Durante las obras .....	6
3.1.1.	Asociados a movilidad .....	6
3.1.2.	Riesgos medioambientales: básicamente, contaminación, gestión de materiales de obra y ruido .....	7
3.1.3.	Principales medidas a adoptar relacionadas directamente con la actividad comercial y el empleo .....	7
3.2.	Con el Puerto en funcionamiento .....	9
3.2.1.	Falta de inversores para ocupar el nuevo espacio .....	9
3.2.2.	Sustitución de la oferta del tejido comercial preexistente .....	9
3.2.3.	Deterioro de la vida y el patrimonio urbanos derivado de la potencial disminución de la actividad comercial y de servicios .....	9
3.2.4.	Riesgos medioambientales: básicamente, los asociados a gestión de residuos y eficiencia energética .....	9
3.2.5.	Principales medidas a adoptar relacionadas directamente con la actividad comercial y el empleo .....	9
3.3.	Línea Comercial .....	11
3.3.1.	Riesgos .....	11
3.3.2.	Medidas .....	11
4.	ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	12
4.1.	Población .....	12
4.2.	Comercio .....	13
4.2.1.	Oferta .....	13
4.2.2.	Demanda .....	22
4.3.	Tamaño de mercado .....	24
4.4.	Empleo .....	27
5.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	34
6.	CONCLUSIONES .....	36

## 1. OBJETO Y ALCANCE DEL ESTUDIO

El objeto de este estudio es estimar el impacto que tendría sobre el comercio y el empleo del área de influencia que se concreta más adelante, la futura construcción del Puerto Comercial y Parque Marítimo del Puerto de la Cruz.

El análisis, tanto para el comercio como para el empleo, se realiza para los tres escenarios siguientes:

- a. Impacto durante la construcción. El plazo inicialmente previsto para la construcción es de 70 meses. Es un periodo relativamente largo que puede tener consecuencias sobre la oferta y la demanda comerciales y sobre la actividad turística con su correspondiente impacto en el empleo.
- b. Impacto del Puerto en funcionamiento. La puesta en marcha del parque marítimo supone un aumento considerable de la superficie y la oferta comercial. Puede haber un desplazamiento de la demanda hacia el nuevo espacio que debilite el comercio preexistente y el entorno patrimonial en que se inserta o puede haber un incremento general de visitantes que resulte beneficioso en su conjunto.
- c. Impacto del Puerto en funcionamiento con una línea comercial Tenerife-La Palma. Una línea comercial en el Puerto traería más potenciales compradores, pero podría generar problemas de movilidad en el entorno del puerto que perjudicase la actividad comercial.

El ámbito espacial (zona de influencia) considerado para casi todos los aspectos que serán objeto de estudio es el término municipal del Puerto de la Cruz. No obstante, a la hora de analizar el impacto comercial y en el empleo, la zona de influencia en la que se producirían los impactos más intensos e inmediatos es la que coincide con la actual Zona Comercial Abierta (en adelante, ZCA) y su área de influencia.

Por área de influencia de la ZCA entenderemos la zona geográfica dentro de la cual un comercio minorista logra atraer clientes y generar venta; su identificación viene determinada por la distancia que está dispuesto a recorrer el cliente para llegar a uno de sus locales.

En el caso de la Zona comercial Abierta objeto de este proyecto, en el que se complementa el tejido comercial con el turístico, se identifica la zona de influencia en función de la distancia que está dispuesto a recorrer el cliente o turista de forma peatonal, estimando un tiempo máximo de 15 minutos.

De esta forma, el área de influencia de la zona comercial abierta está delimitada por los siguientes linderos:

- Norte: Avenida de Cristóbal Colón, la calle o paseo de San Telmo, la Plaza de Europa, el muelle y zona de La Marina hasta la intersección de la calle Mequinez con la Avenida de San Felipe.
- Sur: La Avenida Melchor Luz, calle Las Cabezas, Calle Valois hasta la Avenida Aguilar y Quesada.
- Este: con la Avenida de Cristóbal Colón.
- Oeste, con la Avenida Melchor Luz.

El área de influencia supone la suma de las manzanas residenciales y hoteleras de la zona, que se mezclan con la trama comercial existente.

El área de análisis (ámbito de actuación) viene representada por un polígono irregular que discurre a lo largo de la costa del municipio, en concreto la zona de las Piscinas Martiánez, San Telmo y Plaza de Europa hasta la Marina, rodeadas de todo tipo de servicios e instalaciones de hostelería.

Abarca aproximadamente, una superficie de 264.000m<sup>2</sup> a lo largo de un extenso litoral de aproximadamente 800 metros, está dotado de un completísimo equipamiento, unido por un concurrido paseo que recibe a muchos visitantes que, cada día y en cualquier época del año, hacen uso de su paseo costero peatonal.

En cuanto a sus límites, de forma irregular se encuentran conformados:

- Norte: Avenida de Cristóbal Colón desde su intersección con la Avenida Familia Betancourt y Molina, la calle o paseo de San Telmo, y la calle Santo Domingo para seguir bordeando la calle Perdomo y la Calle Pérez Zamora hasta la Calle El Peñón.
- Sur: La Calle Cupido, y Calle Valois.
- Este, Avenida Familia de Betencourt y Molina.
- Oeste: Con la calle Pérez Zamora, la Calle el Peñón hasta el paseo conocido por El Jardinero.

AMBITO DE ACTUACIÓN Y DE INFLUENCIA



También nos referimos a la comarca (formada por los municipios de La Orotava, Los Realejos y Puerto de la Cruz) al tratar de determinar el tamaño de mercado y analizar la estructura del empleo y el paro registrados.

El Modificado al Plan Director de la ZCA es una fuente imprescindible para concretar las medidas a desarrollar para mitigar los posibles efectos negativos del Puerto en el comercio preexistente.

## 2. CONTENIDOS Y METODOLOGÍA

El análisis se estructura en tres apartados:

- En el primero se relacionan los riesgos principales y las medidas a considerar para cada uno de los tres escenarios descritos (apartado 3 de este informe)
- En el segundo se describe la situación actual del comercio y el empleo y se aproxima el tamaño del mercado que correspondería al Puerto de la Cruz en función de los datos sobre población y gasto promedio de residentes y turistas (apartado 4).
- En el tercero se realiza un análisis de sensibilidad que describe como afectarían al comercio y al empleo variaciones en las variables que afectan a la demanda (apartado 5).

Existen limitaciones en la disponibilidad de algunos datos que dificultan el análisis:

- Los datos de oferta comercial requieren actualización, tanto los referidos al mix comercial como los que se refieren a la superficie comercial. En este sentido, se recomienda desarrollar un inventario in situ de la oferta existente que sirva para mejorar la fiabilidad de las medidas correctoras que se establezcan.
- Respecto a la demanda, no existen datos de gasto promedio de residentes a nivel municipal. El gasto promedio de los empadronados en el Puerto que se utiliza en este informe es el gasto promedio a nivel de la Comunidad Autónoma, que es el único dato disponible.
- Tampoco existen datos de movilidad que permitan ajustar la demanda correspondiente al Puerto de la Cruz.

Lo que se hace en este estudio es determinar de forma aproximada con los datos disponibles, como afectarían al comercio y al empleo variaciones negativas de demanda. No podemos determinar cuál vaya a ser la variación concreta. Lo que se hace es señalar las medidas que podrían evitar o mitigar ese riesgo de pérdida de mercado y estimar, haciendo uso de determinadas hipótesis, la magnitud de los impactos en el comercio y el empleo en caso de que dichas medidas no funcionen.

Lo primero que se hace en el estudio es estimar el tamaño de mercado correspondiente al Puerto de La Cruz. Se ha realizado a partir de los datos de población (del padrón y flotante o turística) y del gasto promedio que realizan residentes y turistas.

En segundo lugar, se ha definido un método para relacionar los datos de oferta comercial y de empleo con dicho mercado.

Para ello, en el caso del comercio se ha asignado un tamaño de mercado promedio a cada comercio con tan sólo dividir el total de mercado entre el número de comercios existentes. Obviamente, se trata de un dato promedio. Con los datos disponibles y la distribución existente de las partidas de gasto que se recogen en los datos analizados no es posible determinar el tamaño de mercado para distintos tipos de comercio, bien en función de su actividad (mix comercial), bien en función de su superficie. De este modo, la pérdida de comercios asociada a variaciones negativas de demanda que se calcula en el análisis de sensibilidad que se realiza más adelante en este informe es sólo una aproximación tentativa. Tampoco podemos determinar la sensibilidad o la rapidez de respuesta de los distintos tipos de comercio a cambios en la demanda.



En el caso del empleo se asigna un tamaño de mercado por empleo registrado. Nuevamente, se calcula un dato promedio y general que no tiene en cuenta las diferencias de gasto o de ingresos ni la sensibilidad de los distintos sectores de actividad a variaciones en la demanda.

En el informe se intenta estimar el efecto inducido sobre el nivel de gasto de las pérdidas de empleo que resulten de diferencias negativas en la demanda, que implicarán variaciones en el tamaño del mercado y, por tanto, impactos añadidos en la oferta comercial y el empleo.

No obstante, a pesar de las limitaciones señaladas, los resultados estimados se consideran suficientes para el objetivo de este estudio que no es el de cuantificar con absoluta precisión el riesgo sino tratar de determinar su alcance aproximado en un entorno de previsibles variaciones de demanda.

### 3. RIESGOS Y MEDIDAS

La determinación de riesgos y medidas es una descripción de los riesgos potenciales que concurrirían en cada uno de los escenarios señalados y de las medidas que podrían diseñarse y ejecutarse para mitigar o evitar el potencial impacto de esos riesgos sobre el comercio y el empleo.

#### 3.1. Durante las obras

##### 3.1.1. Asociados a movilidad

###### **Tráfico pesado:**

La información que sigue se encuentra en el Estudio de Movilidad incluido en el Proyecto Básico.

En la etapa de construcción se estima 1 camión cada 3 minutos durante las horas del día en cada sentido, a las dos zonas de acopio previstas, es decir un total de 10 camiones/sentido y lugar de acopio cada 6 minutos, que entra y sale tras descargar. Es decir, para la hora punta simulada, habrá un total de 40 camiones, de los cuales 20 de ellos vinculados con la zona de acopio de la explanada del Puerto y los otros 20 con la zona de acopio prevista junto al Barranco de San Felipe.

Para estos camiones se habilitarán unas rutas predefinidas con el objeto de afectar lo menos posible a la circulación del resto del tráfico.

Los camiones que se dirijan cualquiera de las zonas de acopios habilitadas entrarán por el enlace de Los Realejos, y por la carretera TF-316 se desviarán por el cruce de Las Dehesas (TF-315).

Mientras, la salida de los camiones se realizará por la Avda. del Loro Parque y accederán a la TF-5 por la TF-316 hasta el enlace de Los Realejos.

A la vista de los resultados obtenidos se concluye que:

- La introducción del tráfico pesado producido por la obra no tiene consecuencias significativas en el estado del tráfico. La velocidad media se ve afectada en algo más de 1 km/h y los tiempos de demora en unos 2 seg/km.
- La asignación de recorridos fijos para la entrada y salida de camiones no sólo suponen una mejora sobre una situación con "elección de itinerario libre" sino que es de esperar que también en los hábitos de los conductores y otros usuarios de la vía, que identifican esos recorridos como más incómodos.
- Si bien, para los residentes en esas vías es de esperar un empeoramiento de las condiciones ambientales durante la construcción, especialmente por la generación de ruido.



### **Reducción de plazas de aparcamiento:**

Actualmente, antes del comienzo de las obras, la explanada que ocupará el futuro Puerto cuenta con un aparcamiento para 1.037 vehículos.

Además, el viario comprendido dentro de la Zona Comercial Abierta permite el aparcamiento de 527 vehículos.

Por último, existe un parking público en la Plaza de Europa y uno privado en las Pirámides.

Durante las obras se prevé habilitar un aparcamiento provisional en la zona cercana a la actual Ciudad Deportiva para unos 800 vehículos.

#### **3.1.2. Riesgos medioambientales: básicamente, contaminación, gestión de materiales de obra y ruido**

Estos riesgos están detallados en el informe medioambiental. El ruido y el polvo en suspensión son los factores que, en mayor medida, podrían incidir en el comercio. Las medidas contenidas en la evaluación ambiental para mitigar el ruido y reducir el polvo reducen significativamente estos impactos

#### **3.1.3. Principales medidas a adoptar relacionadas directamente con la actividad comercial y el empleo**

Las medidas a adoptar deben orientarse en cuatro direcciones:

- A reducir al máximo la dificultad de acceso a la zona comercial y de ocio preexistente. Las medidas sobre movilidad y medioambientales comentadas cumplen esta función.
- A dinamizar la zona comercial y de ocio preexistente para que la situación de obras no conlleve la disminución de la actividad comercial. En este sentido se plantean las siguientes medidas clave:
  - Mantener el desarrollo de las actividades culturales y de ocio que ya se venían desarrollando en la zona y generar un programa de nuevas actividades de dinamización.
  - Mantener las actividades de servicios profesionales que aseguran un flujo continuado de personas por la zona de influencia.
  - Avanzar en la cualificación de los comerciantes y de la oferta y estar preparados para el momento en que se ponga en funcionamiento el Parque Marítimo.
  - Activar el uso de los locales desocupados. Plantear un uso para estos locales que puede ser cultural o de ocio, además de puramente comercial, contribuye a rebajar la imagen de abandono que pueden transmitir los locales vacíos y genera una oferta diversa y, por lo general, innovadora, que dinamiza el entorno urbano. Según la información disponible en Tenerife Data, existen 170 locales vacíos. En el Modificado de la ZCA se registran 106 locales sin actividad.
- Medidas urbanísticas orientadas a facilitar el tránsito peatonal por la zona de influencia y a integrar el puerto en la trama urbana favoreciendo un continuo puerto ciudad.
- Plan de comunicación y desarrollo de marca dirigido a poner en valor el patrimonio y los rasgos que conformarían la autenticidad que se plantea como rasgo clave de la estrategia turística del destino.

El éxito de las actividades de dinamización requerirá reforzar las asociaciones de comerciante y el nivel de colaboración de las administraciones públicas con

las mismas. Promover el asociacionismo entre los comerciantes es, desde ese punto de vista, una actividad clave.

## 3.2. Con el Puerto en funcionamiento

### 3.2.1. Falta de inversores para ocupar el nuevo espacio

El nuevo espacio comercial y de ocio deberá poder atraer potenciales inversores que consideren justificada su inversión por las expectativas de demanda futura.

### 3.2.2. Sustitución de la oferta del tejido comercial preexistente

El Parque Marítimo incluirá una zona comercial de 14.546 m<sup>2</sup> y un mercado abierto de 2.442 m<sup>2</sup>. Todo ello en un entorno que tendrá un enorme potencial para atraer visitantes y configurarse como opción preferente de ocio para residentes y turistas.

El riesgo de que esta nueva actividad afecte al tejido comercial actual, sobre todo, del tejido que forma parte de la ZCA, es muy alto si la nueva oferta no se complementa con la preexistente y es capaz de generar sinergias que permitan cualificar la oferta comercial del Puerto de la Cruz en su conjunto.

### 3.2.3. Deterioro de la vida y el patrimonio urbanos derivado de la potencial disminución de la actividad comercial y de servicios

La zona correspondiente a la ZCA coincide con el centro histórico y concentra la mayor parte de la vida urbana y el patrimonio del Puerto de la Cruz. El nuevo Puerto podría reducir de forma significativa los flujos de visitantes a esta zona y repercutir en el nivel de inversiones en conservación y mantenimiento de la misma. En última instancia, supondría socavar el posicionamiento basado en la autenticidad del destino que propone la estrategia turística.

### 3.2.4. Riesgos medioambientales: básicamente, los asociados a gestión de residuos y eficiencia energética

La nueva superficie comercial deberá prever como gestionará los residuos que se generen y plantear medidas de ahorro y eficiencia energética que hagan sostenibles los costes de funcionamiento.

### 3.2.5. Principales medidas a adoptar relacionadas directamente con la actividad comercial y el empleo

Las medidas a adoptar se vinculan a los siguientes objetivos fundamentales:

- Estimular el interés de los inversores en el nuevo espacio.
  - Desarrollo de un plan de comunicación y venta.
  - Facilitar la posibilidad de invertir al mayor número de inversores posibles, evitando la concentración de ofertas y la prevalencia de ofertas indiferenciadas (franquicias) y, facilitar los procesos administrativos y legales de inversión. Todo ello sin perder de vista los objetivos marcados por el estudio que se realiza sobre el mix comercial que mejor se adecúa al nuevo espacio comercial y la coherencia con la estrategia turística del destino.

- Integración. La nueva oferta comercial y de ocio debe integrarse con la actual de forma que no se produzca un efecto sustitución, sino que genere sinergias y complementariedades con el tejido comercial preexistente. En este sentido, son claves las siguientes medidas:
  - Desarrollar un mix comercial para el Parque Marítimo que no replique la oferta ya disponible, sino que abra nuevas posibilidades de consumo. Estas nuevas líneas de negocio deberán poder ser aprovechadas, además, por los comercios existentes (integración comercial):
    - Oferta que complemente a la existente.
    - Oferta diferenciada.
    - Oferta que contribuya a potenciar el posicionamiento turístico del destino.
  - Desarrollar urbanísticamente la zona de forma que no se produzcan discontinuidades entre la trama urbana y el Puerto (integración urbanística).
  - Potenciar la comunicación entre la actual ZCA y el Parque Marítimo. En este sentido, la medida más efectiva sería integrar en una gestión única los dos espacios (integración de la gestión).
- Medidas dirigidas a mantener la coherencia entre el posicionamiento del destino que plantea la estrategia turística y la nueva oferta comercial. En este sentido es clave:
  - Favorecer la interacción y el contacto entre turistas y residentes y potenciar el desarrollo de experiencias (también de compra) vinculadas a lo local.
  - Dotar de visibilidad y relevancia a todos los factores identitarios que conforman la autenticidad del Puerto de la Cruz: paisaje, mar, agricultura, tradiciones y cultura, clima, historia (especialmente como pioneros en el desarrollo turístico), modernidad/apertura/innovación.

### 3.3. Línea Comercial

#### 3.3.1. Riesgos

El desarrollo de una línea comercial entre el Puerto de la Cruz y la isla de La Palma podría generar problemas de movilidad relacionados con el incremento del flujo de vehículos y visitantes.

#### 3.3.2. Medidas

En principio, los accesos previstos son suficientes para absorber este nuevo tráfico.

Por otra parte, habría que intentar retener a los visitantes, la mayor parte residentes, y conseguir que se distribuyan y consuman en todo la ZCA y su zona de influencia.

En este sentido, habría que desarrollar estrategias de comunicación y construir ofertas que favoreciesen cierta vinculación emocional de los visitantes palmeros con la ciudad de El Puerto de la Cruz.

## 4. ANÁLISIS DE IMPACTOS

### 4.1. Población

El cuadro siguiente recoge la variación de la población total de 2011 a 2015 en el término municipal del Puerto de la Cruz. La primera columna de datos recoge la población empadronada en el municipio y la segunda la población turística calculada como el cociente entre el número de pernoctaciones turísticas en el año y 365 o 366 (en caso de año bisiesto).

Se registra una disminución de la población que es más intensa en el caso de la población empadronada.

La población turística representa poco más del 30% del total de la población.

Año	Población padrón	Población turística	Total Población
<b>2015</b>	29.412	13.540	<b>42.952</b>
<b>2014</b>	29.435	14.100	<b>43.535</b>
<b>2013</b>	28.929	13.819	<b>42.748</b>
<b>2012</b>	32.665	13.349	<b>46.014</b>
<b>2011</b>	32.817	13.834	<b>46.651</b>
<b>Variación 2011-2015</b>	<b>-10,38%</b>	<b>-2,13%</b>	<b>-7,93%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del ISTAC

## 4.2. Comercio

### 4.2.1. Oferta

El cuadro siguiente muestra la distribución de la oferta comercial. Se advierte un peso muy significativo de la hostelería y restauración y, en el mix comercial, de las tiendas de moda y de las multitiendas. Esta tabla se ha elaborado con datos suministrados por el Cabildo de Tenerife a través de su web estadística (Tenerife data). Estos datos coinciden, básicamente, con los que figuran en el Plan de la ZCA.

Clasificación	Actividad	Total
<b>alimentación</b>	alimentación carnicería	1
	alimentación frutas verduras	1
	alimentación panadería pastelería	4
	alimentación supermercados	24
	<b>Total alimentación</b>	<b>30</b>
<b>centro comercial</b>	centro comercial	4
	<b>Total centro comercial</b>	<b>4</b>
<b>electrónica, informática, telefonía</b>	bazar electrónica	13
	informática telecomunicaciones	5
	telefonía	6
	<b>Total electrónica, informática, telefonía</b>	<b>24</b>

<b>hostelería y restauración</b>	bar	12
	bar arepera	1
	bar cafetería	5
	cafetería	27
	cafetería pub	4
	cafetería zumería	3
	hamburguesería	2
	heladerías pastelerías	2
	pizzería restaurante	2
	restaurante	39
	restaurante bodegón	1
	restaurante tasca	5
	<b>Total hostelería y restauración</b>	<b>103</b>
<b>mercados y ferias</b>	mercados y ferias	1
	<b>Total mercados y ferias</b>	<b>1</b>
<b>moda complementos y textil</b>	joyería	16
	mercería textiles	4
	moda complementos	46
	moda textil	2
	perfumería estética complementos	8
	relojería	3
	zapatería calzado	17
	<b>Total moda complementos y textil</b>	<b>96</b>



<b>turismo</b>	agencia de viaje	24
	alquiler vehículos	7
	artesanía y productos tradicionales	11
	<b>Total turismo</b>	<b>42</b>
<b>servicios</b>	ciberlocutorio	2
	clínica dental	2
	farmacia	20
	fisioterapia rehabilitación	1
	locutorio	3
	peluquería estética	25
	servicios otro tipo	8
	servicios veterinarios	4
	zapatería taller	1
	<b>Total servicios</b>	<b>66</b>

<b>resto comercio</b>	artículos deportivos	7
	bazar multitienda estanco	49
	comercio otro tipo	28
	compraventa oro	1
	estudio fotografía	2
	ferretería	3
	floristería	3
	herbolario	3
	hogar muebles electrodomésticos decoración	2
	hogar textiles	3
	impresión reprografía	1
	kiosko prensa	1
	librería papelería	6
	mascotas	2
	óptica ortopedia audición	3
	tabaquería licorería	4
<b>Total resto comercio</b>	<b>118</b>	
<b>Total general</b>		<b>484</b>

Los cuadros que siguen a continuación, muestran el mix comercial del Puerto de la Cruz y el de los dos municipios turísticos comparables: Adeje y Arona. Los datos abarcan la totalidad de los municipios. Por lo tanto, el cuadro correspondiente al Puerto de la Cruz incluye los comercios fuera del área de influencia. El Puerto de la Cruz presenta, en general, una menor diversidad comercial. En los municipios del Sur es notablemente mayor la proporción de comercios de ropa y complementos. El nuevo puerto puede contribuir a equilibrar este mix y a recualificar la oferta existente.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	COMERCIOS	% SOBRE TOTAL
ROPA Y COMPLEMENTOS	120	16,67%
OTRO COMERCIO MIXTO	118	16,39%
AUTOSERVICIO DE MENOS DE 120 M2	52	7,22%
JOYERIA, RELOJERIA, BISUTERIA, PLATERIA	52	7,22%
CALZADO, CINTURONES, CARTERAS, BOLSOS, MALETAS	41	5,69%
APARATOS ELECTRONICOS, ELECTRODOMESTICOS Y OTROS ACCIONADOS POR OTRO TIPO DE ENERGIA	33	4,58%
OTROS	33	4,58%
LIBROS, PERIODICOS, PAPELERIA	29	4,03%
APARATOS MEDICOS, ORTOPEDICOS, OPTICOS Y FOTOGRAFICOS	19	2,64%
TEXTILES HOGAR	19	2,64%
PERFUMERIA Y COSMETICA (ASEO PERSONAL)	16	2,22%
HERBOLARIO	15	2,08%
ABONOS, FLORES, PLANTAS, ANIMALES	13	1,81%
ARTÍCULOS DE DEPORTE, PRENDAS DEPORTE, ARMAS, CARTUCHERIA, PIROTECNIA	13	1,81%
AUTOSERVICIO DE MÁS DE 400M2	11	1,53%
FRUTAS Y VERDURAS	11	1,53%
TABAQUERÍAS	10	1,39%
VENTA DE TELEFONOS MOVILES	9	1,25%
EQUIPO Y MATERIAL INFORMÁTICO	8	1,11%
PANADERIA, PASTELERIA, CONFITERIA	8	1,11%
VEHICULOS TERRESTRES	8	1,11%
FERRETERIA	7	0,97%
BEBIDAS	6	0,83%
COMERCIO DE ALIMENTACIÓN CON VENDEDOR	6	0,83%
SELLOS, MONEDAS, MEDALLAS, BILLETES, ANTIGÜEDADES, FOSILES...	6	0,83%
AUTOSERVICIO ENTRE 120M2 Y 399M2	5	0,69%
MERCERIA Y PAQUETERIA	5	0,69%
OTROS ARTICULOS PARA EL HOGAR	5	0,69%
BOMBONES, CAMELOS	4	0,56%
CARNICERIA-CHARCUTERIA	4	0,56%
CHURROS, GOLOSINAS, FRUTOS SECOS...	4	0,56%
LENCERIA Y CORSETERIA	4	0,56%
JUGUETERÍA	3	0,42%
MATERIALES CONSTRUCCIÓN Y SANAMIENTO	3	0,42%
PELETERIA	3	0,42%
PRENDAS ESPECIALES	3	0,42%
BIENES USADOS	2	0,28%
CARNICERÍA DE FRESCO Y CONGELADO	2	0,28%
MUEBLES HOGAR	2	0,28%
PESCADERIA	2	0,28%

TELAS PARA ROPA	2	0,28%
HUEVERIA-POLLERIA	1	0,14%
MENAJE HOGAR	1	0,14%
PIEZAS DE RECAMBIO VEHICULOS	1	0,14%
SEX-SHOP	1	0,14%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>720</b>	<b>100,00%</b>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	COMERCIOS	% SOBRE TOTAL
ROPA Y COMPLEMENTOS	164	21,35%
OTRO COMERCIO MIXTO	129	16,80%
AUTOSERVICIO DE MENOS DE 120 M2	62	8,07%
JOYERIA, RELOJERIA, BISUTERIA, PLATERIA	60	7,81%
CALZADO, CINTURONES, CARTERAS, BOLSOS, MALETAS	48	6,25%
APARATOS ELECTRONICOS, ELECTRODOMESTICOS Y OTROS ACCIONADOS POR OTRO TIPO DE ENERGIA	33	4,30%
PERFUMERIA Y COSMETICA (ASEO PERSONAL)	33	4,30%
AUTOSERVICIO ENTRE 120M2 Y 399M2	19	2,47%
AUTOSERVICIO DE MÁS DE 400M2	16	2,08%
ARTÍCULOS DE DEPORTE, PRENDAS DEPORTE, ARMAS, CARTUCHERIA, PIROTECNIA	14	1,82%
LIBROS, PERIODICOS, PAPELERIA	14	1,82%
ABONOS, FLORES, PLANTAS, ANIMALES	13	1,69%
APARATOS MEDICOS, ORTOPEDICOS, OPTICOS Y FOTOGRAFICOS	13	1,69%
OTROS	13	1,69%
VENTA DE TELEFONOS MOVILES	13	1,69%
FERRETERIA	10	1,30%
LENCERIA Y CORSETERIA	9	1,17%
JUGUETERÍA	8	1,04%
PELETERIA	8	1,04%
TEXTILES HOGAR	8	1,04%
COMERCIO DE ALIMENTACIÓN CON VENDEDOR	6	0,78%
EQUIPO Y MATERIAL INFORMÁTICO	6	0,78%
MATERIALES CONSTRUCCIÓN Y SANAMIENTO	6	0,78%
PANADERIA, PASTELERIA, CONFITERIA	6	0,78%
TABAQUERÍAS	6	0,78%
BEBIDAS	5	0,65%
CHURROS, GOLOSINAS, FRUTOS SECOS..	5	0,65%
HERBOLARIO	5	0,65%
OTROS ARTICULOS PARA EL HOGAR	4	0,52%
VEHICULOS TERRESTRES	4	0,52%
FRUTAS Y VERDURAS	3	0,39%
MERCERIA Y PAQUETERIA	3	0,39%
MUEBLES HOGAR	3	0,39%

CARNICERIA EN FRESCO	2	0,26%
COMERCIO MIXTO SIN ASISTENCIA DE PERSONAL DE VENTA (EJ. CARREFOUR Y ALCAMPO)	2	0,26%
CUBIERTAS Y CAMARAS AIRE PARA VEHICULOS	2	0,26%
DESPACHO DE PAN	2	0,26%
DULCERÍA	2	0,26%
PIEZAS DE RECAMBIO VEHICULOS	2	0,26%
PUERTAS, VENTANAS, PERSIANAS, MARCOS, MOLDURAS, PARQUET...	2	0,26%
BIENES USADOS	1	0,13%
BOMBONES, CAMELOS	1	0,13%
CARNICERIA-CHARCUTERIA	1	0,13%
DROGUERIA, PINTURAS, PAPELES PARA DECORAR, ETC EXCEPTO LIMPIEZA	1	0,13%
MUEBLES OFICINA	1	0,13%
<b>Total general</b>	<b>768</b>	<b>100,00%</b>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	COMERCIOS	% SOBRE TOTAL
ROPA Y COMPLEMENTOS	244	18,91%
OTRO COMERCIO MIXTO	188	14,57%
AUTOSERVICIO DE MENOS DE 120 M2	91	7,05%
JOYERIA, RELOJERIA, BISUTERIA, PLATERIA	74	5,74%
CALZADO, CINTURONES, CARTERAS, BOLSOS, MALETAS	73	5,66%
APARATOS ELECTRONICOS, ELECTRODOMESTICOS Y OTROS ACCIONADOS POR OTRO TIPO DE ENERGIA	69	5,35%
ARTÍCULOS DE DEPORTE, PRENDAS DEPORTE, ARMAS, CARTUCHERIA, PIROTECNIA	52	4,03%
PERFUMERIA Y COSMETICA (ASEO PERSONAL)	40	3,10%
AUTOSERVICIO ENTRE 120M2 Y 399M2	36	2,79%
ABONOS, FLORES, PLANTAS, ANIMALES	31	2,40%
LIBROS, PERIODICOS, PAPELERIA	30	2,33%
APARATOS MEDICOS, ORTOPEDICOS, OPTICOS Y FOTOGRAFICOS	23	1,78%
FERRETERIA	23	1,78%
PELETERIA	23	1,78%
OTROS	22	1,71%
PANADERIA, PASTELERIA, CONFITERIA	20	1,55%
CHURROS, GOLOSINAS, FRUTOS SECOS..	19	1,47%
TEXTILES HOGAR	19	1,47%
VENTA DE TELEFONOS MOVILES	19	1,47%
VEHICULOS TERRESTRES	16	1,24%
AUTOSERVICIO DE MÁS DE 400M2	15	1,16%
BEBIDAS	12	0,93%
EQUIPO Y MATERIAL INFORMÁTICO	12	0,93%

FRUTAS Y VERDURAS	12	0,93%
JUGUETERÍA	11	0,85%
MUEBLES HOGAR	11	0,85%
HERBOLARIO	10	0,78%
LENCERIA Y CORSETERIA	10	0,78%
PIEZAS DE RECAMBIO VEHICULOS	10	0,78%
OTROS ARTICULOS PARA EL HOGAR	7	0,54%
MENAJE HOGAR	6	0,47%
CARNICERIA EN FRESCO	5	0,39%
COMERCIO DE ALIMENTACIÓN CON VENDEDOR	5	0,39%
PUERTAS, VENTANAS, PERSIANAS, MARCOS, MOLDURAS, PARQUET...	5	0,39%
SEX-SHOP	5	0,39%
CARNICERIA-CHARCUTERIA	4	0,31%
DROGUERIA, PINTURAS, PAPELES PARA DECORAR, ETC EXCEPTO LIMPIEZA	4	0,31%
TABAQUERÍAS	4	0,31%
TELAS PARA ROPA	4	0,31%
BIENES USADOS	3	0,23%
DULCERÍA	3	0,23%
MATERIALES CONSTRUCCIÓN Y SANAMIENTO	3	0,23%
MERCERIA Y PAQUETERIA	3	0,23%
CUBIERTAS Y CAMARAS AIRE PARA VEHICULOS	2	0,16%
INSTRUMENTOS MUSICALES Y ACCESORIOS	2	0,16%
PRENDAS ESPECIALES	2	0,16%
VENTA DE MAQUINARIA (NO APARATOS HOGAR, NI OFICINA, NI OPTICOS, MEDICOS U ORTOPEDICOS, NI FOTOGRÁFICOS)	2	0,16%
CARNICERÍA DE FRESCO Y CONGELADO	1	0,08%
MAQUINARIA Y EQUIPOS OFICINA (NO INFORMÁTICO)	1	0,08%
MUEBLES COCINA	1	0,08%
SELLOS, MONEDAS, MEDALLAS, BILLETES, ANTIGÜEDADES, FOSILES...	1	0,08%
VEHICULOS FLUVIALES Y MARITIMOS	1	0,08%
VENTA DE HELADOS	1	0,08%
<b>Total general</b>	<b>1.290</b>	<b>100,00%</b>

Respecto a la distribución de los comercios por superficie, se observa en el cuadro siguiente como el Puerto de la Cruz tienen un mayor promedio de comercios de pequeña superficie (menos de 120 m2).

MUNICIPIO	SUPERFICIE DE VENTA	COMERCIOS	% SOBRE TOTAL MUNICIPIO
ADEJE	De 2.500 a 4.999 m2	2	0,26%
	De 1.000 a 2.499 m2	18	2,34%
	De 400 a 999 m2	31	4,04%
	De 120 a 399 m2	116	15,10%
	Menos de 120 m2	601	78,26%
ARONA	De 2.500 a 4.999 m2	1	0,08%
	De 1.000 a 2.499 m2	23	1,78%
	De 400 a 999 m2	42	3,26%
	De 120 a 399 m2	170	13,18%
	Menos de 120 m2	1054	81,71%
OROTAVA (LA)	De 5.000 y más m2	2	0,39%
	De 2.500 a 4.999 m2	1	0,19%
	De 1.000 a 2.499 m2	18	3,51%
	De 400 a 999 m2	25	4,87%
	De 120 a 399 m2	88	17,15%
	Menos de 120 m2	379	73,88%
PUERTO DE LA CRUZ	De 1.000 a 2.499 m2	10	1,39%
	De 400 a 999 m2	12	1,67%
	De 120 a 399 m2	55	7,64%
	Menos de 120 m2	643	89,31%
REALEJOS (LOS)	De 2.500 a 4.999 m2	2	0,58%
	De 1.000 a 2.499 m2	6	1,75%
	De 400 a 999 m2	14	4,08%
	De 120 a 399 m2	40	11,66%
	Menos de 120 m2	281	81,92%

**La construcción del puerto deberá atraer nuevos visitantes y contribuirá a cualificar la oferta existente.** Es previsible que este mix comercial evolucione hacia una mayor diversidad y que surjan nuevas propuestas comerciales que mejoren la calidad. Este factor dependerá en gran parte de cómo se oriente la oferta comercial del nuevo puerto y de que se trabaje intensamente en la mejora de los comercios y en la formación de comerciantes y empleados durante el periodo de obras.

Por otra parte, esta ampliación previsible de la diversidad de la oferta puede conseguir retener a gran parte de residentes en el municipio que ahora realizan sus compras en municipios cercanos, sobre todo, en La Orotava.

#### 4.2.2. Demanda

Los cuadros siguientes reflejan el promedio de gasto anual por persona año correspondiente a la Comunidad Autónoma Canaria conforme a la Encuesta de Condiciones de Vida (ISTAC). No existen datos a nivel municipal.

El gasto promedio por turista/día que aparece en el segundo cuadro (ISTAC) si se corresponde con el municipio de El Puerto de la Cruz. Se registra un leve aumento del gasto/día año a año.

Gasto promedio por persona/año

Conceptos de Gasto	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Alimentos y bebidas no alcohólicas	1.504,91	1.449,39	1.440,22	1.395,28	1.473,74	1.440,77
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	124,45	130,50	120,64	137,94	141,80	163,70
Artículos de vestir y calzado	448,72	437,07	371,53	348,26	440,79	538,71
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2.684,34	2.623,99	2.581,65	2.619,29	2.590,66	2.620,26
Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos corrientes de conservación de la vivienda	376,42	376,53	373,89	387,83	419,81	436,91
Salud	335,56	297,88	266,11	283,69	311,11	276,56
Transportes	1.115,46	1.284,34	1.104,69	1.204,68	1.247,58	1.261,99
Comunicaciones	314,28	316,06	323,98	329,88	359,83	344,61
Ocio, espectáculos y cultura	576,22	505,21	499,66	513,25	629,20	571,22
Enseñanza	112,25	114,13	90,34	104,81	89,41	77,52
Hoteles, cafés y restaurantes	781,61	681,63	624,79	680,80	727,79	701,34
Otros bienes y servicios	634,93	689,15	667,66	699,25	676,11	690,15
<b>TOTAL GASTO MEDIO POR PERSONA</b>	<b>9.009,14</b>	<b>8.905,87</b>	<b>8.465,16</b>	<b>8.704,96</b>	<b>9.107,83</b>	<b>9.123,74</b>



Gasto promedio por turista/día

<b>Conceptos de gasto</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>
Gasto medio en alojamiento	5,14	4,59	4,74	4,11	4,14	4,97
Gasto medio en transporte público	1,58	1,52	1,64	1,54	1,72	1,88
Gasto medio en alquiler de vehículos	1,76	1,64	1,66	1,78	1,82	2,15
Gasto medio en compras aliment. en super.	7,27	7,00	6,84	6,08	6,27	5,50
Gasto medio en restaurantes	10,02	9,92	9,86	9,91	9,87	10,26
Gasto medio en souvenirs	6,60	6,99	7,09	6,61	6,06	5,66
Gasto medio en ocio	4,34	4,49	4,37	4,83	4,91	4,94
Gasto medio en otros conceptos	1,56	1,48	1,73	2,35	2,33	2,37
<b>TOTAL GASTO MEDIO POR TURISTA Y DÍA</b>	<b>38,27</b>	<b>37,63</b>	<b>37,93</b>	<b>37,21</b>	<b>37,12</b>	<b>37,72</b>

### 4.3. Tamaño de mercado

A partir de estos datos podemos inferir el tamaño de mercado del Puerto de la Cruz. Partimos de la hipótesis que no hay diferencias sustanciales entre el gasto por persona correspondiente a la Comunidad y el correspondiente al municipio de El Puerto de la Cruz. No existen datos disponibles que nos permitan ajustar dicho gasto territorialmente.

El cuadro muestra como a pesar de los incrementos en el gasto no se alcanza en 2015 el tamaño de mercado de 2011. El motivo fundamental es la disminución de la población empadronada.

Año	Población Residente			Población Turística			Total Gasto
	Padrón	Gasto anual	Gasto Total Residentes	Turistas	Gasto/día	Gasto Total Turistas	
<b>2015</b>	29.412	9.009,14	264.976.826	13.540	38,27	189.134.167	<b>454.110.993</b>
<b>2014</b>	29.435	8.905,87	262.144.283	14.100	37,63	193.662.795	<b>455.807.078</b>
<b>2013</b>	28.929	8.465,16	244.888.614	13.819	37,93	191.316.455	<b>436.205.068</b>
<b>2012</b>	32.665	8.704,96	284.347.518	13.349	37,21	181.798.162	<b>466.145.681</b>
<b>2011</b>	32.817	9.107,83	298.891.657	13.834	37,12	187.434.099	<b>486.325.756</b>

El cuadro siguiente recoge el tamaño de mercado eliminando las partidas de gasto que no se corresponden estrictamente con gastos comerciales o en restauración.

En el caso del gasto de residentes eliminaríamos los gastos de vivienda y suministros, los de salud, transporte, comunicación, ocio y cultura y enseñanza. En el caso de los turistas, los de alojamiento, ocio y transporte público.

Año	Población Padrón			Población Turística			Total Gasto
	Padrón	Gasto anual	Gasto Total Residentes	Turistas	Gasto/día	Gasto Total Turistas	
<b>2015</b>	29.412	3.871,04	113.855.028	13.540	27,21	134.474.541	<b>248.329.569</b>
<b>2014</b>	29.435	3.764,27	110.801.287	14.100	27,03	139.109.895	<b>249.911.182</b>
<b>2013</b>	28.929	3.598,73	104.107.660	13.819	27,18	137.094.153	<b>241.201.813</b>
<b>2012</b>	32.665	3.649,36	119.206.344	13.349	26,73	130.595.670	<b>249.802.014</b>
<b>2011</b>	32.817	3.880,04	127.331.273	13.834	26,35	133.051.954	<b>260.383.226</b>

Si comparamos los datos de Puerto de la Cruz con los otros dos grandes municipios turísticos de Tenerife, Adeje y Arona; observamos los siguientes aspectos significativos:

- El gasto turístico en Puerto de la Cruz es el más bajo de los tres municipios turísticos.

- El gasto por persona y por superficie comercial es también el más bajo de los tres. La diferencia más acusada se da con Adeje, mientras que los datos son bastante similares a los de Arona.

En cuanto al gasto turístico los datos indican que hay recorrido para su aumento. La mejora en la calidad de la oferta que podría derivarse del nuevo puerto podría tener un efecto claro en este sentido.

Por otra parte, parece que, con relación, sobre todo, a Adeje, la presencia de comercios de mayor superficie mejora el volumen de negocio. El Puerto de la Cruz es el municipio con un promedio de superficie por comercio más bajo. Este dato refleja también que la introducción de grandes superficies o centros comerciales puede tener un efecto positivo sobre el comercio en general.

Municipio Turístico	Población Residente			Población Turística			TotalGasto
	Padrón	Gasto anual	Gasto Total Residentes	Turistas	Gasto/día	Gasto Total Turistas	
Adeje	45.405	9.009,14	409.060.002	36.232	40,70	538.244.476	<b>947.304.478</b>
Arona	79.928	9.009,14	720.082.542	27.085	44,88	443.684.802	<b>1.163.767.344</b>
Puerto de la Cruz	29.412	9.009,14	264.976.826	13.678	39,68	198.101.210	<b>463.078.035</b>

Municipio Turístico	Total Población	Gasto por persona	Total Superficie (M2)	Gasto porM2
Adeje	81.637	<b>11.603,86</b>	106.806	<b>8.869,39</b>
Arona	107.013	<b>10.875,01</b>	147.435	<b>7.893,43</b>
Puerto de la Cruz	43.090	<b>10.746,76</b>	58.682	<b>7.891,31</b>

Los cálculos anteriores presuponen que la del Puerto de la Cruz es una economía cerrada en la que su población no se relaciona con el entorno. Para mejorar el análisis y evitar este problema, se puede acudir a estudios de movilidad que informen de los flujos de entrada y salida de personas en un determinado ámbito territorial.

El estudio de movilidad que más se ajusta al ámbito territorial que interesa en este informe es el Plan Territorial Especial de Ordenación del Transporte de Tenerife (PTEOTT) que analiza la movilidad en 11 macrozonas en las que divide la Isla de Tenerife. Entre esas macrozonas se incluye la de El Valle de la Orotava que integra los términos municipales de La Orotava, Los Realejos y Puerto de la Cruz.

El cuadro siguiente es una matriz origen destino que recoge el promedio diario de entradas y salidas de vehículos privados de la macrozona de El Valle de La Orotava. Para traducir en personas los desplazamientos se asume la hipótesis incluida en el PTEOTT de que hay una media de 1,8 ocupantes por vehículo. De este modo, resulta que se produce una salida neta promedio de 2.241 personas por día. No obstante, existen 133.925 desplazamientos (equivalentes a 74.403 personas) por día que se producen dentro de la macrozona que no podemos saber cómo repercuten en el tamaño de mercado del Puerto.

Macrozona	Salidas	Entradas	Saldo	Personas
01. S.C. Tenerife Centro - Anaga	10.985	5.969	-5.016	-2.787

02. S.C. Tenerife Sur- El Rosario	1.995	2.462	467	259
03. Laguna Centro	18.702	3.986	-14.716	-8.176
04. Laguna Norte - Tegueste	0	707	707	393
05. Acentejo	4.256	15.984	11.728	6.516
<b>06. Valle de La Orotava</b>	<b>133.925</b>	<b>133.925</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
07. Icoden-Daute-Isla Baja	6.440	10.491	4.051	2.251
08. Suroeste	239	51	-188	-104
09. Abona	3.010	1.476	-1.534	-852
10. Sureste	261	204	-57	-32
11. Valle de Güimar	0	524	524	291
<b>Totales</b>	<b>179.813</b>	<b>175.779</b>	<b>-4.034</b>	<b>-2.241</b>

PTEOTT - Plan Territorial Especial de Ordenación del Transporte de Tenerife – Memoria de ordenación

Es una cifra significativa de desplazamientos que podría tener un impacto importante en el tamaño de mercado. Las características de empleo de la macrozona que se reflejan en los cuadros siguientes sugieren que el Puerto de La Cruz concentra la mayor parte de las actividades de servicios y desde esta perspectiva se configuraría como el polo de centralidad de la macrozona.

Los datos que siguen se extraen del Plan Urbano de Movilidad Sostenible (PMUS) de Puerto de la Cruz de agosto de 2011. En el mismo no figura una matriz origen destino que nos permita identificar los flujos de entrada y salida con los distintos municipios de la comarca.

Según el PMUS se estima que se producen unos 220.000 viajes diarios de los que 84.000 son urbanos y 146.000 interurbanos. De los urbanos, 52.000 corresponden a residentes y 32.000 a turistas. Los interurbanos se desglosan en 134.000 en vehículo privado y 12.000 en transporte público.

Se realizan un total de 157.000 viajes en vehículo privado, 23.000 urbanos (20.000 de residentes y 3.000 de turistas) y 134.000 interurbanos (78.000 intercomarcales y 56.000 exteriores).

#### 4.4. Empleo

Los cuadros siguientes muestran el empleo registrado por sector de actividad económica correspondiente al segundo trimestre de 2016 y al cuarto trimestre de los años 2015, 2014, 2013, 2012 y 2011. Figuran los datos de Tenerife, de los municipios turísticos del Sur y los de los municipios cercanos, La Orotava y Los Realejos.

Lo que muestran los cuadros es que el Puerto de la Cruz es la economía más terciarizada entre los territorios analizados. El sector servicios acapara en torno al 95% del empleo registrado en casi todos los años estudiados

AÑO	SECTOR	TERRITORIO					
		TENERIFE	Adeje	Arona	La Orotava	Los Realejos	Puerto de La Cruz
2016	AGRICULTURA	8.940	276	752	372	364	117
	INDUSTRIA	14.927	355	796	585	377	210
	CONSTRUCCIÓN	17.856	942	1.687	908	783	299
	SERVICIOS	277.614	23.433	25.153	8.029	5.084	11.925
	<b>TOTAL</b>	<b>319.338</b>	<b>25.006</b>	<b>28.388</b>	<b>9.894</b>	<b>6.608</b>	<b>12.551</b>
2015	AGRICULTURA	8.699	289	734	349	355	142
	INDUSTRIA	14.683	350	740	564	383	204
	CONSTRUCCIÓN	16.238	796	1.113	856	757	299
	SERVICIOS	282.497	23.087	25.405	8.153	5.148	11.916
	<b>TOTAL</b>	<b>322.118</b>	<b>24.522</b>	<b>27.992</b>	<b>9.922</b>	<b>6.643</b>	<b>12.561</b>
2014	AGRICULTURA	8.949	287	739	342	362	136
	INDUSTRIA	14.066	308	733	546	341	214
	CONSTRUCCIÓN	14.253	703	1.016	714	649	223
	SERVICIOS	273.886	21.753	24.479	8.023	5.183	12.188
	<b>TOTAL</b>	<b>311.156</b>	<b>23.051</b>	<b>26.968</b>	<b>9.625</b>	<b>6.535</b>	<b>12.761</b>
2013	AGRICULTURA	8.452	255	701	326	333	154
	INDUSTRIA	13.903	282	668	514	316	204
	CONSTRUCCIÓN	13.213	642	991	698	591	241
	SERVICIOS	266.659	21.804	23.315	7.891	5.025	12.187
	<b>TOTAL</b>	<b>302.228</b>	<b>22.983</b>	<b>25.676</b>	<b>9.429</b>	<b>6.265</b>	<b>12.786</b>
2012	AGRICULTURA	7.453	244	605	283	284	140
	INDUSTRIA	14.186	290	657	537	317	203
	CONSTRUCCIÓN	14.700	695	994	923	633	247
	SERVICIOS	260.621	20.783	21.956	7.786	4.936	11.647
	<b>TOTAL</b>	<b>296.960</b>	<b>22.012</b>	<b>24.212</b>	<b>9.529</b>	<b>6.170</b>	<b>12.237</b>
2011	AGRICULTURA	9.085	296	808	343	335	190
	INDUSTRIA	15.101	274	722	620	370	219
	CONSTRUCCIÓN	18.017	744	1.159	1.370	804	336
	SERVICIOS	263.884	20.370	21.344	10.206	4.925	11.966
	<b>TOTAL</b>	<b>306.087</b>	<b>21.684</b>	<b>24.033</b>	<b>12.539</b>	<b>6.434</b>	<b>12.711</b>

AÑO	SECTOR	TERRITORIO
-----	--------	------------

		TENERIFE	Adeje	Arona	La Orotava	Los Realejos	Puerto de La Cruz
2016	AGRICULTURA	2,80%	1,10%	2,65%	3,76%	5,51%	<b>0,93%</b>
	INDUSTRIA	4,67%	1,42%	2,80%	5,91%	5,71%	<b>1,67%</b>
	CONSTRUCCIÓN	5,59%	3,77%	5,94%	9,18%	11,85%	<b>2,38%</b>
	SERVICIOS	86,93%	93,71%	88,60%	81,15%	76,94%	<b>95,01%</b>
2015	AGRICULTURA	2,70%	1,18%	2,62%	3,52%	5,34%	<b>1,13%</b>
	INDUSTRIA	4,56%	1,43%	2,64%	5,68%	5,77%	<b>1,62%</b>
	CONSTRUCCIÓN	5,04%	3,25%	3,98%	8,63%	11,40%	<b>2,38%</b>
	SERVICIOS	87,70%	94,15%	90,76%	82,17%	77,50%	<b>94,87%</b>
2014	AGRICULTURA	2,88%	1,25%	2,74%	3,55%	5,54%	<b>1,07%</b>
	INDUSTRIA	4,52%	1,34%	2,72%	5,67%	5,22%	<b>1,68%</b>
	CONSTRUCCIÓN	4,58%	3,05%	3,77%	7,42%	9,93%	<b>1,75%</b>
	SERVICIOS	88,02%	94,37%	90,77%	83,36%	79,31%	<b>95,51%</b>
2013	AGRICULTURA	2,80%	1,11%	2,73%	3,46%	5,32%	<b>1,20%</b>
	INDUSTRIA	4,60%	1,23%	2,60%	5,45%	5,04%	<b>1,60%</b>
	CONSTRUCCIÓN	4,37%	2,79%	3,86%	7,40%	9,43%	<b>1,88%</b>
	SERVICIOS	88,23%	94,87%	90,80%	83,69%	80,21%	<b>95,32%</b>
2012	AGRICULTURA	2,51%	1,11%	2,50%	2,97%	4,60%	<b>1,14%</b>
	INDUSTRIA	4,78%	1,32%	2,71%	5,64%	5,14%	<b>1,66%</b>
	CONSTRUCCIÓN	4,95%	3,16%	4,11%	9,69%	10,26%	<b>2,02%</b>
	SERVICIOS	87,76%	94,42%	90,68%	81,71%	80,00%	<b>95,18%</b>
2011	AGRICULTURA	2,97%	1,37%	3,36%	2,74%	5,21%	<b>1,49%</b>
	INDUSTRIA	4,93%	1,26%	3,00%	4,94%	5,75%	<b>1,72%</b>
	CONSTRUCCIÓN	5,89%	3,43%	4,82%	10,93%	12,50%	<b>2,64%</b>
	SERVICIOS	86,21%	93,94%	88,81%	81,39%	76,55%	<b>94,14%</b>

AÑO	SECTOR	TERRITORIO					
		TENERIFE	Adeje	Arona	La Orotava	Los Realejos	Puerto de La Cruz
2016	Comercio	63.450	3.555	5.288	2.893	1.488	<b>2.006</b>
	Comercio al por menor	43.096	2.761	4.341	1.999	949	<b>1.686</b>
	Servicios de alojamiento	22.169	9.028	5.067	83	141	<b>3.075</b>
	Servicios de restauración	30.684	4.155	5.712	912	606	<b>2.121</b>
2015	Comercio	64.759	3.608	5.145	3.073	1.531	<b>2.031</b>
	Comercio al por menor	44.446	2.850	4.242	2.175	981	<b>1.711</b>
	Servicios de alojamiento	21.464	8.603	5.057	80	145	<b>3.019</b>
	Servicios de restauración	31.452	4.185	5.826	920	594	<b>2.158</b>
2014	Comercio	62.908	3.448	5.111	2.964	1.546	<b>2.039</b>
	Comercio al por menor	43.199	2.689	4.258	2.097	997	<b>1.750</b>
	Servicios de alojamiento	20.661	8.152	4.831	95	150	<b>3.043</b>
	Servicios de restauración	29.811	3.670	5.730	889	607	<b>2.068</b>
2013	Comercio	61.077	3.108	4.832	3.003	1.490	<b>2.021</b>
	Comercio al por menor	42.040	2.540	4.042	2.144	942	<b>1.724</b>
	Servicios de alojamiento	20.735	7.997	4.835	86	142	<b>3.135</b>
	Servicios de restauración	28.453	3.482	5.213	862	673	<b>2.034</b>
2012	Comercio	59.906	2.883	4.600	2.964	1.525	<b>1.833</b>
	Comercio al por menor	40.434	2.407	3.722	2.081	933	<b>1.514</b>
	Servicios de alojamiento	19.464	7.549	4.544	79	125	<b>2.971</b>
	Servicios de restauración	26.761	3.342	4.849	766	661	<b>1.888</b>
2011	Comercio	61.053	2.735	4.459	5.355	1.549	<b>1.823</b>
	Comercio al por menor	40.416	2.263	3.633	4.400	960	<b>1.510</b>
	Servicios de alojamiento	19.520	7.495	4.477	90	145	<b>3.219</b>
	Servicios de restauración	25.826	3.308	4.661	710	536	<b>1.900</b>

AÑO	SECTOR	TERRITORIO					
		TENERIFE	Adeje	Arona	La Orotava	Los Realejos	Puerto de La Cruz
2016	Comercio	19,87%	14,22%	18,63%	29,24%	22,52%	<b>15,98%</b>
	Comercio al por menor	13,50%	11,04%	15,29%	20,20%	14,36%	<b>13,43%</b>
	Servicios de alojamiento	6,94%	36,10%	17,85%	0,84%	2,13%	<b>24,50%</b>
	Servicios de restauración	9,61%	16,62%	20,12%	9,22%	9,17%	<b>16,90%</b>
2015	Comercio	20,10%	14,71%	18,38%	30,97%	23,05%	<b>16,17%</b>
	Comercio al por menor	13,80%	11,62%	15,15%	21,92%	14,77%	<b>13,62%</b>
	Servicios de alojamiento	6,66%	35,08%	18,07%	0,81%	2,18%	<b>24,03%</b>
	Servicios de restauración	9,76%	17,07%	20,81%	9,27%	8,94%	<b>17,18%</b>
2014	Comercio	20,22%	14,96%	18,95%	30,79%	23,66%	<b>15,98%</b>
	Comercio al por menor	13,88%	11,67%	15,79%	21,79%	15,26%	<b>13,71%</b>
	Servicios de alojamiento	6,64%	35,37%	17,91%	0,99%	2,30%	<b>23,85%</b>
	Servicios de restauración	9,58%	15,92%	21,25%	9,24%	9,29%	<b>16,21%</b>
2013	Comercio	20,21%	13,52%	18,82%	31,85%	23,78%	<b>15,81%</b>
	Comercio al por menor	13,91%	11,05%	15,74%	22,74%	15,04%	<b>13,48%</b>
	Servicios de alojamiento	6,86%	34,80%	18,83%	0,91%	2,27%	<b>24,52%</b>
	Servicios de restauración	9,41%	15,15%	20,30%	9,14%	10,74%	<b>15,91%</b>
2012	Comercio	20,17%	13,10%	19,00%	31,11%	24,72%	<b>14,98%</b>
	Comercio al por menor	13,62%	10,93%	15,37%	21,84%	15,12%	<b>12,37%</b>
	Servicios de alojamiento	6,55%	34,29%	18,77%	0,83%	2,03%	<b>24,28%</b>
	Servicios de restauración	9,01%	15,18%	20,03%	8,04%	10,71%	<b>15,43%</b>
2011	Comercio	19,95%	12,61%	18,55%	42,71%	24,08%	<b>14,34%</b>
	Comercio al por menor	13,20%	10,44%	15,12%	35,09%	14,92%	<b>11,88%</b>
	Servicios de alojamiento	6,38%	34,56%	18,63%	0,72%	2,25%	<b>25,32%</b>
	Servicios de restauración	8,44%	15,26%	19,39%	5,66%	8,33%	<b>14,95%</b>

Los cuadros siguientes registran el **paro registrado** para los periodos y territorios analizados anteriormente. Los datos de cada periodo son el promedio del paro registrado en los meses del segundo trimestre del año para 2016 y de los meses del último trimestre de cada año para los demás periodos.



En general, se registra una disminución progresiva del número de parados.

AÑO	SECTOR	TERRITORIO					
		TENERIFE	Adeje	Arona	La Orotava	Los Realejos	Puerto de la Cruz
2016	<b>TOTAL</b>	<b>100.834</b>	<b>3.302</b>	<b>7.836</b>	<b>5.169</b>	<b>4.833</b>	<b>3.602</b>
	Sin actividad económica	6.807	106	295	411	347	175
	Agricultura	2.270	41	206	101	85	42
	Industria	4.318	65	171	169	162	98
	Construcción	12.775	201	678	904	845	259
	Comercio	18.126	572	1.295	1.003	887	647
	Hostelería	24.073	1.167	2.543	1.111	1.127	1.121
	Resto de servicios	32.464	1.150	2.647	1.470	1.381	1.260
2015	<b>TOTAL</b>	<b>103.555</b>	<b>3.275</b>	<b>7.802</b>	<b>5.417</b>	<b>5.049</b>	<b>3.768</b>
	Sin actividad económica	6.211	99	264	385	356	187
	Agricultura	2.109	32	142	102	91	51
	Industria	4.524	63	163	172	165	105
	Construcción	13.743	237	792	974	902	292
	Comercio	18.345	519	1.218	1.047	870	658
	Hostelería	15.827	1.118	2.432	780	916	989
	Resto de servicios	42.796	1.206	2.791	1.957	1.748	1.487
2014	<b>TOTAL</b>	<b>110.440</b>	<b>3.317</b>	<b>8.046</b>	<b>5.811</b>	<b>5.535</b>	<b>3.949</b>
	Sin actividad económica	7.280	82	242	489	414	231
	Agricultura	2.237	43	160	103	91	57
	Industria	4.959	63	169	194	192	94
	Construcción	16.405	247	873	1.232	1.136	326
	Comercio	19.356	553	1.282	1.116	917	693
	Hostelería	16.566	1.176	2.608	757	948	1.029
	Resto de servicios	43.636	1.153	2.710	1.920	1.838	1.519
2013	<b>TOTAL</b>	<b>117.271</b>	<b>3.493</b>	<b>8.343</b>	<b>6.160</b>	<b>5.927</b>	<b>4.053</b>
	Sin actividad económica	6.854	69	205	426	378	207
	Agricultura	2.203	45	154	90	87	57
	Industria	5.551	69	212	222	223	107
	Construcción	19.881	341	1.047	1.529	1.420	385
	Comercio	20.424	568	1.339	1.112	967	681
	Hostelería	16.369	1.220	2.580	814	936	1.008
	Resto de servicios	45.989	1.182	2.806	1.969	1.916	1.608
2012	<b>TOTAL</b>	<b>119.977</b>	<b>3.727</b>	<b>8.853</b>	<b>6.072</b>	<b>6.059</b>	<b>4.247</b>
	Sin actividad económica	6.274	64	204	342	346	204
	Agricultura	2.125	41	148	98	94	48
	Industria	5.768	65	226	231	228	122
	Construcción	22.409	381	1.246	1.620	1.544	420

	Comercio	20.387	598	1.436	1.070	968	<b>703</b>
	Hostelería	16.336	1.313	2.712	752	927	<b>1.059</b>
	Resto de servicios	46.678	1.265	2.880	1.959	1.951	<b>1.692</b>
2011	<b>TOTAL</b>	<b>110.462</b>	<b>3.666</b>	<b>8.361</b>	<b>5.441</b>	<b>5.506</b>	<b>3.986</b>
	Sin actividad económica	5.348	64	160	270	251	<b>183</b>
	Agricultura	2.055	47	142	80	92	<b>50</b>
	Industria	5.500	62	229	207	191	<b>131</b>
	Construcción	23.264	492	1.437	1.574	1.544	<b>432</b>
	Comercio	18.552	613	1.296	939	877	<b>667</b>
	Hostelería	14.254	1.183	2.430	654	827	<b>995</b>
	Resto de servicios	41.490	1.205	2.666	1.716	1.724	<b>1.528</b>

AÑO	SECTOR	TERRITORIO					
		TENERIFE	Adeje	Arona	La Orotava	Los Realejos	Puerto de la Cruz
2016	<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
	Sin actividad económica	6,75%	3,21%	3,77%	7,95%	7,17%	<b>4,86%</b>
	Agricultura	2,25%	1,23%	2,63%	1,95%	1,76%	<b>1,18%</b>
	Industria	4,28%	1,98%	2,18%	3,28%	3,36%	<b>2,71%</b>
	Construcción	12,67%	6,08%	8,66%	17,48%	17,48%	<b>7,19%</b>
	Comercio	17,98%	17,33%	16,53%	19,40%	18,36%	<b>17,95%</b>
	Hostelería	23,87%	35,35%	32,46%	21,50%	23,31%	<b>31,13%</b>
	Resto de servicios	32,20%	34,82%	33,77%	28,44%	28,57%	<b>34,98%</b>
2015	<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
	Sin actividad económica	6,00%	3,03%	3,38%	7,10%	7,06%	<b>4,96%</b>
	Agricultura	2,04%	0,99%	1,82%	1,89%	1,80%	<b>1,34%</b>
	Industria	4,37%	1,91%	2,09%	3,17%	3,27%	<b>2,79%</b>
	Construcción	13,27%	7,25%	10,15%	17,98%	17,86%	<b>7,74%</b>
	Comercio	17,72%	15,86%	15,62%	19,33%	17,24%	<b>17,46%</b>
	Hostelería	15,28%	34,14%	31,17%	14,40%	18,14%	<b>26,25%</b>
	Resto de servicios	41,33%	36,82%	35,77%	36,13%	34,63%	<b>39,46%</b>
2014	<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
	Sin actividad económica	6,59%	2,46%	3,01%	8,41%	7,47%	<b>5,85%</b>
	Agricultura	2,03%	1,31%	1,99%	1,77%	1,64%	<b>1,43%</b>
	Industria	4,49%	1,90%	2,10%	3,34%	3,47%	<b>2,37%</b>
	Construcción	14,85%	7,46%	10,85%	21,20%	20,53%	<b>8,26%</b>
	Comercio	17,53%	16,67%	15,94%	19,21%	16,56%	<b>17,54%</b>
	Hostelería	15,00%	35,46%	32,42%	13,03%	17,12%	<b>26,07%</b>
	Resto de servicios	39,51%	34,75%	33,68%	33,04%	33,21%	<b>38,47%</b>
2013	<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
	Sin actividad económica	5,84%	1,98%	2,46%	6,91%	6,38%	<b>5,10%</b>
	Agricultura	1,88%	1,29%	1,84%	1,46%	1,47%	<b>1,40%</b>

	<b>Industria</b>	4,73%	1,98%	2,55%	3,60%	3,76%	<b>2,63%</b>
	<b>Construcción</b>	16,95%	9,75%	12,55%	24,81%	23,95%	<b>9,51%</b>
	<b>Comercio</b>	17,42%	16,25%	16,05%	18,05%	16,32%	<b>16,81%</b>
	<b>Hostelería</b>	13,96%	34,91%	30,92%	13,21%	15,80%	<b>24,87%</b>
	<b>Resto de servicios</b>	39,22%	33,83%	33,63%	31,96%	32,33%	<b>39,68%</b>
<b>2012</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
	<b>Sin actividad económica</b>	5,23%	1,71%	2,31%	5,63%	5,72%	<b>4,81%</b>
	<b>Agricultura</b>	1,77%	1,11%	1,67%	1,61%	1,56%	<b>1,12%</b>
	<b>Industria</b>	4,81%	1,74%	2,56%	3,80%	3,76%	<b>2,86%</b>
	<b>Construcción</b>	18,68%	10,23%	14,08%	26,68%	25,48%	<b>9,88%</b>
	<b>Comercio</b>	16,99%	16,05%	16,22%	17,63%	15,98%	<b>16,56%</b>
	<b>Hostelería</b>	13,62%	35,23%	30,64%	12,39%	15,30%	<b>24,93%</b>
	<b>Resto de servicios</b>	38,91%	33,93%	32,53%	32,26%	32,20%	<b>39,83%</b>
<b>2011</b>	<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>
	<b>Sin actividad económica</b>	4,84%	1,76%	1,91%	4,96%	4,55%	<b>4,59%</b>
	<b>Agricultura</b>	1,86%	1,28%	1,70%	1,48%	1,68%	<b>1,26%</b>
	<b>Industria</b>	4,98%	1,69%	2,74%	3,81%	3,47%	<b>3,28%</b>
	<b>Construcción</b>	21,06%	13,42%	17,18%	28,94%	28,04%	<b>10,83%</b>
	<b>Comercio</b>	16,79%	16,71%	15,50%	17,26%	15,93%	<b>16,74%</b>
	<b>Hostelería</b>	12,90%	32,26%	29,06%	12,03%	15,01%	<b>24,96%</b>
	<b>Resto de servicios</b>	37,56%	32,87%	31,89%	31,53%	31,32%	<b>38,34%</b>

En las zonas turísticas de la isla en las que ha aumentado la oferta comercial (principalmente, Adeje) el impacto sobre el empleo registrado ha sido positivo. El incremento de superficie comercial no ha tenido repercusión negativa sobre el empleo. Por el contrario, en el Puerto de la Cruz en donde la oferta no solo no ha aumentado sino que ha disminuido ligeramente, las cifras de empleo registrado se comportan peor que en dichos municipios.

Por otra parte, es evidente que la construcción del puerto generará empleo, tanto durante la construcción como durante la explotación.

Durante la construcción se estima la generación de 200 empleos directos por el desarrollo en la parte mar y de 50 por la construcción de la zona tierra. Estos datos provienen de las estimaciones realizadas por los redactores del proyecto.

Durante la explotación, se estima que el empleo directo generado será de 30 empleados en la zona mar y 350 en la zona tierra. La previsión se obtiene por comparación con otros centros comerciales de reciente apertura en el Sur de la Isla.

Si se relaciona la superficie comercial con el empleo registrado en el comercio minorista de los tres principales municipios turísticos se obtiene que el promedio de empleo es mayor en los municipios con mayor superficie y que la diferencia es mayor en los municipios (Adeje) en los que el promedio de superficie comercial por establecimiento es mayor.

Municipio Turístico	Empleo Registrado	Total Superficie (M2)	Empleo por m2
Adeje	2.761	106.806	39

<b>Arona</b>	4.341	147.435	34
<b>Puerto de la Cruz</b>	1.686	58.682	35

## 5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

A través del análisis de sensibilidad se realiza una estimación del impacto que, sobre el tamaño del mercado, el comercio y el empleo, tendrían variaciones negativas en los factores principales que influyen en la demanda. Estos impactos negativos son los que intentan evitarse o mitigarse con la adopción de las medidas correctoras que se proponen.

En el cuadro siguiente se registra el efecto que tendría sobre el tamaño del mercado, la oferta comercial y el empleo una disminución de alguna de las siguientes variables:

- Población empadronada.
- Gasto promedio por persona residente.
- Población turística.
- Gasto promedio por turista/día.

Variable	Variación	Impacto mercado	Impacto comercio	Impacto empleo
<b>Población padrón o gasto residentes</b>	<b>5%</b>	13.248.841	14	366
	<b>10%</b>	26.497.683	28	733
	<b>15%</b>	39.746.524	42	1099
	<b>20%</b>	52.995.365	56	1466
<b>Población turística o gasto turístico</b>	<b>5%</b>	9.456.708	10	262
	<b>10%</b>	18.913.417	20	523
	<b>15%</b>	28.370.125	30	785
	<b>20%</b>	37.826.833	40	1046

A este efecto habría que añadir el impacto inducido por la disminución del gasto asociado a pérdida de empleo. Se asume la hipótesis de que el gasto en situación de desempleo equivale al 60% del gasto anual promedio por residente.

Variable	Variación	Impacto mercado	Impacto comercio	Impacto empleo
<b>Población padrón o gasto residentes</b>	<b>5%</b>	1.980.955	2	55
	<b>10%</b>	3.961.911	4	110
	<b>15%</b>	5.942.866	6	164
	<b>20%</b>	7.923.821	8	219
<b>Población padrón o gasto residentes</b>	<b>5%</b>	1.413.959	2	39
	<b>10%</b>	2.827.918	3	78
	<b>15%</b>	4.241.877	5	117
	<b>20%</b>	5.655.836	6	156

La serie histórica de 2011 a 2016 no indica que puedan producirse movimientos importantes de población empadronada y de gasto de residentes.

La causa principal de un impacto negativo sería la disminución de la población turística. El nivel de gasto turístico tampoco ha sufrido variaciones significativas si analizamos la serie histórica

## 6. CONCLUSIONES

Durante las obras no se prevé afección directa a la oferta comercial. Ningún comercio sufriría inconvenientes que le forzaran al cierre. Pueden aparecer problemas de movilidad y de contaminación ambiental y acústica que afecten al entorno de algunos comercios. No obstante, las medidas para mitigar estos efectos se consideran suficientes.

La demanda comercial preexistente puede resentirse en el periodo de obras si no se adoptan medidas de dinamización que mantengan el atractivo de la zona. En este sentido, resulta esencial que en la ZCA se sigan concentrando las actividades culturales y de servicios. Es importante que los comercios aprovechen este periodo para cualificar su oferta y mejorar su formación. La activación de locales vacíos es otra medida que permitiría dinamizar la zona.

En el periodo de funcionamiento del parque marítimo, las medidas clave para evitar los impactos negativos, fundamentalmente, del riesgo de sustitución de oferta, serían las de integración:

- Integración (complementariedad) con la oferta comercial preexistente.
- Integración del parque marítimo en la trama urbana (integración urbanística).
- Integración del Parque Marítimo en la ZCA existente y unidad de gestión.

La adopción de las medidas propuestas que requerirán un desarrollo más detallado, evitará los riesgos fundamentales que pueden afectar al empleo y al comercio.

Estos irían asociados, principalmente, a disminución de demanda por caídas en el número de turistas o de la población empadronada o por la disminución del gasto por persona. La serie histórica analizada y la evolución en los últimos años no sugieren que la variación que supone la construcción de El Puerto pueda derivar en una caída de demanda.

El Puerto mantendría una posición de centralidad en la macrozona conforme a los datos de movilidad disponibles. La nueva oferta comercial contribuiría, además, a reforzar esa posición atrayendo gran parte de los flujos de demanda que ahora eligen otros municipios para sus compras.

Los datos de empleo de las principales zonas turística donde ha crecido la oferta comercial sugieren que dicho incremento no afecta negativamente al empleo registrado. Más bien, todo lo contrario. El aumento de superficie comercial viene seguido siempre en los municipios turísticos comparables con el Puerto de la Cruz por un aumento del empleo.

Santa Cruz de Tenerife a 30 de diciembre de dos mil diez y seis

P. 7.208/2016

DGT/PMP

EDEI.ES

Antonio María Manrique, 4 Planta Baja  
35011 Las Palmas de Gran Canaria  
Teléfono: 928494100  
Fax: 928262500

Méndez Núñez, 108  
38001 Santa Cruz de Tenerife  
Teléfono: 922281921  
Fax: 922281910