

MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

EL MODELO TURÍSTICO DE CANARIAS: ¿UN ARQUETIPO SINGULAR?

Autor/a: Martina del Pilar Robayna Padrón

Tutor/a: Fernando José Betancort Reyes

Grado en TURISMO

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso académico 2020/2021

Convocatoria de julio

Resumen

No cabe duda que las Islas Canarias se han convertido en uno de los destinos más relevantes de España desde los inicios del desarrollo de esta actividad económica; las condiciones climatológicas y la diversidad de recursos de las islas han desencadenado la evolución del turismo y, con ello, han configurado un modelo turístico ad hoc adaptado a las circunstancias de la realidad insular de estas islas. Esta es la cuestión principal de este trabajo. Para alcanzar este objetivo se analizará la modalidad turística existente en el archipiélago; sopesando las diferencias existentes entre las islas y, al mismo tiempo, tranzado una comparativa con otras comunidades españolas competidoras en materia turística. Finalmente se intentará resolver la cuestión de si existe un modelo turístico canario propio.

Palabras clave

Modelo turístico, sol y playa, clima

Abstract

There are no doubts that the Canary Islands have become one of the most relevant destinations in Spain since the beginning of the sector's development; the weather conditions and the diversity of resources have triggered the evolution of tourism and with it, it has developed a tourist model that has been adapted to the circumstances of the insular reality of these islands. Therefore, it is intended to analyze the current tourism modality in the archipelago, showing the differences between the islands and comparing them with others competing destinations in Spain. Lastly, the question: "Does exist a tourist model in Canary Island?" will be answered.

Keywords

Tourist model, sun and beach, weather

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE ESTUDIO.....	6
2.1 Objetivos.....	6
2.2 Metodología.....	6
3. DESARROLLO DEL TURISMO EN CANARIAS Y EVOLUCIÓN LEGISLATIVA.....	7
3.1. Origen del turismo en las Islas Canarias: El turismo de salud (1880-1960)	7
3.2. El primer boom turístico de Canarias como destino de sol y playa. Primera etapa..... (1970-1975)	7
3.3. El segundo boom turístico de Canarias. Segunda etapa (1983-1991)	8
3.4. El tercer boom turístico de Canarias. Tercera etapa (1995-2006)	9
3.4.1 Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.....	10
3.4.2. Moratoria turística.....	10
3.5. Situación actual de Canarias como destino consolidado dentro del mercado turístico.....	12
4 LA TRADICIÓN HOTELERA EN CANARIAS: EL RÉGIMEN DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS ALOJATIVOS POR MODALIDADES.....	13
4.1. Tenerife: Predominancia de la estructura hotelera.....	13
4.2. Gran Canaria: Prevalencia de los apartamentos.....	15
4.3. Lanzarote.....	16
4.4. Fuerteventura.....	18
4.5. La Palma, La Gomera y El Hierro: Turismo en un entorno natural.....	19
4.5.1. La Palma.....	20
4.5.2. La Gomera.....	22
4.5.3. El Hierro.....	23
5. COMPARACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO DE CANARIAS CON OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DE ESPAÑA.....	25
6. ¿EXISTE UN MODELO TURÍSTICO CANARIO?.....	28
7. CONCLUSIONES.....	30
8. BIBLIOGRAFÍA.....	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Plazas totales por año según islas (1880-1990)	9
Tabla 2: Establecimientos hoteleros abiertos y plazas ofertadas por isla durante el año 2019 en Canarias.....	14
Tabla 3: Establecimientos hoteleros abiertos y plazas ofertadas por municipio en la isla de Tenerife durante el año 2019.....	14
Tabla 4: Establecimientos extrahoteleros y plazas ofertadas por islas durante el año 2019 en Canarias.....	15
Tabla 5: Establecimientos extrahoteleros abiertos y plazas ofertadas por municipio en la isla de Gran Canaria durante el año 2019.....	16
Tabla 6: Establecimientos hoteleros y extrahoteleros y plazas en la isla de Lanzarote en 2019... 17	
Tabla 7: Establecimientos hoteleros y plazas ofertadas por municipio en Lanzarote en 2019.....	17
Tabla 8: Establecimientos hoteleros y extrahoteleros y plazas ofertadas en Fuerteventura en 2019.....	19
Tabla 9 Establecimientos hoteleros y plazas ofertadas por municipio en Fuerteventura en 2019.....	19
Tabla 10: Plazas hoteleras y extrahoteleras en La Palma en el año 2019.....	21
Tabla 11: Establecimientos abiertos y plazas ofertadas en el año 2019 por municipios en La Palma.....	21
Tabla 12: Plazas hoteleras y extrahoteleras en La Gomera en el año 2019.....	23
Tabla 13: Plazas hoteleras y extrahoteleras de La Gomera por municipios en el año 2019.....	23
Tabla 14: Plazas hoteleras y extrahoteleras en El Hierro en el año 2017.....	24
Tabla 15: Plazas hoteleras y extrahoteleras por municipios en la isla de El Hierro en 2017.....	24
Tabla 16: Análisis de Benchmarking basado en los Planes de Marketing según comunidades de España.....	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Teoría del ciclo de vida de Butler.....	12
Figura 2: El Teide.....	13
Figura 3: Dunas de Maspalomas.....	15

Figura 4: Parque Nacional de Timanfaya.....	17
Figura 5: Playas de Jandía.....	18
Figura 6: Roque de los Muchachos.....	20
Figura 7: Garajonay.....	22
Figura 8: Charco Azul.....	24

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución temporal de la antigüedad de la oferta alojativa de Canarias.....	7
Gráfico 2: Llegadas de turistas anuales (1999-2020)	10

1. INTRODUCCIÓN

Las Islas Canarias se consideran un destino turístico consolidado en el mercado, formando parte integrante de una de las grandes potencias del turismo receptor de España, junto con Cataluña, Baleares, la Comunidad Valenciana o Andalucía. Pese a la situación económica excepcional derivada de la pandemia del COVID-19 (que ha paralizado estrictamente al sector turístico durante este último año), estas islas habían cerrado 2019 con 13,1 millones de turistas extranjeros, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Un dato sensiblemente inferior a los periodos anteriores al comienzo de la pandemia mundial.

La localización del archipiélago, muy cercano al continente africano y, por tanto, a la latitud subtropical propicia el desarrollo turístico en las islas. El clima de la zona ofrece unas excelentes temperaturas durante todo el año; convirtiendo al archipiélago en uno de los principales focos del turismo en España. Es por ello que a estas se le haya atribuido el valor de *“mejor clima del mundo”* como identificación de la marca Islas Canarias.

Sin embargo, no solo el clima ha sido un elemento esencial en la evolución del turismo de las islas; además, ateniendo a su diversidad, Canarias cuenta con múltiples espacios naturales que han atraído a millones de turistas. De hecho, las islas de La Palma (1983), Lanzarote (1993), El Hierro (2000) y La Gomera (2012) están consideradas en su totalidad como Reserva de la Biosfera; mientras que Gran Canaria posee un 46% de su territorio clasificado como tal y Tenerife, únicamente en el Macizo de Anaga (Turismo Islas Canarias). En su conjunto, Canarias forma un archipiélago de ocho islas geográficas que ofrecen una variedad de recursos y paisajes diferentes entre ellas.

Canarias es un destino turístico referente en España que ha sido capaz de identificarse con atributos como la naturaleza volcánica, la seguridad, la europeidad, la identidad propia y definida, la libertad de expresión, la hospitalidad y el bienestar físico y emocional, entre otros (Turismo Islas Canarias). Sin embargo, siempre se ha cuestionado mucho la idea de lo que significa el modelo turístico canario para las islas en términos de exclusividad. En otros términos: la diversidad de recursos turísticos entre Islas, ¿predetermina un modelo turístico singular en cada isla? ¿Es el modelo canario una modalidad propia de las islas?

Desde los inicios del desarrollo turístico se ha llegado a una situación de madurez como destino en el que hay que plantearse la toma de decisiones y medidas que conduzcan las islas hacia una situación de rejuvenecimiento. Estas decisiones ayudaran a las islas a adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y a las necesidades de los clientes, además de ajustarse al nuevo estado del sector derivado de la pandemia causada por el COVID-19, cuya realidad ha repercutido notablemente en el turismo.

1. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE ESTUDIO

1.1 . Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es analizar el modelo turístico existente en las Islas Canarias y estudiar la posibilidad de su exclusividad como modalidad en el sector del turismo.

En base a este objetivo, planteamos los siguientes objetivos secundarios para la finalidad del trabajo:

- Analizar el desarrollo turístico del turismo en las Islas Canarias desde sus inicios hasta la actualidad.
- Profundizar sobre el régimen alojativo que se ha dado en el archipiélago por islas y resaltar sus diferencias.
- Realizar una comparación entre Canarias y los principales destinos turísticos de España que puedan presentar similitudes.

1.2 Metodología

La metodología utilizada para llevar a cabo este trabajo es la siguiente:

Por un lado, la recogida de datos estadísticos de páginas oficiales como el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) y Promotur de la marca turística Islas Canarias.

Y, por otro lado, la búsqueda de información sobre el desarrollo del modelo turístico de Canarias y su estado actual en cuanto a oferta alojativa, recursos y servicios para el posterior análisis.

2. DESARROLLO TURÍSTICO DE CANARIAS Y EVOLUCIÓN LEGISLATIVA

Para comprender el modelo turístico actual que existe en Canarias, es importante tener en cuenta como se ha desarrollado la actividad turística en las islas desde sus inicios y los cambios legislativos que se han aplicado desde el marco administrativo en materia turística.

3.1. Origen del turismo en las Islas Canarias: El turismo de salud (1880-1960)

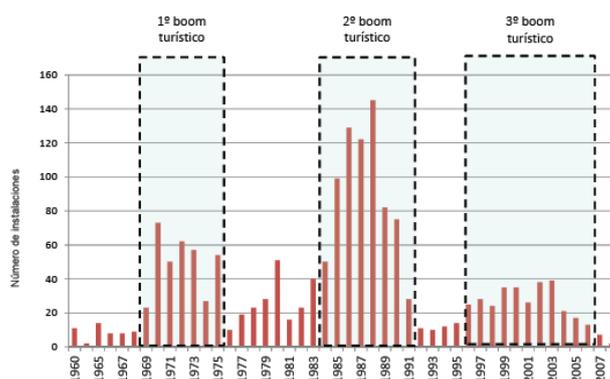
El inicio del turismo como actividad de ocio en las islas comienza a observarse a partir de la década de los ochenta del siglo XIX. Muchas personas comenzaron a interesarse por las islas de Gran Canaria y Tenerife para tratar sus enfermedades reumáticas, cutáneas y respiratorias. Las propiedades beneficiosas del agua y la brisa marina fue clave para el desarrollo de la actividad en Canarias. (González, 2007). Durante esta etapa comienza a popularizarse a estas dos islas como destino de salud. Las compañías navieras aprovecharon la oportunidad e impulsaron la creación de los primeros hoteles. Entre ellos, destaca el Hotel Santa Catalina (1890) en la capital de Gran Canaria, que hoy en día permanece abierto (Turismo de Gran Canaria) y también el Hotel Taoro (1890), de la compañía de Hoteles y Sanatorium del Valle de la Orotava, en el Puerto de la Cruz (Turismo de Tenerife).

Posteriormente, se produce un periodo de recesión en el sector a causa de la Guerra Civil Española (1936-1939), la Primera (1914-1918) y Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Una vez la situación política comienza a estabilizarse, se vuelve a plantear el impulso de Canarias como lugar de ocio y descanso; aunque en esta ocasión con algunos factores determinantes: la declaración de Puerto de la Cruz como ciudad de interés turístico en 1955 y el inicio de la navegación aérea con Europa mediante vuelos chárter, a partir de 1957 (González, 2012)

3.2. El primer boom turístico de Canarias como destino de sol y playa. Primera etapa (1970-1975)

La evolución del turismo en Canarias se ha desarrollado por la combinación de períodos de aceleraciones o de crecimiento rápido (superior a la tendencia), que se alternan con otros de desaceleraciones, crecimiento lento, estancamiento o recesión (inferior a la tendencia). Es por ello, que presenta momentos de crecimiento explosivo o momentos de expansión, en horizontes temporales de mediano plazo, que podemos clasificar como *booms turísticos* (Simancas, 2019).

Gráfico 1. Evolución temporal de la antigüedad de la oferta alojativa turística de Canarias



Fuente de Catastro de Urbana, Proyecto de ReinventUR (2012). Citado por Simancas en "Especulación urbanística y burbuja inmobiliaria en espacios litorales: factores explicativos del tercer boom turístico de Canarias". *Cuadernos de Turismo* nº43 (2019).

A partir de 1960, el modelo turístico de las islas comenzó a asemejarse a un modelo de turismo de sol y playa. Fue entonces cuando capas de la clase trabajadora de Europa Occidental comienzan a interesarse por Canarias como destino de descanso. Toda esta situación se ve favorecida por la Ley Strauss¹ en 1968. (Martín et al, 2011)

Comienza la explotación en las zonas vírgenes de la costa, específicamente en las islas de Tenerife y Gran Canaria, a las que se le suma Lanzarote. De esta manera, los primeros enclaves turísticos como destinos de sol y playa fueron Los Cristianos –Las Américas en Tenerife, Maspalomas en Gran Canaria y Puerto del Carmen en Lanzarote. Asimismo, se produjeron algunas intervenciones en Fuerteventura, La Palma, La Gomera y El Hierro, siendo muy insignificantes en las tres últimas islas. (Domínguez, 2010).

Tal como recuerda Simancas (2019), el primer boom turístico se ve claramente reflejado a partir de 1969, donde el turismo en las islas comienza a desarrollarse de manera significativa, pero este desarrollo se vio pausado por la crisis del petróleo en 1973, que derivó a la primera recesión del modelo turístico de Canarias. No obstante, durante estos años, se comenzó a conformar la oferta turística de las islas y se produjo un auténtico proceso de urbanización en torno al uso turístico. (Domínguez, 2010)

En 1975, se aprueba la Ley 19/1975, de 2 de mayo, de reforma de la Ley sobre Régimen del Suelo y Ordenación Urbana y la Ley 15/1975, de 2 de mayo, de Espacios Naturales Protegidos. De esta manera, se empieza a observar el turismo de Canarias desde un punto de vista medio ambiental y según principios de sostenibilidad. (Ramón et al, 2016). No obstante, fue en 1979, cuando Canarias comenzó a ejercer competencias en materia turística al producirse la transferencia de competencias a la Junta de Canarias ² (Villar y Betancort, 2003)

3.3. El segundo boom turístico de Canarias. Segunda etapa (1983-1991)

Durante esta etapa, el modelo turístico de las islas comienza a establecerse y se produce un proceso de recuperación tras la crisis. La construcción derivada de la creación de infraestructuras relacionadas con el sector turístico aumenta de forma exponencial en el archipiélago: concretamente en las islas de Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria y Tenerife, siendo más

¹ La Ley Strauss o Ley Fiscal sobre Ayuda a Países en Desarrollo fue una ley promulgada por la República Federal Alemana en 1968, que permitía la inversión de capital alemán en países subdesarrollados, suponiendo la creación de una gran cantidad de empresas en Canarias.

² El Real Decreto 2843/1979, de 7 de diciembre, sobre transferencias de la Administración del Estado a la Junta de Canarias en materia de Actividades Molestas, Insalubres, Nocivas y Peligrosas; Urbanismo, Agricultura, Turismo, Administración Local, Cultura y Sanidad fue el reglamento que dio paso a la transferencia de competencias y supuso para Canarias, entre otras cuestiones, la gestión de la actividad turística como comunidad autónoma por primera vez.

destacada en las dos primeras ya que antes no se había producido como en las dos islas capitalinas. (Domínguez, 2008)

Según el gráfico 1, en este período es donde se produce el mayor desarrollo de la oferta de establecimientos turísticos de las islas en comparación con el *primer y tercer boom turístico*.

Tabla 1. Plazas totales por año según islas (1980-1990)

Año	Tenerife	Gran Canaria	Lanzarote	Fuerteventura
1980	60.247	101.799	10.427	5.105
1982	59.200	128.384	12.354	5.049
1984	63.713	128.312	14.928	5.780
1986	76.771	121.550	30.783	10.602
1988	103.919	139.615	42.105	17.886
1990	100.504	128.658	37.910	14.938

Fuente de datos del MIT, AENA, INE y Patronato de Turismo insulares. Cáceres (2014) en “El turismo de masas en Canarias”.

En la tabla 1 se observa un rápido crecimiento de la oferta turística durante la década. En Tenerife, se produce un aumento de más de 40.000 plazas alojativas, mientras que, en Gran Canaria, se consiguen ofertar casi 30.000 plazas más. Por otro lado, en Lanzarote y Fuerteventura, la oferta alojativa es menor en comparación con las islas capitalinas, pero su desarrollo comienza a apreciarse, aumentando en 27.000 y casi 10.000 plazas, respectivamente.

Toda esta situación de crecimiento se verá afectada nuevamente por una crisis a nivel mundial, cuyos efectos negativos que se comenzó a notar entre 1989 y 1990, generando una sobreoferta alojativa en el archipiélago (Cáceres, 2014). Al final de esta etapa, tras la aprobación del Estatuto de Autonomía de Canarias en 1982, aparece la Ley 3/1986, de 8 de abril, reguladora del Régimen de Disciplina en materia turística. Se trataba de una norma de policía reguladora de la inspección, las infracciones y las sanciones. (Villar y Betancort, 2003)

3.4. El tercer boom turístico de Canarias. Tercera etapa (1995-2006)

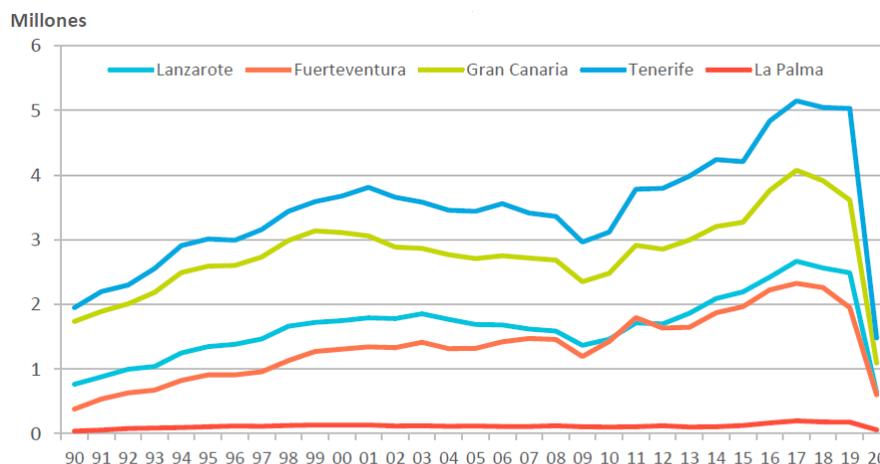
A principios de los 90, se experimentó una leve recesión que se vio reflejada en la llegada de turistas. Según el gráfico 1, fue en 1996 cuando se pudo observar una recuperación en el sector y se produjo la tercera etapa de expansión (Simancas, 2019)

Durante este periodo, en las islas consolidadas como turísticas, las plazas alojativas se mantuvieron de una manera relativamente estable, pero lo que aumentó drásticamente fue la llegada de turistas a Canarias. De esta manera, se produjo una mayor demanda frente a la oferta, suponiendo esta situación una mayor ocupación, la elevación de los precios y una rentabilidad superior (Cáceres, 2014).

Por otro lado, las denominadas islas verdes; La Palma, La Gomera y El Hierro, se incorporaron al proceso de desarrollo turístico de litoral de masas, aunque de una manera menos intensa que el

resto de las islas (Simancas, 2019). En La Palma se empiezan a desarrollar pequeños enclaves turísticos de sol y playa como Los Cancajos y Puerto Naos (Cáceres, 2014).

Gráfico 2. Llegada de turistas anuales (1990-2020)



Fuente: AENA. Elaborado por Promotur (Turismo Islas Canarias, 2020)

3.4.1. Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias

En este momento, aparece la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias³. Esta legislación es la principal ley del archipiélago en materia turística para poder gestionar la actividad turística en las islas. Esta norma posee unos objetivos más amplios que la Ley 3/1986, pues además de tener un carácter de control y sanción de conductas infractoras, también intervenía en otros aspectos importantes como las autorizaciones y licencias y la determinación de las condiciones de calidad de los establecimientos (Villar y Betancort, 2003)

No obstante, a pesar del carácter restrictivo de esta Ley, desencadenó un efecto indeseado que supuso el desarrollo de una etapa de expansionismo conocida como el tercer boom turístico (González y Ramón, 2013). En el año 2000, Canarias ya recibía 10 millones de turistas extranjeros y 1.5 millones nacionales, teniendo unos niveles similares a Baleares y superiores a Hawaii con 6.800.000, Cancún con 2.000.000, y Chipre con 2.200.000 (Cáceres, 2014). Con todo, esta nueva etapa provocó una mayor concienciación por el territorio y el medio ambiente (Ramón et al, 2016)

3.4.2. Moratoria turística

Tras cuarenta años de la construcción de los primeros hoteles y urbanizaciones de Maspalomas-Costa Canaria, a principios de siglo se plantea la idea de establecer una política basada en

³ Esta Ley tiene por objeto “regular en el ejercicio de la competencia exclusiva que sobre la materia tiene la Comunidad Autónoma de Canarias, la ordenación y promoción del turismo en el archipiélago” (art 1). Su aplicabilidad se encuentra vigente para todo el archipiélago ya que es la Norma General Autónoma; sin perjuicio de ello, hay una Ley Especial para las islas de La Palma, La Gomera y El Hierro, (de la que se hablará más adelante) con lo que todo lo que no esté regulado en la Ley Especial, se aplicará en la Ley /1995 para las islas nombradas.

estrategias de renovación de la planta alojativa y en general, del espacio turístico más obsoleto (Ramón et al, 2016).

En 2001 se inició el proceso de la moratoria turística con el Decreto 4/2001, por el que se aprobó la formulación de las Directrices de Ordenación General y las de Turismo. De esta manera, se prohibió el otorgamiento de nuevas autorizaciones turísticas previas para obra nueva o para la ampliación de los alojamientos turísticos durante un año para las islas consolidadas turísticamente y seis meses para las denominadas “*islas verdes*”. En ese mismo año, nace la Ley 6/2001, de 23 de julio, de medidas urgentes en materia de ordenación del territorio y del turismo de Canarias⁴. Esta ley constituyó una nueva muestra de la insistencia y voluntad del Gobierno de Canarias en su propósito de incidir sobre el crecimiento de la oferta de alojamiento de las islas (Simancas, 2019).

En el año 2002, se aprueba la Ley 6/2002, de 12 de junio, sobre medidas de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma (de la que se hablará más adelante), que se establecería como una “*Ley Especial*” para estas islas con el objetivo de desarrollar un modelo turístico alternativo.

La Ley 19/2003, de 14 de abril, por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias⁵ fue promulgada durante 2003 y tenía objetivos similares que la anterior, pero con la novedad de poseer el primer conjunto completo de medidas encaminadas a la recuperación de la ciudad turística tanto a nivel público como privado (Villar, 2016).

Tras la inefectividad de la Ley 19/2003, nace la Ley 6/2009, de medidas urgentes en materia de dinamización sectorial y la ordenación del turismo⁶, con el fin de establecer una política pública que sea capaz de dinamizar la obsolescencia de la oferta (Ramón, González y Hernández, 2016).

Posteriormente, se aprueba la Ley 2/2013, de 29 de mayo, de Renovación y Modernización Turística, con el objetivo de consolidar y completar un instrumento de ordenación territorial que ya había sido creado en la Ley 6/2009; los Planes de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad (PMM). Estos planes eran instrumentos de carácter excepcional, vigencia definida y escala precisa para proceder a la transformación del modelo de ordenación de los espacios públicos y privados de las áreas turísticas maduras (Simancas y Ledesma, 2016). Como base legal, el Gobierno aprobó los PMM en Playa de Mogán y Puerto del Carmen. Más tarde en Costa

⁴ La Ley 6/2001 suponía, entre las medidas más destacadas, la suspensión de instrumentos de ordenación de los recursos naturales, territoriales y urbanísticos, de la aprobación de los PGO, de la tramitación del Planeamiento Urbanístico de Desarrollo y aplicaba un régimen especial para las islas de La Palma, La Gomera y El Hierro.

⁵ La Ley 19/2003 tenía la intención de frenar el desarrollo de nuevos suelos en las cuatro islas consolidadas como turísticas, apostando por la renovación y potenciando la construcción de alojamientos de calidad asociados a oferta complementaria: campos de golf, parques temáticos, zonas comerciales, puertos deportivos, etc.

⁶ La Ley 6/2009 tenía como principales objetivos la creación de planes o programas específicos de modernización, recuperación del espacio turístico, rehabilitación edificatoria integral y separación entre turístico y residencial.

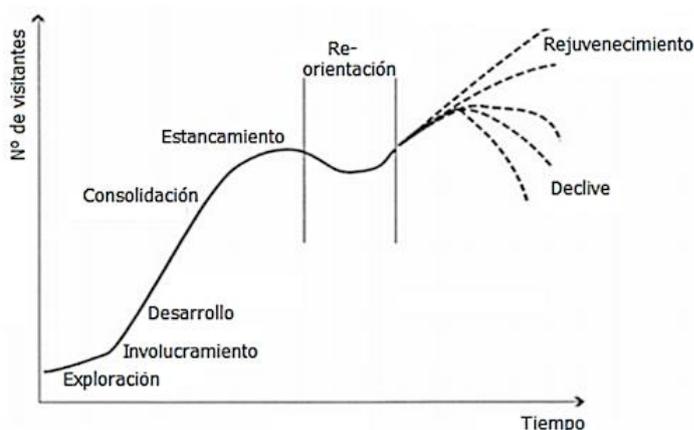
de Mogán, Corralejo, Morro Jable, Costa Teguise, Adeje, Costa de San Miguel, Puerto Santiago y Puerto de la Cruz.

Por último, nace la Ley 9/2015, de 27 de abril, sobre una parte importante de las medidas contenidas en la Ley 2/2013. Esta legislación suponía cambios para los PMM de renovación urbana y rehabilitación edificatoria con mejores en su regulación y capacidad de ordenación, cambios en el ámbito de aplicación de las actuaciones de renovación y respecto a los incentivos de edificabilidad, entre otras cuestiones (Villar, 2016).

3.5. Situación actual de Canarias como destino consolidado dentro del mercado

El ciclo de vida de un destino turístico posee un cómputo de evolución parecido al de los productos y servicios. En este caso se compone de seis etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento y, por último, declive o rejuvenecimiento. Sin embargo, no todos los destinos experimentan las seis etapas ya que depende de las circunstancias en las que evolucionen (García et al, 2013)

Figura 1. Teoría del ciclo de vida de Butler en los destinos turísticos



Fuente: Butler (1980)

A partir de la definición del ciclo de vida en los destinos turísticos según Butler (1980), podemos afirmar que Canarias se encuentra en la fase de destino consolidado dentro del mercado turístico. Pese a la situación de inestabilidad derivada de la crisis sanitaria del COVID-19, el turismo se ha convertido en un sector fundamental que prioriza la mayor parte de los ingresos en la economía canaria.

Canarias es un conjunto de destinos turísticos porque, fruto de su diversidad, es imposible hablar de Canarias como un único destino. Las islas de Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife, La Gomera, La Palma y El Hierro son, cada una de ellas, un destino turístico completo con singularidades propias, que, aunque compartan valores comunes, ofrecen a sus potenciales visitantes un número amplio de servicios turísticos, conformando una propuesta de valor diversa y compleja. Juntas completan el porfolio de productos de la oferta turística canaria (Turismo Islas Canarias).

El archipiélago, sin duda, destaca por sus increíbles playas y paisajes naturales donde perderse, pero si algo caracteriza a las islas principalmente es su clima. La marca turística Islas Canarias ofrece como valor de personalidad el slogan de “*El mejor clima del mundo*” así cuando, en verano, el buen clima es característico del resto de destinos, el público no diferencia la singularidad del clima de las islas, más benigno y menos caluroso durante esa época de lo que correspondería a su latitud. Tampoco en invierno, aun cuando el número de destinos competidores es más reducido, el clima canario se constituye como elemento diferenciado a pesar de su singularidad (Turismo Islas Canarias).

A partir de su desarrollo turístico y con base en los recursos que poseen las islas, se ha llevado a cabo un posicionamiento dentro del mercado en diferentes modalidades; como la categoría de turismo de sol y playa, turismo en espacios naturales, turismo activo, turismo de cruceros y turismo deportivo, entre las modalidades más destacadas.

Las islas compiten a nivel nacional con destinos como Baleares, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana, y a nivel internacional con lugares como Turquía, Egipto, Grecia, Túnez y Marruecos. Y poseen como principales mercados emisores a países europeos como Reino Unido, Alemania, Francia y también un segmento de visitantes provenientes de la península ibérica (Turismo Islas Canarias).

3. LA TRADICIÓN HOTELERA EN CANARIAS: EL RÉGIMEN DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS ALOJATIVOS POR MODALIDADES

4.1. Tenerife: Predominancia de la estructura alojativa hotelera

Tenerife es la isla más visitada por los turistas en Canarias con 5.729.162 de visitantes durante el año 2019 (ISTAC). La isla cuenta con diversas zonas de playas en el litoral y con el volcán del Parque Nacional del Teide, que se alza a 3.718 metros sobre el nivel del mar, convirtiéndose en el pico más alto de España y Patrimonio de la Humanidad declarado por la UNESCO. Otras de sus zonas más privilegiadas es el Macizo de Anaga, declarado Reserva de la Biosfera: Parque Rural que acoge un bosque de la era terciaria (laurisilva) que cuenta con diversos senderos por los que disfrutar en la zona norte de la isla.



Figura 2. El Teide. Fuente: Turismo Tenerife

Por otro lado, la isla cuenta con dos aeropuertos que se encuentran en el norte de la isla, Aeropuerto de Tenerife Norte-Ciudad de La Laguna (antiguo Aeropuerto de Los Rodeos). El otro en la zona sur, el Aeropuerto Tenerife Sur-Reina Sofía. Ambos cuentan con conexiones a nivel internacional, aunque se han visto drásticamente reducidas por la situación de pandemia causada por el COVID-19. Tenerife dispone de dos puertos principales en la isla; El Puerto de Santa Cruz de Tenerife y el Puerto de los Cristianos (Turismo de Tenerife).

Respecto a la oferta alojativa en Canarias, Tenerife es la isla que posee una mayor tradición hotelera en el ámbito de las actividades turísticas alojativas. En la tabla 2, podemos observar cómo

la isla es la que cuenta con más establecimientos hoteleros abiertos, así como la que oferta un mayor número de plazas en esta modalidad.

Tabla 2. Establecimientos hoteleros abiertos y plazas ofertadas por isla durante el año 2019 en Canarias

	Establecimientos hoteleros abiertos	Plazas ofertadas
Tenerife	240	90.373
Gran Canaria	174	67.154
Lanzarote	75	42.534
Fuerteventura	91	48.042

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

Tal y como acuerda Rodríguez (2017), en Tenerife se encuentran 5 entidades turísticas (zonas turísticas) y 17 núcleos turísticos o *microdestinos*⁷. En la zona de Adeje turístico, se localizan los núcleos de: Callao Salvaje, Playa Paraíso, Playa del Duque, Costa Adeje y Torviscas-Fañabé Alto. En la zona de las Américas-Los Cristianos, se encuentran Las Américas-Adeje, Las Américas-Arona y Los Cristianos. En la zona de Abona, se ubican los núcleos de: Costa del Silencio, El Médano y Golf del Sur. En la zona de Isora, se encuentran los Gigantes y Puerto Santiago. Y, por último, en la zona de Puerto de la Cruz turístico están Playa Jardín-Marítimo, Conjunto Histórico, Taoro-La Paz y Martiánez (González et al., 2015).

Tabla 3. Establecimientos hoteleros abiertos y plazas ofertadas por municipio en la isla de Tenerife durante el año 2019.

	Arona	Adeje	Puerto de la Cruz	Santa Cruz de Tenerife	Santiago del Teide	Tenerife
Establecimientos hoteleros	42	64	56	25	7	240
Plazas ofertadas	21.197	34.878	16.383	2.714	4.440	90.373

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

La mayor parte de la actividad turística se encuentra fuertemente concentrada en la zona sur de la isla, en los núcleos de las Américas, Los Cristianos y Adeje. Ambas zonas acumulan más de la mitad de las plazas hoteleras de la isla y precisamente, son aquellas en donde el turismo de sol y playa se ha establecido fuertemente, provocando la obsolescencia tanto de las plazas alojativas como del lugar en su conjunto.

⁷ Los microdestinos son áreas que cuentan con una mayor concentración de establecimientos de actividades turísticas y que presentan cierta homogeneidad en la antigüedad y las características de los establecimientos.

Puerto de la Cruz, que comenzó a experimentar síntomas de estancamiento durante los años ochenta cuando la actividad turística comenzó a tomar importancia en la zona sur (Rodríguez, 2015), mantiene casi el 20% de las plazas hoteleras de Tenerife. Santa Cruz de Tenerife y Santiago del Teide resultan una minoría en cuanto al número de camas alojativas.

Respecto al número de estrellas por establecimiento, predominan los hoteles de cuatro estrellas acumulando más de la mitad de las plazas en la isla. Existe también una fuerte presencia de hoteles de tres estrellas, aunque en menos cantidades que el anterior. Y, por último, los hoteles de cinco estrellas poseen menos establecimientos en la isla, pero acumulan un número considerado de plazas, teniendo en cuenta lo anterior, debido a la fuerte capacidad alojativa de la que disponen (ISTAC, 2019). Como conclusión, cabe afirmar que Tenerife posee un nivel medio en cuanto a las categorías de sus establecimientos hoteleros.

4.2. Gran Canaria: La prevalencia de los apartamentos

Gran Canaria es la segunda isla más visitada por los turistas en el archipiélago con 4.194.076 de visitantes en el año 2019 (ISTAC). Es una isla caracterizada por una gran diversidad de paisajes ya que posee kilómetros de playa y amplios espacios naturales como el Roque Nublo, el Parque Natural de Tamadaba y las dunas de Maspalomas.

La isla posee un único aeropuerto que es el más concurrido en número de pasajeros y de cargo de las Islas Canarias, aunque los aeropuertos de Tenerife registran un mayor número de pasajeros entre los dos. (AENA, Aeropuerto de Gran Canaria). Al igual que los aeropuertos de Tenerife, el número de vuelos diarios se ha visto drásticamente afectado por la pandemia.

Asimismo, cuenta con un puerto principal que es el Puerto de la Luz, considerado el recinto portuario más importante en el Atlántico Medio. Es el más grande del archipiélago canario y cuenta con más de treinta líneas marítimas. Además, resulta de gran importancia para la entrada de barcos de crucero en la isla (Puertos de Las Palmas, Autoridad Portuaria).



Figura 3. Dunas de Maspalomas.
Fuente: Turismo Gran Canaria

En relación con su oferta alojativa, Gran Canaria es la isla que posee más establecimientos extrahoteleros en Canarias, así como la que oferta un mayor número de plazas en este ámbito. Estos datos se pueden ver reflejados en la tabla 4 y suponen un modelo alojativo totalmente contrario al de Tenerife.

Tabla 4. Establecimientos extrahoteleros y plazas ofertadas por islas durante el año 2019 en Canarias

	Establecimientos extrahoteleros abiertos	Plazas ofertadas
Tenerife	186	47.350
Gran Canaria	417	62.536
Lanzarote	184	28.602

Fuerteventura	73	15.272
----------------------	----	--------

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

En la isla se encuentran 4 zonas turísticas que conforman 14 núcleos principales en los que existe una gran concentración de oferta alojativa. En Mogán turístico se encuentran Puerto de Mogán, Taurito, Tauro-Playa El Cura, Amadores, Puerto Rico y Patalavaca-Arguinegín. En la zona de Las Canteras solo existe un único núcleo con su mismo nombre. En Maspalomas, se ubican Meloneras, Sonnenland y Campo Internacional. Y, por último, en Playa del Inglés-San Agustín se encuentran Playa del Inglés, El Beril-Las Burras, San Agustín y Bahía Feliz-Playa del Águila (González et al., 2015).

Tabla 5. Establecimientos extrahoteleros abiertos y plazas ofertadas por municipio en la isla de Gran Canaria durante el año 2019

	Mogán	Las Palmas de Gran Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Gran Canaria
Establecimientos extrahoteleros	111	21	285	417
Plazas ofertadas	17.065	1.369	44.103	62.536

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

En la tabla 5, se puede observar como la mayoría de los establecimientos se encuentran concentrados mayormente en el municipio de San Bartolomé de Tirajana, con más de la mitad de las plazas extrahoteleras que representan el total en Gran Canaria. Por otro lado, Mogán representa, en menor medida que el anterior, una cantidad considerable de camas alojativas. Y, en último lugar, Las Palmas de Gran Canaria ofrece una minoría de plazas, al ser un municipio en donde el turismo de masas no se ha establecido tan firmemente como el resto.

Al igual que Tenerife y por ser considerada como una de las islas que posee la modalidad de turismo de sol y playa, sus zonas en la costa, concretamente las del sur, necesitan una renovación al encontrarse en un momento clave del desarrollo turístico debido, entre otros factores, a la pandemia causada por el COVID-19 y a los continuos cambios de gustos y necesidades por parte de los turistas.

En cuanto al número de estrellas por alojamiento extrahotelero, prevalecen considerablemente los establecimientos de una y dos llaves, que conforman la gran mayoría de camas de la isla. Asimismo, los establecimientos de tres, cuatro y cinco llaves representan muy pocas plazas en Gran Canaria. Esto supone una oferta extrahotelera de nivel medio bajo (Santana, 2002).

4.3. Lanzarote

La isla de Lanzarote es la tercera del archipiélago que recibe más turistas al año, con una cifra de 3.065.575 de visitantes durante el año 2019 (Centro de Datos de Lanzarote). Sus paisajes destacan por ser totalmente contrarios al resto de islas; campos de lava, montañas de suave

relieve, playas de arena blanca y dorada y la combinación de arte y naturaleza, propio del legado del artista César Manrique. Algunos de los lugares más relevantes son el Parque Nacional de Timanfaya y los Jameos del Agua (Turismo de Lanzarote).

Lanzarote cuenta con un único aeropuerto por el que entran la mayor parte de los visitantes, siendo el tercer aeropuerto canario en tráfico de pasajeros (Aeropuerto de Lanzarote, AENA). Además, cuenta con un puerto principal en la capital que es considerado el tercer puerto más grande en Canarias y resulta importante por la llegada de barcos de crucero durante el año (Puertos de Lanzarote).



Figura 4. Parque Nacional de Timanfaya. Fuente: Turismo Lanzarote

En cuanto a su oferta alojativa, la isla se caracteriza por poseer más establecimientos extrahoteleros que hoteleros. Sin embargo, la cifra de los establecimientos hoteleros en número de plazas es casi el doble que la cantidad de plazas de establecimientos extrahoteleros. Por tanto, los hoteles de Lanzarote tienen una gran capacidad alojativa en cuanto al número de plazas. Estos datos se pueden observar en la figura tabla 6.

Sin embargo, al comparar la oferta alojativa de la isla con la de Tenerife y Gran Canaria, se puede afirmar que es algo menor. Este hecho se debe a que Lanzarote no posee la misma capacidad de carga turística que las dos islas capitalinas.

Tabla 6. Establecimientos hoteleros y extrahoteleros y plazas de la isla de Lanzarote en 2019

	Establecimientos hoteleros	Plazas hoteleras	Establecimientos extrahoteleros	Plazas extrahoteleras	Total
2019	75	42.534	184	28.602	71.136

Fuente: Promotur e ISTAC. Elaboración propia.

Lanzarote se compone de 3 zonas turísticas con 9 microdestinos. La zona de Costa Teguisse está conformada por Costa Teguisse: Interior y Costa Teguisse: Litoral. En Puerto del Carmen se encuentran los núcleos de Puerto del Carmen: Casco, Puerto del Carmen: Playa Grande y Puerto del Carmen: Matagorda-Los Pocillos. Y, por último, en Playa Blanca están Playa Blanca: Playa Blanca, Playa Blanca: Montaña Roja, Playa Blanca: Rubicón-Papagayo y Puerto Calero (González et al., 2015).

Tabla 7. Establecimientos hoteleros y plazas ofertadas por municipios en Lanzarote en 2019

	Arrecife	Teguisse	Tías	Yaiza	Lanzarote
Establecimientos hoteleros	9	20	20	26	75
Plazas ofertadas	1.099	11.257	11.265	17.021	42.534

Fuente: Promotur e ISTAC. Elaboración propia.

Se ha seleccionado la modalidad hotelera para el análisis de la oferta alojativa por municipios en Lanzarote ya que es la que más plazas oferta en la isla. En la tabla 7, se observa como el municipio de Yaiza se posiciona en primer lugar tanto en número de establecimientos como de plazas hoteleras. Además, Tegüise y Tías se encuentran casi en la misma de cifra de ambas variables y Arrecife, resulta una minoría.

Es importante señalar que, en el caso de Lanzarote, posee una oferta alojativa algo más nueva que la de Gran Canaria y Tenerife. Esto se debe al desarrollo más tardío que experimentó la isla en cuanto la actividad turística comenzó a tomar importancia en el archipiélago. No obstante, las cifras anuales de turistas siguen siendo más favorecedoras para las dos islas capitalinas (Santana y Marrero, 2008).

En relación con la oferta alojativa según categorías, hay una gran predominancia en cuanto al número de establecimientos de los hoteles de 4 y 5 estrellas ante los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas. Por esa razón, las plazas de dichas categorías son nuevamente mayor ante los hoteles de 1, 2 y 3 estrellas (ISTAC, 2019). Como conclusión, podemos extraer que la oferta hotelera de la isla es de un nivel medio alto.

4.4. Fuerteventura

Fuerteventura es la cuarta isla que recibe más visitantes en Canarias, consiguiendo en el año 2019 unos 12.983.936 turistas (Patronato de Turismo). La isla fue declarada Reserva de la Biosfera en 2009 y destaca por sus kilométricas playas paradisíacas de arena blanca y aguas turquesas. Unos de los espacios naturales más relevantes de la isla son las Dunas de Corralejo y las playas de Jandía (Turismo de Fuerteventura).



Figura 5. Playas de Jandía. Fuente: Turismo Fuerteventura

En la isla hay un único aeropuerto situado a pocos kilómetros de la capital, que resulta ser la principal entrada de turistas. El aeropuerto mantiene conexiones interinsulares, nacionales e internacionales, que han disminuido drásticamente ante la pandemia. (AENA, Aeropuerto de Fuerteventura). Por otro lado, Fuerteventura cuenta con un puerto localizado en la capital por el que no se producen grandes entradas de turistas (Puertos de Canarias, Puerto de Puerto del Rosario).

Respecto a la oferta alojativa de Fuerteventura, es importante resaltar que los hoteles ocupan la mayor parte de las plazas alojativas de la isla. Asimismo, el número de establecimientos de este tipo es superior a los establecimientos extrahoteleros

Al igual que sucede en Lanzarote, la gran mayoría de la oferta alojativa de Fuerteventura fue construida en periodos más tardíos que la oferta alojativa que poseen las islas de Gran Canaria y Fuerteventura. Sin embargo, los turistas se decantan más por visitar estas dos islas antes que Fuerteventura.

Tabla 8. Establecimientos hoteleros y extrahoteleros y plazas ofertadas en Fuerteventura en 2019

	Establecimientos hoteleros	Plazas hoteleras	Establecimientos extrahoteleros	Plazas extrahoteleras	Total
2019	91	48.042	73	15.272	63.314

Fuente: ISTAC. Elaboración propia

Fuerteventura se compone 4 zonas y 7 núcleos turísticos. En Caleta de Fuste está el único microdestino que es Caleta de Fuste. En Corralejo-El Cotillo se encuentran Corralejo y El Cotillo. En Costa Calma solo se localiza Costa Calma. Y, por último, Morro Jable se divide en Morro Jable: Morro Jable, Morro Jable: Solana Matorral y Morro Jable: Esquinzo-Butihondo (González et al., 2015).

Tabla 9. Establecimientos hoteleros y plazas ofertadas por municipio en Fuerteventura en 2019

	Antigua	La Oliva	Pájara	Puerto del Rosario	Fuerteventura
Establecimientos hoteleros	14	23	44	5	91
Plazas ofertadas	6.600	10.075	29.851	222	48.042

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

Se ha elegido analizar la modalidad hotelera de la isla ya que es la que representa una mayor oferta en comparación con la extrahotelera. En la tabla 9, en la que se observan los establecimientos y plazas ofertadas por municipio en Fuerteventura, es importante señalar la acumulación de plazas en el municipio de Pájara, donde se encuentran la mitad de las plazas alojativas de la isla. La Oliva y Antigua mantienen, en menor medida, otra parte de las camas de la isla y Puerto del Rosario se encuentra en una minoría.

En relación con la oferta alojativa por categorías, hay que señalar que la isla mantiene abiertos más hoteles de cuatro y cinco estrellas que de una, dos y tres estrellas. Asimismo, sucede igual con las plazas (ISTAC, 2019), por lo que podemos decir que Fuerteventura posee una oferta alojativa hotelera de nivel medio alto.

4.5. La Palma, La Gomera y El Hierro: Turismo en un entorno natural

La Palma, La Gomera y El Hierro presentan un modelo turístico que se desarrolló con posterioridad al resto de islas y, además, de una manera menos intensa. Este modelo está basado en un producto que oferta principalmente sus recursos naturales y paisajísticos, un modelo de desarrollo sostenible propio que permite la construcción de unidades aisladas de explotación turística en suelo rústico y que estén integradas en el medio respetando el paisaje. Estas islas han marcado una clara diferencia con respecto a Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria y Tenerife.

En 2002, se aprobó la ley 6/2002, de 12 de junio, sobre medidas de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma. Esta ley propició el desarrollo de un modelo alternativo al turismo de masas en estas tres islas. En 2003, se aprobó la Ley 19/2003, de 14 de abril, de las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación de Turismo de Canarias y la Ley 6/2009, de 6 de mayo, de medidas urgentes en materia de ordenación territorial para la dinamización sectorial.

Actualmente, la Ley 6/2002 ha sido modificada en varias ocasiones hasta llegar a la actual Ley 14/2019, de 25 de abril, de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma. El principal objetivo de esta legislación sigue siendo impulsar el crecimiento de las tres islas, potenciando el desarrollo turístico con el progreso del sector primario y al mismo tiempo, permitiendo el uso turístico del suelo en suelo rústico.

4.5.1. La Palma

La isla de la Palma es considerada una de las islas verdes del archipiélago canario junto con La Gomera y El Hierro, y fue declarada Reserva de la Biosfera desde el año 2002. Posee un contraste de paisajes que se caracterizan principalmente por ser zonas abruptas y verdes, barrancos de gran altura y costas de arena negra. Algunos lugares de gran relevancia son el Roque de los Muchachos y el Parque Nacional de la Caldera de Taburiente. (Turismo Islas Canarias). Cabe destacar la gran importancia que representa la actividad astronómica dentro del turismo para la isla.



Figura 6. Roque de los Muchachos. Fuente: Turismo

Al contrario de lo que sucede en las islas consolidadas como turísticas, La Palma posee un modelo alternativo, que se ve reflejado claramente en el número de turistas anuales que llegan a la isla. Esta cifra alcanzó los 257.852 de visitantes durante el año 2019 (ISTAC).

La Palma posee un único aeropuerto que se encuentra cerca de la capital de la isla. El aeropuerto mantenía, antes de la pandemia, conexiones diarias interinsulares, así como semanales con la península ibérica y países de Europa como Alemania, Países Bajos y Reino Unido. La isla tiene el puerto de Santa Cruz de La Palma como principal de la isla. A pesar de su gran importancia a nivel interinsular, la mayoría de las entradas de visitantes se producen a nivel aeroportuario (AENA, Aeropuerto de la Palma).

Antes de los inicios del desarrollo turístico en Canarias, La Palma era (y sigue siendo hoy en día) una isla muy dependiente de su agricultura, concretamente del cultivo de plataneras y su exportación. En 1970, se construyó el aeropuerto insular, pero este no alcanzó una capacidad mayor hasta su renovación en 1985. A partir de este momento, se empezó a contemplar la evolución turística de La Palma, pero no logrando desarrollarse como el resto de las islas. Esto se debió principalmente a problemas de conectividad y a la falta de suelo por la elevada rentabilidad que suponía el cultivo de plataneras. Por tanto, se comenzaron a desarrollar modalidades turísticas que se centraban más en un turismo rural y algunos enclaves costeros de turismo de masas.

Dichas modalidades no supusieron un gran cambio para la isla, ni consiguieron alterar el volumen de turistas poniendo en peligro los recursos naturales (Parreño, 2016). Y, además, trajo consigo la existencia de un equilibrio entre la actividad turística y la exportación de plátanos, favoreciendo ambas actividades a la economía palmera. Tal es así, que la exportación de plátanos supuso 111 millones de euros anuales durante el año 2014, mientras que la actividad turística obtuvo 116 millones en ese mismo año (Rodríguez et al, 2015).

Tal y como se ve reflejado en la figura 10, La Palma posee casi las mismas plazas extrahoteleras que hoteleras. En este caso, los hoteles suponen un mayor número de plazas que representa muy poca diferencia y que implica un balance en el régimen alojativo de la isla.

Tabla 10. Plazas hoteleras y extrahoteleras en La Palma en el año 2019

	Plazas hoteleras	Plazas extrahoteleras	Total plazas
2019	4.061	3.423	8.024

Fuente: Promotur e ISTAC. Elaboración propia.

La Palma posee 3 zonas turísticas en donde se encuentran 5 microdestinos. En Breña Baja hay un único núcleo turístico: Breña Baja. Fuencaliente de la Palma se compone de Fuencaliente de la Palma, Los Llanos de Aridane y El Paso. También, cuenta con Santa Cruz de la Palma con su respectivo núcleo: Santa Cruz de la Palma. Y, por último, se tendrían en cuenta el resto de los municipios de la isla (González et al, 2015).

Asimismo, los núcleos turísticos principales son Los Cancajos, perteneciente al municipio de Breña Baja, y Puerto Naos, que se encuentra dentro del municipio de los Llanos de Aridane. Estos núcleos han sido analizados por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Tabla 11. Establecimientos abiertos y plazas ofertadas en el año 2019 por municipios en la Palma

	Breña Baja	Fuencaliente de la Palma	Los Llanos de Aridane	El Paso	Santa Cruz de la Palma	Resto de municipios	La Palma
Establecimientos abiertos	24	8	45	20	9	18	124
Plazas ofertadas	3.137	1.375	1.998	377	334	503	8.024

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

En la tabla 11, podemos observar que los municipios que conforman la mayor parte de la oferta alojativa de La Palma son Breña Baja, donde se encuentra Los Cancajos, y Los Llanos de Aridane, donde se localiza el núcleo de Puerto Naos. Ambos microdestinos representan pequeños enclaves

costeros que no experimentan la misma demanda ni saturación que los destinos de sol y playa de las islas de Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria y Tenerife.

Para analizar la oferta alojativa por número de estrellas o llaves, se ha seleccionado la oferta hotelera ya que es aquella que supone más plazas para la isla. En este caso, existe una gran predominancia general en los hoteles de una, dos y tres estrellas. No obstante, a pesar de la diferencia de plazas que existe entre estos y los alojamientos de cuatro y cinco estrellas, representan la mayoría de las plazas hoteleras de la isla (ISTAC, 2019).

4.5.2 La Gomera

La Gomera es otra de las islas consideradas como verdes dentro del archipiélago junto con La Palma y El Hierro. La isla fue declarada Reserva de la Biosfera en 2012 y posee paisajes naturales muy singulares como bosques de laurisilva, barrancos y acantilados de gran altura y pequeñas playas salvajes. Algunos de estos paisajes más destacados son el Parque Nacional de Garajonay y playas de arena negra como la playa de La Caleta (Turismo de la Gomera). Es importante hacer referencia a la demanda de actividades de senderismo y al aire libre que posee la isla.



Figura 7. Garajonay. Fuente: Turismo Islas Canarias

La isla ha recibido 104.417 turistas (excluidos residentes canarios) durante el año 2019 (Turismo Islas Canarias). Al igual que La Palma, esta cifra se encuentra bastante lejos de los datos de las islas consolidadas como turísticas.

La Gomera cuenta con un aeropuerto que fue el último en construirse en el archipiélago. Su inauguración fue en 1999 y ofrece conexiones en vuelos interinsulares. Asimismo, la isla tiene un puerto principal que se encuentra en la capital de la isla.

El desarrollo turístico tardío en La Gomera fue causado por la débil estructura económica basada en los cultivos de autoconsumo familiar. También, era de gran relevancia el sector pesquero en algunas zonas costeras y algunos comercios en San Sebastián (Jerez, 2007).

El comienzo de la actividad turística en la isla se remonta a la inauguración del Parador Nacional de San Sebastián en 1972 y a la creación de la nueva línea marítima de la compañía Olsen entre el sur de Tenerife y el puerto gomero en 1974. A partir de este momento, la mejora de los transportes fue evidente y la cifra de visitantes comenzó a aumentar. Con ello, el aeródromo que existía antes de la construcción del aeropuerto fue renovándose hasta convertirse en la principal entrada de turistas que existe en La Gomera hoy en día (Rodríguez, 2000).

Según la tabla 12, La Gomera se caracteriza por tener una oferta alojativa en la que destaca en gran medida el alojamiento extrahotelero. Esto supone una diferencia con la isla de La Palma, no solo en el tipo de oferta sino también en número de plazas, ya que el total de camas alojativas que posee La Gomera es algo menor.

Tabla 12. Plazas hoteleras y extrahoteleras en la Gomera durante el año 2019

	Plazas hoteleras	Plazas extrahoteleras	La Gomera
2019	1.976	3.112	5.088

Fuente: Promotur e ISTAC. Elaboración propia.

La Gomera posee una zona turística, que, a su vez, está conformada por dos núcleos turísticos. La zona es San Sebastián de La Gomera, donde se encuentran los microdestinos de San Sebastián de La Gomera y Valle Gran Rey. Por otro lado, se tienen en cuenta el resto de los municipios de la isla. (González et al, 2015):

Tabla 13. Plazas hoteleras y extrahoteleras de la isla de La Gomera por municipios en el año 2019

	San Sebastián de La Gomera	Valle Gran Rey	Resto de municipios	La Gomera
2019	1.681	2.142	1.266	5.088

Fuente: Promotur e ISTAC. Elaboración propia.

Tal y como se ve reflejado en la tabla 13, Valle Gran Rey ocupa el primer lugar como zona turística en la que se acumulan más plazas alojativas en la isla. Asimismo, San Sebastián y el resto de los municipios se mantienen muy cerca en cuanto a la cifra.

Con el objetivo de analizar la oferta alojativa, se ha seleccionado los establecimientos extrahoteleros de La Gomera ya que son aquellos que predominan en la isla antes que los hoteleros. En este caso, no hay datos por categorías, pero el total de establecimientos extrahoteleros asciende a 155 a diferencia de los hoteleros que suponen 30 en la isla (Promotur, 2019).

4.5.3. El Hierro

La isla de El Hierro es la más occidental de las islas verdes y se caracteriza por la existencia de paisajes únicos de coladas de lava, bosques de pino canario y laurisilva y relajantes piscinas naturales. La isla recibe fue declarada Reserva de la Biosfera en el año 2000 (Turismo de El Hierro). Es importante destacar la relevancia de actividades de senderismo y buceo en la isla.

El desarrollo turístico del Hierro se vio afectado principalmente por la escasez de comunicaciones internas y externas y la íntima oferta alojativa, comercial y de equipamientos de ocio, así como a las escasas condiciones morfológicas de su litoral para oferta el producto de sol y playa.

A pesar de estos factores, la razón que más destaca es la ausencia casi absoluta de capital privado y publicó que pudiera apostar por el desarrollo del turismo en un principio (Martín, 2009).



Figura 8. Charco Azul. Fuente: Turismo Islas Canarias.

En 1996, la isla desarrolló un Plan de Desarrollo Sostenible que tiene como objetivo gestionar el nivel y calidad de vida de la población y la conservación de los recursos naturales. Unos años más tarde de su declaración como Reserva de la Biosfera, fue declarada Geoparque.

Para el análisis de la oferta alojativa de El Hierro se han tenido en cuenta los datos del año 2017. Según la tabla 14, El Hierro es la isla que menos plazas hoteleras y extrahoteleras ofrece en todo el archipiélago. Como se puede observar, la isla se decanta más por la modalidad extrahotelera (al igual que sucede en La Gomera), sin embargo, el número total de plazas en ambas modalidades no supera ni siquiera las 2000 camas.

Tabla 14. Plazas hoteleras y extrahoteleras en El Hierro en el año 2017

	Plazas hoteleras	Plazas extrahoteleras	El Hierro
2017	395	1.370	1.765

Fuente: Promotur e ISTAC. Elaboración propia.

El Hierro posee una única zona turística con dos microdestinos. La entidad es Valverde con Valverde y El Pinar de El Hierro como núcleos. Por otro lado, se encuentran el resto de los municipios (ISTAC). Estos municipios son analizados por el Instituto Canario de Estadística (González et al, 2015)

Tabla 15. Plazas hoteleras y extrahoteleras por municipios en la isla de El Hierro en 2017

	Frontera	El Pinar	Valverde	El Hierro
2017	623	479	663	1.765

Fuente: Promotur e ISTAC. Elaboración propia

En la tabla 15, se observa un régimen alojativo bastante equilibrado entre las zonas turísticas de la isla. Sin embargo, el municipio de Valverde es el que más oferta alojativa posee con casi la misma cifra que Frontera.

Al igual que sucede en La Gomera, no se han encontrado datos exactos de la oferta alojativa según categorías, pero si es posible señalar, que existen 20 establecimientos extrahoteleros en la isla (Promotur, 2019).

4. COMPARACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO DE CANARIAS CON OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS DE ESPAÑA

Así como sucede en Canarias, el turismo en España resulta fundamental para otras comunidades del país, contribuyendo globalmente 154.487 millones de euros en el año 2019 (INE). Desde los inicios del desarrollo del turismo masivo en los años 60, algunas comunidades como Baleares, Cataluña, Andalucía y Valencia han sido las regiones pioneras del sector que han podido consolidar su modelo turístico durante estos últimos años.

En la tabla 16, se procede a estudiar las características principales que definen a cada destino que ha sido seleccionado mediante un análisis de benchmarking. Dichas características se centran en los recursos, la marca del destino, el marketing turístico, los mercados objetivos, la oferta alojativa y los servicios.

Tabla 16. Análisis de Benchmarking basado en los Planes de Marketing según comunidades de España

	Canarias	Baleares	Cataluña	Andalucía	Valencia
Recursos	Playas, piscinas naturales, naturaleza, cultura, ocio, gastronomía, deporte	Playas, piscinas naturales, cultura, ocio, gastronomía, deporte	Playas, naturaleza, cultura, ocio, gastronomía, deporte, arte, congresos, zonas urbanas	Playas, naturaleza, cultura, ocio, gastronomía, deporte, festividades religiosas	Playas, naturaleza, cultura, ocio, gastronomía, deporte, arte, congresos, zonas urbanas
Marca del destino	Marca turística Islas Canarias	Marca turística Illes Balears	Marca turística Catalunya	Marca turística Andalucía	Marca turística Comunitat Valenciana
Marketing turístico	Posicionamiento de marca turística Islas Canarias a través de la proyección de los valores que la definen, potenciando su personalidad	Implantación y desarrollo de estrategia de branding motivacional basado en las agrupaciones de turismo y los valores de las Illes Balears	Estrategia de crecimiento responsable y sostenible para el posicionamiento de Cataluña como principal destino mediterráneo	Estrategia de crecimiento inteligente, sostenible e integrador que sea capaz de diferenciar a Andalucía como destino	Reestructuración de las necesidades a raíz del COVID-19 sin dejar de responder a estrategias relacionadas con los productos y mercados del destino

Mercados objetivo	Reino Unido, Alemania, España y Francia	Alemania, Reino Unido, España e Italia	Alemania, Francia, España y Reino Unido	España, Alemania, Austria y Bélgica	Reino Unido, Francia, Países Nórdicos y Alemania
Oferta alojativa	Hotel (urbano, rural y emblemático), apartamento, villa, casa rural y casa emblemática, viviendas vacacionales y campings	Agroturismos, apartamento turístico, hospedería, hotel rural, turismo interior y estancias turísticas en viviendas	Hotel, hostel, apartamento, campings, bungalow, establecimientos de turismo rural, alojamientos rurales, apartamentos turísticos y viviendas de uso vacacional	Albergue, apartamento, camping, casa rural, complejo turístico rural, hostel, hotel, hotel-apartamento, pensión, vivienda rural y vivienda con fines turísticos	Hotel, viviendas turísticas (apartamentos, villa, chalés, bungalow), campings, áreas de pernoctación en tránsito para caravanas
Servicios⁸	Servicios de viaje al destino, transporte y movilidad, experiencias, ocio, seguridad, bienestar, servicios comerciales, restauración y digitalización y comunicación	Servicios de viaje al destino, transporte y movilidad, experiencias, ocio, seguridad, bienestar, servicios comerciales, restauración y digitalización y comunicación	Servicios de viaje al destino, transporte y movilidad, experiencias, ocio, seguridad, bienestar, servicios comerciales, restauración y digitalización y comunicación	Servicios de viaje al destino, transporte y movilidad, experiencias, ocio, seguridad, bienestar, servicios comerciales, restauración y digitalización y comunicación	Servicios de viaje al destino, transporte y movilidad, experiencias, ocio, seguridad, bienestar, servicios comerciales, restauración y digitalización y comunicación

Fuente: Planes de Marketing Turístico de cada destino y su marca turística. Elaboración propia.

Las comunidades de Baleares, Cataluña, Andalucía y Valencia son los principales destinos competidores dentro de España para las Islas Canarias; Cataluña ocupa el primer puesto en cuanto a llegadas anuales con 19,3 millones durante el año 2019, seguida de Baleares y en tercer lugar Canarias. Andalucía consiguió el cuarto puesto y, por último, se encuentra la Comunidad Valenciana (INE, 2019).

⁸ En los servicios se tiene en cuenta los servicios complementarios asociados al destino (no se incluye la oferta de alojamiento).

Territorialmente, el destino que más similitudes puede presentar con Canarias es Baleares ya que ambas comunidades son un archipiélago. Además, las dos cuentan con órganos competentes por islas (Cabildos en Canarias y Consejos Insulares en Baleares) que gestionan parte de la actividad turística de cada isla. Asimismo, lo que sucede con estas dos Comunidades es que la región se conforma como un destino turístico, sin embargo, cada isla puede ser considerada otro destino con singularidades propias y al mismo tiempo, la comunidad se configura como un conjunto de destinos.

Todas las comunidades seleccionadas coinciden en poseer un litoral privilegiado como recurso principal; esto se traduce en la demanda de un turismo de sol y playa, que ha sido el primer modelo en desarrollarse en España desde el inicio de la actividad turística y que ha conseguido ser el principal motivo de viaje por el que viajan la mayoría de los turistas que llegan a España. No obstante, también se hallan rasgos de turismo de naturaleza, cultural, gastronómico, deportivo y de ocio en todas ellas. Podemos encontrar, en menores medidas, un carácter más urbano en las comunidades de Cataluña y Valencia; hallando actividades de turismo urbano y de congresos en las ciudades de Barcelona y Valencia. Por otro lado, es importante señalar la importancia de las festividades religiosas en la comunidad autónoma de Andalucía.

A partir de este factor, es fundamental hablar de la climatología, que resulta crucial para el desarrollo de la actividad turística en destinos basados en un modelo de sol y playa. En el caso de Canarias, se identifica como el único destino no estacional de los que se han seleccionado. El resto se puede considerar estacional, concretamente las zonas de litoral, ya que su ubicación no favorece las condiciones necesarias para el modelo de sol y playa. Por tanto, Canarias es el único destino que cumple con una ubicación geográfica estratégica capaz de ofrecer unas excelentes temperaturas durante todo el año.

Cada destino posee su propia marca turística que tiene como objetivo identificar el destino y llevar a cabo un posicionamiento destacado dentro del mercado mediante la promoción del destino. Esta marca es importante para la atracción de turistas y la fidelización de aquellos que ya habían visitado el lugar (Fernández, 2011). En este caso, todas las Comunidades coinciden en poseer una marca turística que tiene como fin diferenciarse y resaltar las cualidades de cada lugar mediante diferentes estrategias de marketing. Cabe destacar el Plan de Marketing de la Comunidad Valenciana en el que se tienen en cuenta objetivos en el ámbito de la pandemia causada por el COVID-19.

En cuanto a los principales mercados emisores de cada destino, podemos ver claramente reflejado en la tabla que, en general, la mayoría de los visitantes que vienen a España proceden de Europa. Esto es debido a la cercanía que hay entre la península ibérica y los países emisores, así como sucede con Canarias a pesar de su localización más lejana. También resulta ser de gran relevancia el turismo interno. Como datos de importancia, es conveniente señalar que la mayoría de las Comunidades seleccionadas se reciben muchos turistas por parte de Reino Unido y Alemania.

La oferta alojativa de los destinos suele estar definida por las leyes principales de turismo de cada comunidad. En el caso que se nos presenta, cada comunidad posee sus diferentes conceptos en cuanto a la estructura alojativa de cada destino, sin embargo, muchas de estas definiciones

coinciden entre ellas. En algunos destinos como Cataluña, la estructura alojativa suele ser más nueva y de mayor calidad, mientras que por ejemplo en Canarias, actualmente se sigue luchando para la renovación de los alojamientos de las áreas de litoral, que han llegado a un punto de obsolescencia. Todas las comunidades seleccionadas hacen mucho hincapié en los alojamientos de tipo rural.

Por último, los servicios turísticos de cada destino se conforman como un papel fundamental dentro de la cadena de valor turística; estos deben ofrecerse antes, durante y después del viaje a destino, ya que la experiencia comienza antes de empezar el viaje (Turismo Islas Canarias). Todas las comunidades logran coincidir en ofertar servicios turísticos similares, pues, al fin y al cabo, son destinos que se asemejan por ofertar un producto turístico parecido. Actualmente, los servicios de seguridad han aumentado a nivel internacional por la situación sanitaria del COVID-19.

Como conclusión a este análisis, se puede afirmar que, a pesar de la exclusividad del archipiélago canario en cuanto a su estacionalidad, todos los destinos coinciden en ofrecer como modelo turístico principal un modelo de sol y playa debido a la presencia de un litoral favorable que ha propiciado este desarrollo. Asimismo, el principal mercado emisor al que se pretende llegar por parte de los cinco destinos es el mercado europeo debido a la cercanía al país. La oferta alojativa es prácticamente igual (a excepción de las innovaciones) y poseen casi los mismos términos para clasificar los tipos de alojamiento. Por último, al ofrecer como principal modelo de turismo el mismo tipo de modalidad, los servicios complementarios suelen asemejarse entre ellos ya que lo que se intenta es terminar de completar la oferta turística del destino con estos servicios.

5. ¿EXISTE UN MODELO TURÍSTICO CANARIO?

Tras este análisis del modelo turístico de Canarias y su comparación con el de otras comunidades de España, se plantea la cuestión de si podemos hablar propiamente del modelo turístico de Canarias como un modelo único y exclusivo.

Para empezar, hay que hacer referencia a la definición de modelo turístico. Un modelo puede ser entendido como una representación simplificada de la realidad que captura sus elementos más relevantes y las relaciones entre los mismos. O bien, un modelo turístico puede ser entendido como algo deseado, una hoja de ruta hacia donde se quiere ir; siendo algo parecido a una proyección hacia el futuro que trata de mejorar el presente (Hernández, 2016).

Dentro del archipiélago, podemos localizar claramente un grupo de islas que se han consolidado dentro del mercado turístico como aquellas que ofertan un modelo de turismo de sol y playa como modalidad principal. Estas islas son Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria y Tenerife.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), se puede definir la categoría de turismo de sol y playa como aquellos viajes a lugares situados en la costa con el propósito de disfrutar de las playas y del clima con el fin principal de descansar y relajarse; así como disfrutar de la oferta de restauración y el ambiente de ocio de la zona. El modelo de sol y playa ha alcanzado su nivel de madurez en Europa, con tasas de crecimiento inferiores a otros tipos de turismo y se enfrenta a riesgos relevantes de futuro, sigue siendo el de mayor volumen de turistas y de negocio, tanto en términos mundiales, representando el 80% del turismo vacacional, como para Canarias con más

de un 95%. Asimismo, este producto de sol y playa no corre ningún riesgo de desaparecer, pero el modelo tradicional de este constituye un enfoque acercamiento limitado al modelo, que requiere un enfoque más abierto para satisfacer las necesidades y expectativas de buena parte de los turistas actuales. (Turismo Islas Canarias).

Podemos afirmar, por tanto, que la modalidad de turismo de sol y playa es aquella que se identifica principalmente en Canarias. Según Hernández (2016), sus principales rasgos se basan en un modelo de éxito y liderazgo, capaz de ocupar la primera posición en varios de los principales indicadores turísticos y jugar un papel importante en las estrategias de los grupos empresariales turísticos globales como TUI. Además, se trata de un modelo basado en los recursos ambientales, escalas y volumen, que se ve debilitado por estar estrechamente relacionado con dichos recursos y escasamente apoyado en inteligencia y conocimiento. Esta debilidad deriva de la gran dependencia que existe en el archipiélago hacia nuestros recursos. Por otro lado, se identifica como un modelo no estacional puesto que las condiciones climáticas que se dan en la localización de las islas permiten disfrutar de un buen clima durante todo el año. También, se caracteriza por ser un modelo basado en seguridad, relacionado con aspectos importantes como la sanidad, la alimentación, la seguridad jurídica, frente a atracos, atentados y catástrofes naturales, que transmiten seguridad para los turistas que visitan las islas. Y, por último, se trata de un modelo maduro en un entorno cambiante, pues Canarias han conseguido posicionarse dentro del mercado turístico. Sin embargo, el turismo de sol y playa resulta viable a largo plazo si se implantan las medidas y políticas de adaptación adecuadas y hemos llegado a un punto en el que han aparecido nuevos destinos, nuevos productos turísticos y nuevos tipos de turistas.

Por otro lado, se encuentran las islas de La Palma, La Gomera y El Hierro que han conformado su propio modelo turístico basado en una modalidad alternativa que tiene como principal objetivo ofertar sus recursos naturales y paisajísticos mediante una propuesta de desarrollo sostenible basado en un turismo rural. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo rural se entiende como un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados, por lo general, con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. Y, el turismo activo, puede ser descrito como aquel que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos de forma específica, sin degradarlos o agotarlos (Secretaría General de Turismo, 2004).

Con unas llegadas de turistas anuales más reducidas y una oferta alojativa con un número de plazas radicalmente menor que el de las islas consolidadas como turísticas, La Palma, La Gomera y El Hierro se identifican con una modalidad de turismo activo y rural que resulta totalmente opuesta a la modalidad de sol y playa en el resto de las islas.

Una vez llegados a la conclusión de que dentro del archipiélago se pueden identificar claramente dos modelos totalmente opuestos (modelo de sol y playa y modelo de turismo/activo y rural), nos planteamos la siguiente cuestión: ¿Existe un modelo turístico canario?

Las Islas Canarias, como ya hemos analizado anteriormente, compiten con destinos nacionales como Baleares, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana y con destinos internacionales como Turquía, Marruecos, Grecia, Túnez y Egipto, que, al fin y al cabo, generalmente, no ofrecen más que eso; un modelo turístico de sol y playa.

No se puede hablar de un modelo turístico canario porque probablemente, no se identifica un parámetro propio más que el clima, que permita diferenciar a las islas de otros modelos turísticos no solo de España, sino también a nivel internacional. En este caso, el clima de las islas posee unas condiciones favorables para que se desarrolle un modelo de turismo de sol y playa durante todo el año, pero más allá de ese hecho, no existe totalmente identificado otro factor que diferencie a Canarias de otros destinos competidores.

Además, como ya se ha recogido en el análisis comparativo de Canarias con otros destinos nacionales de España, coinciden en poseer un mercado potencial proveniente de Europa, una oferta alojativa similar y unos servicios complementarios semejantes debido a que todos los destinos desarrollan un modelo de turismo de sol y playa.

Desde un punto de vista jurídico y tal y como sostiene Villar (2016), en un ámbito de libre mercado como el turismo (ART. 13 de la LOTC), solo cabe establecer reglas de juego, nunca un orden predeterminado que deben acatar los operadores.

Es por ello que no existe un modelo turístico canario, ni podría existir por impedirlo el ordenamiento jurídico existente (en concreto, el derecho europeo). Lo que sí se puede plantear como opción es establecer reglas de actuación, teniendo en cuenta los intereses y los valores que se pretenden proteger o fomentar, pero la iniciativa y la actividad corresponde a los operadores en competencia. Por tanto, aquí se encuentra el límite de la intervención pública y de la ordenación del turismo con instrumentos territoriales y urbanísticos.

6. CONCLUSIONES

Tras la realización de la búsqueda de información y el análisis del modelo turístico de las Islas Canarias, podemos sostener que Canarias posee una singularidad territorial por la que ha sido posible desarrollar la actividad turística durante estos años. Sin embargo, dicha singularidad no ha desarrollado un modelo turístico distintivo de otros destinos, provocando que la principal atracción de turistas hacia las islas sea el disfrute de unas vacaciones en las que descansar con un tiempo y un litoral privilegiado.

Canarias ha sido capaz de posicionarse dentro del ranking de los destinos españoles con más llegadas anuales y esto ha sido posible gracias al desarrollo de un modelo turístico de sol y playa, que, dada sus características, se trata de una modalidad que siempre ha experimentado una capacidad de atracción elevada en comparación con el resto.

El factor clima, clave del éxito para el turismo en el archipiélago, ha resultado fundamental a nivel de desarrollo turístico y promoción de Canarias como destino turístico. En comparación con el resto de los destinos españoles, las islas pueden asegurar condiciones climáticas favorables durante todas las épocas del año; este hecho ha supuesto una de las únicas y grandes diferencias

en cuanto al modelo de Canarias y el de otros destinos, favoreciendo a la llegada de turistas durante todo el año. Además, el archipiélago ha sabido aprovechar esta oportunidad y enlazar el buen clima con la identidad de la marca turística Islas Canarias.

Asimismo, podemos añadir que para el futuro desarrollo turístico de las islas y ante la situación actual de crisis en el sector derivada de la pandemia, es importante que el archipiélago no alcance el declive como destino dentro de la teoría del ciclo de vida de Butler (1989). Es por ello, que, para la consecución de este objetivo, Canarias debe seguir apostando por la renovación de las áreas del litoral en las islas de Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria y Tenerife. Esta renovación de las zonas públicas y privadas (establecimientos alojativos), que se ha visto pausada durante varias ocasiones, es la clave del éxito para la futura evolución del sector. Tal y como sostiene Simancas (2016), la estrategia estructural de renovación posicionará el modelo de desarrollo territorial del archipiélago ante los retos del momento y se adecuará la oferta a los estándares de calidad.

Además de la renovación de las áreas de litoral, también hay que añadir la importancia que supone la adaptación del turismo de las islas a las nuevas necesidades de los turistas; conformando una oferta innovadora y de calidad que sepa atraer a nuevos segmentos y seguir recibiendo a los turistas potenciales. Actualmente, este objetivo se está intentando conseguir mediante la búsqueda de nuevos segmentos en variedad de tipos de turismo, como el turismo rural y activo; pero también es importante reestablecer el turismo de sol y playa mejorando e innovando dentro de este tipo de actividad.

Finalmente, es fundamental adaptar e innovar en el sector ante los nuevos retos que afectan al turismo y suponen un continuo cambio; actualmente, la actividad turística se ha visto afectada por la crisis del COVID-19 y ha supuesto la completa reinención del sector en presencia de ello. De esta manera, es de gran importancia la capacidad para adaptarse ante estas situaciones tan difíciles, haciendo del destino un lugar seguro y proporcionando valor añadido dentro de la cadena de valor.

7. BIBLIOGRAFIA

Rodríguez González, P., Hernández Martín, R., Rodríguez Rodríguez, Y., & Baute Díaz, N. (2016). Los pilares de la Economía de La Palma: Informe de investigación.

Rodríguez, J. R. M., & Turégano, M. A. S. (2008). Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Canarias. *Cuadernos de turismo*, (22), 123-143.

Cordovez, R. R. T. (2017). La renovación de las ciudades turísticas en Canarias. Una respuesta meditada para unos destinos maduros. *Ciudades: Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid*, (20), 223-243.

Rodríguez, J. M. G. (2012). El turismo de masas en Puerto de la Cruz. Agentes implicados en su fase iniciática. *Catharum: Revista de Ciencias y Humanidades*, (12), 17-28.

Armas González, A., Armas Sánchez, Ú., Trujillo Martín, A., Rodríguez Rodríguez, Y., Lorente de las Casas, A., & Hernández Martín, R. (2018). Estructura del sector hotelero en Tenerife.

Hernández Martín, R., Armas González, A., Armas Sánchez, Ú., Lorente de las Casas, A., Rodríguez Rodríguez, Y., & Trujillo Martín, A. (2018). Importancia de las cadenas hoteleras en Tenerife.

Luis, J. Á. H., Morales, A. G., & Parreño Castellano, J. M. (2016). Los orígenes del turismo en la Isla de la Palma: La década de los sesenta del siglo XX. In *Anales de geografía de la Universidad Complutense*.

Simancas Cruz, M. R., & Parra López, E. (2016). ¿Existe un modelo turístico canario?

Mora, Y. M. G (s/f) Elizabeth Palenzuela Ramos ext-epalram@canarias.org. Unidad Mixta de Metodología e Investigación en Estadística Pública. Recuperado el 25 de junio de 2021, de Aecit.org website: <https://www.aecit.org/files/congress/19papaers/210.pdf>

González Morales, A., Hernández Luis, J. Á., & Parreño Castellano, J. M. (2016). Los nuevos usos turísticos en la Reserva de la Biosfera de la Isla de La Palma (Canarias). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*.

(S/f). Recuperado el 25 de junio de 2021, de Turismodeislascanarias.com website: https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/plan_de_marketing_estrategico_2018-2022_0.pdf

(S/f-b). Recuperado el 25 de junio de 2021, de Juntadeandalucia.es website: <https://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/export/sites/ctc/galleries/Planificacion/Plan-marketing-turistico-2020-12012017.pdf>

(S/f) Recuperado e 25 de junio de 2021, de Turismoillesbalears.travel website: plan estratégico illes balears (pendiente)

Recuperado el 25 de junio de 2021, de Gva.es website:

http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/2020_Plan_MKT_CV_PostCOVID19.pdf

Plan de marketing turístico de Cataluña 2018-2022. (s/f). Recuperado el 25 de junio de 2021, de Gencat.cat website: <http://act.gencat.cat/que-somos/plan-de-marketing-turistico-de-catalunya-2018-2022/?lang=es>

(S/f-d) Recuperado el 25 de junio de 2021, de Turismodeislascanarias.com website:

<https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/posicionamientomarcaslascanarias.pdf>

Historia de Canarias y revista Canarii. (s/f). Recuperado el 25 de junio de 2021, de Revistacanarii.com website: <http://www.revistacanarii.com/canarii/7/el-turismo-en-canarias-sus-origenes>

Cruz, M. S. (2019). Especulación urbanística y burbuja inmobiliaria en espacios litorales: factores explicativos del tercer boom turístico de Canarias. *Cuadernos de Turismo*, (43), 471-497.

Dominguez Mujica, J. (2008). El modelo turístico de Canarias. *Études caribéennes*, (9-10).

Villar Rojas, F.J y Betancort Reyes F.J (2003). Código de Derecho Turístico de Canarias.

Ojeda, A.R., Orales, A.G.m., & Torres, S. H. R. (s/f) Estrategias y políticas públicas de ordenación turística en Canarias. Recuperado el 25 de junio de 2021, de ULPGC.es website: https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/56376/1/Estrategias_y_politicas_publicas_ordenacion.pdf

Cáceres Morales, E. (2004). El turismo de masas en Canarias. *Cartas Urbanas*.

Simancas Cruz, M. R., & Ledesma González, O. (2016). La planificación territorial de la política de renovación de las áreas turísticas maduras. Planes de Renovación, Mejora e Incremento de la Competitividad de Canarias.

Rodríguez, J. R. M., & Turégano, M. A. S. (2008). Competitividad y calidad en los destinos turísticos de sol y playa. El caso de las Islas Canarias. *Cuadernos de turismo*, (22), 123-143.

Jerez Darias, L. M. (2007). La reestructuración de los espacios rurales de La Gomera: ¿desarrollo rural o profundización de la dialéctica campo-ciudad?.

Barroso, C. R. (2000). El turismo en la Gomera: necesidad de una planificación estratégica. *Cuadernos de turismo*, (6), 89-102.

Martin Fernandez, C. S. (2009). Evolution of the tourist features in El Hierro (Canary Islands). *CUADERNOS DE TURISMO*, (24), 111-133.