

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

La Palma, destino de turismo activo: análisis y modelo
La Palma, active tourism destination: analysis and model

Autor: Javier Camacho González

Grado en Turismo

Curso Académico 2015 / 2016
Convocatoria de julio
8 de julio 2016

Tutora: M^a Mercedes Melchior Navarro

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2015 / 2016



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. RESUMEN.....	3
2. ABSTRACT.....	3
3. INTRODUCCIÓN.....	4
4. METODOLOGÍA Y OBJETIVOS.....	4
4.1. EL TURISMO ACTIVO: TIPOLOGÍAS Y CONCEPTOS.....	5
4.2. EL TURISTA QUE VISITA LA PALMA.....	7
4.2.1. Características del perfil.....	7
4.2.2. Valoración media de determinados aspectos y servicios en La Palma.....	8
4.2.3. Evolución del perfil.....	9
4.3. INVENTARIO DE RECURSOS EN LOS ESPACIOS GEOGRÁFICOS.....	10
4.4. ANÁLISIS DAFO DE LA PALMA COMO DESTINO DE TURISMO ACTIVO.....	20
4.5. EJES Y ACCIONES ESTRATÉGICAS.....	23
4.6. MODELO DE NEGOCIO Y LIENZO.....	26
5. CONCLUSIONES.....	28
6. WEBGRAFÍA.....	30
7. BIBLIOGRAFÍA.....	31

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valoración media de los aspectos.....	8
Tabla 2. Peores y mejores valoraciones.....	9
Tabla 3. Evolución del perfil.....	10
Tabla 4. Fuencaiente.....	11
Tabla 5. Tazacorte.....	12
Tabla 6. Los Llanos de Aridane.....	13
Tabla 7. El Paso.....	14
Tabla 8. Garafía.....	15
Tabla 9. Análisis DAFO.....	20

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1. Mapa de las empresas de turismo activo.....	18
Mapa 2. Mapa de la red de senderos.....	19

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Lienzo: Modelo de Negocio.....	28
---	----

ÍNDICE DE FICHAS

Ficha de acción 1.....	23
Ficha de acción 2.....	23

Ficha de acción 3	24
Ficha de acción 4	24
Ficha de acción 5	24
Ficha de acción 6	25
Ficha de acción 7	25
Ficha de acción 8	25
Ficha de acción 9	25
Ficha de acción 10.....	26
Ficha de acción 11.....	26

1. RESUMEN

En los últimos años, se han producido grandes cambios en la isla de la Palma en relación al turismo. Entre ellos, la formulación de nuevos proyectos, la creación de nuevas infraestructuras, el desarrollo de nuevas actividades en el medio natural y la promoción turística en los mercados extranjeros son algunas de las acciones tomadas por las administraciones y empresas que han permitido que la oferta turística de la isla mejore y aumente de forma considerable, brindando a su vez nuevas oportunidades para el sector. Teniendo en cuenta las características y la cantidad de recursos que posee la isla, es posible fomentar la práctica de actividades en el medio natural, promoviendo así el turismo activo. Para lograrlo, en este trabajo pretendemos realizar un análisis turístico del destino para este tipo de turismo, construiremos un modelo de negocio y generaremos unas acciones estratégicas que permitan llevarlo a cabo.

Palabras clave: Turismo activo, modelo de negocio, turismo, La Palma.

2. ABSTRACT

In recent years, there have been great changes in the island of La Palma in relation to tourism. The formulation of new projects, the creation of new infrastructures, the development of new activities in the natural environment and tourism promotion in foreign markets are some of the measures taken by administrations and companies that have allowed the tourist supply to enhance and increase considerably, providing new opportunities for the sector. Given the features and the quantity of resources that the island possesses, it is possible to encourage the practice of activities in the natural environment, thus promoting active tourism. To achieve it, in this project we pretend to do a touristic analysis of the destination for this type of tourism, we will build a business model and also generate strategic actions which allow us to carry this out.

Key words: Active tourism, business model, tourism, La Palma.

3. INTRODUCCIÓN

La oferta de turismo activo es uno de los motivos principales por los que los viajeros escogen como destino las islas Canarias, especialmente la isla de La Palma. La isla destaca y es conocida en líneas generales por ser un destino seguro, barato y atractivo, residiendo su encanto en la cantidad, variedad y belleza de los recursos naturales que posee.

El turista activo es el tipo de turista que busca la posibilidad de disfrutar del medio natural a través del desarrollo de actividades en el entorno. Hoy por hoy esta es la necesidad que intentan satisfacer las empresas de turismo activo que se encuentran operando en el mercado turístico. La oferta de estas actividades en el medio natural es cada vez mayor en la actualidad. Esto es debido en gran parte a la importancia y fama que eventos deportivos como la "Transvulcania" han ido consiguiendo en estos últimos años. Esto ha permitido que la imagen del destino sea promocionada como un lugar ideal para la realización de este tipo de actividades. Por lo tanto, existe la oportunidad de crear un modelo turístico que se centre en el turismo activo, y así poder solucionar el problema de la diversificación de la oferta que existe en la isla.

En este Trabajo de Fin de Grado (TFG) pretendemos analizar el turismo activo en la isla de La Palma como una propuesta de oferta diferenciada y al mismo tiempo ajustada a los recursos de la isla. Los objetivos que nos hemos propuesto con la realización de este documento serían los de conseguir realizar un análisis turístico de la isla como un destino para el turismo activo y la generación de un modelo de negocio que permita sentar las bases y la estructura en el destino. Para cumplir con estos objetivos usaremos una metodología compuesta por herramientas y análisis de datos, inventario de recursos en los espacios geográficos, construcción de un modelo de negocio y la generación de acciones estratégicas en sus respectivos ejes estratégicos.

4. METODOLOGÍA Y OBJETIVOS

El conjunto de procedimientos, técnicas y métodos en los que se apoyará este trabajo forman la metodología, que constará de manera esencial en el uso de herramientas de análisis y estudios analíticos basados en documentos que contienen información del turista y los recursos de la isla.

La metodología que se utilizará para la realización de este documento será la siguiente:

- Estudio de la tipología del turismo activo.
- Inventario de recursos en los espacios geográficos objeto de estudio.
- Análisis turístico del perfil del turista que visita La Palma y su evolución.
- Herramienta de Análisis: DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades)
- Modelo de Negocio Turístico y lienzo.

A partir de la utilización de la metodología se pretende la consecución de los objetivos.

Los objetivos que perseguimos con la elaboración de este TFG son:

- Realizar un análisis turístico de la isla de la Palma como destino de turismo activo.
- Generar acciones estratégicas y elaborar un modelo de negocio para el turismo activo.

4.1. EL TURISMO ACTIVO: TIPOLOGÍAS Y CONCEPTOS

En la actualidad, existen muchas tipologías de turismo con respecto a la realización de actividades de ocio y deporte en el medio natural. Nos podemos encontrar con muchos, conceptos como turismo deportivo, turismo de aventura, turismo de naturaleza y turismo activo son algunos de ellos. Explicaremos primero estas tipologías brevemente:

- Turismo deportivo: es aquel cuyo motivo principal del viaje es realizar actividades deportivas.
- Turismo de naturaleza: es aquel cuyo motivo principal del viaje es el contacto con la naturaleza.
- Turismo de aventura: es aquel cuyo motivo principal del viaje es la búsqueda del riesgo a través de la exploración o realización de actividades en el medio natural.
- Turismo activo: es aquel cuyo motivo principal del viaje es la realización de actividades en el medio natural.

Sin embargo, consideramos que no están del todo bien definidos, y menos aún diferenciados entre sí, puesto que muchos de ellos como se puede apreciar, comparten varios aspectos como las características, los rasgos y las actividades que entran dentro en sus definiciones. Con frecuencia son indistintamente utilizados en muchos casos para referirse a las actividades realizadas en el medio natural. Por lo tanto, existe un problema de categorización y agrupación de estas tipologías y en el concepto de turismo activo.

Como ejemplos tenemos algunas de las definiciones del concepto turismo activo: La Secretaría General de Turismo etiquetó el turismo activo como turismo de naturaleza, y lo definió como (SGT, 2004: 15):

Aquél 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.

Otra definición, esta vez desde el ámbito académico, define el turismo activo o de aventura como (Mediavilla, 2012: 9):

Se entiende por turismo de aventura o turismo activo en España, al servicio relacionado con la actividad turística y deportiva realizada a través de empresas reconocidas y especializadas en actividades físicas y recreativas (barranquismo, parapente, senderismo, etc.), teniendo como

escenario, básicamente, el espacio natural y que implica un compromiso de esfuerzo físico asumido y conocido de forma voluntaria por el cliente.

La definición que consideramos más acertada sería la formulada por la ANETA (Asociación de empresas de turismo activo en España), que tras extraer elementos comunes a las diferentes definiciones legales de las distintas normas autonómicas que regulan a las empresas de turismo activo optaron por esta:

Las empresas de turismo activo son aquellas que se dedican profesionalmente a prestar a sus clientes, servicios de actividades recreativas basadas en los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en el que se desarrollan, sea éste aéreo, terrestre, tanto de superficie como subterráneo, acuático o subacuático, y a las que es inherente un nivel de riesgo que exige ciertas condiciones psicofísicas, así como cierta destreza, habilidad o conocimientos técnicos para su práctica.

Esta última definición viene a ser la que, en nuestra opinión, se ajusta más a lo que es el concepto de turismo activo ya que nos explica tanto el ámbito y el tipo de actividades que podrían desarrollarse, estando dentro de las delimitaciones del concepto. Es por ello que nuestro posicionamiento en este trabajo con respecto al turismo activo apoyaría esta definición.

A continuación concretamos cuáles son las actividades que están dentro del ámbito conceptual del turismo activo y en qué consiste cada una de ellas de forma breve. Para ello se han consultado diversas fuentes de internet. Las actividades son las siguientes:

-Trekking: actividad deportiva no lúdica que se realiza en ambientes naturales, principalmente en caminos y senderos de montaña, y que requiere mayor esfuerzo físico que el senderismo.

-Senderismo: actividad deportiva que se realiza en ambientes naturales, caminos y senderos.

-Ciclismo de montaña: modalidad de ciclismo competitiva que se realiza en el medio natural, concretamente en bosques o circuitos de montaña donde el recorrido es empinado.

-Buceo: actividad deportiva realizada en el medio acuático con fines recreativos o científicos, que consiste en sumergirse en el agua hasta llegar a las profundidades, contando con un equipo de específico para ello, como la bomba de respiración y las vestimentas de neopreno.

-Piragüismo: actividad deportiva náutica que consiste en desplazarse por la superficie del agua utilizando una embarcación con remos, como un “kayak”, una canoa o una piragua.

-Kayakismo: actividad deportiva y modalidad del piragüismo que consiste en desplazarse por la superficie del agua utilizando un remo de dos palas junto con un “kayak” (un tipo de piragua especial de pequeño tamaño).

-Pesca deportiva: actividad deportiva que incluye varias modalidades de pesca (captura de peces) con fines competitivos o de ocio, siendo algunas realizadas sobre una embarcación y otras sobre tierra, como pueden ser: la pesca de altura, el curricán costero y el “Jigging”.

-Tiro con arco: actividad deportiva que consiste en disparar a una diana utilizando arco y flechas.

-Rapel: actividad deportiva relativa al alpinismo que implica el uso de un sistema autónomo para el descenso en superficies montañosas de dificultad elevada.

- Parapente: actividad deportiva que consiste en el uso de un paracaídas para bajar volando desde determinados puntos de gran altura.
- Rutas en Buggies: de excursiones guiadas por determinados puntos sobre un “Buggy” o “Bus”.
- Arborismo: actividad que consiste en desplazarse por los árboles utilizando instrumentos o elementos como tirolinas, lianas, redes, etc...
- Salto del Pastor: actividad de origen canario que consiste en desplazarse por terrenos rocosos utilizando un palo largo como instrumento de apoyo para subir y bajar por elevaciones.
- Paseo Marítimo: actividad que consiste en desplazarse por la superficie del agua por medio de una embarcación con varios fines: avistar delfines o cetáceos, pescar, nadar en algún punto...
- Observación Astronómica: actividad que consiste en la observación del cielo con la ayuda de herramientas astronómicas como el telescopio. Se puede realizar en horario nocturno o diurno.
- Golf: actividad deportiva que se realiza en un campo de césped. Consiste en golpear una bola mediante palos de hierro hasta conseguir colocarla en uno de los hoyos.

Estas serían pues, gran parte de todas las actividades que formarían parte del concepto de turismo activo. Nos centraremos en ellas ya que son las que son o serán practicadas en la isla.

4.2. EL TURISTA QUE VISITA LA PALMA

4.2.1. Características del perfil

Para conocer cuáles son las características del perfil que posee el turista que visita la isla de la Palma tendremos que consultar los datos que contienen los informes publicados de Turismo de Canarias/Promotur con respecto al perfil del turista del año 2015. Según los datos recogidos en el informe podemos afirmar que el perfil tiene las siguientes características:

- Turistas de nacionalidad: alemana, holandesa, española o británica.
- La edad media del turista es de aproximadamente 46 años de edad.
- Realiza sus reservas con bastante antelación por Tour operadores (TTOO) o agencia de viajes (AAVV). Periodo de antelación entre 15 y 90 días.
- Prefieren realizar dichas reservas con vuelo y alojamiento incluidos en modo de paquete.
- Preferencia por establecimientos extra hoteleros y hoteles de cuatro estrellas.
- Viaja acompañado con su pareja o con un grupo de amigos.
- Su poder adquisitivo y sus puestos de trabajo son de nivel medio-alto.
- Son en su mayoría turistas repetidores que han visitado con anterioridad el destino.
- Aspectos que influyeron en la elección de su visita: el clima, los paisajes, la tranquilidad, la seguridad y las ofertas de las empresas de turismo activo.
- Causas que impulsaron la elección del destino: conocimiento previo de otras islas canarias, recomendaciones de amigos o familiares, y búsqueda por internet.
- Satisfacción e impresión del viaje muy buenas: valoración media de 9 sobre 10.

4.2.2. Valoración media de determinados aspectos y servicios en La Palma

La siguiente tabla contiene información acerca de la valoración de los turistas sobre algunos de los aspectos y servicios que ofrece la isla de La Palma. Consultamos los datos correspondientes publicados en la página web del Instituto Nacional de Estadística de Canarias (ISTAC).

Tabla 1. Valoración media de los aspectos

FACTORES / PERIODOS	2015	2014	2013	2012
FACTORES ALOJATIVOS	8,09	8,25	7,98	8,07
Calidad del alojamiento	8,08	8,27	8,00	8,11
Trato en el alojamiento	8,34	8,46	8,34	8,31
Calidad de comida en alojamiento	7,73	7,95	7,42	7,69
FACTORES AMBIENTALES	8,44	8,59	8,39	8,39
Clima	8,14	8,71	8,34	8,39
Zonas de baño	7,35	7,56	7,33	7,39
Paisajes	9,19	9,26	9,12	9,17
Calidad del medio ambiente	8,61	8,69	8,49	8,40
Tranquilidad	8,90	8,95	8,79	8,79
Limpieza	8,30	8,30	8,15	8,04
FACTORES DE RESTAURACIÓN	7,91	7,99	7,74	7,76
Calidad de los restaurantes	7,69	7,81	7,55	7,56
Oferta de gastronomía local	7,58	7,79	7,44	7,41
Trato del personal en restaurantes	8,11	8,16	8,05	8,02
Precio en los restaurantes	8,24	8,22	7,91	8,03
ACTIVIDADES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE	6,97	7,12	6,78	6,82
Actividades culturales	6,99	7,08	7,02	6,96
Actividades deportivas	7,89	8,01	7,65	7,74
Golf	4,53	5,62	4,82	4,45
Parques de ocio	5,60	5,97	5,73	5,28
Ambiente nocturno / diversión	5,78	5,87	5,47	5,29
Excursiones organizadas	7,82	7,93	7,67	7,92
Diversión / recreo para niños	6,54	6,52	6,45	6,11
Actividades de salud / wellness	7,01	7,22	6,76	6,90
Servicios de taxi	7,88	8,02	7,82	7,89
SERVICIOS GENERALES E INFRAESTRUCTURAS	7,89	7,95	7,76	7,85
Servicios de autobus	7,41	7,74	7,62	7,74
Servicios de taxi	7,88	8,02	7,82	7,89
Alquiler de vehículos	8,35	8,32	8,09	8,26
Seguridad	8,64	8,65	8,44	8,50
Estado de las carreteras	7,27	7,13	7,05	7,21
Calidad y variedad del comercio	6,98	7,19	6,86	6,96
Hospitalidad	8,61	8,73	8,52	8,53

Fuente: *Instituto Nacional de Estadística de Canarias (ISTAC)*. Elaboración propia.
 Si examinamos detenidamente la tabla anterior, podemos ser capaces de extraer cuales son los aspectos y servicios que son mejor y/o peor valorados por los turistas que visitan la isla. Vamos a seleccionar los cinco que posean la mejor y peor puntuación para una mejor diferenciación.

Tabla 2. Peores y mejores valoraciones

Peor valoración		Mejor valoración	
Golf	4,53	Paisajes	9,19
Parques de ocio	5,60	Tranquilidad	8,90
Ambiente nocturno	5,78	Seguridad	8,64
Diversión/recreo para niños	6,54	Hospitalidad	8,61
Calidad y variedad del comercio	6,98	Calidad del medio ambiente	8,61

Fuente: *Instituto Nacional de Estadística de Canarias (ISTAC)*. Elaboración propia.

Sabiendo esto, podemos apreciar y sacar como conclusión que los aspectos mejor valorados por los turistas coinciden con algunos de los aspectos más relevantes para el desarrollo del turismo activo en la isla. Los paisajes, la calidad del medio ambiente, la tranquilidad y la seguridad son aspectos realmente fundamentales si queremos enfocar el destino a este tipo de turismo, y es una buena noticia que la valoración de los visitantes al respecto sea alta en estos momentos. En cuanto a los peores valorados, es útil saberlo para así intentar mejorarlos llevando a cabo medidas o acciones en un futuro. Véase el caso del golf que intentaremos solucionarlo.

4.2.3. Evolución del perfil

El turismo en las islas Canarias ha ido evolucionando con el paso del tiempo, y esta evolución implica que cada año surjan cambios con respecto al turista, siendo lógico pensar que el perfil del mismo haya variado en estos últimos años. En la isla de la Palma no es para nada un caso diferente al resto de islas del archipiélago, por lo que se han producido cambios al respecto.

Consultando también (como se ha hecho con el perfil del turista del apartado anterior) los informes publicados en la página oficial de Turismo de Canarias/ Promotur con respecto a la evolución de dicho perfil entre el periodo 2011- 2015, vemos cambios sustanciales en:

El número de turistas mayores de 16 años que ha recibido la isla en el año 2015 ha sido de 167.096, siendo el año con los números más altos en comparación al resto. Cabe destacar que las cifras de turistas recibidos han ido aumentando progresivamente cada año desde el 2011 (donde la cifra estaba en 125.821) hasta el 2015 (cifra de 167.096).

En cuanto a la antelación con la que realizan sus reservas en el destino, observamos que el turista se ha ido decantado cada vez más por realizarlas con más antelación. Se aprecian cambios sustanciosos en los periodos de antelación de más de 31 días (32% en 2011, 37% en 2015) o incluso de más de 90 días (21% en 2011, 29,5% en 2015).

La utilización de aerolíneas de bajo coste por parte de los turistas es cada vez más frecuente (17,5% en 2011, 34,9% en 2015), esto viene también relacionado con la disminución que ha habido del número de reservas en el origen (17,3% en 2011, 14,2% en 2015).

Se aprecia también la tendencia a realizar las reservas de servicios a través de páginas web.

En sus preferencias de alojamiento, los turistas tienden cada vez más a buscar establecimientos extra hoteleros (34,2% en 2011, 40,2% en 2015) dejando a un lado los establecimientos hoteleros, más concretamente los de categoría de 4 estrellas (44,4% en 2011, 39,6% en 2015).

Por último en cuanto a los aspectos que influyeron la elección de visitar Canarias y La Palma, hay que destacar la oferta de las empresas de turismo activo como un aspecto a tener en cuenta ya que presenta un aumento desde un 28,8% en el año 2011 hasta un 35,8% en el 2015.

Resumiendo, la evolución del perfil del turista en cifras en el periodo 2011-2015 es:

Tabla 3. Evolución del perfil

	Nº de Turistas	Antelación reservas	Aerolíneas bajo coste	Reservas de vuelo	Preferencias Alojamiento	Aspecto Oferta
2011	125.821	+31d :32% +90d: 21%	17,5%	17,3%	Extra:34,2% Hotel:44,4%	28,8%
2015	167.096	+31d: 37% +90d: 29,5%	34,9%	14,2%	Extra:40,2% Hotel:39,6%	35,8%

Fuente: *Turismo de Canarias/Promotur*. Elaboración propia

4.3. INVENTARIO DE RECURSOS EN LOS ESPACIOS GEOGRÁFICOS

A continuación, se llevará a cabo un pequeño inventario con los recursos disponibles en los espacios geográficos que se van a estudiar, siendo estos espacios el de Fuencaliente, El Paso, Tazacorte, Garafía y el litoral de Los Llanos de Aridane. Para ello, se seleccionarán aquellos recursos que guarden relación con la actividad turística, más específicamente los relacionados con las actividades que forman parte del concepto de turismo activo, así como infraestructuras que lo apoyan. Se hará uso de una tabla en la que se deberá añadir información como: el nombre del recurso, la tipología, sus características, la ubicación en coordenadas, los recursos e Infraestructuras más importantes, las actividades que se pueden realizar y por último fotografías.

Tabla 4. Fuencaliente

Nombre	Espacio geográfico de Fuencaliente
Características	<p>Espacio geográfico localizado en la zona sur de la isla, pertenece al municipio de Fuencaliente. En el podemos destacar:</p> <p>El Teneguía, un volcán de 439 metros de altitud, situado en la zona central del Parque Natural Cumbre Vieja. Entró en erupción en el año 1971 siendo uno de los más recientes. Gran parte de su zona ha sido nombrada zona protegida para preservar su terreno y biodiversidad existente a causa de la erupción.</p> <p>En él se han establecido varios senderos alrededor del cráter. Cuenta a su vez con un centro de visitantes donde es posible conocer la historia del mismo.</p> <p>De todas las playas del espacio, la Playa de la Zamora es la más peculiar, ya que está dividida en dos partes por un saliente causando que una de ellas solo sea accesible cuando está la marea baja. En sus aguas podemos encontrarnos con enormes cantidades diversas de peces, debido a que la zona pertenece a la Reserva Marina. La práctica de buceo es bastante frecuente en ella.</p> <p>El establecimiento hotelero La Palma & Teneguía Princess es un hotel de categoría de cuatro estrellas situado cerca de la Playa la Zamora. Es actualmente el hotel más relevante y emblemático de la isla gracias a su moderna infraestructura y la cantidad de servicios y posibilidades que ofrece.</p>
Ubicación	Latitud: 28°28'0.00"N Longitud 17°50'60.00"O
Recursos e Infraestructura	Volcán Teneguía, Volcán de San Antonio, Playa la Zamora, Parque Natural Cumbre Vieja, Hotel La Palma & Teneguía Princess, Reserva Marina.
Actividades	Senderismo, trekking, trail y buceo.

Fotografías



Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Tazacorte

Nombre	Espacio geográfico del litoral de Tazacorte
Características	<p>Espacio geográfico localizado en la zona oeste de la isla, y que corresponde al litoral del municipio de Tazacorte. En él podemos destacar:</p> <p>El Puerto de Tazacorte, un muelle deportivo que ha ido mejorando y ampliando sus extensiones. En sus pantalanes atracan embarcaciones de todo tipo, desde embarcaciones pequeñas antiguas, de recreo, de vela y hasta yates. Muchas de estas embarcaciones son propiedad de empresas que se dedican a ofrecer paseos marítimos, mientras que otras pertenecen a pescadores profesionales. Se organizan desde el muelle eventos y torneos de pesca deportiva, tanto en mar abierto como desde tierra, así como regatas con embarcaciones de vela para todo aquel que desee inscribirse, competir y poder optar a un premio. Dispone también de puestos de información para turistas donde pueden adquirir los servicios de las empresas de buceo y paseos marítimos.</p> <p>Hay una zona privada de parking para los socios/propietarios y otra pública. Existen dos Restaurantes en el mismo muelle deportivo, pero vamos a destacar los que poseen mayor trascendencia, estos son los restaurantes La Casa del Mar y el Playa Mont localizados en el centro del Puerto de Tazacorte. Ofrecen productos de buena calidad siendo estos pescados frescos y platos típicos. La Playa del Puerto de Tazacorte, una playa de arena negra dividida en dos por un saliente. La parte izquierda es donde se realizan los torneos de pesca de tierra, mientras que la parte derecha es más óptima para el disfrute y el baño.</p>

Ubicación	Latitud: 28°38'33.78"N Longitud: 17°55'59.47"O
Recursos e Infraestructura	Puerto de Tzacorte, Playa del Puerto de Tzacorte, Restaurante Playa Mont, Restaurante Casa del Mar.
Actividades	Pesca deportiva, regatas y buceo.
Fotografías	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Los Llanos de Aridane


Nombre	Espacio geográfico del litoral de Los Llanos de Aridane
Características	<p>Espacio geográfico localizado en la zona oeste de la isla y que corresponde al litoral del municipio de los Llanos de Aridane. En él podemos destacar:</p> <p>La playa de Puerto Naos, una playa de arena negra que posee una zona preparada para el acceso de embarcaciones pequeñas al mar. Actualmente también es usada por empresas que realizan actividades en el medio acuático (buceo y kayak). La misma playa es usada también como punto de aterrizaje por las empresas que realizan actividades deportivas de parapente.</p> <p>En la avenida situada justo detrás hay disponibles varios tipos de restaurantes, siendo los más destacables el restaurante Las Olas y el restaurante Playa Chica. Ofrecen variedad de pescados frescos y mariscos a precios razonables, contando también con una gran terraza con vistas a la playa y el mar.</p> <p>En el extremo izquierdo de la avenida, con absoluta proximidad y vistas a la playa está situado el Hotel Sol Meliá La Palma, establecimiento hotelero de categoría de cuatro estrellas.</p>
Ubicación	Latitud: 28°35'15.30"N Longitud: 17°54'38.00"O

Recursos	Hotel Sol Meliá La Palma, Playa de Puerto Naos, Playa del Charco Verde, Restaurante las Olas, Restaurante Playa Chica, Reserva Marina.
Actividades	Buceo, parapente, kayakismo, piragüismo, pesca deportiva.
Fotografías	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. El Paso


Nombre	Espacio geográfico de El Paso
Características	<p>Espacio geográfico localizado en el centro de la isla, perteneciente al municipio de El Paso. En el municipio más extenso de la isla nos encontramos con:</p> <p>El Volcán de San Juan, un volcán que entró en erupción en el año 1949 provocando serios daños destruyendo los campos de cultivo con su lava.</p> <p>El Parque Natural cumbre vieja, un espacio natural protegido cuya extensión ocupa varios municipios de la isla. Predominan el pino canario y la laurisilva. En él se haya el Refugio del Pilar, una zona de ocio y acampada donde la gente se reúne para disfrutar del ambiente y el paisaje del parque natural.</p> <p>El Macizo Cumbre Vieja, un macizo montañoso en forma de pico perteneciente a un volcán en la zona de Cumbre Vieja, en la actualidad se encuentra extinto.</p> <p>El Parque Nacional de la Caldera de Taburiente, una caldera de origen volcánico que ha sido nombrada como área protegida por el Gobierno debido a la cantidad de recursos naturales e hídricos que posee. Por ella pasan gran número de senderos, que dan acceso a los manantiales, arroyos y cascadas.</p> <p>De los mejores Restaurantes del municipio, el Francipani. Ofrece platos exquisitos de muy buena calidad gracias a los ingredientes frescos y biológicos que utilizan. Cada año renuevan sus platos dando mucha variedad.</p>

Ubicación	Latitud: 31°45'42.35"N Longitud: 106°28'51.57"O
Recursos e Infraestructura	Parque Nacional de La Caldera de Taburiente, Volcán de San Juan, Refugio el Pilar, Macizo Cumbre Nueva, Parque Natural Cumbre Vieja, Restaurante Francicipani.
Actividades	Senderismo, arborismo, trail, trekking, salto del pastor y ciclismo de montaña.
Fotografías	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Garafia

Nombre	Espacio geográfico de Garafia
Características	<p>El espacio geográfico situado en el municipio de Garafia, en el norte de la isla. El Observatorio Astrofísico en las alturas del Roque de los Muchachos, un complejo de observación compuesto por observatorios donde no existe ningún tipo de contaminación luminosa y facilita la labor científica de observación. Existen bastantes casas rurales en el municipio, pero cabe destacar algunas como atractivas como “El Jarral” y “El Colmenero”, situadas en la zona del Jarral para 2 personas y en el Llano Negro para 5 personas respectivamente. Ambas se encuentran rodeadas por jardines y no muy lejos del centro urbano.</p>

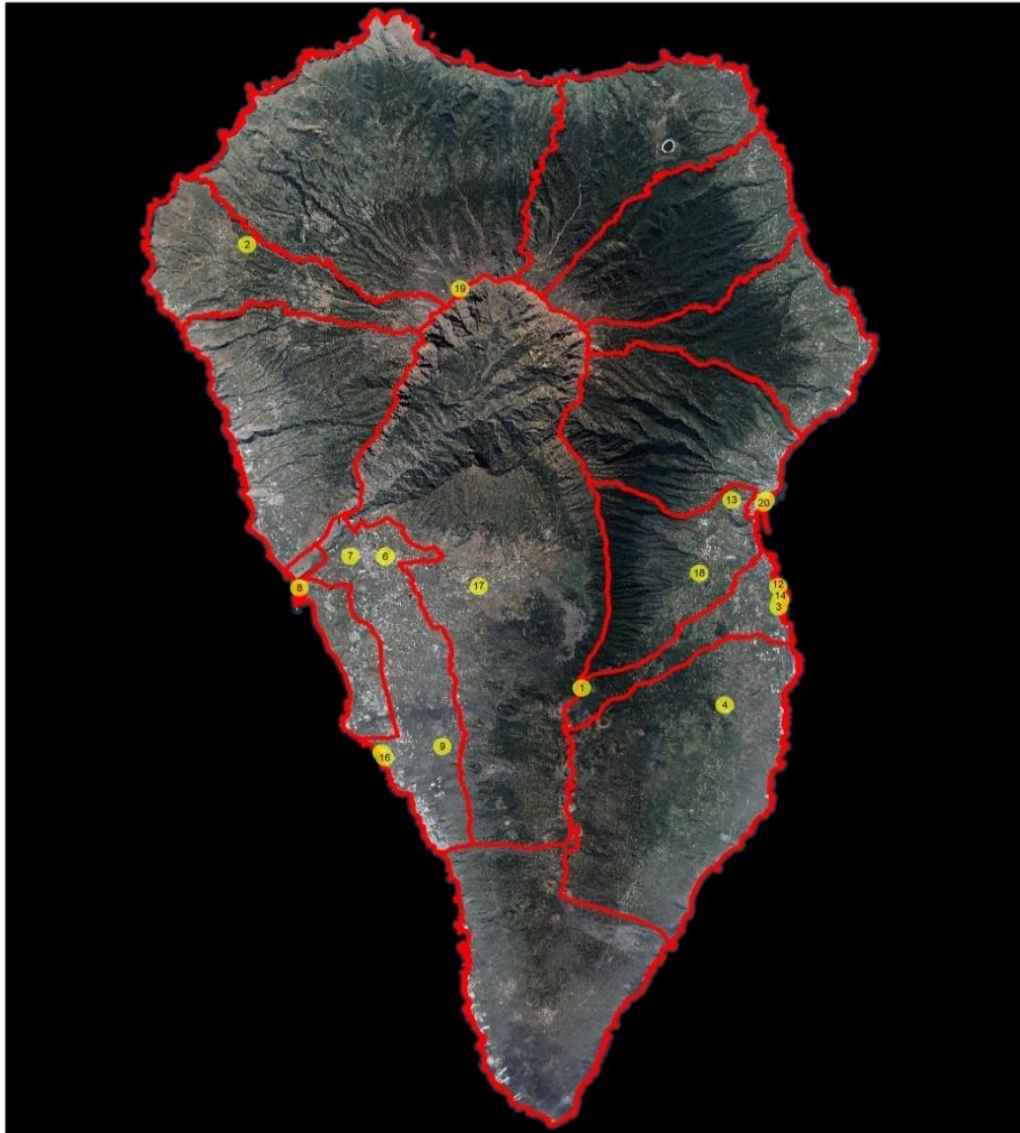
	<p>El albergue de pago ubicado en San Antonio del Monte, cuenta con agua potable, electricidad, duchas, aseos y comedor. Organizan actividades en el exterior como tiro con arco, tirolinas, paseos en bicicleta y excursiones. La Reserva Natural de Garafía, situado entre los municipios de Barlovento y Garafía, donde el pinar canario se encuentra muy bien conservado, además de las ciertas especies endémicas que están en peligro de extinción.</p>
<p>Ubicación</p>	<p>Latitud: 28°47'26.40"N Longitud: 17°55'5.89"O</p>
<p>Recursos e Infraestructura</p>	<p>Roque de los Muchachos, Observatorio Astrofísico, Albergue San Antonio, Reserva Natural del Pinar Garafía.</p>
<p>Actividades</p>	<p>Senderismo, trekking, trail, tiro con arco, ciclismo y observación astronómica.</p>
<p>Fotografías</p>	 <p>The 'Fotografías' section contains six images arranged in a 3x2 grid. The top-left image shows the large white dome of the Roque de los Muchachos observatory. The top-right image shows two hikers on a rocky trail with the observatory in the background. The middle-left image shows a dense forest of tall pine trees on a mountain slope. The middle-right image shows a long, single-story yellow building with a red roof. The bottom-left image shows a small white church with a red roof and a bell tower. The bottom-right image shows a pink building with a red roof and a stone wall in the foreground.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Hemos elaborado dos mapas de la isla de La Palma. Cada uno de ellos trata sobre una temática diferente. Se han dividido en municipios para dotarlos de una mejor comprensión y visualización a la hora de comprender sus contenidos. Contienen información tanto visual (a través de puntos y líneas) como escrita (en su leyenda). También se ha añadido en la parte inferior de cada mapa una brújula orientativa junto con la escala representada.

El primero de ellos nos informa acerca de algunas de las empresas que en la actualidad desarrollan actividades para el turismo activo (puntos amarillos) y sus propias páginas web. El segundo nos informa sobre la red de senderos, en él vemos todos los senderos que se encuentran catalogados, cada cual con su respectivo código y su nivel de dificultad en color. Para la realización de los mismos, se han extraído datos fundamentales de la base de datos del Cabildo Insular de La Palma llamada "Open Data" (los datos acerca de la red de senderos) para posteriormente trasladarlos a un Sistema de Información Geográfica (SIG) en el que construimos el mapa sobre una imagen de la isla descargada desde la web de Cartografía y Mapas de Canarias (GRAFCAN).

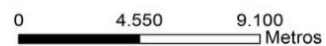
Mapa 1. Mapa de las empresas de turismo activo



Id	Nombre	Dirección
1	Acropark	http://acropark.es/lapalma/
2	Asociación aire libre	http://airelibrelapalma.org/
3	Astrolapalma	http://www.astrolapalma.com/
4	Astrotour	http://www.astrotour.es/
5	Bike'n'Tun	http://www.bikenfun.de/
6	Casa del Buceo Dukhuis	http://www.casadebuceo.com/
7	Club Ciclista Taburiente	http://www.clubciclistalapalma.com/
8	Fancy II	http://fancy2.com/
9	Graja- Tours	http://www.andern-auf-la-palma.de/de/index.php
10	Nuevo Rumbo Historia SL	http://www.n-historaviva.com/
11	Kajak Partner La Palma	http://www.partner4lapalma.com/
12	La Palma Diving Center	http://www.la-palma-buceo.com/
13	Maroparque	http://maroparque.es/
14	Natour Trekking	http://www.natour.travel/
15	Bussard Ocean Explorer	http://www.oceanexplorer.es/es/
16	Palmaclub Aventura	http://www.palmaclub.com/Espanol/es-Flyng.html
17	Palmaventura	http://www.palmaventura.es/
18	Buggy Excursiones La Palma	http://www.rhbuggy.com/index.php/es/
19	Observatorio Roque de los Muchachos	http://www.starsislandlapalma.es/
20	Senderos La Palma Cabildo	http://www.senderosdelapalma.es/

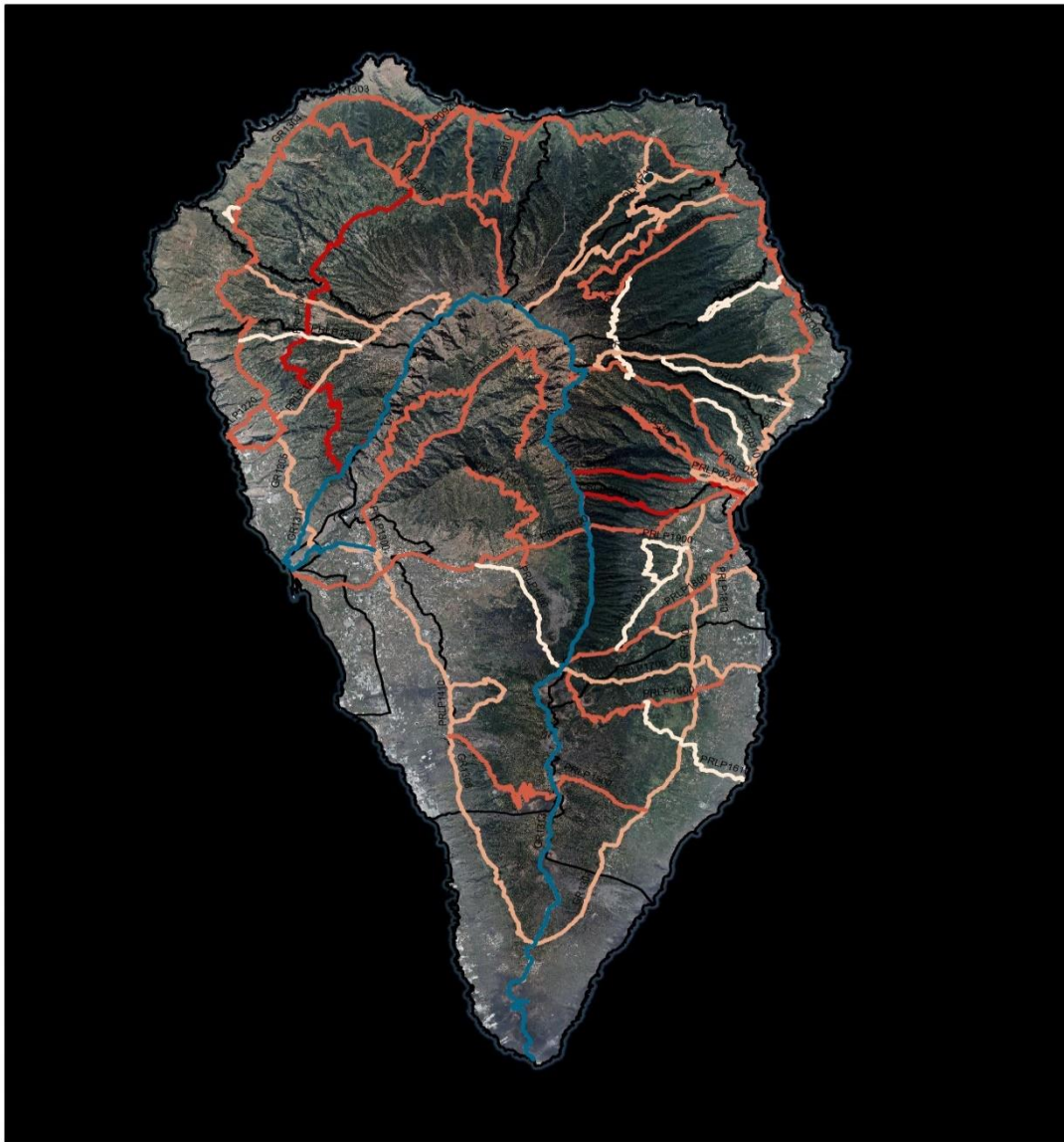


1:143.723



Fuente: Elaboración propia

Mapa 2. Mapa de la red de senderos

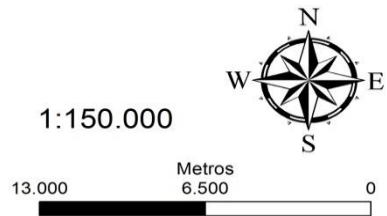


Red de Senderos

DIFICULTAD

- Extrema
- Alta
- Media
- Baja
- Transvulcania entera

Municipios



Fuente: Elaboración propia

4.4. ANÁLISIS DAFO DE LA PALMA COMO DESTINO DE TURISMO ACTIVO

Uno de los requisitos necesarios para la construcción de un modelo turístico o de negocios y la generación de ejes y acciones estratégicas, es sin lugar a dudas, la realización de un análisis DAFO, el cual nos permitirá conocer el estado actual de la isla como destino turístico.

La herramienta DAFO según la definición de la Dirección General de la Industria y Pyme de España es la siguiente:

El DAFO (iniciales de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es una herramienta que permite al empresario analizar la realidad de su empresa, marca o producto para poder tomar decisiones de futuro.

El DAFO puede ser un buen comienzo cuando nos planteamos un nuevo proyecto empresarial ya que ayuda a establecer las estrategias para que éste sea viable.

El análisis DAFO se divide en dos partes:

1. Análisis interno: (Fortalezas y Debilidades)

En esta fase se realiza un análisis de la situación de la empresa o destino considerando sus Fortalezas y sus Debilidades.

2. Análisis externo: (Amenazas y Oportunidades)

Tanto las Amenazas como las Oportunidades pertenecen al mundo exterior, pero deberían ser tenidas en cuenta para superarlas, en el caso de las amenazas, o bien para aprovechar las oportunidades que brinda el mercado.

Una vez realizado el análisis, es necesario definir una estrategia que lleve a potenciar las fortalezas, superar las debilidades, controlar las amenazas y beneficiarse de las oportunidades.

Esta tabla representa la herramienta DAFO que incluye en su contenido el análisis interno y externo de la isla de La Palma sobre los aspectos relacionados con el turismo activo.

Tabla 9. Análisis DAFO

<u>Análisis interno</u>	<u>Análisis externo</u>
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• La localización del destino en el oeste del archipiélago, siendo una de las isla periféricas	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Competencia con el resto de islas que ofrecen productos similares• Los nuevos destinos emergentes

<ul style="list-style-type: none"> • Problemas de conectividad aérea con la Península Ibérica y Europa • Precios excesivos en los billetes de avión y en el transporte • Las infraestructuras turísticas actuales en su mayoría, no son considerados de alta calidad • Establecimientos hoteleros limitados y diversificados • Falta de infraestructuras para las instalaciones de fibra óptica • Poca información y mal distribuida referente a los lugares de interés • Profesionales del sector no lo bastante formados • La colaboración política entre entidades públicas • Dificultades de financiación 	<ul style="list-style-type: none"> • No hay suficiente inversión pública • Poca diversificación en la oferta • La salida de Gran Bretaña de la Unión Europea
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguridad y hospitalidad en el destino • El clima de la isla es el idóneo y además permanece estable durante casi todo el año • Certificaciones: Reserva de la Biosfera y destino Starlight • Parque Nacional de la Caldera de Taburiente 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un plan para el reciente proyectado Parque Temático Submarino • Apuesta por un nuevo tipo de turismo activo: actividades de Golf • Crear una imagen y marca de la isla como destino de turismo activo

<ul style="list-style-type: none"> • Observatorio Roque de los Muchachos • Reserva de protección marina • Se cuenta con un total de 20 espacios naturales en total • Red insular de senderos: variados y bien señalizados • Establecimientos extra hoteleros (casas rurales) en auge • El modelo turístico se aleja del turismo de masas y del turismo de sol y playa. • La mayor parte del turismo que visita es repetidor • Los precios de los establecimientos hoteleros son bajos • Inversiones de empresas privadas en infraestructuras • Desarrollo de las TIC desde el Cabildo Insular para que las empresas puedan comercializar sus productos través de la red • Una de las más importantes ultramaratones del mundo: La Transvulcania 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de las nuevas tecnologías
--	---

Fuente: Deloitte Advisory S.L. (2013). *La Palma Territorio Inteligente. Plan Estratégico 2014-2020*. Elaboración propia.

4.5. EJES Y ACCIONES ESTRATÉGICAS

Tras finalizar el análisis anterior mediante el uso de la herramienta DAFO, ahora es el momento de generar las acciones a llevar cabo para que el destino quede enfocado al turismo activo. A su vez, las agruparemos en unos ejes estratégicos determinados para una mejor categorización. Para ello, cruzaremos los puntos del DAFO guarden relación entre sí, esta combinación dará lugar a posibles acciones sobre las que se deberá trabajar para mejorar el destino. También crearemos unas fichas para las acciones que contendrán la numeración, las características/explicación, la intensidad presupuestaria y el plazo de temporal para su desarrollo. Estos son los ejes y las acciones:

Eje 1: "Productos e Infraestructura"

En este primer eje se agrupan las acciones referentes a los productos y a las infraestructuras:

- Incentivar la creación de nuevas empresas dedicadas a estas actividades
- Ampliar el número de opciones de conectividad aérea internacional
- Proyectar la construcción de un campo de Golf en el espacio de Fuencaliente
- Proyectar la construcción de una megatirolina en el espacio de Garafía
- Implementar actividades típicas dentro de la oferta (Salto del Pastor)

Ficha de acción 1

Nº de la acción	A.1.1
Características/explicación	Incentivar la creación de nuevas empresas que se dediquen a ofrecer actividades de turismo activo. Se hará por medio de ayudas económicas en los comienzos del negocio.
Intensidad Presupuestaria	Alta
Plazo Temporal	Medio Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 2

Nº de la acción	A.1.2
Características/explicación	Ampliar el número de opciones de conectividad aérea internacional. Con ello habrá vuelos más frecuentes, directos y económicos para los futuros turistas.
Intensidad Presupuestaria	Alta
Plazo Temporal	Medio Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 3

Nº de la acción	A.1.3
Características/explicación	Llevar a cabo el proyecto de construcción de un campo de Golf en el espacio de Fuencaliente, en la parte alta de los Canarios.
Intensidad Presupuestaria	Alta
Plazo Temporal	Largo Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 4

Nº de la acción	A.1.4
Características/explicación	Llevar a cabo el proyecto de construcción de una megatirolina en el espacio de Garafía, en barranco de los Calderetones. Será considerada la de mayor altura en Europa.
Intensidad Presupuestaria	Alta
Plazo Temporal	Largo Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 5

Nº de la acción	A.1.5
Características/explicación	Implementar dentro de la oferta turística actividades de origen canario, como por ejemplo el denominado "Salto del Pastor".
Intensidad Presupuestaria	Baja
Plazo Temporal	Corto Plazo

Fuente: Elaboración propia

Eje 2: "Formación y Comunicación"

En este segundo eje se agrupan las acciones referentes a la formación y a la comunicación:

- Crear una marca e imagen de la isla como destino de turismo activo
- Mejorar las relaciones con AAVV y TOO (Agencias de viajes y Tour operadores)
- Crear aplicaciones informativas para dispositivos móviles
- Cursos de formación a las empresas para la comercialización web
- Mejorar la formación de los profesionales del sector a través de cursos
- Organizar y/o participar en eventos y ferias para darse a conocer

Ficha de acción 6

Nº de la acción	A.2.1
Características/explicación	Crear una marca e imagen de la isla como destino de turismo activo. Para poder promocionarse eficientemente la ayuda de una marca o logo que defina y simbolice la oferta del destino es fundamental.
Intensidad Presupuestaria	Media
Plazo Temporal	Medio Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 7

Nº de la acción	A.2.2
Características/explicación	Mejorar las relaciones con AAVV y TTOO. Si se desea que la llegada de turistas aumente así como la venta de paquetes, es posible hacerlo mejorando las relaciones con estos.
Intensidad Presupuestaria	Media
Plazo Temporal	Medio Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 8

Nº de la acción	A.2.3
Características/explicación	Crear aplicaciones informáticas para dispositivos móviles. Las empresas y las administraciones deberían desarrollar aplicaciones que ayuden y brinden nuevas posibilidades a los clientes, ya sea aportando información o facilidades en los servicios.
Intensidad Presupuestaria	Media
Plazo Temporal	Medio Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 9

Nº de la acción	A.2.4
Características/explicación	Ofrecer cursos de comercialización web a las empresas en estos momentos es crucial para prácticamente todo negocio y más aún dada la evolución continua de la tecnología. Con

	ello las empresas podrán aprender lo necesario para poder comercializar sus productos y servicios a través de las webs.
Intensidad Presupuestaria	Media
Plazo Temporal	Medio Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 10

Nº de la acción	A.2.5
Características/explicación	Gran parte de los profesionales que operan en el sector carecen de la formación adecuada/necesaria para ejercer de forma óptima, para arreglar este problema se optará por la posibilidad de realización de cursos.
Intensidad Presupuestaria	Media
Plazo Temporal	Medio Plazo

Fuente: Elaboración propia

Ficha de acción 11

Nº de la acción	A.2.6
Características/explicación	La organización y/o asistencia a eventos y ferias relacionadas con el sector turístico trae consigo muchas posibilidades para darse a conocer en los medios y con ello poder promocionarse, por ello es algo importante.
Intensidad Presupuestaria	Alta
Plazo Temporal	Largo Plazo

Fuente: Elaboración Propia

Se llevarán a cabo acciones enfocadas a la creación de infraestructuras, el desarrollo de productos a partir de ellas, mejorar la comunicación de los mismos y por último optar por la formación de las empresas y los profesionales del sector a través de la realización de cursos. Con esto tenemos claro cuáles son los puntos sobre los que se deberá trabajar en el destino.

4.6 MODELO DE NEGOCIO Y LIENZO

Tras haber realizado correctamente el análisis, es momento de comenzar a pensar en la manera de construir el modelo de negocio que permitirá a la isla adaptarse como destino de turismo activo, para de esta manera tener claro cuáles son las bases y la estructura del negocio.

Antes de nada, es importante conocer qué es exactamente un modelo de negocio, por tanto haremos uso de la definición del modelo de negocio explicado por el autor Alexander Osterwalder en el manual “Generación de modelos de negocio”, que explica detalladamente el concepto y los pasos a seguir para construirlo y posteriormente poder trasladarlo a un lienzo.

Definición: “Un Modelo de Negocio describe las bases sobre las que un destino/empresa crea, proporciona y capta valor. Se divide en nueve módulos básicos que reflejan la lógica que sigue una empresa/destino para adquirir ingresos. Estos módulos cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica”. Los nueve módulos son:

Segmentos de mercado: los diferentes grupos de personas a los que se dirigen.

Propuestas de valor: el conjunto de productos y servicios que aportan valor.

Canales de distribución: vías de comunicación para llevar el producto al mercado.

Relaciones con los clientes: tipos de relaciones que se establecen con los segmentos.

Fuentes de ingresos: flujo de caja que genera una empresa, se entiendo como beneficios.

Recursos clave: los activos más importantes para que un negocio funcione.

Actividades clave: acciones más importantes que debe de realizar para que el negocio funcione.

Asociaciones clave: red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento del negocio.

Estructura de costes: costes que implican la puesta en marcha de un negocio.

Los nueve módulos forman la base de una herramienta útil: el lienzo del modelo de negocio.

Es una herramienta donde se pueden esbozar los diferentes módulos del modelo de negocio, esto permite que sea visualmente más atractivo, permitiendo una mejor comprensión y análisis.

Una vez conocido el concepto, es hora de empezar a desarrollar los módulos del modelo de negocio para la isla, y por último pasarlo al futuro lienzo. Los módulos son los siguientes:

Segmentos de mercado: Turismo europeo, turistas británicos, turistas alemanes, turistas holandeses, turistas españoles, turista activo.

Propuesta de valor: Turismo activo.

Canales de distribución: Tour operadores, agencias de viajes, sistemas GDS, páginas web.

Relaciones con los clientes: Redes sociales, páginas web de las empresas, páginas web de administraciones públicas, aplicaciones web, ferias y eventos.

Fuentes de ingresos: Ingresos derivados de: los establecimientos hoteleros y extra hoteleros, restaurantes, actividades y servicios, subvenciones del gobierno, Cabildo Insular de La Palma, administraciones públicas y empresas privadas.

Recursos Clave: Establecimientos hoteleros y extra hoteleros, Reserva Marina, red de senderos, parques naturales, Parque Nacional Caldera de Taburiente, playas, observatorio astrofísico del Roque de los Muchachos, restaurantes, volcanes, macizos, roques, montañas, puerto marítimo.

Actividades clave: Senderismo, trekking, trail, buceo, pesca deportiva, salto del pastor, observación astronómica, piragüismo, kayakismo, parapente, tiro con arco, ciclismo montaña.

Asociaciones clave: Empresas de turismo activo, Cabildo Insular, administraciones públicas, Gobierno de Canarias, Patronato de Turismo, ADER La Palma.

Estructura de costes: Costes derivados de: la formación del personal, los cursos impartidos, del personal y RRHH, de creación y mantenimiento de las infraestructuras, de comunicación y promoción, creación de aplicaciones para dispositivos, de distribución de servicios, comercialización del producto a través de internet.

Esto constituiría el modelo de negocio para el destino de turismo activo de la isla de La Palma. Por último, armaremos todos los módulos en un lienzo para hacerlo más visualmente atractivo.

Ilustración 1. Lienzo: Modelo de Negocio

Lienzo: Modelo de Negocio

<p>7. Socios Clave</p> <p>Gobierno de Canarias Cabildo Insular Ayuntamientos Patronato de Turismo ADER La Palma Asociación Turismo Rural Isla Bonita Empresas de turismo activo Agencias de Viajes y Touroperadores Empresas de cursos de formación profesional y comercialización web</p>	<p>8. Actividades Clave</p> <p>Senderismo Trekking y Trail Buceo y Pesca Salto del Pastor Piragüismo y Kayak Parapente y Golf Tiro con arco Ciclismo de montaña Observación del cielo</p> <hr/> <p>6. Recursos Clave</p> <p>Volcanes Red de senderos Reserva Marina Playas de arena negra Hotel Sol Meliá Hotel Teneguía Princess Casas Rurales y albergues Parques Naturales Parque Nacional de la Caldera de Taburiente Puerto Marítimo Observatorio Astrofísico</p>	<p>1. Propuestas de Valor</p> <p>Turismo Activo</p>	<p>4. RR con los clientes</p> <p>Ferias Eventos Páginas web Aplicaciones web Campañas publicitarias Redes sociales</p> <hr/> <p>3. Canales de Distribución</p> <p>Tour operadores Agencias de viajes Sistemas GDS Páginas web</p>	<p>2. Segmento(s) de Clientes</p> <p>Turismo europeo Turismo activo Británicos Alemanes Holandeses Españoles</p>
<p>9. Estructura de Costos</p> <p>Costes derivados se lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Del personal dedicado a los servicios ofertados • Mantenimiento y funcionamiento de las infraestructuras • Adquisición del material necesario para las actividades • Promoción y publicidad a través de los medios • Creación de nuevas infraestructuras • Creación de la página web y la app 		<p>5. Fuentes de Ingresos</p> <p>Ingresos relacionados y derivados de los siguientes servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casas rurales y albergues • Restaurantes, tascas, bares y cafeterías • Visitas y excursiones • Actividades relacionadas con observación del cielo <p>Subvenciones y ayudas del Gobierno, Cabildo y empresas privadas.</p>		

Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

La elaboración de este TFG ha tenido como objetivo principal la construcción de un modelo de negocio y la creación de unas acciones estratégicas para enfocar y mejorar la isla de La Palma como un destino especializado en el turismo activo. Bajo nuestro punto de vista, el futuro turístico de la isla puede ir encaminado a este tipo de turismo. Las principales razones por la que pensamos esto son las siguientes:

- 1) Los recursos y el clima: El destino cuenta con una serie de recursos naturales e infraestructuras que resultan necesarias para que se desarrolle. Algunos de ellos se les

han otorgado certificaciones y denominaciones, como es el caso del Parque Nacional de la Caldera de Taburiente o la Reserva de la Biosfera, que aparte de ser importantes para la comunidad científica, también aportan cierto valor al turista que los visita. Además, uno de los factores que son sin duda claves para el turismo activo es el clima. En la isla de La Palma el clima es el idóneo para llevar a cabo las actividades, las temperaturas son templadas y equilibradas permaneciendo estables durante todo el año, dando muchas horas de sol al día y suficientes lluvias.

- 2) Actividades en auge y buenas valoraciones: Las actividades en el medio natural que atrae a este tipo de turismo están en una situación de auge. Esto es debido entre muchas cosas, a la repercusión que deja la organización de eventos deportivos como la famosa ultra maratón de la “Transvulcania”, que benefician al destino económicamente y lo dan a conocer. Unido a esto, supone una gran noticia saber que los aspectos más valorados en La Palma por los turistas son el paisaje, la hospitalidad, la tranquilidad y la calidad del medio ambiente. Aspectos que están fuertemente relacionados con lo que es la práctica del turismo activo.
- 3) Las empresas pequeñas aportan mayores beneficios: Las empresas que operan en el sector y se dedican a este tipo de actividades son, en su mayoría salvando alguna excepción, empresas pequeñas. Esto a simple vista puede parecer algo perjudicial para el destino, pero no lo es, puesto que si comparamos una empresa grande (por ejemplo una cadena hotelera) con una pequeña (por ejemplo una empresa de casas rurales) podemos darnos cuenta que los beneficios económicos que obtengan van a parar a otro lugar en el caso de las grandes, y los beneficios de las pequeñas se quedan en el destino. Esto resulta beneficioso para que el destino crezca y no se estanque.
- 4) El turismo rural y el turismo de estrellas pueden complementarlo: Estos dos tipos de turismo que se dan en la isla pueden otorgar al destino complementariedad en el turismo activo. Se pueden aprovechar ciertos aspectos de ambos para sacar beneficios. Por ejemplo se podría aprovechar dicha complementariedad en la posible formulación de nuevos productos (mediante la observación de estrellas en espacios naturales) así como en la oferta alojativa (turista que decide alojarse en casas rurales). Destacando sobre todo esta última del turismo rural que está resultando ser el que más peso y crecimiento está teniendo, ya que cuenta con unas 66 casas rurales registradas.

Por otro lado, hemos sacado como conclusión que existen varios obstáculos y barreras que dificultan el avance del turismo en general en la isla de La Palma, y pueden ser los puntos en los que más hay que trabajar para superarlos. Los principales aspectos son los siguientes:

- 1) Políticas comunes entre entidades y la financiación: La colaboración entre entidades públicas y privadas, así como la financiación para los futuros proyectos presenta dificultades. Llegar a acuerdos que benefician a ambas partes suele ser siempre una tarea complicada, las relaciones entre el Cabildo Insular, algunas administraciones públicas y empresas no son las adecuadas y esto repercute en el avance del destino.

- 2) Canales de distribución y conexiones aéreas: El poderío que las AAVV y los TTOO tienen sobre la llegada de turistas y la venta de paquetes para el destino es un problema que repercute en muchos ámbitos del sector. El problema es aún mayor cuando en la actualidad se posee un aeropuerto sobredimensionado, siendo oficialmente de los aeropuertos menos rentables del país. Además es sumamente importante tener buenas conexiones aéreas tanto con la Península Ibérica como con el resto de Europa. Lamentablemente no es así, existen muchas escalas y pocos vuelos directos por lo que esto supone mayores gastos y complicaciones en el transporte para el turista.

Si estos obstáculos se superaran, podríamos conseguir que la isla tuviera su propia oferta diferenciada del resto de islas que forman el archipiélago y con ello podría situarse dentro de este sector turístico como una de las más relevantes, aportando beneficios económicos.

6. WEBGRAFÍA

-Web de Wikipedia:

<https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

-Web de ABC definiciones:

<http://www.definicionabc.com/>

-Web de la Asociación Nacional de empresas de Turismo Activo en España (ANETA)

<http://www.aneta.es/>

-Web de deportes extremos:

<http://www.deportesextremos.net/>

-Web del Cabildo insular de la Palma:

<http://www.cabildodelapalma.es/portal/principal.jsp?codResi=1>

-Web de Turismo de canarias / Promotur:

<http://www.turismodecanarias.com/promoturturismocanarias/>

-Instituto Nacional de Estadística de Canarias (ISTAC):

<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>

-Web de la Dirección General de la Industria y de la pequeña y mediana empresa (Pyme):

<http://dafo.ipyme.org/Paginas/Home.aspx>

- Web de noticias Canarias 7:

<http://www.canarias7.es/articulo.cfm?id=425644>

-Web de la asociación Turismo Rural La Palma isla bonita:

http://www.islabonita.es/es/respuesta_actividad.php?Id_actividad=51

-Web de las Empresas de turismo activo en la Palma:

<http://acropark.es/lapalma/>

<http://airelibrelapalma.org/>

<http://www.astrolapalma.com/>

<http://www.astrotour.es/>

<http://www.bikenfun.de/>

<http://www.casadebuceo.com/>

<http://www.clubciclistalapalma.com/>

<http://fancy2.com/>

<http://www.nr-historiaviva.com/>

<http://www.partner4lapalma.com/>

<http://www.la-palma-buceo.com/>

<http://maroparque.es/>

<http://www.natour.travel/>

<http://www.oceanexplorer.es/es>

<http://www.palmaclub.com/Espanol/es-Flying.html>

<http://www.palmaventura.es/>

<http://www.rhbuggy.com/index.php/es/>

-Web de la Infraestructura de Datos Espaciales de Canarias:

<https://www.idecanarias.es/>

-Web de Mapas y Cartografía de Canarias (GRAFCAN)

<https://www.grafcan.es/>

-Web de La Palma "Open Data" del Cabildo Insular:

http://www.opendatalapalma.es/datasets?q=turismo&sort_by=relevance

-Web de la Wiki del Gobierno de Canarias:

http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/wiki/index.php/P%C3%A1gina_principal

-Web del Ministerio de medio ambiente, cultura y deporte:

<http://www.magrama.gob.es/es/red-parques-nacionales/nuestros-parques/taburiente/>

-Buscador de Imágenes de Google:

<https://images.google.com/>

-Web del Puerto de Tazacorte:

<http://www.puertotazacorte.com/webcam.php>

-Web de minube:

<http://www.minube.com/rincon/playa-de-puerto-naos-a95660>

-Web del Hotel Teneguía Princess:

<http://www.princess-hotels.com/>

-Web del Hotel Sol Meliá La Palma:

<http://www.melia.com/es/hoteles/espana/la-palma/sol-la-palma/index.html>

-Web de Tripadvisor:

<https://www.tripadvisor.es/>

7. BIBLIOGRAFÍA

-Instituto Nacional de Estadística de Canarias (ISTAC)

-Turismo de Canarias/ Promotur

-Mediavilla, L. (2012). *Áreas de influencia del turismo activo*. Madrid: Editorial Académica Española.

-Subdirección General de Calidad e Innovación Turística (2004). *Estudio sobre el turismo de naturaleza en España y su Plan de Impulso*. Madrid: Subdirección General de Calidad e Innovación Turística, Secretaría General de Turismo, MITYC.

-Secretaría General de Turismo. *Libro Blanco del Turismo Español. El Sistema de Recursos*. Pág. 18-20.

-Deloitte Advisory S.L. (2013). *La Palma Territorio Inteligente. Plan Estratégico 2014-2020*, Pág. 60-71.

-Osterwalder, A. y Y (2010). *Generación de modelos de negocio*. Ediciones DEUSTO, Pág. 1-30.