



Universidad de La Laguna

Facultad de Economía Empresa y Turismo

Creación de un nuevo producto turístico en La Laguna: la vida de las mujeres canarias del siglo XIX a través de los ojos de Olivia Stone.

Trabajo de Fin de Grado

Autora:

Gara Mesa Dumpiérrez

Tutor:

Jairo Adrián Hernández

Curso Académico 2021-2022

Convocatoria de julio.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. CONTEXTO HISTÓRICO/CULTURAL	6
2.1. EL TURISMO ACTUAL DE LA LAGUNA	6
2.2. LA LAGUNA DEL SIGLO XIX	10
2.3. LA MUJER CANARIA DEL SIGLO XIX.	12
2.4. OLIVIA STONE Y SU OBRA	13
3. MARCO TEÓRICO.	14
4. NUEVO PRODUCTO TURÍSTICO	16
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO.	16
5: DESCRIPCIÓN DE LA RUTA: “LA HISTORIA NUNCA CONTADA DE LAS MUJERES LAGUNERAS”	17
6: COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO	23
6.1 PÚBLICO OBJETIVO.	23
6.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	24
6.3 MARKETING, PUBLICIDAD Y CAPTACIÓN DE CLIENTES	24
7. CONCLUSIONES	27
BIBLIOGRAFÍA	28

Resumen:

El turismo actual con el que cuenta la isla de Tenerife aumenta consistentemente cada año. Este está primordialmente centrado en un turismo que no es sostenible en el tiempo como es el turismo de sol y playa. Este turismo supone aglomeraciones y el sobrepaso de la capacidad de carga del destino, el cual está focalizado en el sur de la isla, lo que supone no solo un problema para la población local, sino también para los mismos turistas.

Este trabajo se presenta como una propuesta para solucionar este infortunio, mediante la oferta de un nuevo producto turístico en la ciudad de San Cristóbal de La Laguna. Proponemos la implementación de una ruta urbana con carácter feminista en el casco histórico de la ciudad, exponiendo y visitando algunas edificaciones emblemáticas. Para la elaboración de la ruta tendremos como referencia la obra de Olivia M. Stone "Tenerife and the six Satellites", la cual recopila el viaje de la autora a las islas Canarias en 1883. En él se puede ver muy bien referenciadas todas las restricciones y controles que se veían obligadas a enfrentar las mujeres canarias del siglo XIX.

Palabras claves: Mujer, Siglo XIX, Olivia Stone, La Laguna.

Abstract:

The current tourism on the island of Tenerife is consistently increasing every year. This is primarily focused on tourism that is not sustainable over time, such as sun and beach tourism. This tourism involves agglomerations and the exceeding of the carrying capacity of the destination, which is focused on the south of the island, which is not only a problem for the local population, but also for the tourists themselves.

This study is presented as a proposal to solve this problem by offering a new tourist product in the city of San Cristóbal de La Laguna. We propose the implementation of an urban route with a feminist character in the historic center of the city, exposing and visiting some emblematic buildings. For the elaboration of the route we will have as reference the publication of Olivia M. Stone "Tenerife and the six Satellites", which gathers the trip of the author to the Canary Islands in 1883. In it you can see well referenced all the restrictions and controls that were forced to face the Canarian women of the nineteenth century.

Key words: Women, 19th Century, Olivia Stone, La Laguna

1. INTRODUCCIÓN

San Cristóbal de La Laguna¹ se encuentra ubicada en la isla de Tenerife, isla que, en la actualidad, recibe más turismo de todo el archipiélago, con un total de 2,3 millones de turistas anuales durante el 2021 (Patronato de turismo de Tenerife, 2022). La gran mayoría de estos visitantes vienen atraídos por sol y playa, a pesar de la gran oferta turística con la que cuenta la isla, como, por ejemplo, el turismo urbano o gastronómico. El gran flujo de turistas en el arco sur de la isla (municipios de Granadilla de Abona, Arona y Adeje), supone la cercanía a la superación de la capacidad de carga del destino, por lo que esta problemática propone un cambio del modelo actual de turismo de la isla. Estas cifras se han visto afectadas por la pandemia, ya que los aeropuertos de Tenerife vieron una clara disminución de llegada de turistas del extranjero y nacionales (Turismo en cifras, Cabildo de Tenerife, 2022).

Canarias es un paradigma muy particular, ya que nos atraviesa una herida de conformación primigenia que, a su vez, se imbrica en diferentes cuestiones. El colonialismo, muy relacionado al 'extractivismo' empresarial y material, ha sido fundamental para la organización territorial de Canarias como un Caribe *low-cost* para el público europeo, además de para el enriquecimiento de la metrópolis española.² No solo esto, el colonialismo también se inserta en la academia, marginando los estudios sobre el archipiélago a la categoría de anecdótico. De hecho, los pocos estudios financiados por las instituciones y administraciones públicas giran en torno a la arqueología prehispánica y, aún así, sigue siendo insuficiente para esta disciplina. El motivo de esta ruta no es solo el rescatar otros nichos turísticos en la isla, sino el de dar a conocer un capítulo de la historia canaria que ha estado eclipsado por un mundo academicista e historiográfico que también es patriarcal.³ Las narrativas sobre mujeres canarias, que siempre han sido una población oprimida, necesitan ser rescatadas y trabajadas desde todas las áreas de conocimiento; también desde el turismo.

¹ A partir de ahora, y a lo largo del trabajo, La Laguna.

² Con esto nos referimos a los debates y reivindicaciones populares que ha manifestado el pueblo canario en los últimos dos años. Especialmente a raíz del marcopuerto de Fonsalia o la reorganización poblacional del muelle de Adeje. También a que, gracias a estos nuevos foros de discusión, se ha despejado una incógnita que, si bien no sorprende a nadie, sí ha despertado resquemores. Las grandes cadenas turísticas del archipiélago están a manos de empresarios peninsulares y el empleo que se genera para la población local está siempre vinculado a posiciones precarias: limpiadores, jardineros, camareros, kellys, o botones.

³ Señalando precisamente lo patriarcal de la academia, incluso la canaria, podemos observar como estos estudios sobre poblaciones aborígenes siempre se centran en el hombre. Cansada de la representación masculina, el MUENA (Museo de Naturaleza y Arqueología de Tenerife), acoge hasta finales de julio de este mismo año una colección de la artista Yapci Ramos, donde la autora reivindica el papel de la mujer guancha.

El presente documento se divide en dos partes. La primera sección consta del marco teórico, en el cual se relata la situación de La Laguna como un destino turístico. También una definición de turismo y aspectos relacionados con este para intentar obtener la mayor comprensión y claridad posible, junto con las tendencias del turismo actual de La Laguna, y la situación que se vivía en esta ciudad en el siglo XIX. También se especifica y aclara la situación de enclaustramiento y el control que tenían sobre las mujeres de la época. Por otro lado, en la segunda parte del trabajo, se expone y redacta la propuesta de ruta urbana por el casco histórico de La Laguna, para que las personas involucradas puedan experimentar y ver con sus propios ojos las casas donde se relacionaban las mujeres canarias del siglo la época, así como sus condiciones de vida. También creemos pertinente tomar como referencia los relatos escritos por la irlandesa Olivia Stone, que visitó las islas ese mismo siglo y dejó plasmado su asombro por las costumbres y la sociedad de las mujeres canarias, ya que también es fortuitamente comparado con la sociedad londinense en la que ella se veía envuelta. Finalmente, también se narra el público objetivo que buscamos para dicha ruta, la motivación para realizarla y, para finalizar, el marketing y la publicidad que se llevará a cabo para dar a conocer la ruta y que los posibles clientes se interesen en ella. Creemos que es necesario rescatar la historia oprimida que estaban obligadas a vivir nuestros antepasados del siglo XIX y así darle alguna clase de visibilidad y reconocimiento.

La metodología que se ha utilizado para la realización de esta propuesta está basada en la búsqueda teórica de lecturas de libros y artículos sobre la gestión del destino turístico de La Laguna, la cultura que se desarrollaba en el siglo XIX, pero nunca perdiendo de referencia el libro que Olivia Stone publicó en 1887 "Teneriffe and the Six Satellites." En este manuscrito, nos relata en detalle su visita a Canarias. Algunos de los artículos que más importancia les hemos otorgado a la hora de realizar esta propuesta de creación de ruta han sido, "Las mujeres canarias en los siglos XVIII y XIX desde la perspectiva de los viajeros", Teresa Gonzáles Pérez (2005). En él narra los aspectos más importantes de la vida de las mujeres canarias del siglo XIX. En este artículo podemos encontrar temas tan diversos como reflexiones sobre la literatura de viaje, la diferencia entre la vida de las mujeres rurales y más pudientes, o la indumentaria tradicional canaria, por nombrar algunos. También nos gustaría destacar el trabajo de Daniel García Pulido, "Sobre la literatura de viajes y los viajeros. Olivia M Stone: Aproximación. Una bibliografía desconocida" (2019), el cual nos narra la vida de Olivia Stone y su paso por Canarias, haciéndonos entender su perspectiva de una manera muy pragmática y efectiva. Posteriormente, también se ha realizado un análisis de los recursos turísticos que podemos ubicar en San Cristóbal de La Laguna, para que estas puedan ser aprovechadas de forma óptima.

Entendiendo que la ruta sucederá en La Laguna y con el fin de aprovechar sus exquisitas edificaciones, ponemos de relieve un turismo urbano que contrasta con el turismo de sol y playa del que tanto depende la isla de Tenerife. Más de la mitad del turismo urbano que acoge La Laguna es turismo nacional, por lo que se sentirán mucho más conectados con la historia y cultura canaria. La singularidad que tiene esta ruta es que, como ya se ha mencionado en numerosas ocasiones a lo largo del trabajo, combina un atractivo turístico feminista y un turismo de ciudad simultáneamente. Gracias a esta ruta, además, también estamos redirigiendo la población turística actual que tiene

Tenerife, moviéndonos hacia un turismo más sostenible en el tiempo, como puede ser el turismo urbano. Esto también ayuda y resuelve el gran problema que tiene el eje sur de la isla en cuanto a aglomeración y la capacidad de carga del destino. De esta forma, podemos focalizar el interés y deseos de conocer de los visitantes hacia las mujeres que formaban parte de la ciudad de La Laguna, lo que a su vez supone un turismo novedoso, que no se ha experimentado en la ciudad nunca.

2. CONTEXTO HISTÓRICO/CULTURAL

2.1. EL TURISMO ACTUAL DE LA LAGUNA

La Laguna, conocida como Agüere por los aborígenes y ciudad del adelantado por los castellanos, en honor al conquistador Alonso de Lugo, es una ciudad y municipio de la isla de Tenerife (Canarias). Se encuentra ubicada al noreste de la isla y fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1999, como un ejemplo único de ciudad colonial no amurallada. Una de las pocas ciudades de Canarias que conserva el trazado original que se estableció en el siglo XV, y que además también sirvió como referencia para crear el trazado de ciudades famosas, con las que también se puede identificar una similitud en la arquitectura de casas y calles, como pueden ser La Habana Vieja, Cartagena de Indias o Lima. Se conoce como La Laguna ya que en ella encontrábamos una gran laguna de agua dulce, cuya expansión ocupaba media ciudad e incluso era navegable. Hoy en día sólo contamos con una placa conmemorativa cerca de La Concepción, con la inscripción de un mapa de Torriani y un punto rojo ubicando el comienzo de esta gran masa de agua. En la actualidad, y desde hace ya 230 años, la ciudad es anfitriona de la universidad que lleva su nombre. Concluyendo con esta breve introducción, la ciudad de Agüere es considerada la segunda ciudad más habitada de Tenerife y la tercera de Canarias, con 158.911 habitantes.

En la propia página web de turismo de La Laguna podemos encontrar información relevante sobre fiestas, monumentos que visitar, y complementar toda la información disponible de la actualidad o histórica con mapas y una galería de fotos.⁴ Dentro de la galería también puedes encontrar los últimos videos realizados para promocionar la ciudad de La Laguna. Gracias a esta página web, puedes acceder a tres webcams ubicadas en tres zonas principales de San Cristóbal de La Laguna. Incluso, el Ayuntamiento de La Laguna, nos ofrece una ruta guiada por el casco histórico de la ciudad de forma totalmente gratuita. Los horarios son muy flexibles, y cuenta con la posibilidad de realizar la ruta en cuatro idiomas. La duración total sería aproximadamente de una hora. Para realizar la reserva o la solución de cualquier duda se realiza a través de la anteriormente mencionada página web.

⁴ <https://turismo.aytolalaguna.es>

Figura 2: Mapa actual de la ciudad de La Laguna.



En los últimos años, la ciudad ha incrementado en número de turistas y las excursiones que tienen lugar en La Laguna, ya que es una de las islas con más actividad turística. En el año 2021 se registraron un total de 4.213.355 turistas que llegaron a Tenerife como podemos ver en las cifras que nos ofrece el ISTAC (2022). Si, como decíamos anteriormente, la mayoría de los turistas que visitan la isla, lo hacen atraídos por una estampa caribeña, el perfil de los turistas que visitan La Laguna es completamente distinto. No solo porque su público esté más interesado en su aportación cultural y patrimonial, sino porque también les caracteriza un mayor nivel educativo. (Turismo en cifras, abril 2022. Turismo de Tenerife), sino porque la propia orografía y climatología del municipio no se presta a un turismo como el que sí observamos en el sur de la isla.

Los tipos de turismo más usuales que existen en San Cristóbal de La Laguna son el turismo cultural, que opta por disfrutar de las pintorescas casas tradicionales canarias que nos brinda la ciudad, además de las historias tras estas paredes (Moreira Gregori y Pedro Ernesto, 2014). Un ejemplo de estos caseríos, pueden ser la Casa Museo Cayetano López, el Palacio Salazar o el Palacio de Lercaro, actual museo de historia de Tenerife. Dentro del turismo cultural La Laguna tiene muchas actividades que ofrecer, como puede ser la visita a museos como el Museo de las Ciencias y el Cosmos, el Museo de Historia y Antropología de Tenerife (Casa Lercaro) y la Casa Museo de Cayetano Gómez Felipe entre otros. La Laguna también alberga el Teatro Leal, el cual es un referente artístico, cultural e histórico que consta de un amplio y variado calendario de eventos durante todo el año. La Galería de Arte Artizar está estipulada como una antigua casa canaria del siglo XVII, la cual ha sido remodelada para responder a las demandas propias de una galería de arte. Esta intenta darle una importancia a la vida cultural y artística lagunera con un total de siete exposiciones anuales. Incluso, la misma universidad de La Laguna, atrae a un público específico de turismo cultural, ya que gracias a los congresos que toman lugar en la ciudad, muchos ponentes proceden a visitar la ciudad después de sus comunicaciones. Aquellos turistas atraídos por motivos religiosos, es indispensable que visiten la

Catedral de La Laguna, la Iglesia de la Concepción, la Iglesia y ex-convento de San Agustín y el Santísimo Cristo de La Laguna.

Otras posibilidades de turismo cultural con las que actualmente cuenta el municipio que no están siendo debidamente explotados son las fiestas endémicas. Un ejemplo de estas fiestas es la fiesta de La Pamela en Tejina, en la cual los asistentes confeccionan coloridos y peculiares tocados, para posteriormente premiar a la pamelita más original y disfrutar al son de la orquesta. Las romerías también es una fiesta aclamada por la crítica que no está siendo explotada como un fenómeno histórico-cultural. A la hora de darle a este evento una importancia turística ayudaría a revalorizar el patrimonio local. Por último, las fiestas del Cristo de La Laguna combinan un elemento religioso y social. Mientras que el sentimiento de estas fiestas son sus procesiones a manos de niños, una parte muy memorable de estos festejos son sus espectáculos pirotécnicos.

Dentro del turismo cultural de la ciudad podemos diferenciar dos segmentos, como nos explica J. Rosa Marrero y Beatriz Abdul-Jalbar, (2011), el 61% de los turistas que visitan la Laguna planifican su viaje con antelación, mientras que el 39% no lo hace. La poca publicidad internacional en cuanto a un turismo más cultural o sostenible con la que la isla de Tenerife beneficia al mercado turístico actual del sur de la isla, centrado en un turismo de sol y playa. Los turistas que deciden visitar la isla para conocer su cultura y gastronomía se ven obligados a hacer investigar por su cuenta ya que no cuenta con tantas facilidades como los turistas. La publicidad que se le está haciendo a la isla de Tenerife está favoreciendo a los turistas atraídos por el turismo de sol y playa ya que les es instintivo y no les supone un esfuerzo investigar sobre las actividades que realizan en el destino. Como así sucede, en los últimos años se ha visto que el turismo internacional está más interesado en un turismo cultural (28% de los entrevistados), frente a los turistas interesados en un turismo más paradisíaco (19%)⁵. Las diferentes motivaciones que tengan estos turistas internacionales son la causa principal de que decidan visitar La Laguna, mientras que son los elementos culturales del destino los que impulsan a los turistas accidentales. Por otro lado, también es interesante saber y tener en cuenta que los turistas que saben que la ciudad de La Laguna es Patrimonio de la Humanidad desde el país de origen es más propenso a visitarla, que los turistas que se enteran una vez ya estén en Tenerife. En este caso, podemos afirmar que Tenerife –como destino— tendría que hacer un esfuerzo en atraer un turismo más interesado en lo cultural, porque, además, es un mercado en auge.

También se le da mucha importancia al turismo gastronómico y al enoturismo. En plena ciudad de La Laguna contamos con muchos restaurantes de comida canaria, conocidos como guachinches, en los que, además, puedes consumir vinos de la zona. La gastronomía más común que se puede degustar en el municipio son las papas con mojo, el gofio, y la carne de cochino. En cuanto a los vinos cabe destacar los vinos tintos y rosados que se producen en el municipio. Como curiosidad, muchos autores ya eran conocedores del vino canario. Shakespeare, por ejemplo, expresó su devoción por los caldos canarios como podemos ver referenciado en: "Entonces, come y engorda, mi bella calipolis".

⁵ <https://www.profesionalhoreca.com/2018/10/06/el-turismo-cultural-gana-posiciones-frente-al-tradicional-sol-y-playa-en-espana/>

Vamos, dadnos un poco de vino de Canarias. Si fortuna me atormenta, esperanto me contenta” (Enrique IV, Parte II).

Gracias a la presencia del parque rural de Anaga, también tiene mucho éxito el turismo activo de senderismo. Anaga, tiene una extensión de 14.500 hectáreas y más de 10 rutas oficiales y cientos de caminos por los cuales pueden apreciar el paisaje de la zona y disfrutar de la fauna y flora autóctona. Algunas de las rutas oficiales de las que podemos disfrutar son “El Sendero de los Sentidos”, “El Bosque de los Enigmas”, “El Bailadero-Taganana” o “Cruz del Carmen-Punta Hidalgo” e incluso, en el monte de las Mercedes, más exactamente en la Cruz del Carmen se encuentra la zona con más especies autóctonas de toda Europa, con un total de 468 taxones características de Canarias encontradas en un espacio tan reducido (Europapress, 2006).

En los años 60 y 70, las zonas de Bajamar y Punta del Hidalgo, pueblos pertenecientes al municipio de La Laguna, eran unos puntos estratégicos para el turismo europeo, como así atestiguan los esqueletos de muchos hoteles ya abandonados en la zona. En los ochenta, con la expansión empresarial en el sur de la isla, se vivió una migración clientelar. También es importante mencionar que el clima jugó un papel fundamental en este fenómeno. Mientras el sur de la isla goza de unas altas temperaturas y unos cielos despejados todo el año, estos dos pueblos laguneros se ven afectados por la panza de burro; un evento meteorológico donde un mar de nubes grises encapota el cielo, impidiendo la entrada directa de sol. No obstante, todavía sigue existiendo un atractivo turístico que, quizás, no se está explotando en estos destinos. Estas son las piscinas de agua salada que encontramos en ambas localidades. Además, también contamos con charcos naturales, formados por la irrupción de lava sobre el mar.⁶

Tampoco queremos olvidarnos de un modelo más novedoso que se ha implementado los últimos años en La Laguna, y es el turismo oscuro, donde una empresa española llamada Rutas Misteriosas, elabora un total de tres rutas por la ciudad explicando fenómenos paranormales. Estas rutas fueron nombradas como “Aquelarre de La Laguna”, “La Laguna Oculta” y “La Laguna Paranormal”, en las cuales hacen uso de leyendas, psicofonías y la experimentación en directo para atraer a su público objetivo.⁷

En conclusión, podemos afirmar que el potencial turístico de la ciudad es mucho más amplio de lo que podría esperarse pero que, sin embargo, no se está explotando debidamente. El turismo de La Laguna no es tan amplio ni conocido en comparación con el turismo que actualmente está abarcando la isla, a pesar de todos los esfuerzos que ha puesto el Ayuntamiento de La Laguna para promocionar

⁶ También queremos traer al frente un debate actual y es que el Gobierno de Canarias pretendía acondicionar estos charcos, con el fin de atraer a más público. Esto supuso una revuelta dentro de la comunidad científica en las islas ya que, como muchos biólogos marinos apuntan, estos espacios suponen ecosistemas únicos para muchas especies locales que podrán verse afectadas por culpa de una posible gentrificación turística. Para más información, consultar la cuenta de Instagram sobre divulgación científica: @pablo.dive

⁷ <https://rutasmisteriosas.es/tenerife/>

el destino. Pero sí es verdad que la ciudad cuenta con un turismo mucho más variado en comparación con el que podríamos encontrar en el sur, como puede ser el turismo urbano, gastronómico y cultural entre otros.

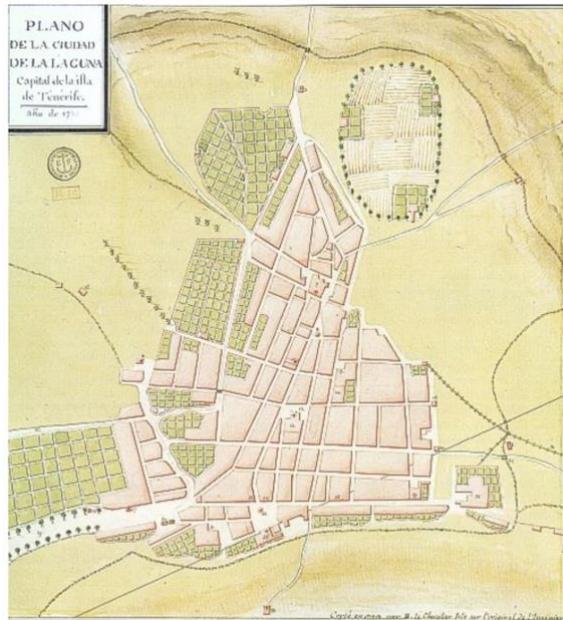
2.2. LA LAGUNA DEL SIGLO XIX

A continuación, presentamos un breve boceto de la historia que acontecía en La Laguna en el siglo XIX. Rescatamos este capítulo de la historia lagunera de las aportaciones de Carmen Gloria Calero Martín (2002). San Cristóbal de La Laguna es considerada la primera ciudad fundada en Tenerife tras su conquista. Durante el siglo XIX, nos dice la autora, se ve derrocada y ve frustradas todas sus expectativas por la grave crisis urbanística que se desarrolla, tras la designación de la capital de Tenerife a la ciudad de Santa Cruz en 1833. Las ciudades españolas, a lo largo del siglo XIX, sufrieron una gran expansión y desarrollo gracias a los avances económicos, aunque pequeñas ciudades más urbanas (como es el caso de La Laguna) se ven afectadas por unas crisis urbanas que impedita el crecimiento y la renovación de las arquitecturas.

El nuevo eje urbano de la isla de Tenerife se había desplazado de San Cristóbal de la Laguna hacia Santa Cruz. Una interminable crisis afectó a la población de La Laguna durante el siglo XIX, aunque a pesar de esto se estaba implementando un nuevo sistema urbano insular y realizó notables esfuerzos por la modernización de la ciudad. Este nuevo modelo insular consistía en la jerarquización de las ciudades, y en esta cúspide podemos encontrar a la ciudad de Santa Cruz, que estaba experimentando un crecimiento imparable en comparación con las demás ciudades de la isla, ya que concentraba en ella el poder político y económico. La Laguna en estos años estaba pasando por una época de ruinas y regresión. El despoblamiento y el inalterado tejido urbano era imparable, a pesar de que en esta ciudad residía la sede del poder eclesiástico, religioso y social de toda la isla. El estancamiento de la población es una de las mayores causas que explican la nueva posición territorial, mientras que la nueva capital, Santa Cruz, va floreciendo en desmedida y se va separando de los demás núcleos urbanos.

Hay muchos capítulos de guías de viajes dedicados a Canarias, gracias a la cercanía del mundo europeo, pero albergar una cultura totalmente diferente (Leal Cruz, 2014). Gracias a la invención de la imprenta en el último cuarto del siglo XIX, las transformaciones socioeconómicas, la implicación de la población local a un turismo más extendido y el desarrollo del comercio, las guías de viajes pudieron tener un alza y ser distribuidas con mayor facilidad. Por lo que el principal objetivo de estas guías era un componente educativo, ya que tienen una visión más objetiva de los destinos que si las comparamos con los relatos de viajeros. En estos relatos, La Laguna era vista como una ciudad más pequeña y con menos importancia que Santa Cruz, solo una ciudad de tránsito hasta llegar al Valle de la Orotava, que era un lugar con mucha implicación turística para la época (Calero Martín, 2002).

Figura 3: Plano de la Ciudad de La Laguna en 1779 (Calero Martín, 2002)



La información que era publicada diariamente en la prensa era muy importante en la imagen que transmitía la ciudad hacia el exterior. En especial, la prensa hacía referencia a los nuevos proyectos urbanos, o incluso era la base para poder exponer nuevas ideas sobre el trazado urbano (Calero Martín, 2002). A lo largo de los años, la cercanía entre La Laguna y Santa Cruz parece asumir que el importante desarrollo que estaba experimentando Santa Cruz, se expandirá y provocará también una expansión en la Laguna, aunque esto no ocurrió así, ya que la ciudad colapsó. Parece certero pensar que la dificultad e ineficacia del transporte terrestre entre estas dos ciudades fue un factor clave. El camino que unía las dos ciudades era una vía de difícil tránsito para mercancías y viajeros, aunque era el único camino hacia el floreciente puerto de Santa Cruz.

Debido a esta desconexión física que causaba las dificultades del camino impidió que los flujos económicos, del comercio y del empleo llegara hasta La Laguna de forma exitosa. A lo largo del siglo XIX, muchas ciudades de España insistieron en obtener nuevos equipamientos y la renovación de infraestructuras. La Laguna ofrecía varias superficies vacías por lo que fue capaz de acoger nuevos equipamientos de ocio, como puede ser la construcción de una alameda, la construcción de un teatro, la instalación de una plaza de toros o la construcción de una galera. A finales del siglo XIX se produce la ansiada mejora de las vías de comunicación, en especial el camino que conecta Santa Cruz y San Cristóbal de La Laguna, lo que indirectamente implica la gran ansiada prosperidad para la ciudad de La Laguna.

Para concluir, podemos afirmar que durante el siglo XIX, la ciudad de La Laguna fue totalmente derrocada por la figura de la nueva capital de la isla, Santa Cruz. Esto supuso que La Laguna se sumiera en una crisis urbanística que impedía que la ciudad creciera y pudiera renovar su arquitectura. Estos años fueron una época de ruina y recesión para los residentes laguneros. En contraposición, la

ciudad de Santa Cruz, se vio muy favorecida tras ser nombrada capital sufriendo un crecimiento ferviente.

2.3. LA MUJER CANARIA DEL SIGLO XIX.

Gracias a las grandes cantidades de documentos que nos han dejado los viajeros que decidieron realizar un viaje a las islas Canarias durante estos siglos, hoy podemos contar con una descripción muy metódica de cómo era la vida cotidiana y la sociedad. Alguno de estos autores que se dispusieron a narrar algunos aspectos de las Islas Canarias fueron E. Samler Brown, el cual publicó en 1889 un libro denominado *Madeira y las Islas Canarias*, de forma similar que, John Whitford en 1890 publicó la obra titulada *Canary Island as a Winter Resort* y, por último, nos encontramos con un antropólogo francés el cual escribió un libro titulado *Cinco años de Estancia en las Islas Canarias*, el cual fue finalmente publicado en 1890 (Leal Cruz & Ramos Pérez, 2016). En especial, las guías de viajes de Inglaterra dieron a conocer el archipiélago, que nos dejaban relatos con una perspectiva subjetiva, ya que estos la comparaban con su propia experiencia y el entorno y sociedad que les esperaba al regresar a su país.

En las obras mencionadas con anterioridad, los autores describen usos y costumbres de las mujeres canarias. En ellos destacaban el orden patriarcal al que se veía sometida la sociedad de la isla, donde las mujeres se veían negadas a tener autonomía y obligadas a un adoctrinamiento casero. La realidad de estas mujeres también se veía dominado por la ignorancia y el analfabetismo, ya que ninguna mujer era instruida, y solo las mujeres de clases populares aprendían en el interior de sus hogares, por consiguiente, todo lo aprendido era relacionado con la esfera doméstica. Debido a la opresión en la que se veían envueltas las mujeres canarias diariamente, estas debían contentarse con saberes más populares como son las tareas domésticas, aunque una pequeña parte de las mujeres también conocían las labores agricultoras e incluso algunas tuvieron la suerte de poder aprender la labor de curanderas, muchas veces transmitidas de manera matrilineal.

Las mujeres que tenían la posibilidad de vivir en las ciudades ocupaban la mayoría de su tiempo en los servicios del hogar, la venta ambulante, la industria tabaquera o en la preparación y el empaquetado de plátanos y tomates (Pérez, 2005). Mientras que, por otro lado, las mujeres que vivían una vida más rural se veían obligadas a trabajar en los cultivos con horarios inhumanos, y que, posteriormente, se extendían en las tareas del hogar. Gracias a la adquisición de estas aptitudes del trabajo doméstico a una muy temprana edad, les permitió a las mujeres de las clases menos pudientes emplearse como sirvientas de las clases más populares. En muchas ocasiones, estas mujeres acababan trabajando en las residencias de los mismos viajeros, por lo que obtenían un escaso salario. La sociedad del siglo XIX, en lo referente al género femenino, estaba impregnada por restricciones y una fuerte presión social. Estas condiciones a las que estaban sometidas las mujeres llamaron mucho la atención de los viajeros, que venían desde destinos menos opresores.

2.4. OLIVIA STONE Y SU OBRA

Durante el siglo XIX muchos autores ingleses decidieron realizar una visita a las Islas Canarias. Entre los autores más reconocidos se encuentra Olivia Mary Stone. Ella se convirtió en uno de los referentes más galardonados dentro de la literatura de viajes sobre las Islas Canarias, como podemos ver reflejado en los numerosos estudios (Rodríguez Pérez 2002, García Pulido 2019, González Pérez 2005) que se han realizado sobre esta autora e incluso la traducción de sus libros a varios idiomas a lo largo de los años (1995, 2005). Una de las razones que empujaron a Olivia Stone a visitar las islas fue gracias a su cercanía al continente africano, lo lejos que se encuentra de Europa y su afluencia como encrucijada para América. Otro motivo que también se cree que impulsó su empeño en viajar, como bien comenta García Pérez (1998), "Fueron muchas las causas que indujeron a viajar a estas trotamundos, pero la más imperiosa estuvo en el creciente deseo de la mujer del Siglo XIX por adquirir independencia, lo que cristalizó años más tarde en los grandes movimientos por la emancipación femenina y la lucha por el refugio."

Olivia Stone fue una mujer irlandesa, aunque residente en Londres, y que realizó un viaje al archipiélago en 1883 junto a su marido Mr. Harris Stone. Tras su visita de cinco meses a Canarias, dejó tras de sí unos relatos que definen a la perfección la sociedad isleña del siglo XIX. En estos relatos se describe la vida cotidiana de los isleños, la historia, la educación, los asuntos públicos, y el paisaje de todas las islas Canarias (García Pulido, 2019). Dentro de estos textos también podemos ver identificado algunos guiños a su tan amada tierra irlandesa. Algunos de los ejemplos de lo anteriormente mencionado pueden ser: "Eran hombres brillantes y vivaces, y mientras ellos y nuestros arrieros se reñían entre sí, y mientras ellos, respetuosamente, reñían con nuestros amigos, me recordaron más a los campesinos irlandeses que a cualquier isleño que haya visto" (Stone, 1887: 169) ó "El sendero entraba y salía de un bosque de gigantescos brezales, con un sotobosque espeso y exuberante, en el que crecían helechos de pie de pájaro y otros en la más salvaje profusión, mientras que los abrojos, el musgo y los líquenes, todos ellos de lo más verdes, recordaban a la Isla Esmeralda" (Stone, 1887: 122).

Su marido se dedicó a la fotografía y los dibujos a pluma, mientras que Olivia M. Stone ocupaba su tiempo narrando su experiencia vivida en el viaje. Su obra describe a la perfección la sociedad Canarias del siglo XIX, ya que se detenía en cada paraje que visitaba e interactuaba con la población local y esto le otorga autenticidad a su obra. Tras concluir su viaje a Canarias, en 1887 decide publicar en Londres "*Teneriffe and the Six Satellites*," pues ella observa el Teide como el centro de atracción del archipiélago, y concluye que las demás islas del archipiélago son satélites que orbitan alrededor de él. Esta es una de las primeras obras que describen con detalle todas y cada una de las islas del archipiélago, y recopilan intereses gastronómicos, geográficos, sociodemográficos, y etnográficos, entre otros. En este libro se agrupa toda la información y relatos previamente mencionados y es considerado uno clásico de la literatura de viajes. El libro está constituido por dos tomos: El primer tomo describe las cuatro islas más occidentales (Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro), mientras que en el segundo tomo nos detalla las islas más orientales (Fuerteventura, Gran Canaria y Lanzarote). En estos tomos se relatan todos los aspectos relevantes de la sociedad y cultura canaria, complementando con la fauna, flora y gastronomía de la época. Oliva Stone describió un recorrido

lineal de las islas, ya que se desplazaba de municipio en municipio y documentaba su viaje día a día en donde también podemos observar dibujos de lugares o edificaciones relevantes realizados por su marido John Harris Stone. Ella relató con esmero la situación que vivían las mujeres de la época y cómo estas se veían obligadas a estar encerradas dentro de sus hogares y solo les permitían salir a la hora de ir a misa. Esto impactó mucho a la señora Stone ya que ella provenía de una sociedad más avanzada para la época, como era la londinense.

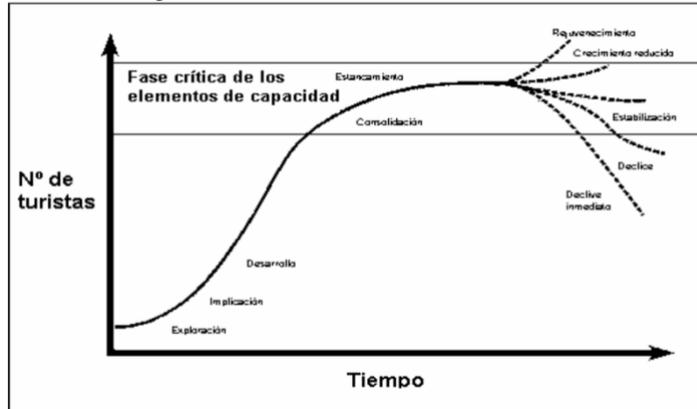
Desde 1883 Olivia Stone ya determina el gran potencial que tienen las islas como un destino turístico gracias a su posición geográfica. Su libro se convirtió en uno de los más conocidos sobre la literatura de viaje de Canarias y esto influyó gratamente en la llegada de los primeros turistas anglosajones a las islas. Podríamos decir que esto convierte a la autora en una impulsora de Canarias como lugar de tránsito para muchos visitantes.

3. MARCO TEÓRICO.

El contenido que podemos encontrar dentro del siguiente apartado, tiene la finalidad de ayudar a la comprensión y la contextualización del trabajo. Nos encontraremos con diferentes términos relacionados con el turismo, y con el movimiento feminista, además de alguna teoría del turismo para fundamentar el trabajo. El turismo es, entonces, un fenómeno que como bien describió la Organización Mundial del Turismo (1994) que “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Primeramente, el modelo de Butler (1980) ha sido uno de los modelos más utilizados para el análisis de la evolución de un destino turístico. Este modelo describe la evolución de un destino turístico relacionando tiempo y el número de turistas que visitan el destino. En él podemos encontrar distintas fases; en la fase inicial, el número de turistas es mínimo debido a la falta de instalaciones, de acceso y el destino es muy poco conocido. En la segunda fase, las infraestructuras turísticas se van desarrollando poco a poco, aumenta el marketing y aumentan los visitantes, hasta que, en las posteriores fases, el destino ve sobrepasado su capacidad de carga, lo que conlleva a convertirse en un destino de masas, lo que acarrea problemas sociales, económicos y medioambientales. Gracias al modelo de Butler, y tras conocer con asertividad en qué fase se encuentra como destino turístico la ciudad de La Laguna, podremos estimar si nuestro producto fuera factible realizarlo o no, ya que podemos predecir si el destino llegará a el punto máximo de carga y por ende al declive en un período de tiempo cercano.

Figura 1: Gráfica del Modelo de Butler



Actualmente La Laguna se encuentra en la fase de consolidación, ya que es persistente durante todo el año el número de turistas que deciden visitar esta ciudad. La Laguna es un destino conocido dentro de Tenerife ya que existen múltiples campañas de marketing para asegurarse de ello, como también existen múltiples instalaciones destinadas para un uso turístico. Un ejemplo de la aplicación de campañas de marketing para promocionar el destino puede ser la que se llevó a cabo por la agencia Mr. Humboldt, la cual realizó un jingle o el moderno cortometraje que realizó la producción Papaya Naranja protagonizado por Lioba Herrera en el año 2020 y que con una propuesta arriesgada denominada “Trap rural” muestra la infinidad de paisajes y lugares que visitar en La Laguna.⁸

A la hora de poner en marcha este proyecto con una visión género por la ciudad Patrimonio de la Humanidad, tendremos en cuenta para posteriormente atraer varios tipos de turismo:

En el turismo rural, que ya exploramos en capítulos anteriores, existe una interacción entre la población local y los turistas. Estos están más involucrados en el conocimiento de la nueva cultura y obtienen el valor de la identidad cultural. Según Medina Serrano y Vicente Molina (2002), el turismo cultural” es una forma de turismo claramente influida por factores medioambientales. La concienciación ecológica que empieza a desarrollarse en las sociedades actuales ha impulsado, en gran medida, la aparición de consumidores que demandan una forma diferente de disfrutar su tiempo de ocio” (1)

Por otro lado, en cuanto al turismo de sensaciones, la pieza clave es la incansable saciedad de los turistas por vivir experiencias nuevas e inolvidables. Lo más importante es tener un recuerdo de lo vivido y sentir pasión a la hora de realizarlo. La característica principal de este tipo de turismo es el de crear una gran conexión entre el cliente y el producto a través de la emoción y propuestas lúdicas, como la que presentaremos a continuación. Conseguir que la experiencia vivida fuera inolvidable

⁸ <https://canarias.marketing/rural-trap-de-mr-humboldt-para-la-laguna/>

mediante la personalización del producto. Es muy importante estar a la altura de las expectativas de los visitantes.

A la hora de describir la situación en la que vivían las mujeres canarias en el siglo XIX, nos encontramos con el persistente machismo integrado en la sociedad. También teniendo en cuenta que este machismo no solo se vivía en Canarias, aunque sea observado con más claridad. Como justificación de este patriarcado, podemos observar cómo la autora elegida como referente para este trabajo, Olivia Stone, tuvo que ser acompañada por su marido durante todo el trayecto. Hoy en día podemos contar con un turismo feminista para intentar dar visibilidad a esta situación. El feminismo como práctica y crítica. La característica primordial del turismo feminista es recuperar y visibilizar la historia de las mujeres, ya que siempre han estado oprimidas y han sufrido el silencio de las fuentes históricas. En estos años, de hecho, ha sido muy recurrente la práctica de hacer turismo para poder conocer y experimentar la realidad que viven las mujeres alrededor del mundo. Uno de los motivos principales de este tipo de turismo es el de dar visibilidad a las mujeres. Como bien afirma Alice Fauveau, (una madrileña que hace más de 10 años creó *Focus on Women*, una agencia de viajes de turismo feminista) “Las mujeres en la historia tanto antigua como contemporánea no han sido prácticamente mencionadas, no existen. Entonces hay que poner en valor todas esas cosas tan increíbles que han hecho. Y eso es lo que nosotras hacemos” (como se citó en Bazán, 2019).

4. NUEVO PRODUCTO TURÍSTICO

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

Esta propuesta de ruta turística pretende hacer conocer la historia y la cultura de la ciudad de San Cristóbal de La Laguna, tomando como referencia los textos e ilustraciones que Olivia Stone nos dejó como legado en 1884. Descubriremos la ciudad a través de su arquitectura, sus monumentos históricos y actividades culturales. La ruta, siendo una experiencia grupal, incrementa la implicación de los turistas y facilita la prestación del servicio, así adquieres un mayor conocimiento de la historia, arquitectura y costumbres canarias del siglo XIX. En su libro “Tenerife and the six satellites”, Olivia Stone retrata todo su viaje turístico por La Laguna, pero por motivos comerciales, a lo largo del proyecto he transportado algunas reflexiones como puede ser de la gastronomía o la mujer canaria al contexto lagunero.

La comercialización de la ruta comenzará dentro de seis meses, con precios estándar estimados de 13€ por persona. El producto se realizará dos veces por semana ya que cada unidad consta de dos días de ruta, mientras que solo se realizará de marzo a octubre ya que existe la imposibilidad de ejecutar el producto por disconformidades del impredecible tiempo lagunero.

Figura 7: Itinerario de la propuesta de ruta urbana



La ruta está diseñada para poder exponer de manera clara y sencilla algunos de los recursos que conforman La Laguna, seguido de las actividades que también se podrían realizar. Como mencionaba anteriormente, el lenguaje que se empleará será sencillo para garantizar la mayor comprensión posible de los elementos expuestos, garantizando que toda persona, turista o local que tenga interés en realizar la ruta pueda disfrutarla con un buen dinamismo, aunque siempre teniendo en cuenta que nuestro público objetivo cuenta con un alto nivel académico.

5: DESCRIPCIÓN DE LA RUTA: “LA HISTORIA NUNCA CONTADA DE LAS MUJERES LAGUNERAS”

Para la máxima optimización de la ruta, esta se verá dividida en dos días consecutivos, y, para confirmar su correcta ejecución, proponemos aquí un diseño de itinerario y su correspondiente cronograma:

Día 1.

10:30- 11:00: Cálida bienvenida a los turistas, presentación del guía y presentación e inicio de la ruta. Principalmente se explicará quién era Olivia Stone, el viaje que realizó en las islas Canarias en el año 1883 y como esto lo dejó plasmado en un libro denominado “Tenerife and the Six Satellites”. También se indicará a los oyentes que la ruta girará en torno a esta obra en específico.

11:00-11:30: visitaremos la Iglesia de San Agustín, la cual es originaria del siglo XVI, aunque fue finalmente terminada de construir en 1560. El antiguo convento de San Agustín ha cumplido muchas funciones, entre los que destacan convento e iglesia, centro educativo, colegio de internos, la primera biblioteca provincial y el primer centro meteorológico. Posiblemente la más reconocida ha sido

la de carácter educativo, ya que en este centro se han formado personajes relevantes del archipiélago, entre los que podemos encontrar Benito Pérez Galdós, la escritora M.^a Rosa Alonso Rodríguez o pintores como Francisco Bonnín y Ángel Romero. Por desgracia, el 2 de junio de 1964, un terrible incendio asedió la iglesia quemándola hasta dejarla en un estado ruinoso. Olivia Stone fue una mujer fascinada por la arquitectura de esta edificación, y así la describe:

Hay dos altares laterales de madera, uno de los cuales tiene una losa de mármol con pequeñas figuras. El presbiterio está pintado imitando el mármol rojo y blanco. El techo de madera es mejor que el de la catedral. Hay otras iglesias en La Laguna, que es, de hecho, una ciudad de curas e iglesias. (Stone, 1887: 238)

Contaremos con esta infraestructura para poder describir como afectaba la iglesia y las creencias sociales a la marginación y exclusión de las mujeres de la vida social que se vivía en Canarias durante el siglo XIX como bien podemos ver referenciado en una cita de Teresa Gonzales (2005) “La Iglesia, una institución poderosa en el adoctrinamiento de la población, contribuyó por medio de sus sermones a que las mujeres vivieran en una condición marginal que les impedía regir sus propias vidas.”

Para que la ruta sea lo más lúdica posible implementaremos la reproducción de un cortometraje relacionado con la sociedad canaria del siglo XIX de elaboración propia.

11:45-12:30: Procederemos a recorrer la calle San Agustín, en la cual se encuentra el Instituto de enseñanza Cabrera Pinto, el cual nos cederá un espacio para llevar a cabo una exposición de arte sobre la mujer lagunera del siglo XIX. En este enclave podremos admirar la presencia cultural y social de la ciudad, tan vinculada a la universidad. También se ha conservado muy gratamente el patrimonio cultural y arquitectónico del instituto, lo cual se presta, desde un punto de vista estético e histórico, a nuestra propuesta.

En esta exposición se verán involucrados artistas locales como pueden ser: Iker Muro, María Laura Benavente u Oscar Lorenzo. También podríamos involucrar a estudiantes y profesorado de la facultad de Bellas Artes de la universidad local, con el fin de crear una sinergia entre nuestro producto y la dotación de un espacio donde exhibir su trabajo. Estos presentarán y explicarán su obra expuesta. Estas obras deberán seguir la temática de la sociedad lagunera del siglo XIX, sin dejar de lado el aspecto feminista siempre presente de la ruta. De este modo, podremos visualizar las diferentes opresiones que sufrían las mujeres del municipio desde diferentes perspectivas.

13:15:00: Almuerzo temático, negociado previamente con un restaurante de la ciudad. Olivia Stone le da mucha importancia a la gastronomía canaria y, gracias a ella, tenemos una pequeña recopilación de las comidas típicas del siglo XIX. En su libro “Tenerife and the six satellites” le dedica todo un apéndice a unas pocas recetas canarias que Olivia Stone pudo compilar. Entre estas recetas

podemos encontrar la Tortilla de jamón, el puchero y la sopa de arroz: “Un poco de pan que nos quedó de la cena en el Tanque, huevos y un gofio Conseguí que Lorenzo me diera una clase de preparación de gofio” (Stone 1887: 52) y también: “Tomamos una sopa que no tiene ningún nombre, el puchero, el plato nacional que en España se llamaba olla podrida, consistente en patatas, col, calabaza, melón, peras, maíz hervido entero, un poco de cerdo hervido y cordero” (Stone 1887: 22).

En este restaurante, los turistas tendrán a su disposición algunos de los platos que se ven referenciados en el libro de Olivia Stone, algunos ejemplos simples pueden ser: carne de cordero y de cerdo; distintas variedades de vinos, los cuales ya son conocidos por el público internacional, así como podemos ver referenciado en el siguiente texto de William Shakespeare “Por mi fe que habéis bebido demasiado vino canario, un vino maravilloso y penetrante que perfuma la sangre antes de que se pueda decir: ¿qué es esto?” (Henry IV 1928 (Parte II, Acto II, Escena IV)); distintos caldo y sopas, que no solo se ven referenciados por Olivia Stone, distintas variedades de quesos, aunque lo más usual fuera el queso tierno, carnes en conserva, pescado fresco y gofio entre otros. Para que este almuerzo sea más inmersivo en la temática de la ruta, los camareros irán vestidos con la vestimenta típica canaria la cual suponía un claro signo de distinción entre las familias rurales y pudientes y, además, fue un punto de interés para nuestra escritora: “En el caso de las mujeres rurales, las faldas de colores, los corsés, los pañuelos, los delantales y los sombreros delataban su condición de pueblerinas” (González, 2005: 47).

15:30-17:00: Nos trasladaremos hacia la Casa Riquel. Este edificio se encuentra ubicado en la calle Obispo Rey Redondo. Al no haber sufrido modificaciones a lo largo de los años, el edificio se ha convertido en un ejemplo de la arquitectura del siglo XVIII. Su fachada se ve enmarcada por piedra de cantería roja con un sencillo diseño. También podemos ubicar encima del frontón de corte sinuoso el escudo, tallado en mármol, de la familia Riquel.

En este punto de la ruta se tratará el tema de cómo eran las mujeres las encargadas de comercializar cualquier artículo de artesanía que fabrican ellas mismas. Caminaban largas distancias entre ciudades y pueblos, llevando grandes cargas acomodadas en la cabeza. Muchas de estas mujeres no poseían calzado alguno y tenían hijos pequeños que todavía necesitará la cercanía de la madre, tenían llevarlos consigo, lo que suponía una carga adicional. “Las mujeres que pasaban eran una maravilla, por la cantidad de ambos en volumen y peso que llevaban sobre sus cabezas” (Stone, 1887: 19).

Frente a la Casa Riquel se realizará una pequeña yincana, en la cual los participantes, para poder simular la experiencia de las mujeres comerciantes, cargando objetos pesados en la cabeza. Se celebrará una carrera, en la cual tendrán que sortear diferentes obstáculos y dispondrán de un paño para poder transportar con mayor sujeción huevos, o una pequeña tinaja de leche y, quien llegue primero y haya llegado con el huevo intacto o derramando la menos cantidad de leche, ganará un lote de productos canarios.

17:30-19:00: Posteriormente, nos trasladaremos al patio interior que presenta la Casa Salazar. En este patio encontramos un mercado agrícola en el que podrán adquirir productos locales, así estaremos ayudando a consumir productos de kilómetro 0. Este movimiento “consiste en conseguir productos en un rango no mayor a cien kilómetros a la redonda del área de residencia o producción, generando un impacto económico en la comunidad agricultora local debido a que esto hará que la sociedad pueda darles un mayor uso a estos productos” (Cobos Agudelo, Mesa Gutiérrez y Alonso Peñaloza Mejía: 2018, 2). Realizaremos este mercado en el patio central de la Casa Riquel. En el mercado habrá pequeños puestos en donde los turistas podrán consumir producto local, mercado sustentado por mujeres portando la vestimenta tradicional, ya que, como describió Teresa González (2005), “las mujeres eran las que se dedicaban a vender de manera ambulante diversos artículos por pueblos y ciudades” (43). Además, creemos interesante que el público de nuestro producto tenga oportunidad de interactuar con estas ganaderas sobre sus labores y sus experiencias como mujeres de La Laguna rural.

Día 2

9:00-9:15: Comienzo del segundo día de ruta en el Convento de Santo Domingo de Guzmán, el cual fue fundado en el siglo XVI y es reconocido como un Bien de Interés Cultural desde 1896. Este edificio, a lo largo de su historia, ha tenido muchos fines, como puede ser un convento dominico, monasterio, colegio y biblioteca pública. En el interior de este antiguo convento destaca la fuente del patio, el claustro ajardinado y la tumba de Amaro Pargo, un corsario, prestamista y comerciante lagunero que ganó fama y riqueza gracias a la carrera de indias y a la comercialización que existía entre el Caribe y el Atlántico.

9:15-11:00: Siguiendo la iniciativa que llevó a cabo la concejalía de Turismo del Ayuntamiento de La Laguna, llevaremos a cabo un juego de geolocalización con una temática relacionada con la búsqueda del tesoro de Amaro Pargo. De esta forma, estamos intentando atraer a turistas al conjunto histórico con la implementación de la tecnología y de forma activa. El juego de “La Búsqueda del Tesoro de Amaro Pargo” es una pequeña ruta autoguiada que, a través de una serie de pistas y acertijos a los que puedes acceder a través de una página web, te invita a realizar un recorrido por las calles y los edificios más emblemáticos del casco histórico de La Laguna. Este juego está diseñado para poder ser jugado por todos los públicos, a cualquier hora del día, y sin un número limitado de jugadores. No presenta publicidad y está disponible en cuatro idiomas. El itinerario de este juego tiene una longitud de dos kilómetros y algunos de los sitios emblemáticos serán la torre de La Concepción, ya que es el punto de partida, el antiguo convento de San Agustín, La Catedral de La Laguna, y la Casa de los Capitanes Generales entre otros, por lo que el tiempo estimado de duración es entre unos 50 y 90 minutos, finalizando en un lateral del Convento de Santa Catalina, del que aprovecharemos, antes de desvelar el tesoro secreto de Amaro Pargo, para explicar cómo era la vida de mujeres religiosas en la ciudad. Si bien la siguiente cita no referencia directamente dicho convento, sí que podríamos extrapolar la experiencia:

Las mujeres se arrodillaban en hileras apretadas a ambos lados de un pasillo enrejado frente al altar, en el centro de la iglesia, de la hermandad del Santísimo Sacramento. Estaban magníficamente vestidas con sus trajes rojos. Cuando no estaban arrodillados, la gente se sentaba en el suelo cubierto de juncos. Algunas mujeres llevaban mantillas blancas de franela, pero la gran mayoría iban vestidas de negro (Stone, 1887 : 23).

Una vez explicado esto último, nos centraremos en desvelar el secreto del corsario que, para la sorpresa del público, no consiste en oro o rubíes. Su secreto mayor guardado era su fiel amiga, Sor María de Jesús. Comúnmente conocida como “La Siervita”, esta religiosa, actuó de consejera del pirata a lo largo de sus aventuras y negocios. De hecho, dice la leyenda, que cuando Amaro fue disparado en una disputa corsaria, la monja proyectó un milagro de bilocación, apareciendo frente a la bala y desviando el disparo. Sin embargo, el milagro más sonoro fue quizás el de su propia muerte en 1731. Su cuerpo se ha mantenido incorrupto y no se ha degradado con el paso de los años, de hecho, así puede corroborarse ya que, una vez al año, puede visitarte su féretro. No haremos coincidir nuestra ruta con esta fecha porque queremos respetar la religiosidad y fe de las personas que acuden a su encuentro.

11:00-11:45: Sí visitaremos el museo dedicado a la Sierva de Dios, el cual está ubicado en el patio de entrada al Monasterio de Santa Catalina de Siena. En este museo se pueden observar los objetos de uso personal de la Siervita, además de otros objetos que fueron encontrados en el monasterio. Nuestra intención es rescatar una de las figuras femeninas más influyentes de la ciudad del adelantado.

11:50-13:00: el juego autoguiado acabaría en el Convento de Santa Catalina, el cual se encuentra ubicado junto a la Plaza del Adelantado y en la actualidad, está resguardado por monjas de clausura de la Orden de Predicadores (Dominicas). El edificio fue inaugurado en 1611 y es considerado uno de los conventos más importantes de las islas. Está constituido por una sola nave, con coros altos y bajos. En su fachada podemos observar las influencias mudéjares que presentaba la arquitectura canaria a través de los miradores- ajimeces, que eran en su mayoría contruidos de madera. También podemos observar que el techo de este ajimez está constituido de tejas árabes. Gracias a estas infraestructuras, las mujeres podían observar y tener un efímero contacto con la calle sin ser vistas. Esta era la única forma de algunas mujeres para tener algún contacto con el exterior. Esto llamó mucho la atención de Olivia Stone y lo describió como

Uno de los elementos más característicos de las casas son los postigos. Cada uno pasa a lo largo de lo que aparentemente es una calle silenciosa y desierta, y estas trampillas o postigos se van abriendo lentamente una tras otra hacia afuera y un rostro lleno de curiosidad, a veces atractivo y con cabellos y tez oscuros, se asoman por él (Stone 1887: 38).

También nos detalla lo siguiente:

Como a los habitantes no les han prohibido mirar, los postigos se alzan a izquierda y derecha y varias señoritas atractivas y morenas observan desenfadadamente a los que perturban su siesta de mediodía” (Stone 1887 :113)

Figura 6 : Ajimez del Monasterio de Santa Catalina de Siena (Alfonso Soriano y Benítez de Lugo, 2006)



Durante el recorrido se explicará cómo, a la hora de salir a la calle, las mujeres siempre debían de estar escoltadas o en compañía de un chaperón, algunas veces sus maridos, o si estas no estaban casadas, por sus tutoras o familiares cercanos. Esta actividad se verá realizada a través de la lectura de una recopilación de distintos fragmentos que relatan las distintas participaciones que tenían las mujeres en la sociedad canaria del siglo XIX, que podemos encontrar en la obra de “Tenerife and the Six Satellites”

Posteriormente a la visita realizaremos una teatralización histórica contando con la agrupación de teatro de la Universidad de La Laguna sobre una historia que es bien conocida por todos los laguneros. Esta historia es la de Jerónimo de Grimón y Rojas hijo natural del dueño del Palacio de Navas, el cual huye con su enamorada, Sor Úrsula de San Pedro, la cual residía en el Convento de Santa Catalina de Siena, los cuales intentan escapar de Tenerife en un navío inglés. Por desgracia son descubiertos antes de que la nave pueda zarpar y Sor Úrsula es enviada de vuelta al convento, mientras que Jerónimo de Grimón y Rojas es condenado por un raptó de religiosa y condenado a la pena de muerte. Este es ejecutado en la Plaza del Adelantado y obligaron a su amada a presenciar su muerte desde el ajimez del convento. La cabeza de Jerónimo de Grimón y rojas fue expuesta en varios puntos de la ciudad de La Laguna, como escarmiento público. Por otro lado, Sor Úrsula, encerrada en una celda de por vida, sobrevivió más de treinta años. Este relato nos deja ver la opresión impuesta a las mujeres religiosas por parte de la Iglesia, las cuales no podían tener ningún contacto

con la sociedad de la época y, aunque intentaran escapar de todas las maneras posibles, esto no se les permitía y se las castigaba más duramente por su atrevimiento.

13:00: Finalización de la ruta en la Plaza del Adelantado.

6: COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

6.1 PÚBLICO OBJETIVO.

El objetivo de la ruta es el de dar a conocer la ciudad de La Laguna a través de sus monumentos históricos, arquitectura y la sociedad canaria del siglo XIX, por lo que nuestro público objetivo sería cualquier visitante que esté interesado en conocer la ciudad bajo estas perspectivas. El perfil ideal para participar en este tipo de rutas es uno con cierto nivel académico o, al menos, con un interés por la temática, ya que la ruta está enfocada en explicar la historia canaria del siglo XIX. Además, se entiende que este perfil de turista también tendrá un mayor nivel socioeconómico. El cliente debe tener un entusiasmo por aprender y conocer la sociedad canaria que describía Olivia Stone, aunque, como ya explicábamos, intentamos llegar a toda persona (visitante o local) que esté interesado en lo anteriormente mencionado así que, gracias a que la ruta propuesta también tiene un carácter lúdico, creemos conveniente la participación de colegios e institutos de Tenerife. Es importante que la juventud canaria conozca la situación en la que vivían sus antepasados y esta es una oportunidad de trabajar los contenidos curriculares desde una perspectiva de género, y, además, hacerlo más didáctico.

La Universidad de La Laguna invita continuamente a profesores e investigadores para convenciones celebradas en su universidad. Este nicho también puede ser interesante ya que, siendo un perfil académico y con unos supuestos intereses culturales, podrían estar interesados en esta temática. Sería muy fácil y necesaria la captación de este público objetivo ya que cumple con todas las aptitudes buscadas. La colaboración con asociaciones y colectivos feministas, como puede ser la asociación Feminista para el desarrollo Integral de las mujeres Mercedes Machado, también será prevista, sobre todo en las primeras etapas del proyecto, para poder establecer vínculos duraderos. Para asegurarnos de que nuestra ruta urbana feminista sea un espacio seguro y cómodo para las mujeres interesadas, destinamos un día a la semana, probablemente los jueves, a la única y exclusiva participación de mujeres.

6.2. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

En este apartado se va a proceder a definir de forma concreta cuál es la visión que queremos que tengan los visitantes y turistas de nuestra ruta urbana ubicada en La Laguna. No obstante, siempre hay que tener en cuenta que cada uno de los diferentes segmentos del mercado pueden tener una visión diferente de una misma ruta.

En Canarias, el mercado turístico está caracterizado por una heterogeneidad de los deseos y las expectativas de los turistas, por lo que es de gran importancia identificar de manera exacta estas necesidades, para así poder adaptarlas a nuestro producto turístico. Para que esto sea una tarea exitosa, tendremos en cuenta una estrategia de segmentación, “cuyo objetivo consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas (segmentos) hacia los cuales la empresa pueda dirigir sus esfuerzos y recursos (de mercadotecnia) para obtener resultados rentables (Thompson, 2005:1). Por eso, para las empresas que se dedican al sector turístico, siempre es muy importante tener en cuenta la estrategia de segmentación y así poder obtener un buen posicionamiento en el mercado.

Dentro del mercado podemos encontrar una gran variedad de segmentos a los que dirigimos, todos con diferentes criterios, como pueden ser: criterios sociodemográficos, sociales, económicos, estilos de vida entre otros. Según el libro de Ries y Trout (1990) lo ideal para nuestro tipo de proyecto es apostar por la búsqueda de un posicionamiento del segundo en el mercado, en el cual “la idea tiene que ser buscar un lugar, un espacio, no ocupado por la competencia.” Posicionarnos en base a aspectos peculiares de nuestro producto, que otros destinos no pueden ofrecer. El aspecto distintivo de la ruta en la que nos queremos focalizar es en la innovación de una ruta feminista urbana en la ciudad de San Cristóbal de La Laguna.

En cuanto a un criterio de segmentación demográfica, buscamos un público objetivo con un nivel educativo alto, que esté interesado en aprender y conocer el casco histórico de La Laguna a través de la sociedad del siglo XIX, por lo que este perfil será más común en turistas que viajan en pareja o por motivo de negocios. De forma general focalizaremos todos nuestros esfuerzos de marketing y publicidad en atraer a esta segmentación de público objetivo.

6.3 MARKETING, PUBLICIDAD Y CAPTACIÓN DE CLIENTES

En el siguiente apartado se expondrán una serie de propuestas de Marketing que serían necesarias para poner en marcha la propuesta de ruta turística. Estas propuestas están destinadas a llevarse a cabo en un plazo medio de, aproximadamente, dos años, con el propósito de incentivar a los turistas que deciden visitar Tenerife en su tiempo de ocio, a disfrutar de la ruta. Con esto se pretende llegar al visitante y tener una visión más certera de sus necesidades para así, posteriormente poder adaptar el producto. En el sector turístico, las personas son muy influenciables a la hora de adquirir un producto por como este está publicitado, como por ejemplo mediante folletos, en redes sociales, carteles... Por lo que la comunicación es una de las herramientas claves para que una empresa turística tenga éxito en el mercado.

Para llevar a cabo este plan de marketing, primordialmente tendríamos que realizar un estudio externo del mercado con el que ya cuenta la ciudad de La Laguna. En cuanto a la competencia directa con la que estaremos contando, destacaría cualquier ruta turística urbana que tome lugar en San Cristóbal de La Laguna. También podemos encontrar rutas guiadas las cuales son monetizadas por una empresa denominada *Adondevamos hoy*, la cual, realiza exclusivamente este tipo de rutas los viernes y en un único horario. La ruta por el casco histórico de La Laguna tendría una duración total de una hora y media. Por último, también tenemos otra empresa denominada *Civitatís*, la cual ofrece una ruta turística guiada por el centro histórico de La Laguna a un precio estándar de 7€ por persona. La ruta tiene también una duración aproximada de una hora y media. Las rutas se realizan todos los viernes, a una sola hora estimada, que en este caso serían las once de la mañana. La calidad del guía turístico y del itinerario se ven reflejadas en las opiniones del público dejadas en su página web. Lo que podemos sacar en seguro gracias a el estudio de la competencia realizado con anterioridad es que, todas las empresas que realizan rutas turísticas urbanas por San Cristóbal de La Laguna tienen características muy similares. El tema principal de todas estas visitas guiadas es la historia de Canarias únicamente, y no son muy flexibles en cuanto a las fechas y horarios de estas rutas.

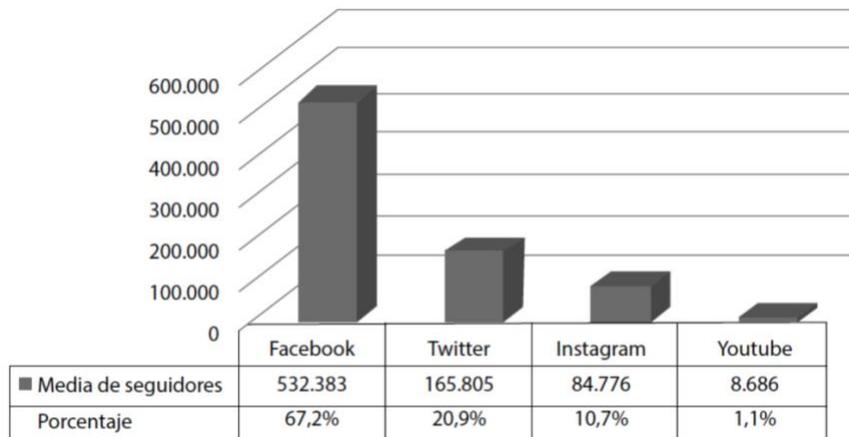
Por otro lado, también es de vital importancia tener una buena presencia en cuanto al marketing digital. Hoy en día es muy usual que los usuarios busquen y compren todo lo que necesiten y deseen a través de internet, por lo que es muy primordial que una empresa se promocione a través de internet. Para poder llevar nuestro proyecto de ruta a cabo, haremos el uso de una página web como promoción y será la forma de que nuestros posibles clientes adquieran el producto y se pongan en contacto con la empresa. En esta página web tendrán disponibles una breve descripción de la ruta, junto con todas las fechas y los horarios a las que podrán realizar la ruta, También habrá disponible un apartado para dudas y quejas, junto con los detalles específicos de la ruta.

Para asegurar la mayor captación de clientes posible se depositarán anuncios en los edificios emblemáticos de La Laguna que se encuentran dentro de la ruta, y en los negocios locales donde también tenemos presencia. La red social más utilizada por nuestro público objetivo son Facebook e Instagram, por lo que nos publicaremos a través de estas aplicaciones, también contando con la participación de 'influencers' feministas ya que, subiendo contenido a sus redes, podrán disponer de nuestro producto a sus seguidoras, que son clientes potenciales ya que están interesadas en un contenido feminista o, al menos, relacionado con la mujer. También vemos conveniente tener en cuenta el Marketing de Contenidos, el cual

Genera un contenido tan sumamente valioso que nos haga ganar la confianza incondicional de nuestros potenciales clientes, al tiempo que nos diferencia de la competencia. (...) Dicho contenido puede generarse a través de múltiples formatos y canales: desde blogs, white papers, ebooks, guías prácticas, revistas digitales o boletines electrónicos, hasta vídeos, fotografías, podcasts o infografías, pasando por las publicaciones en las diversas redes sociales y aplicaciones para dispositivos móviles (Ramos, 2013: 1).

Para abarcar una mayor captación de posibles clientes, realizaremos posts regulares en nuestras redes sociales. Según estudios realizados, las redes sociales que más se utilizan en los países iberoamericanos a la hora de decidir que actividades turísticas realizar en el destino son, en primer lugar, Facebook, seguido por Twitter, y en tercer lugar encontramos Instagram, por lo que estas son las redes sociales en las que nos centraremos para hacer una buena campaña de publicidad.

Figura 8: Gráfica sobre las redes sociales más utilizadas para decidir destino (Montoya, Jiménez y Coronil, 2018)



Se realizarán post de imágenes y artículos sobre aspectos interesantes de la historia y cultura de la Laguna con asiduidad. Por otra parte también se realizarán campañas de publicidad a través de las mismas redes sociales, en los que días destacados se harán posts con una temática. También se realizan sorteos para incentivar la implicación de los turistas.

Como podemos observar a través de la gráfica, Facebook es la red social más utilizada para decidir el destino al que vacacionar. También coincide que esta red social suele ser más utilizada por personas de mayor edad, las cuales ya cuentan con un perfil socioeconómico mayor, que es exactamente el público objetivo que estamos buscando para el proyecto. Para intentar atraer a este target, focalizaremos nuestros esfuerzos de marketing y publicidad en la creación de una página de Facebook para promover el producto de la ruta feminista. También contaremos con la creación de una página de Instagram en la que subiremos contenido relacionado con la ruta periódicamente, también contaremos con influencers españolas que se hayan reivindicado como feministas, como puede ser el caso de Paula Bonet, Moderna de Pueblo o Mercedes Machado para asegurar la mayor captación de clientes posible. Se realizarán sorteos de entradas gratis y promociones para promover el producto a nivel nacional e insular.

7. CONCLUSIONES

Nuestra propuesta de proyecto de ruta turística daría solución a la problemática anteriormente comentada de la existente congestión de turistas que se ven atraídos al sur de la isla de Tenerife para poder consumir un turismo de sol y playa. Una parte de este turismo se vería trasladado a la ciudad de San Cristóbal de La Laguna, y se consumiría un turismo más cultural, en el que podemos contar con un modelo de uso sostenible del patrimonio.

La ciudad de La laguna está muy implicada en el movimiento feminista, como así observamos en las numerosas campañas propuestas por la Consejería de Igualdad y LGBTIQ+, por lo que nuestra propuesta de proyecto impulsaría y reforzaría esta cuestión. Este proyecto no afecta solamente al turismo de la isla, sino que, gracias a la participación de colegios e institutos, clubs de teatro y otros establecimientos, estaríamos teniendo un impacto sobre la sociedad y la educación lagunera. Esto al cabo de unos años también ayudará a que la perspectiva que tengan los turistas de la ciudad de La Laguna cambie. A la hora de implementar a los negocios locales estamos ayudando a la economía de La Laguna y creando empleo que a su vez favorece al bienestar social y mejora las condiciones de vida de los residentes. Llevando la propuesta de ruta a los colegios e institutos, también estamos incluyendo la historia de Canarias de una forma más amena e interactiva para fomentar el aprendizaje.

La intención más profunda de este proyecto es la de dar una solución actual, implementando una alternativa feminista, a algunos problemas más graves que tiene que afrontar la isla. Intentando que mejore así la situación de la mujer canaria, y dar visibilidad a la historia de las mujeres que siempre se ve superpuesta por el punto de vista de los hombres. Este trabajo finalmente ha supuesto el descubrimiento de una ciudad la cual cuenta con mucha historia, cultura y que tiene una clara necesidad de contar con un turismo más sostenible en el tiempo. Hemos dedicado muchas horas de investigación y a la variación de muchos aspectos en multitud de partes en la propuesta de proyecto.

Concluimos que, gracias a un análisis externo e interno de nuestra propuesta de ruta urbana, y para una mejor comprensión de la situación global del proyecto y del entorno en el que se va a desarrollar, nuestro proyecto tiene una serie de debilidades, como que es un producto poco conocido, la venta es exclusiva a la adquisición a través de la página web lo que nos hace muy dependientes de la tecnología y también tenemos una dependencia a terceros, porque las infraestructuras que van a ser visitadas no están dentro de nuestro campo de control. Pero también contamos con unas fortalezas como son lo novedoso del producto, ya que somos la única ruta en La Laguna con estas característica feminista, promovemos el turismo activo, contamos con una atención personalizada, tenemos unos horarios mas flexibles que la competencia, involucramos a los negocios locales al poner en marcha el proyecto, también contamos con un modelo de uso sostenible del patrimonio, usamos las redes sociales para darle visibilidad a la ruta y tenemos un precio competitivo.

Las amenazas más influyentes a las que nos vamos a enfrentar es la ya existente competencia en cuanto al turismo urbano, la incertidumbre que trajo consigo la pandemia vivida en los últimos años

del Covid, la demanda estacional que presenciamos en toda Canarias y la variabilidad incontrolable de los gustos de la demanda. Pero también contamos con una multitud de oportunidades como que el itinerario de la ruta y los edificios emblemáticos están cercanos entre sí, no necesitamos demasiada inversión inicial para poner en marcha el proyecto de ruta y a la vez estaríamos apostando por un turismo sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

- Afonso, I. H. (2021). Visita guiada por La Laguna. Recuperado de: <https://adondevamoshoytenerife.com/actividades/visita-guiada-por-la-laguna/#1531405483516-3d8f8ade-3bae>
- Antiguo Convento de San Agustín. (2020). Patrimonio La Laguna. Recuperado de: <https://patrimoniomundial.aytolalaguna.es/?p=519>
- Antiguo Convento de Santo Domingo de Guzmán. (s/f). Webtenerife.com. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/laguna/lugares-interes/antiguo-convento-de-santo-domingo-guzman/>
- Asensi, L. (2021). Plan de marketing turístico.
- Bazán, C. (2019). Hacer turismo para conocer la otra realidad de las mujeres. EFEMINISTA. Recuperado de: <https://efeminista.com/turismo-realidad-mujeres/>
- B., S. (2020). La Laguna promociona su mundo rural a ritmo de trap. Lalagunatf.com. Recuperado de: <https://lalagunatf.com/la-laguna-promociona-su-mundo-rural-a-ritmo-de-trap/>
- Casa Alvarado Bracamonte. (s. f.). Gestor Patrimonial cultural. Recuperado de: http://gestorpatrimoniocultural.cicop.com/San_Crist%C3%B3bal_de_La_Laguna/Casa_Alvarado_Bracamonte
- Casa de Ossuna. (2006). Gestor Patrimonial Cultural. Recuperado de: http://gestorpatrimoniocultural.cicop.com/San_Crist%C3%B3bal_de_La_Laguna/Casa_de_Ossuna
- Casa Riquel. (s/f-b). Cicop.com. Recuperado de: http://gestorpatrimoniocultural.cicop.com/San_Cristóbal_de_La_Laguna/Casa_Riquel
- Casa Riquel. (s/f). Webtenerife.com. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/laguna/lugares-interes/casa-riquel/>
- Centro Histórico de La Laguna. (s/f). Webtenerife.com. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/que-visitar/lugares-historicos/centros-historicos/la-laguna/>

- Cobos, L., Mesa, P. J., & Peñaloza, J. A. Platos gourmet con productos provenientes del kilómetro cero en el municipio de Girón, Piedecuesta y el área de la Mesa de Los Santos.
- Contreras, R. (2021). San Cristóbal de La Laguna: un puente entre dos mundos. El viaje de Photographyto. Recuperado de: <https://elviajedephotographyto.com/san-cristobal-de-la-laguna/>
- Convento de Santa Catalina de Siena. (s. f.). Portal web del Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna. Recuperado de: <https://www.aytolalaguna.es/servicios/cultura/museo-y-salas-de-exposiciones-municipales/Convento-de-Santa-Catalina-de-Siena>
- Cruz, P. N. L., & Pérez, I. R. (2016). Lanzarote en escritores de viajes británicos y franceses en las dos últimas décadas del siglo XIX. In XV Jornadas de Estudios sobre Fuerteventura y Lanzarote: pp. 19-23 de septiembre de 2011, Puerto del Rosario (pp. 347-389). Cabildo Insular de Lanzarote.
- Definición De Turismo, 1. (s/f). Capítulo 2. Marco teórico. Uson.mx. Recuperado de: <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22671/Capitulo2.pdf>
- Editor. (s. f.). La Laguna y sus rincones de ayer: Casa Riquel - La Laguna Ahora. La Laguna Ahora. Recuperado de: <https://lalagunaahora.com/la-laguna-y-sus-rincones-de-ayer-casa-riquel/>
- El juego de la búsqueda del tesoro de Amaro Pargo está disponible ya en inglés, alemán y francés. (s/f). Portal Web Del Ayuntamiento de San Cristóbal de La Laguna. Recuperado de: <https://www.aytolalaguna.es/actualidad/noticias/El-juego-de-la-busqueda-del-tesoro-de-Amaro-Pargo-esta-disponible-ya-en-ingles-aleman-y-frances/>
- García, D. (2019). Sobre la literatura de viajes y los viajeros. Olivia M. Stone: aproximación a una biografía desconocida.
- García, J. L. (1988). Viajeros ingleses en las islas Canarias durante el siglo XIX, S/C de Tenerife. Gastronomía. (2019). Turismo de La Laguna. Recuperado de: <https://turismo.aytolalaguna.es/gastronomia/>
- Gobierno de Canarias. (s. f.). Iglesia - Antiguo convento de San Agustín - CanariWiki. Canariwiki. Recuperado de: [https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/wiki/index.php?title=Iglesia - Antiguo convento de San Agust%C3%ADn](https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/wiki/index.php?title=Iglesia_-_Antiguo_convento_de_San_Agust%C3%ADn)
- González, N. (1998): Viajeros victorianos en Canarias. Imágenes de la sociedad isleña en prosa de viajes. Gran Canaria, Cabildo Insular de Gran Canaria.
- Gregori, P. E. M. (2014). El turismo cultural en una Ciudad Patrimonio de la Humanidad: El caso de la ciudad de San Cristóbal de La Laguna (Tenerife, España). SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review/Revista Internacional de Ciencias Sociales, 3(1).

- Gutiérrez, G. A., Sánchez, M. Á., & Galiano, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), pp. 135-150.
- Hormiga, M. (1995). *Fuerteventura 1884*. Olivia M. Stone. Servicio de publicaciones del Excmo. Cabildo insular de Fuerteventura.
- Iglesia Catedral de Nuestra Señora de los Remedios. (s/f). *Webtenerife.com*. Recuperado de: <https://www.webtenerife.com/tenerife/la-isla/municipios/laguna/lugares-interes/iglesia-catedral-nuestra-senora-remedios/>
- La Cacharra del Gofio (2011) Sor Úrsula de San Pedro y Jerónimo de Grimón y Rojas, amor imposible. YouTube. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=oaxwXosbN1g>
- Martín, C. G. C. (2002). La Laguna 1800-1936: crisis urbana y nueva posición en el territorio. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 6, pp. 105-132.
- Molina, M. A. V., & Serrano, L. M. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. *Boletín económico de Ice*, (2741).
- Museo de la Siervita. (s/f). Monasterio Dominicás La Laguna. Recuperado de: <http://monasteriodominicaslalaguna.es/museo-siervita/>
- Palacio Episcopal o Casa Salazar. (s/f). *Webtenerife.com*. Recuperado de <https://www.webtenerife.com/tenerife/arte-y-cultura/arquitectura/tradicional/casa-salazar/>
- Pérez, I. R., & Ruiz, P. N. L. (2014). Apreciación de Gran Canaria por 12 escritores de viajes ingleses y franceses en el periodo de 1883 a 1910. Análisis contrastivo. In *XX Coloquio de Historia Canario-Americana* (pp. 525-546). Cabildo Insular de Gran Canaria.
- Pérez, T. G. (2005). Las mujeres canarias en los siglos XVIII y XIX desde la perspectiva de los viajeros. *Revista Argentina de Sociología*, pp. 38–60.
- Pérez-Dionis Chinaea, D. (2008). IES Canarias Cabrera Pinto, La Laguna. Participación educativa.
- ¿Por qué es importante la Historia de Mujeres?. (Her)Story en Campus Relatoras. (2017). Las princesas también friegan. Recuperado de: <https://lasprincesastambienfriegan.com/2017/09/25/por-que-es-importante-la-historia-de-mujeres-herstory-en-campus-relatoras/>
- Ramos, J. (2016). *Marketing de contenidos. Guía práctica*. XinXii.
- RD Station. (2021). *Marketing Digital: que és, cómo hacer y todo lo que necesitas ✓*. Recuperado de: <https://www.rdstation.com/es/marketing-digital/>
- Reseña histórica. (2019). Turismo de La Laguna. <https://turismo.aytolaguna.es/resena-historica/>
- Rodríguez, J. R. M., & Abdul-Jalbar, B. (2012). Turismo cultural y planificación del viaje: un estudio de caso. *Tourism & Management Studies*, (8), pp. 41-47.

- Rural Trap!, de Mr Humboldt para La Laguna. (2020). canarias.marketing. Recuperado de: <https://canarias.marketing/rural-trap-de-mr-humboldt-para-la-laguna/>
- Soares, J. C., Gandara, J. M., & Baidal, J. I. (2012). Indicadores para analizar la evolución del ciclo de vida de los destinos turísticos litorales. Investigaciones turísticas, 3.
- Statista. (2021). Cifra mensual de turistas internacionales en Canarias 2019–2020. Recuperado de: <https://es.statista.com/estadisticas/1115823/evolucion-mensual-del-numero-de-turistas-internacionales-que-visitaron-canarias/>
- Stone, O. (1995): Tenerife y sus seis satélites. Gran Canaria, Cabildo Insular de Gran Canaria.
- Tenerife, P. (2016). Visitar San Cristóbal de La Laguna y su centro histórico. Parte II. Patea Tenerife. Recuperado de: <http://www.pateatenerife.com/que-visitar-en-la-laguna/>
- Thompson, I. (2005). La segmentación del mercado. Promonegocios. net, pp. 2-5.
- Turismonew. (2019). Casa de Ossuna. Turismo de La Laguna. Recuperado de: <https://turismo.aytolalaguna.es/casa-ossuna/>
- Turismo Rural | Organización Mundial del Turismo. (s. f.). UNWTO. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/turismo-rura>
- Velasco, R. C. P. (2017). Investigación sobre el concepto de turismo de experiencias y sensaciones: aplicación a un caso concreto (Doctoral dissertation, Universidad de Alcalá).
- Villacampa, O. (2020). El posicionamiento de marca para Al Ries y Jack Trout. Recuperado de: <https://www.ondho.com/resumen-libro-posicionamient-ries-trout/#reposicionar-la-competencia>
- Visitas Guiadas Gratuitas. (2021). Turismo de La Laguna. Recuperado de: <https://turismo.aytolalaguna.es/visitas-guiadas-gratuitas/>
- Visita guiada por La Laguna. (2021). Civitatis. Recuperado de: <https://www.civitatis.com/es/san-cristobal-de-la-laguna/visita-guiada-la-laguna/>