


MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

App Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2017

App Carnival of Santa Cruz de Tenerife 2017

Autor: Javier Alberto Alfonso



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

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA, SEPTIEMBRE 2016

ÍNDICE

1. RESUMEN	Pág 2
1.1. Abstract	Pág 2
2. INTRODUCCIÓN	Pág 3
2.1. Historia del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife	Pág 4
2.2. Carnaval de Santa Cruz de Tenerife como producto turístico	Pág 5
3. OBJETIVOS	Pág 7
4. METODOLOGÍA	Pág 9
4.1. Canales de distribución	Pág 10
4.1.1. Sistema Android	Pág 10
4.2. Marco de referencia	Pág 11
4.2.1. APP Oficial del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2016	Pág 11
4.2.2. Comparativa de Apps similares	Pág 12
4.3. Perfil del usuario	Pág 15
5. DISEÑO DE LA APLICACIÓN: CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES	Pág 16
5.1. Diseño visual de la App	Pág 16
5.2. Nuevas funciones propuestas	Pág 18
6. IMPACTOS SOCIOCULTURALES Y ECONÓMICOS	Pág 21
7. CONCLUSIONES Y DIFICULTADES	Pág 22
8. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	Pág 24

1. RESUMEN

En este documento se analizará la viabilidad y nuevo diseño de la App para dispositivos móviles o Tablet sobre el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2017. Se propondrá un vínculo directo con la página web www.carnavaldetenerife.com, gestionada por el Organismo Autónomo de Fiestas y Actividades Recreativas, y a su vez por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Se aprovechará además la presencia en redes sociales como Twitter, Facebook, YouTube o Instagram, para promoción del producto turístico.

Analizando la versión anterior de esta aplicación creada en el año 2016, y comparando posibles mejoras con Apps de similares características, la aplicación se compondrá de una amplia guía de recursos con todo tipo de información relacionada con el Carnaval. Serán recursos tales como geolocalización, agenda de eventos, imágenes, videos, noticias, etc. Se hará propuesta de posibles mejoras e incorporaciones de nuevas características para que resulte más atractiva al usuario. Además, aprovechando la presencia en redes sociales, propiciará la interactividad de todos los usuarios con la posibilidad de compartir comentarios, noticias, imágenes, videos, etc. Esto reflejará una función de la aplicación tanto informativa como participativa.

Se estimarán los impactos ocasionados tanto en el destino como en el producto turístico. Serán impactos económicos y socioculturales, que muestran posibles beneficios o pérdidas, pros y contras. Finalmente, se concluirá con las dificultades encontradas en este proyecto para la viabilidad de la aplicación, y las implicaciones que tendrá en los primeros años de vida.

1.1. Abstract

In this document, it will be analyzed the feasibility and new design about the App for mobile devices or Tablet, presented as Carnival of Santa Cruz de Tenerife 2017. It will be proposed with a direct link to the official website www.carnavaldetenerife.com, managed by the Autonomous Agency of Events and Activities, and at the same time by the City Council of Santa Cruz de Tenerife. The presence on social networks like Twitter, Facebook, YouTube or Instagram, will be taken as an advantage to promote the touristic product too.

Analyzing the previous version of this application, created in 2016, and comparing the possible improvements with Apps including similar features, this application will be composed of an extensive resources guide with all kinds of information related to Carnival. They will be resources such as geolocation, events calendar, images, videos,

news, etc. There will be a proposal of possible improvements and inclusions of new features to make it more attractive to the user. In addition, taking the advantage of the presence in social networks, it will encourage the interactivity of all users, sharing comments, news, images, videos, etc. This will show a double function of informative and participatory.

The impacts reflected on the destination and on the tourism product will be estimated. They will be economic and socio-cultural impacts, showing possible benefits or losses. Finally, it will conclude with the difficulties found in this project to its feasibility, and the implications it will have on the early years of life.

2. INTRODUCCIÓN

En pleno siglo XXI, pero sobretodo con mayor presencia en las últimas décadas, las nuevas tecnologías influyen en casi todos los campos de nuestra vida cotidiana y nuestra sociedad. Algo que ha sorprendido notablemente es el avance tecnológico en las tecnologías móviles, las cuales han desarrollado la posibilidad de tener a mano cualquier tipo de información, ayuda o consejo posible para cualquier problema o decisión a tomar. Y aún más intenso ha sido la gran variedad de posibilidades proporcionadas gracias a las App, aplicaciones móviles conectadas a Internet de cualquier materia, dispuestas a darnos toda la ayuda posible en según qué ámbito necesitemos. Tanto en *smartphones* como en *tablets* su presencia es incondicional, sobre todo aquellas App relacionadas con redes sociales, en las que su esencia se basa en compartir toda clase de ideas, opiniones, imágenes, videos, información, etc.; haciendo posible así que la experiencia de una sola persona sea compartida con todo tipo de detalles con el resto del mundo.

La aparición de aplicaciones turísticas ha marcado un antes y un después a la hora de elegir tanto el destino como la forma de viaje, la elección de alojamiento, transporte, ocio, excursiones o lugares a visitar. Gracias a este tipo de Apps el turista puede decidir desde su lugar de residencia cada detalle del que dependerán sus vacaciones, o incluso tomar decisiones desde su dispositivo móvil una vez se encuentre en el destino.

Con este proyecto se pretende analizar la viabilidad de una App sobre uno de los principales atractivos turísticos de la isla de Tenerife, el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife. Sin lugar a duda es un evento atractivo, tanto para locales como para turistas, que incita a todo el mundo a ser partícipe y a disfrutar de todo lo que ofrece. Se estudiará el desarrollo de esta aplicación móvil, su distribución y diseño funcional, así como los impactos posibles que desencadenará en el destino y el producto.

2.1. Historia del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife

El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife se celebra desde la llegada y asentamiento de los primeros europeos, tras la conquista de las islas Canarias, convirtiéndose muy pronto en la fiesta más popular de Santa Cruz de Tenerife y en la fiesta con mayor público y participación de Canarias. Un evento que, desde el 18 de enero de 1980, fue declarada oficialmente **“Fiesta de Interés Turístico Internacional”** por la Secretaría de Estado para el turismo, siendo la única fiesta canaria que ha logrado hacerse con este título. Así mismo, es considerado el segundo carnaval más popular y conocido del mundo, después de los magníficos carnavales celebrados en Río de Janeiro (Brasil). De hecho, la ciudad de Santa Cruz de Tenerife está hermanada con la ciudad de Río de Janeiro por esta razón. En la actualidad, el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife aspira a convertirse en Patrimonio de la Humanidad. Esta declaración por parte de la UNESCO supondrá, una vez que se produzca, la mayor promoción internacional que haya tenido la capital tinerfeña. Promoción altamente deseada al ser el primer carnaval de España en obtener este reconocimiento, gracias a su carácter permanente en el tiempo y porque su fama llegaría a los cinco continentes a través de la UNESCO.

El Carnaval es una fiesta popular que combina disfraces, espectáculos y desfiles con una gran fiesta en plena calle llena de gente, tanto de día como de noche, en distintas localizaciones del casco histórico de la ciudad, con la multitudinaria participación de los residentes. Muestra de la significativa participación del pueblo local es el hecho histórico ocurrido en los carnavales del año 1987, donde más de 200 mil personas se congregaron en un baile celebrado en la Plaza de España de la capital, en el cual se celebraba un concierto protagonizado por la orquesta Billo’s Caracas Boys y la cantante cubana Celia Cruz. Gracias a este impactante dato, el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife consiguió figurar en el libro de los Records Guinness con la mayor participación de público reunida en un baile celebrado en lugar abierto. En su historia a través de los años, esta fiesta también ha sido referente en las distintas poblaciones del archipiélago canario ya que, a pesar de la prohibición de estos festejos impuesta en todo el territorio nacional durante la dictadura del General Francisco Franco, supo disfrazarse a sí misma con el sobrenombre de **“Fiestas de Invierno”**, para no desaparecer durante esta etapa de la historia nacional de España.

Para el pueblo tinerfeño, la importancia del Carnaval en Santa Cruz de Tenerife es tan elevada que, durante todo el año, la población santacruzera prepara con meses de antelación su participación en la fiesta. Así sea formando parte de alguna de las agrupaciones carnavalescas o confeccionando carrozas, disfraces o cualquier otro elemento que conlleve una actividad artística y artesana para ser expuesta.

2.2. Carnaval de Santa Cruz de Tenerife como producto turístico

La proyección del Carnaval como elemento generador de actividad económica y de la promoción turística se refleja claramente en los buenos datos de ocupación hotelera y en la positiva percepción del sector de restauración sobre sus cifras de negocio.

Las cifras recogidas por la patronal turística tinerfeña Ashotel, revelan que el índice de ocupación en los establecimientos alojativos de la ciudad entre los días 3 y el 14 de febrero de este año se situó en el 89,8 por ciento; cuatro puntos por encima de los datos registrados en el año 2015, cuando alcanzó el 85,7 por ciento.

	ENERO	ene-15	FEBRERO	feb-15	MARZO	mar-15	ABRIL	abr-15	MAYO	may-15	JUNIO	jun-15	Acumulado 1º semestre 2016	Acumulado 1º semestre 2015	Tasa variación interanual 2016 - 2015
Total turistas alojados ZONA CENTRO	20.798	18.813	22.727	19.683	23.133	19.466	19.620	16.965	18.378	17.286	17.279	15.431	121.935	107.644	13,28%
PERNOCTACIONES	53.189	45.275	54.583	46.699	57.309	45.795	42.019	37.566	40.696	35.470	36.446	34.160	284.242	244.969	16,03%
INDICES DE OCUPACION	64,90%	56,40%	71,20%	64,40%	69,90%	57,10%	53,00%	48,40%	49,70%	44,20%	46,00%	44,00%	59,12%	52,42%	12,78%
ESTANCIAS MEDIAS	2,56	2,41	2,40	2,37	2,48	2,35	2,14	2,21	2,21	2,05	2,11	2,21	2,33	2,27	2,77%

Fuente: Turismo de Tenerife

1. Cuadro de estadística de Ashotel, comparación alojativa en Santa Cruz de Tenerife 2015/2016 primer semestre

Ashotel subraya que, además del incremento de la ocupación, se ha producido una mejora de la rentabilidad en los hoteles (8 euros más de precio medio). Ha habido, en general, una buena demanda y de mayor calidad, con un peso importante de grupos de muy diversas procedencias, tanto nacionales como internacionales. Como curiosidad, algunos de ellos llegaron desde China, Japón, Israel o Turquía.

TURISTAS ALOJADOS	ENERO	ene-15	FEBRERO	feb-15	MARZO	mar-15	ABRIL	abr-15	MAYO	may-15	JUNIO	jun-15	Acumulado 1º semestre 2016	Acumulado 1º semestre 2015	Tasa variación interanual 2016 - 2015
Total turistas alojados ISLA TENERIFE	430.376	400.477	432.609	395.118	482.622	441.869	469.646	410.026	449.315	413.005	452.048	413.940	2.716.616	2.473.926	9,81%
Total Turistas alojados ZONA CENTRO	20.798	18.813	22.727	19.683	23.133	19.466	19.620	16.965	18.378	17.286	17.279	15.431	121.935	107.644	13,28%
Porcentaje que representa	4,83%	4,70%	5,14%	4,98%	7,79%	4,41%	4,18%	4,14%	4,09%	4,19%	3,82%	3,73%	4,49%	4,35%	
Total España	13.202	11.009	14.999	13.002	15.153	13.205	13.721	12.430	14.145	13.809	14.112	12.338	85.332	75.793	12,59%
Total Extranjero	7.596	7.804	7.728	6.681	7.980	6.261	5.899	4.535	4.233	3.477	3.167	3.093	36.603	31.851	14,92%
Holanda	194	167	181	159	157	109	143	98	70	83	86	199	831	815	1,96%
Bélgica	158	174	124	144	152	92	98	143	88	66	102	64	722	683	5,71%
Alemania	1.107	1.065	1.050	1.066	1.374	1.114	629	557	507	686	307	352	4.974	4.840	2,77%
Francia	650	567	802	595	793	569	980	477	439	497	320	326	3.984	3.031	31,44%
Reino Unido	1.241	1.389	1.249	774	1.204	669	689	551	482	421	396	426	5.261	4.230	24,37%
Irlanda	149	109	180	120	98	58	80	72	35	35	27	61	569	455	25,05%
Italia	898	665	640	694	787	632	558	551	489	455	411	401	3.783	3.398	11,33%
Países Nórdicos	1.182	1.655	1.218	1.432	1.405	1.384	864	865	267	105	87	80	5.023	5.521	-9,02%
Suecia	423	68	453	611	588	560	363	393	61	37	50	25	1.938	2.309	-16,07%
Noruega	282	49	332	346	257	353	198	201	29	15	17	24	1.115	1.369	-18,55%
Dinamarca	156	22	193	209	250	183	113	126	137	21	10	18	859	777	10,55%
Finlandia	321	32	240	266	310	288	190	145	40	32	10	13	1.111	1.066	4,22%
Suiza	149	127	145	121	173	129	100	95	152	82	52	61	771	615	25,37%
Austria	120	88	101	74	96	90	47	38	21	29	32	32	417	351	18,80%
Rusia	209	245	154	124	167	123	133	119	113	76	75	77	851	764	11,39%
Países del Este	183	190	256	163	274	138	183	107	148	58	124	106	1.168	762	53,28%
Resto de Europa	525	654	664	429	453	502	417	306	462	263	328	189	2.849	2.343	21,60%
Estados Unidos	147	118	223	162	149	101	232	102	176	101	190	121	1.117	705	58,44%
Resto de América	215	198	237	192	239	211	321	126	378	240	322	223	1.712	1.190	43,87%
Resto del Mundo	469	393	504	432	459	340	425	328	406	280	308	375	2.571	2.148	19,69%

Fuente: Turismo de Tenerife

2. Cuadro de estadística de Ashotel, comparación alojativa en Santa Cruz de Tenerife 2015/2016 primer semestre, según nacionalidad del turista.

Otro dato relevante de la fiesta lo constituye el incremento de pasajeros de la línea de Fred-Olsen entre Santa Cruz de Tenerife y Agaete. De acuerdo con los datos de la propia compañía, se ha constatado un aumento del 7 por ciento con respecto a los Carnavales del año pasado. En concreto, entre el 5 de febrero y el 14 de febrero

realizaron la ruta 22.000 personas. Los días de mayor movimiento en el trayecto de vuelta Santa Cruz-Agaete fueron el Martes de Carnaval, día 9 de febrero, con 3.000 pasajeros, y, sobre todo, el último domingo 14 de febrero, con 6.000 pasajeros. En general, el fin de semana de Piñata ésta línea aumentó su ocupación en un 30 por ciento.

➤ Dispositivos de transporte:

Tranvía - Metropolitano de Tenerife trasladó durante el Carnaval a más de 285.742 personas, según datos del Cabildo, 23.000 personas más que el año pasado, lo que supone un crecimiento del 8,65 por ciento. En el conjunto de la Línea 1, la demanda de transporte subió durante las noches de Carnaval un 4,93%. Solo en la parada de “La Paz” fue del 9,01%. Por lo que, respecto a los Carnavales de Día, la demanda creció un 11,69%, mientras que en coincidencia con el Coso subió un 15,34%.

Titsa - Los servicios urbanos de Titsa transportaron 194.670 pasajeros durante las fiestas, lo que supone un incremento del 5 por ciento con respecto al Carnaval del año pasado. Según se señala desde el Cabildo, las líneas interurbanas transportaron a 355.950 pasajeros, lo que supone también un incremento del 5 por ciento con respecto a 2015.

➤ Dispositivos de atención e información turística:

Los puntos de información turística municipales de la calle del Castillo y del Intercambiador atendieron entre el 11 de enero y el 14 de febrero a 2.518 y 3.535 personas, respectivamente.

El Bus Turístico fue utilizado en ese período por 6.466 personas, mientras que los turistas que utilizaron las gradas durante la celebración del Coso y el concurso Ritmo y Armonía, en virtud de los acuerdos entre los operadores turísticos y el Ayuntamiento, fue de 1.400 personas.

➤ Impacto mediático:

El Carnaval de Santa Cruz de Tenerife ha conseguido una importante presencia, tanto en medios de comunicación convencionales como a través de las redes sociales y portales web.

Más de 15 millones de personas habrían recibido información de alguno o varios aspectos de la fiesta, a través de los medios de comunicación que cubrieron el Carnaval, páginas web del Carnaval y del Ayuntamiento, perfiles en redes sociales y en la aplicación para dispositivos móviles que se estrenó en las fiestas. La plataforma web carnaldetenerife.com recibió más de un millón de visitas, lo que supone un 62,8 % más que en la pasada edición de la fiesta.

El número de descargas de la nueva app, tanto en la plataforma de Play Store (Android) como en la App Store (Apple), supera las 7.000 y la valoración de los usuarios es de 4,8 puntos sobre 5.

En cuanto al número de visitas a las cámaras 'streaming', se está a la espera del informe de Youtube, pero se ha podido constatar que ha sido visitada por personas de más de 60 países.

- Datos expuestos recogidos en el artículo "Más de un millón de personas participan en el carnaval 2016", Blog de la página web oficial www.carnavaldetenerife.com

3. OBJETIVOS

El desarrollo y reinversión de esta aplicación móvil viene motivado por la necesidad de promocionar el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife como producto turístico, estando presente en el mercado de aplicaciones de este tipo, donde en la actualidad su presencia y distribución es esencial para el conocimiento y disfrute de éste evento.

Atendiendo a las ventajas proporcionadas por las aplicaciones móviles en el sector turístico, proporcionaría una mejora notable en el canal de distribución y promoción como producto turístico, aprovechando la tecnología, enfoque y alcance que la aplicación proporcionaría en todos los impactos socioculturales y económicos del producto.

Según el "Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo" (2015), el cual analiza la importancia que tiene Internet en las empresas y organizaciones, con más de 7.300 de dispositivos el número de teléfonos móviles ha superado por primera vez el número de personas en el mundo. Así mismo, por primera vez el promedio de tiempo diario que los usuarios dedican a usar su teléfono móvil (177 minutos) superó el promedio de tiempo que las personas pasan viendo la televisión (168 minutos). A nivel nacional, este estudio manifiesta que, del total de líneas activas móviles en España, un 87% son smartphones. Además, el 100% de los españoles que se conectan a Internet lo hacen también desde su Smartphone y el 90% de los usuarios se conectan todos o casi todos los días.



3. Tiempo de uso en dispositivos móviles vs TV (minutos por día) años 2013/2014.

Con respecto al uso de Apps, los datos recogidos en este informe se presentan de la siguiente manera:

- Las aplicaciones son la forma favorita para conectarse desde los dispositivos móviles: casi el 90% del tiempo de conexión se destina al uso de aplicaciones.
- Cada mes se lanzan 40.000 nuevas aplicaciones al mercado del móvil.
- Los sistemas Google Play Store y Apple Store ofrecieron en 2014 más de 2 millones de apps a los usuarios.
- Los usuarios de Smartphone prefieren usar aplicaciones a navegar por Internet.



4. Tiempo de uso en aplicaciones e internet en el móvil, años 2012/2013.

El uso de Smartphone ha aumentado en todas las categorías de edad, siendo el crecimiento más destacado en los consumidores de la franja comprendida entre 46 y 55 años (que tuvo un aumento de 13 puntos). Aun así, los más conectados siguen siendo los jóvenes donde el 95% de los usuarios tiene un Smartphone.



Grafico elaborado por ditrendia a partir de datos de IAB

ditrendia
digital marketing trends

5. *Uso de Smartphone en España según el rango de edad en los años 2013/2014.*

La estrategia de las empresas para estar presente en los móviles de los usuarios debe tener en cuenta que los usuarios de Smartphone prefieren usar aplicaciones en lugar de navegar sitios web. Los datos muestran que casi el 90% del tiempo los usuarios están conectados en sus móviles a partir de aplicaciones. Sin duda las empresas conocen este dato porque cada mes se lanzan 40.000 nuevas aplicaciones en el Mercado del móvil.

El teléfono móvil es la nueva estrella del marketing. Los profesionales de marketing están de acuerdo en decir que el móvil es un factor fundamental en la comunicación y la publicidad. Hoy el móvil es fundamental para el 24% de los profesionales del sector, pero en los próximos cinco años el número crecerá para el 70%.

El marketing móvil presenta algunas características que son especialmente atractivas para el sector turístico, sobre todo en lo relacionado al acceso ubicuo a la información, las opciones de interactividad y a la posibilidad de ofrecer servicios segmentados en función de la ubicación geográfica, gracias a la geolocalización.

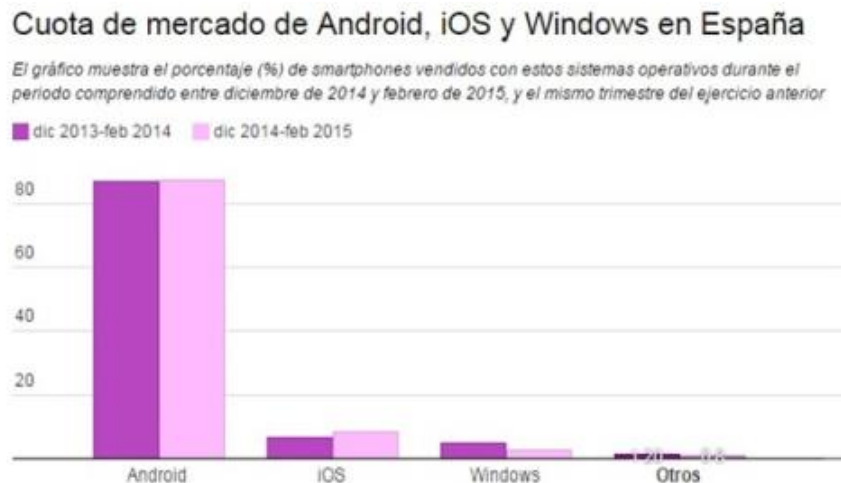
- Datos expuestos recogidos en el Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo (2015)

4. METODOLOGÍA

Para el análisis y estudio planteado para el rediseño de esta aplicación, se plantea enfocar los principales factores que conllevarán al éxito y viabilidad, entre los cuales destacan los canales de distribución, la comparativa con la versión anterior de esta aplicación junto con otras aplicaciones móviles similares de productos turísticos nacionales, y los beneficios diferenciados y proporcionados para el perfil del consumidor.

4.1. Canales de distribución

Según el estudio de la empresa Gartner basado en el mercado de sistemas operativos en Smartphone (agosto 2015), el 80% de los teléfonos móviles a nivel mundial son Smartphone. De ese alto porcentaje, más de otro 80% lleva Android como sistema operativo, seguido por IOS con un 13%, y en tercer lugar con un 3% se encuentra Windows Phone. Así mismo se refleja que Android también es líder en el número de aplicaciones descargadas por sistema operativo, donde se encuentra por encima del 85%, frente a un 34% de IOS, un 4% de Windows Phone, y un 3% de RIM.



6. *Porcentaje de smartphones vendido en España según sistema operativo, años 2014/2015.*

Debido al gran apoyo que recibe por parte del mercado internacional, así como por ser de desarrollo libre, Android parece el candidato perfecto para la distribución de esta aplicación.

- Datos expuestos recogidos en el estudio Gartner (agosto 2015), empresa consultora y de investigación de las tecnologías de la información.

4.1.1. Sistema Android

Android es un sistema operativo basado en el kernel de Linux (núcleo libre de sistema operativo y uno de los principales ejemplos de software libre y de código abierto); y diseñado principalmente para dispositivos móviles con pantalla táctil, tales como Smartphone o tabletas. Inicialmente desarrollado por Android Inc., y respaldado económicamente por Google, que más tarde, en el año 2005 adquirió la empresa. Uno de los aspectos fundamentales del sistema operativo de Android es su orientación a la multiplataforma, algo realmente novedoso, debido a que hace unos años, un sistema operativo se asociaba a un único dispositivo. Rápidamente esta característica hizo que Android alcanzara sus objetivos, convirtiéndose en el sistema operativo más utilizado.

4.2. Marco de referencia

Para poder situar la aplicación bajo estudio en el mercado competitivo, debemos analizar la versión anterior creada para el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2016, así como otras aplicaciones similares de productos turísticos nacionales de similares características, y el perfil del usuario de la aplicación. De este modo se expondrán las características, tanto benefactoras en la actualidad como mejorables, así como las debilidades y fortalezas futuras que se exponen como objetivo de este análisis.

4.2.1. APP Oficial del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2016



El Organismo Autónomo de Fiestas y Actividades Recreativas del Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife lanzó a principios del año 2016 ésta nueva aplicación para dispositivos móviles, con toda la información para poder disfrutar de toda la información y archivos multimedia del Carnaval.

El propósito de sus promotores fue incrementar la información sobre la fiesta y la ciudad a las decenas de miles de personas que transitan durante estas fechas por la capital tinerfeña.

La distribución elegida para la descarga en dispositivos móviles de los usuarios ha sido por excelencia el sistema operativo Android, a través de Play Store, al igual que en un plano secundario mediante el sistema operativo IOS de Apple.

Además, todo el contenido de la aplicación ha estado al alcance del usuario en la plataforma del Carnaval www.carnavaldetenerife.com.

Esta aplicación ha sido desarrollada por Canarias Webcams, empresa perteneciente al grupo Siempreweb SLU, mientras que el diseño de la interfaz y estética de la aplicación corresponde a Javier Torres, autor del cartel oficial del Carnaval del año 2016.

Cuenta con las siguientes funciones para el usuario:

- Webcams en Streaming
- Programa de Eventos
- Galería de Fotos
- Galería de Audio con las Murgas
- Galería de vídeos
- Fotomatón (Fotos divertidas)
- Información general
- Compartir contenidos en redes sociales

La actual aplicación cuenta con un menú principal desde el que se accede al programa oficial de las fiestas, con un listado de eventos y un mapa para su geolocalización.

También se tiene acceso a un fotomatón, en el que es posible hacerse fotos divertidas del Carnaval y subirlas a las redes sociales.

Así mismo, cuenta con una galería multimedia, en la que el usuario tiene a su alcance fotografías, audios y videos de todas las citas del Carnaval.

Todo ello se completa con las imágenes captadas a lo largo de todo el periodo del Carnaval por ocho cámaras instaladas en puntos estratégicos de la ciudad para disfrutar en directo de la actividad festiva al aire libre, bajo el sistema de 'streaming'.

Además, la aplicación facilita el acceso a todos los puntos información que tienen que ver con el transporte y las emergencias.

Disponible en castellano y en inglés.

Actualmente la aplicación cuenta con tan sólo 1.000 descargas a través del sistema operativo de Android, Play Store.

4.2.2. Comparativa de Apps similares

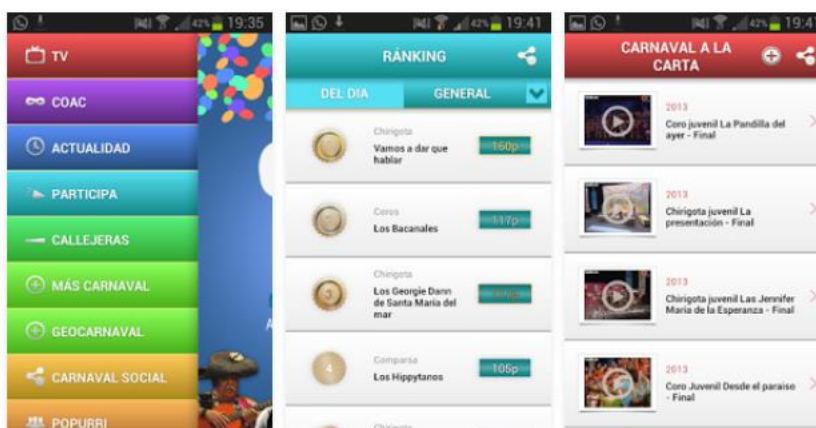
Las siguientes aplicaciones móviles elegidas se asemejan a la aplicación bajo estudio, ya sea por sus características o por su concepto y objetivos. Principalmente son aplicaciones turísticas de fiestas patronales a nivel nacional en España, de funciones similares al centrar su principal enfoque para el usuario durante el periodo de tiempo en el que se realiza el festejo o la celebración que representan. A continuación, se nombrarán y analizarán las siguientes Apps elegidas:

➤ App San Fermín Pamplona



Aplicación oficial del Ayuntamiento de Pamplona, con toda la información necesaria para disfrutar de los Sanfermines, incluyendo un programa para consultar cuándo y dónde se van a llevar a cabo los actos programados. La app muestra el recorrido, las normas y las recomendaciones para los corredores, además de la ubicación de oficinas de información, consignas, baños, comisarías, puestos de socorro, parkings, duchas, teléfonos de interés, la hora de cada evento e incluso dónde está la Comparsa de Gigantes y Cabezudos en tiempo real. Viene en inglés y francés, aparte de en castellano y euskera. Su descarga está disponible para sistemas Android y para iPhone. Actualmente cuenta con más de 10.000 descargas.

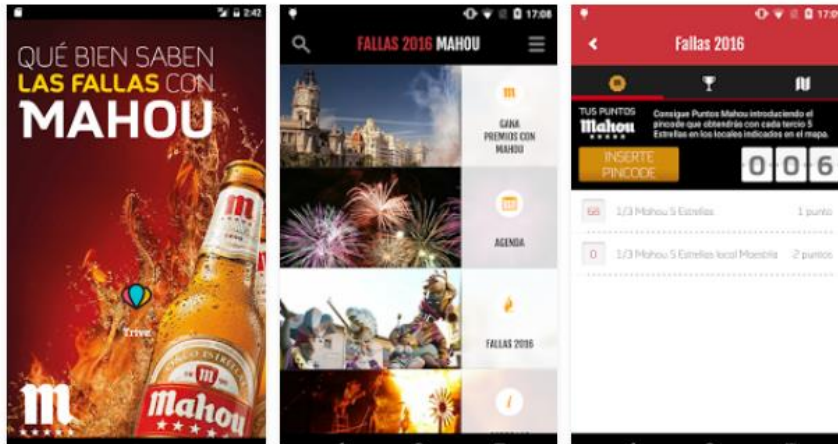
➤ App El Carnaval de Cádiz



Cuenta con más de 100.000 descargas. Actualizada durante todo el año, de forma sencilla, atractiva y gratuita. Incluye acceso a vídeos en directo y a la carta, noticias, sesiones, fichas de las agrupaciones participantes en el Carnaval, crónicas, Carnaval en la calle, etc. Además, incluye una amplia hemeroteca y videoteca de los últimos años del Carnaval. Tiene la posibilidad de crear alertas de aviso para estar al día de las actuaciones. Con esta aplicación, se puede

participar activamente votando en el jurado móvil, a favor de las agrupaciones que participan y consultando el ranking a tiempo real. También hace posible la conexión con perfiles en redes sociales dentro de la app, para compartir todo su contenido. Y no sólo lo relacionado con el Concurso Oficial de Agrupaciones de Carnaval, sino que también toda la información general del Carnaval.

➤ App Fallas Valencia 2016



Aplicación patrocinada por la marca de cerveza MAHOU. A través de su fácil e intuitiva interfaz se puede consultar la historia y las fotografías de los monumentos falleros de Sección Especial, la información sobre las Falleras Mayores de 2016 y su corte, y los mejores consejos para estas fiestas. Da la opción de utilizar el calendario para seleccionar los actos y espectáculos según tus gustos y no perderse ninguna “mascletà” y ningún castillo de fuegos artificiales. Además de las Fallas, Valencia ofrece un amplio abanico de ocio y cultura, por lo que la aplicación cuenta con una completa guía para visitar los lugares más famosos y especiales de la ciudad.

El contenido de la sección “¡Apoya a tu Falla!” de esta aplicación incluye mensajes publicitarios y está dirigido a mayores de 18 años. MAHOU recomienda el consumo responsable.

Actualmente cuenta con más de 10.000 descargas.

Junto con esta aplicación en el pasado año 2016 se lanzó una promoción para todos los usuarios de cada descarga, sorteando una serie de premios como invitaciones individuales o dobles para eventos durante el periodo de las fallas, o invitaciones a palcos VIP desde los cuales ver la quema de las fallas. La mecánica del concurso se basa en la acumulación de puntos para poder entrar en el sorteo de premios, estos puntos se obtienen con la compra de cada botellín de cerveza Mahou 5 Estrellas de 33cl, de los cuales se obtiene un código que habría que introducir en la aplicación para su acumulación.

➤ App Semana Santa Sevilla iLLamador 2016



La guía móvil de la Semana Santa de Sevilla, con los contenidos oficiales de El Llamador de Sevilla de Canal Sur Radio. Incluye toda la información de las hermandades, sus estrenos, curiosidades, música... Contiene vista en vivo sobre el mapa y con realidad aumentada; una completa galería multimedia con fotos, audios y vídeos; buscador por día y horas; itinerarios oficiales para poder seguirlos paso a paso; posibilidad de escuchar Canal Sur en directo, canal de marchas y saetas y El Llamador a la carta. Funciona perfectamente offline salvo radio y noticias, para que la puedas usar incluso sin cobertura. Cuenta con más de 100.000 descargas.

- Descripción de Apps escogidas proporcionada por <https://play.google.com/store/apps>

4.3. Perfil del usuario

Dada la repercusión que tiene el carnaval de Santa Cruz de Tenerife como producto turístico, tanto nacional como internacionalmente, la propuesta de esta aplicación se enfoca por un lado en un perfil del usuario residente en la isla de Tenerife o en otra de las islas canarias, y por otro lado se propone atraer al perfil turista (nacional e internacional) con el fin de promover el producto a través de las funciones y características de las cuales dispondrá la aplicación.

La descarga de esta aplicación se propone como una herramienta de uso fundamental por el usuario residente interesado, ya que al estar conectada principalmente con la fuente de información de la página web www.carnavaldetenerife.com, supondrá un punto de referencia para conocer cada detalle de estas fiestas antes, durante y posteriormente al periodo en el que tienen lugar. El usuario tendrá acceso a través de

la aplicación a toda la información sobre fecha y localización de eventos del carnaval, noticias relacionadas y una completa hemeroteca sobre el carnaval para recuperar fotos, videos y noticias de años anteriores. Para el usuario residente habrá además beneficios y complementos en la aplicación, los cuales se detallarán más adelante en este informe, que fomentarán la descarga de la app y darán pie con su utilización a una participación directa en el carnaval.

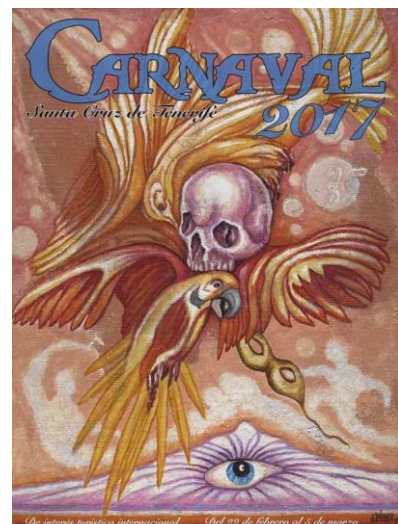
Para el usuario no residente, turista nacional o internacional, esta app se propone como herramienta esencial para estar al día de los eventos e información principalmente durante el periodo del carnaval. Este tipo de usuario podrá disponer desde su dispositivo móvil o Tablet de las mejores ubicaciones para poder disfrutar del carnaval durante los días en los que se celebra, además de todo lo que necesite saber para sentirse tan implicado en el carnaval como cualquier residente de la isla. La conexión con sus propios perfiles en redes sociales, facilitarán la promoción turística a todo tipo de perfil interesado en estas fiestas, o incluso a aquellos futuros turistas potenciales desconocedores del carnaval.

5. DISEÑO DE LA APLICACIÓN: CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES

A continuación, se propone el diseño de esta aplicación, junto con las características y funciones de las que se compondrá, buscando siempre la mejora y viabilidad de la misma. Con el objetivo de promover tanto su propia descarga por los usuarios, como la atractiva finalidad de promoción del producto, su diseño y funcionalidad reflejará todo lo recogido previamente en este documento.

5.1. Diseño visual de la App

Al igual que la aplicación comparada anteriormente del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2016, su diseño principal se centrará en la temática elegida para los carnavales de este año 2017: el caribe. Como imagen principal se propone mantener el cartel representativo del carnaval presentado ya por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, cuyo autor es el artista procedente de la isla de Gran Canaria, galardonado Hijo Adoptivo de Santa Cruz de Tenerife y Premio Canarias de Bellas Artes, Pepe Dámaso.



Analizando la versión anterior del año 2016, al abrir la aplicación se facilita la opción de elegir el idioma: español o inglés. Ya que se pretende orientar el uso de esta aplicación tanto a residentes, turismo nacional e internacional, la idea de elección del idioma es adecuada y muy útil para el usuario. Como nueva propuesta, se añadiría un tercer idioma: el **alemán**. Analizando la afluencia de turismo alemán también durante el periodo de estas fechas, este idioma facilita el uso y disfrute de la app ampliando las posibilidades de acogida por parte de diferentes perfiles de usuario.

Como menú principal, se ofrece en la versión del año 2016 cuatro iconos principales con sus respectivas opciones de uso:

- **Fotomatón**: enlace directo a la cámara de fotos del dispositivo, con imágenes integradas para sacar fotos con pelucas o accesorios de disfraces. Con posibilidad de compartir posteriormente la imagen en diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.).
- **Programa**: enlaces directos a la información de cada evento celebrado durante el periodo del carnaval junto con su calendario respectivo. Desde la ceremonia de inauguración, pasando por los concursos de murgas y comparsas; galas de elección de la reina infantil, adulta y tercera edad; concursos de disfraces; conciertos de agrupaciones; cabalgatas; actuaciones de orquestas o artistas en los diferentes escenarios localizados en la ciudad; entierro de la sardina, etc.
- **Streaming**: acceso a cámaras colocadas en puntos estratégicos de la ciudad que muestran con conexión en vivo los eventos que tienen lugar durante las fechas del carnaval. Actualmente éstas cámaras están desconectadas.
- **Galería**: fotos, audios y videos. Fotos de eventos y actuaciones del carnaval de este año, proporcionadas por la página web www.carnavaldetenerife.com. Audios de las actuaciones de las diferentes fases de murgas. Videos de diferentes actuaciones y eventos.
 - ❖ Información: ofrece contacto y localización del Organismo Autónomo de Fiestas y Actividades Recreativas, perfiles en redes sociales enlazados (@scencarnaval, #CarnavalSC, @carnavaldetenerife), página web oficial www.carnavaldetenerife.com, contactos de transporte (titsa y metrotenerife) y números de emergencias.

Para la nueva versión de la App del año 2017, se propone mantener las características de las que ya dispone su versión anterior y añadir nuevas funciones más atractivas para el usuario.

Al mantener la función del **Fotomatón**, cualquier usuario puede hacerse una foto con la cámara de su móvil promocionando el carnaval, y posteriormente compartirla en sus redes sociales, haciéndola llegar a todo tipo de público.

El **Programa**, junto con su calendario e itinerario de eventos, actuaciones, etc., es fundamental para que el usuario esté al tanto de todo lo que concierne a la celebración del carnaval de Santa Cruz.

La opción de las cámaras ubicadas en la ciudad para poder acceder a eventos y actuaciones en **Streaming**, es una característica con gran atractivo para aquellos usuarios que no puedan acudir presencialmente y deseen disfrutar de ello desde su dispositivo móvil o Tablet en directo.

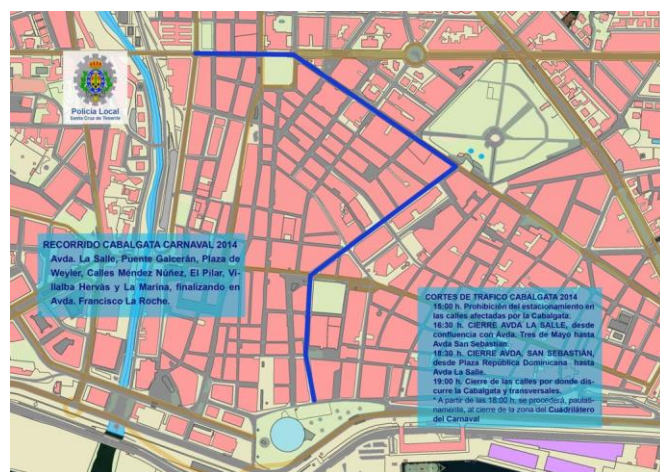
La **Galería** proporciona, para todo aquel que se descargue la aplicación, todas las imágenes recogidas durante estas fechas para poder identificar agrupaciones, murgas, comparsas, reinas y damas de honor del carnaval, etc. Como propuesta para el usuario, tanto de perfil residente como de perfil turista, se propone incluir también una completa **Hemeroteca y Videoteca** que recoja una amplia galería en forma de fotos y videos de años anteriores del carnaval. Así, además de estar al día sobre los carnavales de este año, se tendrá acceso a la información del pasado y poder implicarse más con la historia y disfrute que suponen estas fechas para todos los carnavaleros.

5.2. Nuevas funciones propuestas

Junto con el análisis previo y la comparación de apps similares expuestas, se presentan a continuación las nuevas funciones elegidas para implementar en la nueva versión de la aplicación móvil. Estas nuevas características tienen como finalidad aumentar el atractivo de su descarga para el usuario, además de promocionar el carnaval como producto turístico a nivel nacional e internacional.

➤ Geolocalización

Mapas conectados a través de Googlemaps, que ofrezcan ubicación exacta de lugares donde se celebren los diferentes eventos (recinto ferial, escenarios, plazas o calles de interés). Además, para las cabalgatas o cosos que hacen un recorrido específico por diferentes calles de la ciudad, se integraría la ruta establecida para que los usuarios puedan conocerla y decidir así desde donde poder disfrutar de ellas. También sería de gran ayuda tener información de las calles cortadas durante ese periodo por la misma razón para el tráfico urbano.



➤ **Participación activa del usuario en concursos del carnaval**

A lo largo del carnaval hay diferentes concursos y eventos en los cuales se premia a diferentes agrupaciones con el premio del público. Ejemplo de ello son las murgas, comparsas, agrupaciones musicales, rondallas, concurso de disfraces, etc. Con la aplicación se podría facilitar la opción de voto de la audiencia desde su dispositivo móvil para los diferentes concursos, consiguiendo la participación directa del público y dando un nuevo valor añadido a la aplicación. Ésta implicación directa, sobretodo del usuario residente, crearía la descarga de toda persona dispuesta a dar su valoración para que su murga, comparsa o agrupación pueda obtener un premio de reconocimiento. El voto del público promocionaría notablemente la descarga de la aplicación y supondría una facilidad buscada desde hace bastante tiempo para todos los residentes que piden un protagonismo en el voto para estos concursos que tantas pasiones y aficiones despierta.



➤ **Concursos patrocinados**

Una de las empresas patrocinadoras del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife por excelencia es la Compañía Cervecera de Canarias con la marca de cerveza “Dorada”. Durante muchos años ha lanzado a la venta ediciones especiales de botellines de cerveza por el carnaval con diseños únicos, y ha promocionado el carnaval con un marketing mediático notable, incluyendo publicidad en televisión, radio, vallas publicitarias, etc. Todo ello siempre desde el consumo responsable de alcohol. Es por ello que, para la promoción y descarga de esta app, junto con la promoción turística del carnaval a nivel nacional, pero sobre todo para el usuario residente, se propone incluir concursos patrocinados por “Dorada” con sorteos de premios durante el periodo del carnaval. Algo similar a lo que ha hecho la App Fallas Valencia 2016, anteriormente mencionado en este documento.



Se trataría de un sorteo incluyendo premios para el consumidor, como por ejemplo entradas para galas y concursos que tienen lugar durante las fechas del carnaval. Las bases de esta promoción se basarían en la acumulación de puntos que el consumidor puede obtener con la compra de botellines de cerveza de la marca "Dorada". En cada botellín de 33cl., se incluiría en el reverso de su etiqueta un código que se debería introducir dentro de la App. Desde ésta, se acumularían los puntos correspondientes por cada botellín. Se acumularía un punto por cada código y por cada dispositivo móvil. De esta manera, con la acumulación de una cantidad de puntos determinados se podría solicitar la oportunidad de participar en el sorteo de los diferentes premios. Ejemplo:

- 30 puntos: sorteo de 2 entradas para 1ª, 2ª o 3ª Fase de Murgas.
- 50 puntos: sorteo de 2 entradas para la Fase Final de Murgas.
- 75 puntos: sorteo de 2 entradas para la Gala de la Reina Adulta del Carnaval.

Con esta promoción patrocinada por "Dorada", se conseguiría aumentar las descargas de la aplicación por usuarios consumidores habituales de la marca de cerveza, e interesados en participar en este sorteo para obtener los diferentes premios. Esto además promocionará notablemente la comercialización y publicidad de la cerveza Dorada, así como también se reflejará un aumento en sus beneficios. Al ser Dorada gran marca promotora del Carnaval, y estar asociada directamente con las entidades correspondientes promotoras, el porcentaje de comisiones de ingresos correspondiente gracias a la promoción desde la App ayudará a costear el mantenimiento y viabilidad de la aplicación.

Sumando las características de las cuales ya disponía la versión anterior del año 2016, junto con estas nuevas funciones propuestas para su nueva versión, la descarga y uso de la App debería aumentar considerablemente debido al enfoque de utilidades para el usuario. A su vez, se potenciaría así el conocimiento nacional e internacional del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife como producto turístico.

6. IMPACTOS SOCIOCULTURALES Y ECONÓMICOS

Con la implementación de esta App rediseñada y con las nuevas características propuestas, los impactos que puede desarrollar a posteriori serán notablemente visibles.

En primer lugar, socioculturalmente el producto turístico del Carnaval de Santa Cruz de Tenerife ganará un aumento de promoción considerable gracias a la conexión de redes sociales desde el dispositivo móvil que incluye la aplicación. Provocará el incremento de posibilidades de darse a conocer como producto para todos los usuarios de redes sociales conectados entre sí, ya que con sus publicaciones en Social Media llegarán con mayor facilidad a donde quizás otras fuentes de distribución no pueden llegar. Como se ha detallado en este documento, el uso de Smartphone y Tablet hoy en día es considerable y cada vez más útil para todo tipo de empresas, promociones y comercializaciones. Maximizan los objetivos de captación de clientes o futuros perfiles de consumidores con gran acogida, y sobre todo amplían el conocimiento a aquellas personas desconocedoras de este tipo de productos que no se dan a conocer de otra forma posible.

Sobre el impacto turístico, con esta aplicación el turista no residente podrá implicarse con el carnaval tanto como cualquier residente de la ciudad, pudiendo tener acceso a toda la información necesaria para disfrutar de todo lo que acontecen estas fechas. Así, el turista podrá volver a la normalidad de su vida cotidiana después de su estancia en la isla de Tenerife durante estas fechas con una imagen clara del carnaval, para su posterior promoción a seres queridos, amigos, compañeros de trabajo, etc.

Analizando los beneficios de las nuevas características propuestas, la implicación directa del usuario de la App residente incentivará la participación del público. Para todas aquellas personas que no participan de forma directa en el Carnaval, pero desean tener voz y voto en las decisiones y elecciones propuestas durante estas fechas creadas por y para el pueblo chicharrero, esta aplicación será fundamental. También esto se reflejará con el sorteo propuesto patrocinado por la cerveza Dorada que, aparte de beneficiar económicamente a la empresa promotora, dará la opción a los usuarios de obtener premios relacionados con el carnaval.

Relacionado con todo ello, esta aplicación a su vez tendrá unos impactos económicos reflejados en la afluencia de turismo durante estas fechas. Si hay más posibilidades de promoción del producto gracias a las funcionalidades de la aplicación, habrá más demanda de turismo durante las fechas señaladas. Lo que evidentemente concluirá en el aumento económico de la demanda alojativa, así como en el consumo de ocio en la ciudad de Santa Cruz y el incremento de beneficios en comercios de la zona, sobretodo de restauración.

7. CONCLUSIONES Y DIFICULTADES

Durante este documento se recoge la importancia de promocionar el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife como producto turístico. Promoción realizada en este caso a través de dispositivos móviles y Tablet, herramientas cuya comercialización y uso hoy en día se encuentra en su mayor auge, y con las cuales gracias a su conexión a internet y mediante redes sociales y aplicaciones, promocionar cualquier producto de la manera adecuada es un éxito asegurado. Concretamente en este estudio, se analiza la viabilidad de la App Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2017, donde se ofrecen características ya implementadas en una versión anterior, y en la cual se propone además nuevas funciones para la mejora de su promoción y descarga. Todo ello con el fin de captar la atención del usuario, encargado de valorar y utilizar esta aplicación.

Para la mejora de la nueva versión propuesta durante este proyecto, se han analizado aplicaciones similares a nivel nacional. Dado que eran Apps sobre productos turísticos que tienen lugar durante unas fechas determinadas una vez al año, se han comparado las funciones incorporadas en ellas. Posteriormente se han propuesto características nuevas a la aplicación bajo estudio, logrando así una visión futura de su creación para promocionar su descarga y aumentar las facilidades proporcionadas para el usuario.

Además, el perfil objetivo de usuario bajo estudio se plantea tanto como residente de Tenerife, como a nivel nacional e internacional. De esta manera, el campo de llegada para usuarios que deseen descargar la aplicación es mayor, así como el potencial consumidor que pueda ver sus beneficios proporcionados mediante redes sociales o mediante el boca a boca.

Recogiendo todo lo anterior, la nueva versión de la App sobre el Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2017 conseguirá notables impactos socioculturales y económicos. El análisis previo de la versión anterior del año 2016 refleja un bajo número de descargas, por lo que no demuestra el posible aprovechamiento y posibilidades que ofrece una aplicación de estas características.

Como posibles dificultades recogidas durante la realización de este documento, se identifica la posibilidad de que esta App no sea del todo útil para el usuario a largo plazo, ya que se centra en los acontecimientos que tiene lugar durante las fechas del Carnaval, los cuales duran entre dos y tres semanas.

Teniendo esto en cuenta, es posible que el usuario haga uso únicamente durante las fechas establecidas de la aplicación, y que el resto del año no le sea útil.

Principalmente para el usuario con perfil de turista, ya que el enfoque de la App para este tipo de perfil es principalmente para uso temporal, y una vez que el turista vuelva

a su residencia habitual puede que ya no le interese conservar la aplicación en su dispositivo.

Es por ello que la propuesta principal de esta aplicación se centra en la conexión directa a la página web oficial www.carnavaldetenerife.com, gestionada por el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife. Desde ella, se proporciona información actualizada durante gran parte del año sobre todos los acontecimientos relacionados con el Carnaval. De esta manera, el consumidor estará informado antes, durante y después de toda la información proporcionada sobre estas fiestas. Pudiendo así ser partícipe de los carnavales anteriores (con toda la información recogida y ofertada, con su hemeroteca y videoteca correspondientes), y además de los carnavales del próximo año que estará por venir.

Con ello se concluye que sería fundamental un mantenimiento continuo de actualización por parte de las entidades correspondientes, facilitando todo tipo de información para el interés de los consumidores que deseen mantener en sus dispositivos la aplicación.

Finalmente, se presenta la App Carnaval de Santa Cruz de Tenerife 2017 como un punto de partida para el producto turístico, con la necesidad de continuar en futuros años con su rediseño, tanto visual como funcional, para el consumidor. Manteniendo así la esencia de los carnavales que tienen lugar una vez cada año, con diferente temática cada vez. Por lo tanto, cada año la App mantendrá una nueva imagen fresca, que implique la participación de los usuarios residentes y su reconocimiento, así como el atractivo fundamental para los turistas nacionales e internacionales que deseen descargarla y hacer uso de sus beneficios.

8. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

- **BANCO DE DATOS Y CENTRO DE DOCUMENTACIÓN (abril 2016)** “Estadísticas de Turismo Receptivo 2015”. Área de Empleo, Comercio, Industria y Desarrollo Económico, Cabildo Insular de Tenerife.

Disponible en: <http://www.todotenerife.es/assets/downloads/88d0525925.pdf>
[Consulta: julio 2016]

- **DITRENDIA (2015)** “Informe Mobile en España y en el Mundo 2015”, Madrid.

Disponible en: <http://www.ditrendia.es/wp-content/uploads/2015/07/Ditrendia-Informe-Mobile-en-Espa%C3%B1a-y-en-el-Mundo-2015.pdf> [Consulta: febrero 2016]

- **FERNÁNDEZ CAVIA, J. (octubre 2013)** “Aplicaciones móviles de los destinos turísticos españoles”. Informe de investigación. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Disponible en:
http://invattur.aimplas.es/ficheros/noticias/107090748E70_01_informe_apps_codetur_oct2013.pdf [Consulta: marzo 2015]

- **MATTASSI, J. (agosto 2015)** “Android sigue dominando el mercado de smartphones”.

Disponible en: <https://www.wayerless.com/2015/08/android-sigue-dominando-el-mercado-de-smartphones/> [Consulta: marzo 2016]

- **WEB OFICIAL** <http://app.fallasvalencia.es/>

BASES DE LA PROMOCIÓN “DISFRUTA DE LAS FALLAS 2016”
<http://app.fallasvalencia.es/bases.pdf> [Consulta: julio 2016]

- **WEB OFICIAL** <http://carnavaldetenerife.com/> Organismo Autónomo de Fiestas y Actividades Recreativas, Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife.

<http://carnavaldetenerife.com/blog/portfolio/el-carnaval-dispone-de-nuevas-aplicaciones-para-dispositivos-moviles/>,

<http://carnavaldetenerife.com/blog/portfolio/mas-de-un-millon-de-personas-participan-en-el-carnaval-2016/> [Consulta: julio 2016]

- **WEB OFICIAL** <http://www.canariaswebcams.es/> Canarias Webcams, Tenerife.

<http://www.canariaswebcams.es/app-movil-del-carnaval-de-santa-cruz-de-tenerife/>
[Consulta: julio 2016]