

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**IMPACTO DE EVENTOS EN EL DESARROLLO, DINAMIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL
SECTOR TURÍSTICO DE LA ISLA DE LA PALMA:
ANÁLISIS DE MARKETING, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN**



Fotografías de Roberto Martín y Saúl Santos

Autora: Inés Marina Piñero Landaeta

Tutor: Isaías Leopoldo Naranjo Acosta

Grado en Turismo
Curso académico 2023/2024

Convocatoria de julio, en San Cristóbal de La Laguna, 2024

Resumen

El propósito de este trabajo de investigación es observar el impacto de eventos culturales y de deporte, y en la esfera científica del análisis del turismo en la isla de La Palma. La formación y ejecución adecuada de los eventos es una forma de atraer turistas, obtener ingresos adicionales y mejorar la imagen de la isla. Entre los eventos analizados se destacan los culturales, como es el caso de la Fiesta de Los Indianos, Isla Bonita Love Festival y La Bajada de La Virgen de las Nieves, eventos deportivos como Transvulcania y Reventón Trail y eventos del área científica del Observatorio Astrofísico del Roque de Los Muchachos, como el AstroFest.

Summary

The purpose of this research work is to observe the impact of cultural and sporting events in the scientific sphere of tourism on the island of La Palma. The creation and proper execution of events is a way to attract tourists, obtain additional income and improve the image of the island. Among the events analysed are cultural events, such as Los Indianos, Isla Bonita Love Festival and La Bajada de La Virgen de las Nieves, sporting events such as Transvulcania and events in the scientific area of the Roque de Los Muchachos Astrophysical Observatory, like AstroFest.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. LA PALMA.....	5
1.2 ANÁLISIS DAFO.....	11
2. SECTOR TURÍSTICO EN LA PALMA.....	12
3. EVENTOS Y TURISMO.....	19
3.1 EVENTOS DEPORTIVOS EN LA PALMA.....	19
3.1.1 TRANSVULCANIA.....	20
3.1.2 REVENTÓN TRAIL.....	24
3.2 EVENTOS CULTURALES EN LA PALMA.....	26
3.2.1 ISLA BONITA LOVE FESTIVAL.....	26
3.2.2 LOS INDIANOS.....	29
3.2.3 BAJADA DE LA VIRGEN DE LAS NIEVES.....	31
3.3 EVENTOS CIENTÍFICOS EN LA PALMA.....	34
3.3.1 ASTROFEST.....	35
4. MARKETING, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS.....	39
4.1 ANÁLISIS DE CAMPAÑAS DE MARKETING, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN.....	45
5. PROPUESTAS.....	51
6. CONCLUSIÓN.....	53
7. BIBLIOGRAFÍA.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS (GRÁFICOS E IMÁGENES)

Figura 1: Datos de COVID-19 en la isla de La Palma.....	6
Figura 2: Hectáreas afectadas por el incendio forestal de Puntagorda y Tijarafe en julio de 2023.7	
Figura 3: Mapa de Copernicus sobre la afección de la lava del volcán Tajogaite.....	8
Figura 4: Clasificación de recursos según su disponibilidad y naturaleza.....	9
Figura 5: Análisis DAFO de situación actual en el sector turístico de la isla de La Palma.....	11
Figura 6: Número y categoría de establecimientos abiertos que ha prestado servicios de alojamiento en La Palma (2009-2021).....	13
Figura 7: Número de plazas en servicios de alojamiento en La Palma (2009-2021).....	14
Figura 8: Porcentajes de establecimientos elegidos por los turistas en la isla de La Palma.....	16
Figura 9. Gráfico de cantidad de alojamientos turísticos en La Palma.....	17
Figura 10: Gráfico del Perfil de la categoría Ultramaratón.....	21
Figura 11: Gráfico del Perfil de la categoría Maratón.....	21
Figura 12: Gráfico del Perfil de la categoría Media maratón.....	22
Figura 13: Gráfico del Perfil de la categoría Kilómetro vertical.....	23
Figura 14: Tabla de la categoría Transvulcania Kids Junior 2024.....	23
Figura 15: Recorrido total de Reventón Trail.....	25
Figura 16: Estadísticas de la ruta de Reventón Trail.....	26
Figura 17: Patrocinadores del Isla Bonita Love Festival.....	28
Figura 18: Cartel de Isla Bonita Love Festival 2024 con los artistas Ricky Martin y Martin Garrix....	29
Figura 19: Danza de La Negra Tomasa (Sosó) en Indianos 2024.....	31
Figura 20: Fotografía de la Danza de los Enanos de la Bajada de la Virgen.....	32
Figura 21: Inscripciones presentadas para Danza de los Enanos 2025.....	33
Figura 22. Programa provisional de la Bajada de La Virgen de Las Nieves 2025.....	34
Figura 23: Actuación musical del grupo Oro de Risco (Pedro Rodríguez e Inés Piñero) en El Apagón 2020 en el municipio de Breña Baja.....	37
Figura 24: Programa de actividades AstroFest 2024.....	38
Figura 25. Gráfico circular sobre las edades de los participantes en la encuesta.....	39
Figura 26. Tabla de residentes de La Palma y participantes en la encuesta online.....	39
Figura 27. Tabla de residentes en diferentes lugares de España y participantes en la encuesta online.....	40
Figura 28. Tabla de residentes fuera de España y participantes en la encuesta online.....	40
Figura 29. Gráfico de barras sobre el conocimiento de los encuestados sobre los eventos de La Palma.....	41
Figura 30. Gráfico de barras sobre la participación de los encuestados en los eventos de La Palma.....	42
Figura 31. Gráfico circular sobre la opinión de los encuestados con respecto a la imagen de La Palma como destino turístico en relación a los eventos.....	42

Figura 32. Gráfico circular de la opinión de los encuestados sobre la organización de los eventos en La Palma.....	43
Figura 33. Gráfico circular sobre los medios más frecuentes de promoción y difusión de los eventos.....	43
Figura 34. Gráfico circular de la opinión de los encuestados acerca de la inversión en marketing digital para la promoción y difusión de los eventos.....	
Figura 35. Fortalezas y debilidades en la promoción de Transvulcania Trail.....	46
Figura 36. Fortalezas y debilidades en la promoción de Reventón Trail.....	47
Figura 37. Fortalezas y debilidades en la promoción del Isla Bonita Love Festival.....	48
Figura 38. Fortalezas y debilidades en la promoción de la Fiesta de Los Indianos.....	49
Figura 39. Fortalezas y debilidades en la promoción de la Bajada de la Virgen de las Nieves....	49
Figura 40. Fortalezas y debilidades en la promoción del AstroFest.....	50

1. INTRODUCCIÓN

Para poder facilitar la comprensión de esta investigación, incluyo en este apartado una breve descripción del proceso de análisis y de los métodos de investigación que he utilizado para llevar a cabo el desarrollo de mi trabajo de Fin de Grado.

Uno de los métodos utilizados ha sido la realización de entrevistas a profesionales de los sectores de turismo y eventos de la isla de La Palma. Las estructuras de las entrevistas las he diseñado para obtener respuestas que permitieran responder a un análisis DAFO (SWOT) que he hecho previamente sobre los eventos en la isla. El análisis DAFO (Punto 1.2) es una herramienta clásica para poder realizar un diagnóstico con respecto a los elementos del entorno interno (debilidades y fortalezas) y también externo (amenazas y oportunidades); por ello he considerado que podía ser una buena base para el estudio del tema escogido.

En las entrevistas se han abordado aspectos como el sector de eventos de manera general, tanto actualmente como a lo largo de años anteriores. Este método ha tenido como finalidad observar y comparar los diferentes puntos de vista, además de recoger información sobre el sector eventos en La Palma en distintos momentos. Otro método de estudio ha sido la realización de una encuesta online donde han participado residentes y visitantes de la isla, respondiendo a diferentes preguntas relacionadas con el tema.

1.1. LA PALMA

La Palma está ubicada en el archipiélago de las Islas Canarias, donde destaca entre las 7 restantes por tener una singular diversidad de recursos paisajísticos y naturales. Su superficie es de 708,32 km² y actualmente cuenta con una población de menos de 84 mil habitantes, 83 875, para ser más exactos. (INE, enero de 2023). Esta isla es conocida como la 'Isla Bonita' debido a que cuenta con numerosos atractivos como el Parque Nacional Caldera de Taburiente y la Reserva Mundial de la Biosfera, certificada por la UNESCO. A 2.423 metros de altura se ubica el emblema científico y turístico de la isla, el Observatorio Astrofísico del Roque de Los Muchachos. Este observatorio tiene un papel muy importante en la isla, en el archipiélago y en el mundo, debido a que su ubicación es inmejorable, puesto que está libre de contaminación lumínica y gran parte de las noches a lo largo del año son despejadas, por lo que innumerables científicos de todo el mundo acuden a sus instalaciones desde su inauguración en los años 80 del pasado siglo.

Con respecto a la economía de la isla, La Palma se distingue por sus actividades agrícolas, teniendo aproximadamente 3000 hectáreas destinadas a los cultivos de plátanos, aguacates, papas y uvas para la elaboración de vino. La agricultura a lo largo de la historia, ha tenido un papel fundamental, situándose la misma en el segundo lugar de islas que más cultivan, y a día de hoy sigue siendo una fuente importante de ingresos. El sector turístico también juega un papel protagonista en la economía de este lugar, más adelante lo veremos de manera más detallada (Punto 2. Sector turístico de La Palma).

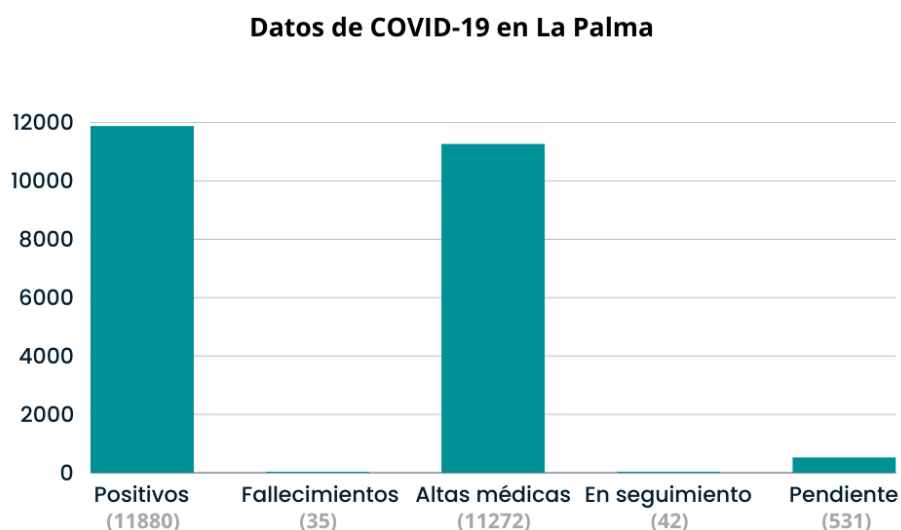
Debido a su naturaleza, tradiciones, gastronomía y su gente, podemos decir que La Palma es una isla de oportunidades, con muchos aspectos positivos. Sin embargo, en un lapso de doce años, la isla ha experimentado una crisis económica sin precedentes desde la Guerra Civil, una pandemia con graves repercusiones económicas y sociales, incendios forestales graves como los acaecidos en los municipios de Garafía y El Paso, además de la erupción del volcán Tajogaite en el año 2021. La sociedad palmera ha sufrido diversos daños como resultado de estos eventos imprevistos, los cuales han dejado una gran marca duradera, tanto en la sociedad como en la economía insular. La crisis económica que comenzó en el año 2007 y se prolongó hasta el año 2008, seguida por la posterior crisis de 2020 debido al COVID, han tenido un impacto significativo en La Palma.

COVID- 19

El impacto de la pandemia del virus COVID-19, La Palma, al igual que el resto del mundo, tuvo un impacto significativo en diferentes sectores. El sector turístico de La Palma sufrió enormemente debido a las restricciones de viaje y las medidas de confinamiento. La gran disminución de turistas provocó enormes pérdidas para los hoteles, restaurantes y otros negocios locales relacionados con el turismo, llevando al cierre temporal y, en algunos casos, permanente de estos establecimientos.

Además, la agricultura, especialmente el cultivo del plátano, también se vio gravemente afectada. Las restricciones conllevaron tener problemas en la cadena de suministro, algo que dificultó la exportación de productos agrícolas y provocó importantes pérdidas económicas para los agricultores locales. El empleo también se vio gravemente afectado y las tasas de desempleo aumentaron significativamente, muchos trabajadores del sector turístico y de servicios perdieron su trabajo. Aunque el gobierno implementó medidas de apoyo como subsidios y apoyo financiero, la recuperación ha sido lenta y extremadamente difícil.

Figura 1: Datos de COVID-19 en la isla de La Palma.



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de la página web del Cabildo de La Palma

INCENDIOS FORESTALES

Los incendios forestales tienen múltiples efectos negativos que impactan tanto al medioambiente como a la economía y la sociedad, aparte de destruir ecosistemas, afectando a la flora y fauna endémica.

Económicamente, los incendios han tenido un gran impacto en la isla. Los peligros percibidos pueden disuadir a los turistas, reducir los ingresos e impactar la economía local. La agricultura, incluidos cultivos importantes como el plátano y los viñedos, también se ha visto gravemente afectados, lo que ha afectado los ingresos de los agricultores y a dichos productos locales.

El último incendio fue el que se declaró en la madrugada del 15 de julio de 2023. Fue especialmente devastador, afectando principalmente a dos municipios: Puntagorda y Tijarafe. Se extendió rápidamente debido a las condiciones climáticas adversas, lo que conllevó que arrasara con aproximadamente 2.900 hectáreas de terreno, incluyendo 200 hectáreas del Parque Nacional de la Caldera de Taburiente. Al menos 60 edificios resultaron dañados, entre ellos, las Bodegas de vino Tendal, oficialmente conocidas como «Bodega Castro y Magán». Llegó a evacuar más de 4.000 personas de sus hogares.

Figura 2: Hectáreas afectadas por el incendio forestal de Puntagorda y Tijarafe en julio de 2023.



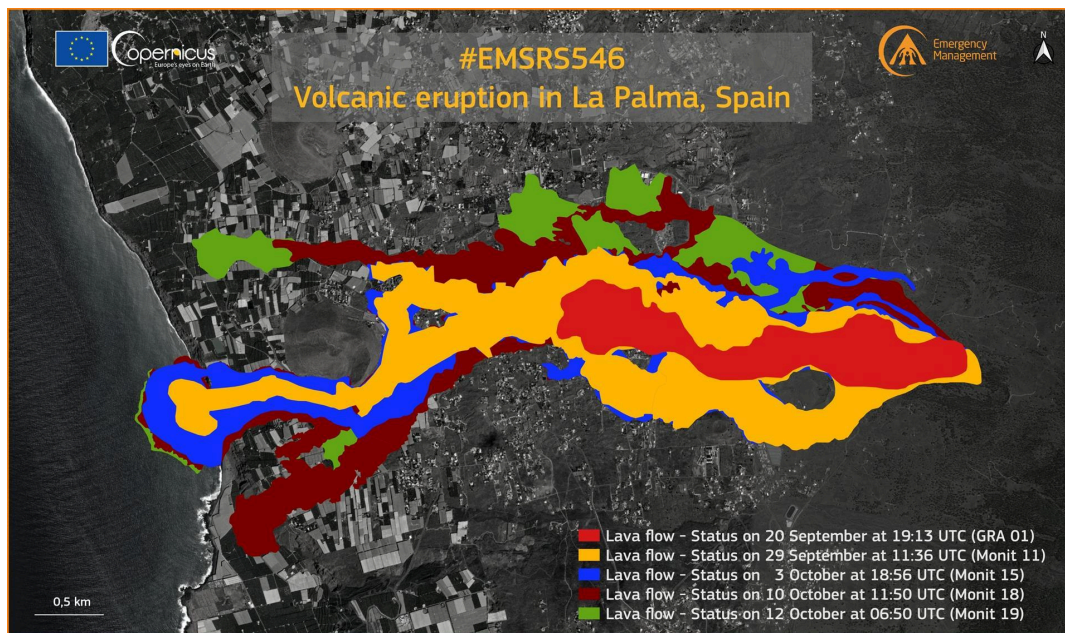
Fuente: Twitter del Cabildo de La Palma

VOLCÁN TAJOGAITE

El 19 de septiembre de 2021 entró en erupción el volcán de Cumbre Vieja. Después de una semana con más de 30.000 terremotos, la tierra de la isla bonita se resquebrajó. La lava corría por las laderas 50 años después de la última actividad volcánica en la isla, con el volcán de Teneguía. Su duración fue de 85 días. Pasó a ser el segundo evento natural que más daños ha

causado en el territorio español después de la borrasca Filomena que afectó a la Península Ibérica en enero del mismo año. Un total de 74 kilómetros de carreteras sepultadas, 1.219 hectáreas arrasadas donde se encontraban aproximadamente 3.000 edificaciones, evidencian los daños materiales y económicos.

Figura 3: Mapa de Copernicus sobre la afección de la lava del volcán Tajogaite.



Fuente: COPERNICUS (Programa copérnico)

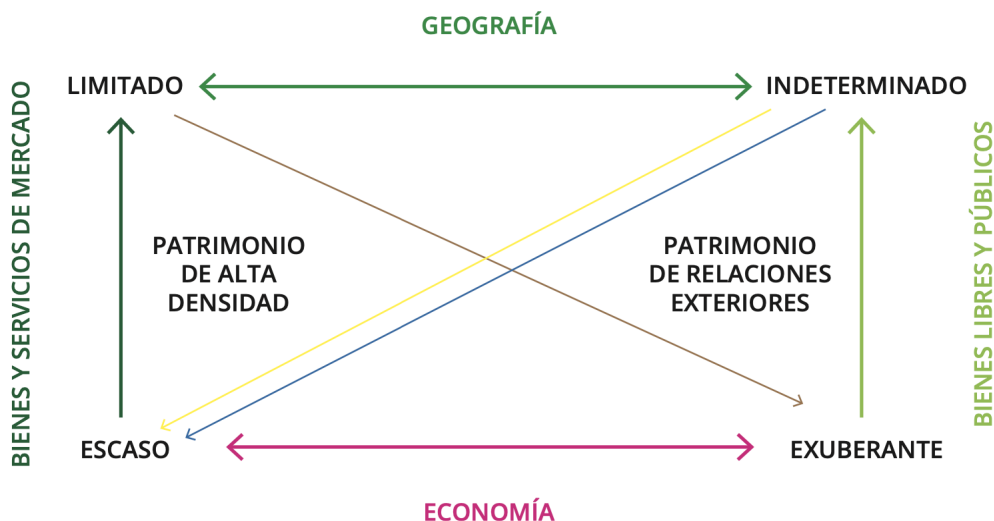
La Palma es una isla cuya economía, como mencionamos anteriormente, se concentra principalmente en la actividad turística y agrícola. Con respecto al ámbito social, el volcán Tajogaite fue un punto de inflexión en la comunidad palmera. En definitiva, como vemos, La Palma ha tenido que enfrentarse a severos desafíos en los últimos años, experimentando impactos negativos en la economía y en la vida de los habitantes. Pero a pesar de estos desastres, la comunidad ha demostrado una gran resiliencia y solidaridad en su recuperación.

Según el Instituto Canario de Estadística (ISTAC), La Palma ha perdido 3.944 residentes en los últimos once años y ha experimentado una reducción del 1,68 % en su índice de juventud (*LA PALMA: UNA ISLA DE OPORTUNIDADES. Repensando el futuro a partir de la crisis volcánica.* (Francisco Javier García Rodríguez y Carlos Fernández Hernández Dirección). Mientras se discute en el archipiélago sobre la "superpoblación" que vivimos actualmente, en La Palma se registra una disminución en la población. Esto se debe a la estrecha vinculación con la situación del mercado laboral, que ha experimentado una disminución en la tasa de actividad desde la crisis económica de 2007-2008. El desarrollo socioeconómico de La Palma se sustenta en una economía de servicios y en una agricultura realmente competitiva que se centra en la producción y exportación de plátanos.

A pesar de que posee valiosos recursos ambientales, culturales y sociales, y además, haber logrado grandes avances en el desarrollo socioeconómico a lo largo de su historia, superando

diferentes sucesos que han perjudicado a la isla, La Palma actualmente se enfrenta al problema de una población estancada y un importante flujo migratorio hacia otras regiones.

Figura 4: Clasificación de recursos según su disponibilidad y naturaleza.



Fuente: La Palma, una isla de oportunidades. Repensando el futuro a partir de la crisis volcánica. (Francisco Javier García Rodríguez y Carlos Fernández Hernández)

En este diagrama podemos observar cómo se clasifican los bienes libres y públicos, además de los servicios de mercado, dependiendo de su entorno y disponibilidad. En la mitad del gráfico, a la izquierda, observamos “Patrimonio de alta densidad”, el cual representa aquellos recursos escasos y limitados, cuyo valor cultural y económico es bastante alto. Mientras que a la derecha se ubica el “Patrimonio de relaciones exteriores”, el cual se refiere a los bienes más abundantes y que están al alcance de todos. Las flechas nos indican cómo dichos recursos varían dependiendo de los factores económicos y geográficos, donde se diferencian los bienes limitados y escasos y los bienes indeterminados y exuberantes.

La emigración hacia el exterior es un aspecto que ha ido aumentando a lo largo de los últimos años y se debe tener en cuenta que el capital humano es esencial para continuar la recuperación total de la isla. Aun así, se puede observar que la emigración de jóvenes ha sido parcialmente compensada por la inmigración de personas de América del Sur y Europa, pero no ha sido suficiente para superar el estancamiento poblacional y del capital humano. Esto, sumado a la sociedad cada vez más envejecida, con el resto de dificultades para atraer suficiente talento joven para impulsar procesos de desarrollo sostenible y equitativo, puede suponer un problema.

Como mencionamos, en la actualidad, los jóvenes palmeros se ven obligados a salir de la isla si desean realizar estudios universitarios. El porcentaje de este perfil de residente es bastante elevado, por lo que lleva a que muchos opinen que se ha renunciado a esos jóvenes. Estos datos conectarían, además, con la idea de que la isla de la Palma forma parte de la “España vaciada”. La falta de oportunidades para la población local de La Palma en el sector económico

no sólo afecta a personas que desean realizar estudios y deben emigrar de la isla, sino también otro perfil en busca de una estabilidad económica y un futuro más prometedor.

Aunque haya habido una disminución del capital humano, el principal desafío para La Palma es recuperar a su población joven, evitando que se vean obligados a emigrar a otras islas de Canarias o a otros lugares en busca de mejores condiciones de vida, así como estudios u ofertas de trabajo. Es esencial ofrecer a todos los ciudadanos, sin importar su edad o posición social, la oportunidad de participar en actividades económicas que añadan valor y desarrollo.

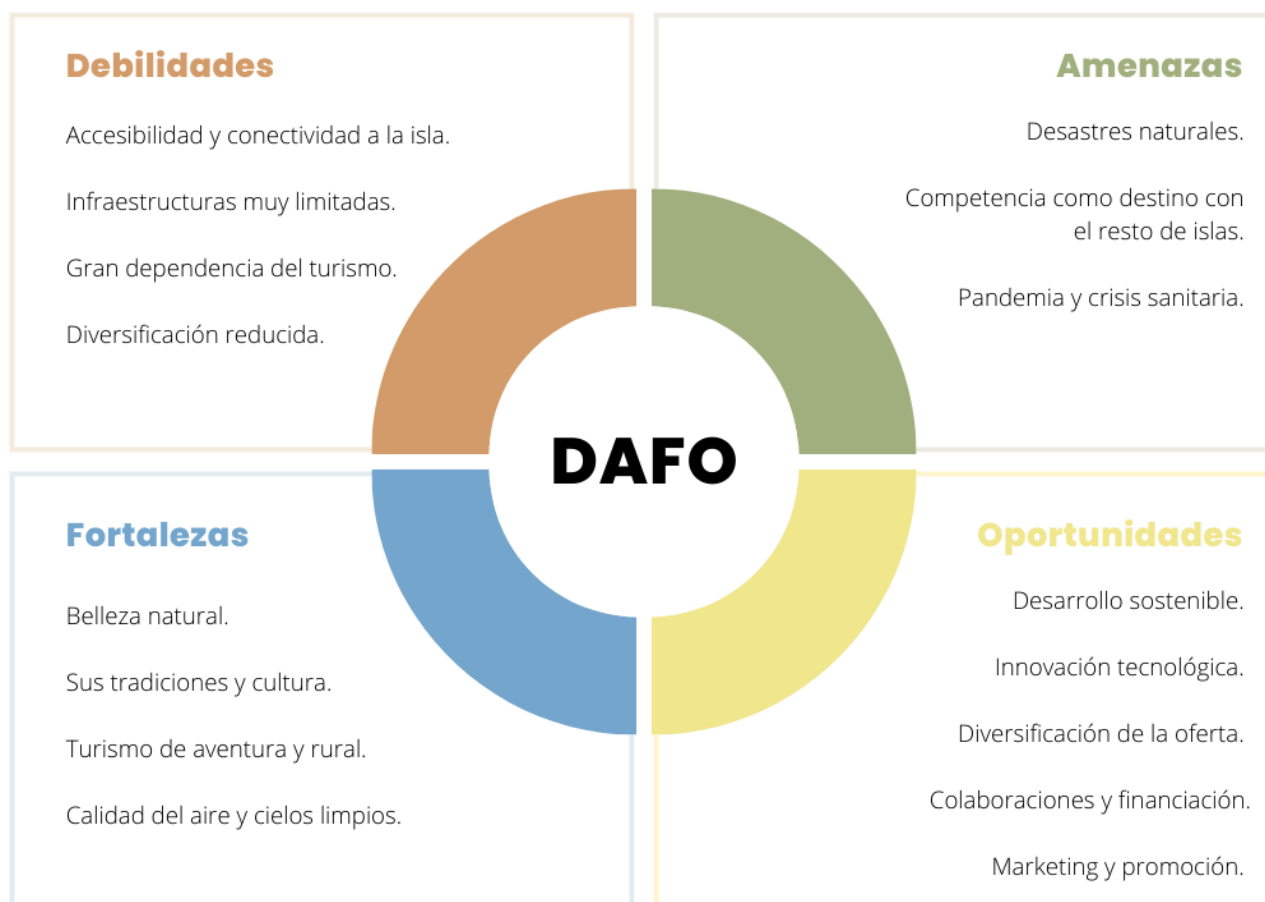
A medida que La Palma se va recuperando de los diferentes desafíos recientes, el turismo debe desempeñar un papel aún más importante del que ha tenido hasta el momento. Se puede observar que esta isla se ha desviado del modelo turístico que tienen otras islas del archipiélago canario, en especial las islas capitalinas, Tenerife y Gran Canaria. Aún así, en lugar de copiar dichos modelos turísticos, se propone desarrollar un modelo turístico con características únicas, que sigan manteniendo la esencia de La Palma, que es una de las características más importantes que atrae a los visitantes. Este nuevo enfoque podría fortalecer la economía de la isla.

Para el diseño de este nuevo modelo turístico, se podrían aplicar algunas iniciativas clave que propongo a continuación. En primer lugar, es importante promover y preservar el patrimonio no sólo natural sino también el cultural de la isla, haciendo especial hincapié en sus paisajes y las tradiciones palmeras. Con ello se pueden desarrollar rutas de senderismo o recorridos y actividades al aire libre que pongan estas características en valor. En segundo lugar, se puede promover el turismo rural brindando a los visitantes la oportunidad de experimentar la vida agrícola y los productos locales. En tercer lugar, mejorar la infraestructura turística con la integración de casas rurales y viviendas vacacionales en vez de hoteles. Por otra parte, sería ideal que la comunidad local participara en la planificación del sector turístico. Y por último, se debe garantizar que los beneficios económicos se distribuyan equitativamente y se mantenga la identidad cultural que tiene la isla.

En resumen, La Palma se enfrenta al desafío de equilibrar el desarrollo turístico con la preservación de su entorno natural y cultural. La importancia que tiene el turismo como fuente de ingresos hace ver que es necesario mantener un enfoque sostenible en el tiempo para garantizar la integridad de la isla y su atractivo a largo plazo.

1.2 ANÁLISIS DAFO

Figura 5: Análisis DAFO de situación actual en el sector turístico de la isla de La Palma.



Fuente: elaboración propia.

Debilidades:

- **Accesibilidad y conectividad a la isla:** existe una limitación de vuelos directos a La Palma y la frecuencia de ciertas aerolíneas es escasa.
- **Infraestructuras muy limitadas:** la isla actualmente cuenta con una capacidad bastante limitada en términos de alojamiento, transporte y otros servicios turísticos.
- **Gran dependencia del turismo:** la economía de La Palma depende en gran medida del turismo, lo que la hace vulnerable a fluctuaciones en la demanda turística.
- **Diversificación reducida:** la oferta turística no está suficientemente diversificada. Podría centrarse en diferentes tipos de turismo que están en auge y que son compatibles con todo lo que la isla puede ofrecer pero no se hace. Se podría decir que se está descuidando un gran potencial.

Amenazas:

- **Desastres naturales:** La Palma es vulnerable a desastres naturales. En la última década se ha visto afectada por numerosos incendios forestales, la erupción del volcán Tajogaite y terremotos.
- **Competencia como destino con el resto de islas:** existen muchas otras islas y destinos que compiten por atraer visitantes turistas, no sólo en territorio canario, sino más allá.
- **Pandemia y crisis sanitaria:** la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto severo y muy prolongado en la llegada de turistas.

Fortalezas:

- **Belleza natural:** La Palma es conocida por sus paisajes volcánicos, playas y áreas naturales protegidas, lo que la convierte en un destino atractivo para los amantes de la naturaleza. Su conocido apodo de “la Isla Bonita” ha hecho que se dé a conocer toda la belleza que tiene para ofrecer a los turistas y visitantes.
- **Sus tradiciones y cultura:** La herencia cultural y las tradiciones locales que tiene la isla ofrecen experiencias únicas a los visitantes.
- **Turismo de aventura y rural:** La isla ofrece diversas actividades al aire libre ideales para atraer turistas activos.
- **Calidad del aire y cielos limpios:** La Palma es reconocida por sus cielos despejados, ideales para la astronomía, lo que ha fomentado el desarrollo del astroturismo.

Oportunidades:

- **Desarrollo sostenible:** Existe una oportunidad para desarrollar un modelo de turismo sostenible que proteja el medio ambiente y beneficie a la comunidad local.
- **Innovación tecnológica:** La implementación de nuevas tecnologías en la promoción y gestión turística puede mejorar la experiencia del visitante y la eficiencia operativa.
- **Diversificación de la oferta:** Expandir la oferta turística para incluir turismo de bienestar, turismo cultural y ecoturismo puede atraer a diferentes segmentos de mercado.
- **Colaboraciones y financiación:** Aprovechar fondos europeos y colaboraciones internacionales para mejorar la infraestructura y servicios turísticos de la isla.
- **Marketing y promoción:** Aumentar la visibilidad de La Palma a través de campañas de marketing digital y promocionales en mercados emergentes.

2. SECTOR TURÍSTICO EN LA PALMA

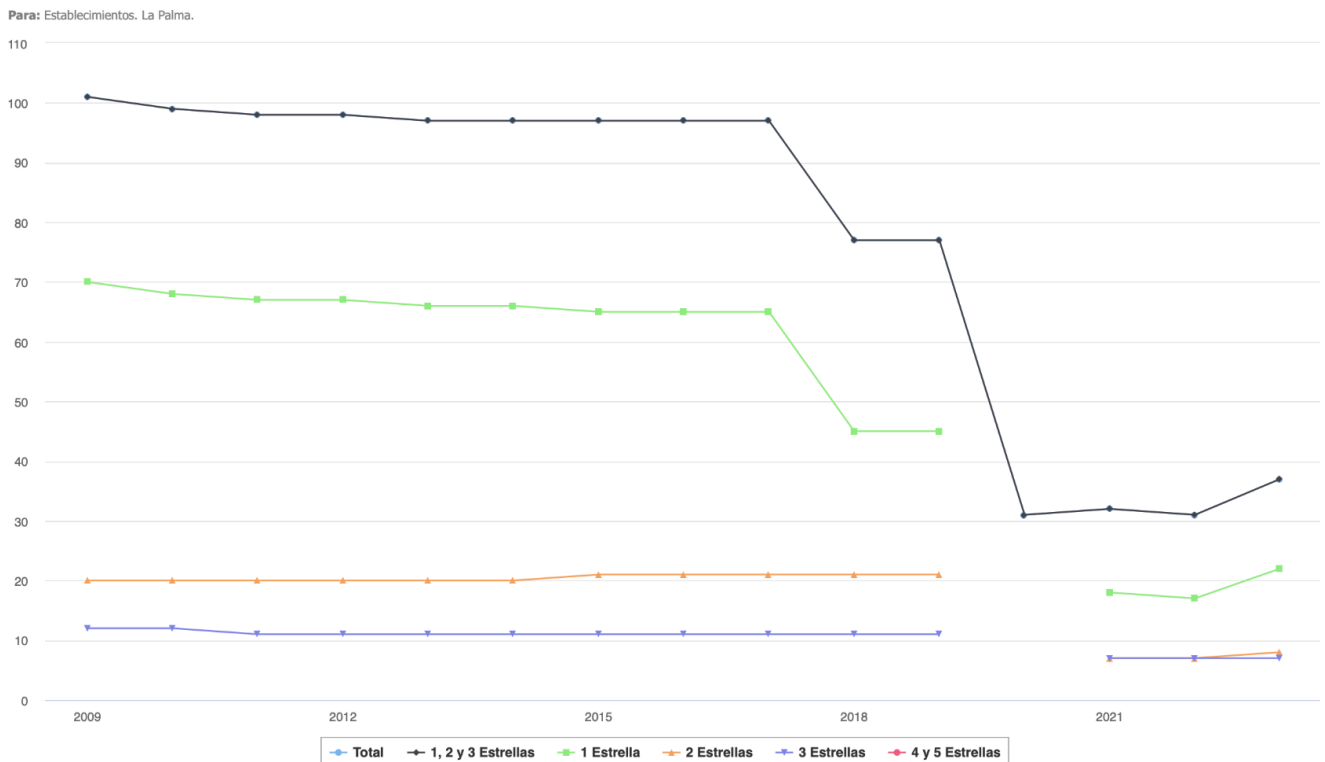
El turismo en la isla de La Palma juega un papel fundamental en la economía, al igual que en el archipiélago canario en su conjunto. El sector turístico ayuda a preservar y promover la

cultura, la historia y el patrimonio de la isla. Debido a ello, y la manera en la que se protegen las tradiciones, los turistas y visitantes tienen la oportunidad de conocer lugares históricos, apoyar las tradiciones palmeras y participar en actividades y eventos tanto culturales, como deportivos y científicos.

El turismo es una fuente significativa de empleo, proporcionando trabajo de manera directa e indirecta, en áreas como la hostelería, la restauración, el transporte, los comercios, la artesanía, la agricultura, la ganadería y otras actividades turísticas. Los turistas realizan gastos en todas las áreas mencionadas anteriormente, con lo que conlleva de la dinamización económica, donde comercios y negocios locales se ven beneficiados, algo que puede crear nuevas oportunidades de empleo, tanto en sectores tradicionales como otros emergentes.

La isla desea apostar por un modelo turístico que vaya acorde con su entorno medioambiental, socioeconómico y cultural. El modelo actual se caracteriza por su baja densidad alojativa, de tan solo 5170 plazas en 2023, tal y como indican los datos del Instituto Canario de Estadística.

Figura 6: Número y categoría de establecimientos abiertos que ha prestado servicios de alojamiento en La Palma (2009-2021)

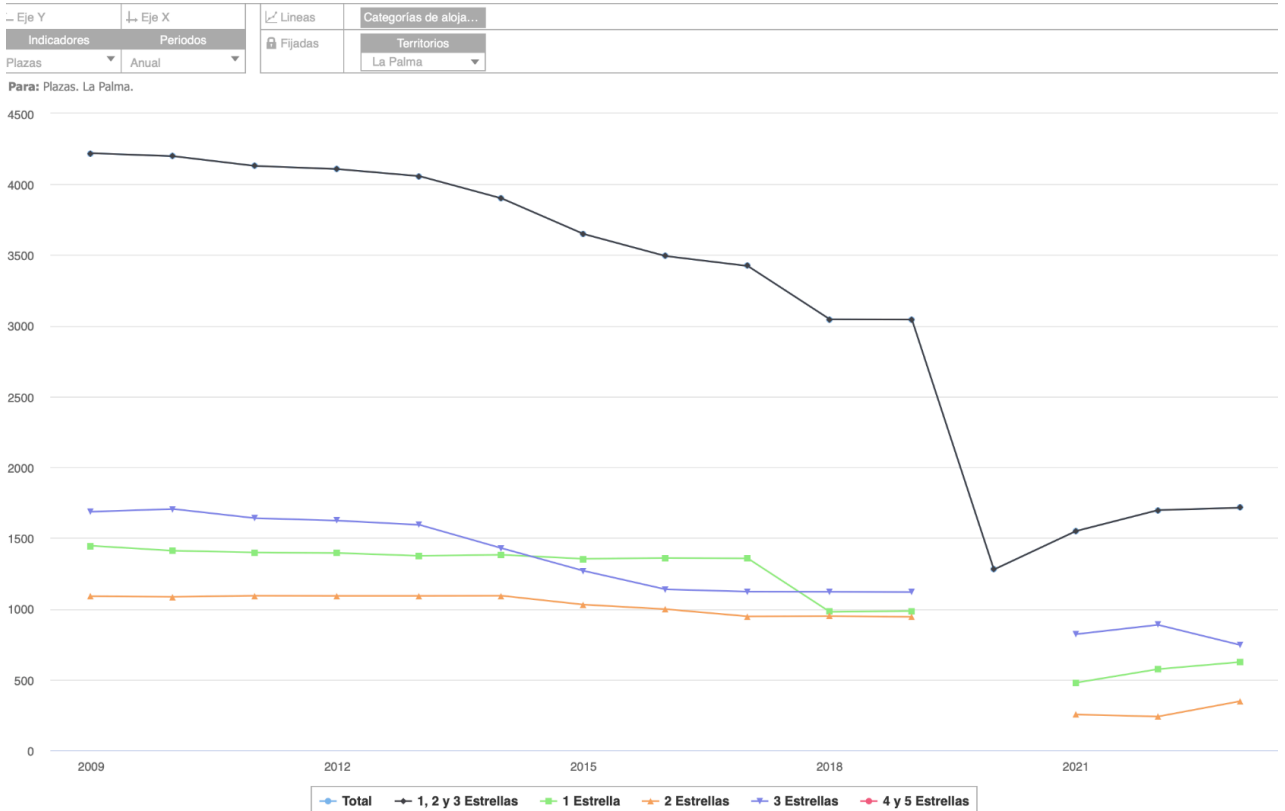


Fuente: página web del Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

En este gráfico, el eje X (eje horizontal) representa el tiempo desde enero de 2009 hasta diciembre de 2021, con intervalos que permiten observar la tendencia a lo largo de los años, mientras que el eje Y (eje vertical) representa el número de alojamientos turísticos de La Palma. Se muestra una disminución general en el número total de establecimientos turísticos en La

Palma, con una disminución significativa, sobre todo en las categorías de 1, 2 y 3 estrellas a partir de 2020, debido a la pandemia de COVID-19. Por otro lado, los alojamientos de 4 y 5 estrellas han mostrado una mayor estabilidad, lo que sugiere resiliencia en el segmento de alojamiento de “lujo”. Esto proporciona una visión clara de las tendencias y destaca las necesidades actuales del sector de alojamientos turísticos de la isla.

Figura 7: Número de plazas en servicios de alojamiento en La Palma (2009-2021)



Fuente: página web del Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

El gráfico muestra la evolución del número de plazas en establecimientos turísticos en la isla de La Palma desde 2009 hasta 2021, desglosado por categorías de alojamiento (enumeradas anteriormente). En el eje horizontal se representan los años y en el eje vertical el número de plazas en dichos establecimientos turísticos. La línea negra indica el número total de los establecimientos, la línea azul indica el total de las categorías de 1, 2 y 3 estrellas, indicadas de manera individual en las líneas verde (1 estrella), naranja (2 estrellas), morada (3 estrellas) y roja (4 y 5 estrellas). Esto sugiere la necesidad de medidas de apoyo para revitalizar el sector turístico en la isla, especialmente en las categorías de menor número de estrellas que han sido más vulnerables a las fluctuaciones económicas y sanitarias ocurridas en los últimos años.

Como sabemos, el sector turístico es un importante generador de empleo y de rentas en la isla 'Bonita'. En el año 2014, último dato para el que se ha publicado información en el ISTAC, se recibieron 154 mil turistas (tanto extranjeros como peninsulares). La isla contaba en 2015 con un total de 125 establecimientos alojativos abiertos, sumando hoteles y apartamentos. Estos establecimientos ofertaron casi ocho mil plazas y generaron más de un millón y medio de pernотaciones para algo más de 230 mil viajeros. Aún con estas cifras, debemos tener en cuenta que este destino se distingue por su integración en el medio natural y rural, puesto que desde el año 1983 buena parte de su territorio es Reserva de la Biosfera y en el año 2002 se realizó una ampliación para abarcar toda la geografía insular en dicha reserva.

El sector turístico de la isla de La Palma está mostrando su preocupación cada vez mayor por el futuro incierto que existe desde la erupción del volcán Tajogaite, con el efecto directo que ha tenido en este sector. Actualmente, la preocupación se fija en las diferentes temporadas, tanto de invierno, cuya importancia en este sector de la Palma es muy importante, como en la temporada de verano, pues no hay muy buenas expectativas con el panorama que se observa con la situación actual.

La erupción del volcán ha resultado en la pérdida de numerosos establecimientos turísticos, puesto que algunos quedaron sepultados bajo la lava y otros han tenido que cerrar debido a normativas y regulaciones. Por ejemplo, el municipio de Puerto Naos tiene alrededor de 3000 camas cerradas, teniendo sólo el Hotel Sol alrededor de 1200 camas. Esto afecta a las aerolíneas, ya que los turoperadores necesitan tener camas y plazas vinculadas a los vuelos. "Nosotros no queremos llenar la isla de hoteles, pero hay un mínimo conectable. Sin aviones no somos nada, no es solo quitar o poner aviones y conexiones, tiene que haber una demanda y una calidad, y actualmente tenemos muchísimas carencias", comentaba Óscar León, presidente del CIT Insular Tedote.

En este 2024, el Cabildo de La Palma ha destinado 7,24 millones de euros a la Consejería de Turismo para colaborar con la recuperación socioeconómica de la isla. Esta cantidad se distribuye para la realización de diferentes iniciativas y proyectos en busca de la reactivación del turismo. El actual presidente del Cabildo, Sergio Rodríguez, considera que es de suma importancia incrementar las cifras de visitantes y turistas y, sobre todo, hace especial hincapié en que "volver a los números es uno de los grandes objetivos del equipo de gobierno debido a la relevancia del sector en el ámbito económico". Muchas familias en la isla son dependientes del turismo, puesto que, como comentábamos, los ingresos están relacionados directa o indirectamente con este sector. Por ello se debe apostar fuerte en la búsqueda de la recuperación de la economía y sobre todo en la creación de un plan turístico, ya que es una actividad económica a la que no se puede renunciar, ante la que se debe tener políticas proactivas, para así poder convencer a la población de que no es algo negativo.

Con respecto al perfil de turista que está trayendo a La Palma, es un turista de naturaleza. El perfil de turista de naturaleza tiene diferentes características. Por una parte, apoyan la conservación de los bienes naturales y conectan la belleza y tranquilidad que les proporcionan los entornos naturales. Pero por otro lado, este tipo de turista tiene una característica que preocupa al sector turístico y económico de la isla de La Palma, debido a que precisamente no

es un turista que consume mucho, es decir, que minimizan sus gastos en el destino. Se podría decir que tienen un presupuesto más limitado, tienen preferencias por actividades gratuitas y por lo tanto, el ingreso en la economía local desciende.

El turista que visita La Palma tiene una serie de características que podemos observar en más detalle en los diferentes informes que han sido publicados por Turismo de las Islas Canarias. En este caso, analizaremos a continuación el informe correspondiente al perfil del turista del año 2021:

Características del perfil del turista que visita la isla de La Palma

- Número de turistas recibidos en 2021: 110.715 turistas (1,5% el total de turistas recibidos en las Islas Canarias), del cual 56,5% ya había visitado la isla, y de éstos el 3,7% ya había visitado al menos 10 veces.
- Edad promedio: 44.7 años, siendo el grupo de edad más grande el de 46-60 años (40,6%)
- Nacionalidades: españoles (65,5%) y alemanes (16,6%). 6 de cada 10 turistas fueron peninsulares en el año 2021.
- Medio de reservas de vuelos: a través de la compañía aérea (59,6%) y a través de touroperador, agencia de viajes o similar (40,4%)
- Medio de reservas de alojamientos: directamente con el establecimiento (54,4%) y a través de touroperador, agencia de viajes o similar (45,6%)
- Tipo de establecimientos: 62,7% se alojaron en hoteles de 4 estrellas y 15,8% en villas o casas rurales.
- Poder adquisitivo (ingresos netos anuales): la mayoría de los turistas recibidos tenían una franja situada entre 25000 y 50000 euros anuales y otro grupo de proporción significativa con más de 50000 euros anuales.
- Aspectos que influyeron en la elección del destino: paisajes (71,8%), entorno ambiental (56,1%), red de senderos (45,6%), autenticidad (39,9%) y tranquilidad (54,5%)
- Actividades: recorrer la isla por cuenta propia (75,4%), senderismo (58,6%), visitar la playa (60,7%), observación astronómica (17,7%) y degustar la gastronomía (48,9%)
- Impresión del viaje: calificación promedio de 8,85 sobre 10. El 50,3% de los turistas encontraron su experiencia mejor de lo esperado.

Figura 8: Porcentajes de establecimientos elegidos por los turistas en la isla de La Palma.

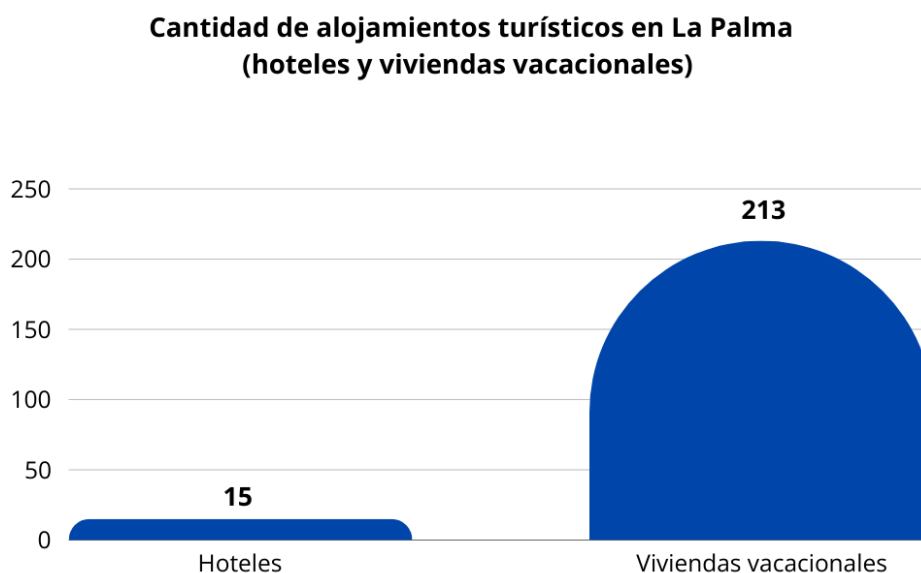


Fuente: PROMOTUR (Informe sobre el Turismo en La Palma del año 2021)

El presidente del CIT Insular Tedote, Óscar León, en una de sus entrevistas para la revista digital PALMERUS declaró que “el problema no viene solo a raíz de la erupción del volcán, sino que es una problemática que viene desde hace más años atrás. En la isla falta cantidad y calidad, pero eso no quiere decir que se instalen o incorporen 80.000 o 100.000 camas, sino que con llegar a menos de 25.000 camas sería un gran avance para tener una oferta educativa más diferenciada y con diferentes perfiles de turistas que cubran más sectores de turistas.”

Como comentamos anteriormente, la capacidad para desarrollar un turismo de gran magnitud en La Palma se encuentra restringida por la limitada disponibilidad de alojamientos y plazas turísticas, que actualmente consta de aproximadamente 58 establecimientos (ISTAC, marzo 2024). Según las estadísticas, se puede ver que los turistas que visitan la isla muestran una preferencia por el alquiler de apartamentos o casas rurales, lo que ha resultado en una escasez de grandes hoteles en la isla y con ello, falta de tirón para la construcción de los mismos. Un dato que se debe destacar con respecto a los establecimientos es que el turismo rural se ha ido convirtiendo en una modalidad muy importante en la isla, la cual actualmente podríamos decir que está en auge. Muchos propietarios de viviendas han visto esta oportunidad y han comenzado a remodelar casas antiguas para convertirlas en alojamientos turísticos. La Asociación de Turismo Rural Isla Bonita juega un papel muy importante en la isla desde su creación en el año 1992.

Figura 9. Gráfico de cantidad de alojamientos turísticos en La Palma.



Fuente: elaboración propia con información obtenida en Statista y Escapada Rural

En relación a los establecimientos que ofrece la isla de La Palma actualmente son 15 hoteles (*Statista, 2022*) y aproximadamente 213 casas rurales (*Escapada Rural, 2024*) disponibles para alquilar. Estas últimas opciones alojamientos ofrecen una variedad de opciones, desde pequeños estudios hasta casas más grandes con múltiples habitaciones y camas. Las casas rurales en La Palma están distribuidas en diversas localidades de la isla, como Villa de

Mazo, Fuencaliente, Puntallana y Tijarafe. Existen diferentes categorías de casas: rurales, vacacionales y alegales. Las casas rurales en la isla de La Palma son alojamientos rurales que ofrecen una experiencia auténtica y están regulados para garantizar la calidad y el confort. Las vacacionales se ubican en zonas urbanas y rurales, también reguladas y requieren de permisos especiales. Los alojamientos alegales a turistas con ciertos puntos de la normativa vigente, generan riesgos por la falta de registro formal y requisitos legales. Las casas rurales y vacacionales de La Palma ofrecen una calidad excepcional, así como Hacienda Félix y Casa de la Breña. En general estos alojamientos combinan arquitectura tradicional con comodidades modernas, ofreciendo experiencias relajantes con vistas impresionantes y equipamientos totalmente completos que velan por la comodidad de los huéspedes (Trotamundos).

Para conocer más sobre la calidad de los alojamientos en la isla de La Palma, se han analizado diferentes plataformas e intermediarios online para conocer las opiniones de los huéspedes. De manera general, se puede ver que la oferta es variada y de gran calidad (tanto hoteles como el resto de categorías mencionadas en el párrafo anterior). Los hoteles de la isla tienen buenas calificaciones, en particular en lo que respecta a la limpieza y la seguridad. Por ejemplo, los hoteles Benahoare y Palma Romántica se destacan por su limpieza y atención al cliente, donde obtienen una puntuación media de 9.2 y 8.2, respectivamente. Otros hoteles, como el Hacienda San Jorge y el H10 Taburiente Playa, obtienen puntuaciones altas también con respecto a la limpieza y la atención, teniendo una nota media de 8.8 y 8.4 (*Booking.com*).

Los problemas actualmente son internos, tal y como son las infraestructuras de las que dispone la isla, el número de camas y habitaciones. Con la cantidad de que dispone la isla, el sector está "sobreviviendo". En estos momentos, se están desarrollando diferentes proyectos con el propósito de integrar campos de golf en la isla de La Palma, concretamente en los municipios de Fuencaliente y otro en el municipio de Breña Alta. El Cabildo Insular de La Palma, con el acuerdo de todos los partidos políticos (Partido Popular, Partido Socialista Obrero Español y Coalición Canaria), ha adoptado la Declaración de "Intereses Insulares" para el eco-resort Camino Real La Pavona. Dentro de estos campos de golf se incluirán hoteles, con el fin de ampliar establecimientos y que sirvan de ayuda para continuar sumando camas y habitaciones para los turistas. Estas iniciativas, en relación con este tipo de proyectos, produce inquietud a la comunidad palmera debido a la problemática que se encuentra actualmente en el resto de islas, la saturación de turismo masivo y la creación de nuevos hoteles en espacios naturales protegidos. Algunos profesionales del sector turístico en La Palma y personas que desarrollan y trabajan en dichos proyectos entienden el miedo que tienen los residentes en la isla, pero también confían y saben que será de gran impulso para atraer y volver a cifras que se deben alcanzar, puesto que son muy necesarias en el sector turístico de la isla.

Con respecto al tipo de turista que recibe este destino, es una isla donde el turismo activo y de naturaleza representa más del 90% de los visitantes. Con la situación actual, se busca un perfil nuevo de turista que siga vinculado a la naturaleza y, sobre todo al deporte, pero que consuma más que el perfil que se tiene en la actualidad. Es por ello que se desea crear atracciones para captar la atención de esas personas. "Si el turista no consume, para qué lo queremos. No aspiramos a un perfil que busca habitaciones baratas y compra la comida en el supermercado", comenta Óscar Leon, presidente del CIT Insular Tedote.

Podemos decir que la isla está en un proceso de recuperación. Un punto a favor es que como destino tiene un amplio abanico que ofrecer, así como recursos como son la naturaleza, la astronomía o determinados tipos de aspectos culturales que, en conjunto, tienen una trascendencia que supera fronteras con una capacidad de capturar interés internacional muy importante.

3. EVENTOS Y TURISMO

La Palma representa un grandísimo ecosistema de oportunidades diversas de desarrollo de eventos de diferentes tipos. Las empresas organizativas junto con la financiación de un patrocinador privado y el soporte financiero público están haciendo una puesta en valor y de conocimiento de ese tipo de recursos y también del potencial natural que la isla tiene. Aunque actualmente no cuente con un establecimiento que tenga la capacidad de acoger a un número significativo de asistentes, algo que determina las características de afluencia, sí que tiene un gran potencial de recursos naturales y de espacios escénicos diversos en el exterior para cualquier tipo de evento. Tener una cartera de eventos diversificada a lo largo de las distintas estaciones y meses del año es un plus que tiene la oferta turística de la isla. Esto es una gran oportunidad de combinar eventos que alcanzan a más público, ya sean musicales, deportivos o más especializados.

Es una isla de productos de turismo nicho de diferentes intereses especiales donde se podrían combinar prácticamente todos los campos, desde productos agroalimentarios, como los quesos o los vinos, hasta referencias muy importantes para hacer otro tipo de certámenes, y sin duda, elementos culturales con la riqueza y diversidad que la isla tiene sirve para hacer propuestas específicas de gran nivel.

A pesar de la existencia de muchos eventos que impulsan diferentes sectores de la isla, para este trabajo se han elegido 3 eventos culturales (Isla Bonita Love Festival, La Fiesta de Los Indios y la Bajada de la Virgen de Las Nieves), 2 eventos deportivos (Transvulcania Trail y Reventón Trail) y 1 evento científico de la vía de astronomía (AstroFest).

3.1 EVENTOS DEPORTIVOS EN LA PALMA

Cuando se habla de La Palma, se puede ver el enorme vínculo que existe entre el deporte y la isla. Los eventos deportivos tienen una dimensión social muy importante puesto que han activado en la isla una forma de ser, un estilo de vida muy deportista, ligado al disfrute de la naturaleza, existiendo competiciones de diferentes modalidades y categorías, como son las maratones tan populares en La Palma, las pruebas de bicicleta el senderismo, o caminar sólo por el disfrute. Esto se convierte en un elemento de nexos, de unión y de relación, entre ciudadanos, instituciones públicas y organismos mixtos, junto a una red importante de asociaciones privadas para el desarrollo de los propios eventos.

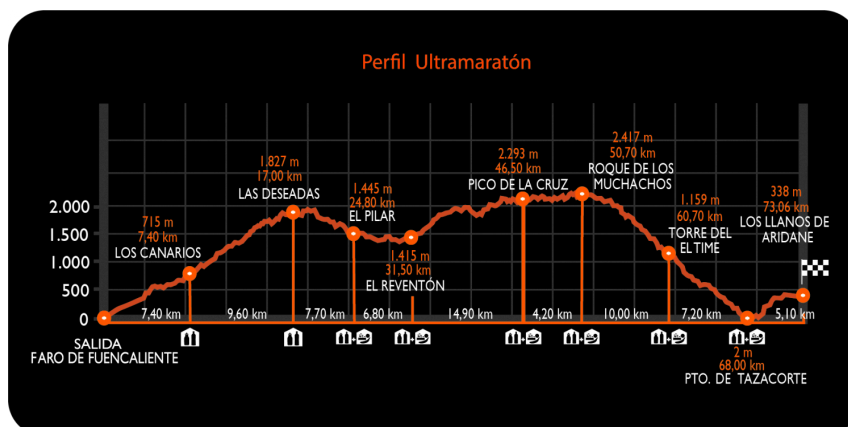
En esta ocasión, trataremos dos eventos deportivos que son muy importantes a nivel insular, nacional e internacional. Estos eventos son la Transvulcania Adidas Terrex y Reventón El Paso. Ambas pruebas son de Trail Running, una disciplina deportiva que se realiza en entornos naturales y que posiciona a la isla a nivel global. Los organizadores de ambas pruebas deportivas desean impulsar y potenciar estos eventos, ya que no se trata sólo de deporte, sino que además son grandes generadores de economía en la isla y están altamente vinculados con el turismo, la restauración y hostelería de La Palma.

3.1.1 TRANSVULCANIA

Transvulcania es una de las carreras de trail running más importantes y duras del mundo y sólo tiene lugar en esta isla; su primera edición se llevó a cabo en el año 2009. Se considera la “madre” de las carreras en la isla y un epicentro del Trail a nivel europeo y mundial. La carrera incluye varias modalidades, como la ultramaratón, maratón, media maratón, kilómetro vertical y Transvulcania kids junior, que recorren algunos de los senderos y paisajes espectaculares de la isla, incluyendo el Parque Nacional de la Caldera de Taburiente. Atrae a corredores de élite y entusiastas de todo el mundo y es conocida por su desafiante recorrido y la naturaleza en la que se realiza. Esta carrera forma parte de UTMB World Series, que es un circuito mundial de trail running, con 43 eventos alrededor del mundo para que los participantes puedan experimentar la “aventura UTMB” en distintos lugares y paisajes y ha sido diseñada para ser el evento cumbre de este deporte. Desde el año 2012, esta prueba puntúa para el Campeonato del Mundo de carreras de montaña.

La ultramaratón se denomina “la carrera de carreras de Transvulcania”. Es la ruta más extensa, con un total de 73,06 kilómetros. Su salida se ubica en el Faro de Fuencaliente, al igual que el resto de categorías, y continúa por el sendero de “Gran Recorrido” GR 131, también conocido como ‘Ruta del Bastón’, hasta la playa de Tazacorte. Desde allí, se conecta con el GR 130, cuyo nombre es Camino Real de la Costa, hasta la línea de meta, situada en la Plaza de España, junto al Ayuntamiento de Los Llanos de Aridane. Tiene una distancia de 73,06 kilómetros y 4.350 metros de desnivel positivo acumulado y 4.057 metros de desnivel negativo acumulado.

Figura 10: Gráfico del Perfil de la categoría Ultramaratón



Fuente: página Web de Transvulcania.

La maratón comienza en el área recreativa del Refugio de El Pilar, en el municipio de El Paso, concretamente a 1.450 metros de altura, y continúa por el sendero de Gran Recorrido GR 13, hasta llegar al Puerto de Tzacorte, donde se encuentra la meta de esta categoría. Tiene una distancia total de 43,20 km y 1.884 metros de desnivel positivo acumulado y 3.329 metros de desnivel negativo acumulado. La parte final del recorrido desciende desde el Roque de Los Muchachos, a 2.426 metros sobre el nivel del mar, hasta la Playa de Puerto de Tzacorte, ubicada a nivel del mar.

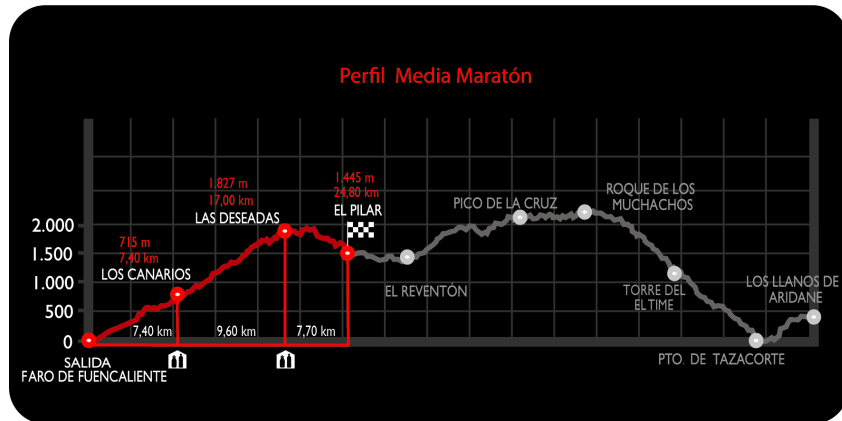
Figura 11: Gráfico del Perfil de la categoría Maratón.



Fuente: página Web de Transvulcania.

La media maratón de Transvulcania tiene menos intensidad que la ruta de Ultramaratón, ya que tiene 24,80 km de longitud. Comienza en el Faro de Fuencaliente, justo una hora y media después que la Ultramaratón. En esta categoría se recorre la Ruta de los Volcanes hasta el área recreativa del Refugio de El Pilar. Una de las características de esta categoría es que hay una zona donde los atletas deben correr en sentido contrario al recorrido, por lo que realizan una subida por un malpaís de lava volcánica. Esta versión 'corta' de Transvulcania tiene 2.097 metros de desnivel positivo acumulado y 689 metros de desnivel negativo acumulado. En el resto del recorrido, los participantes pasan por varios puntos emblemáticos, como en el barrio de Los Canarias, donde se reúnen los habitantes del pueblo de Fuencaliente en las primeras horas de la mañana para animar y aplaudir a los corredores. Más tarde, pasan por otro lugar importante, Las Deseadas, donde les esperan voluntarios y voluntarias en un avituallamiento que organiza el Ayuntamiento de Villa de Mazo en coordinación con la Organización TRV.

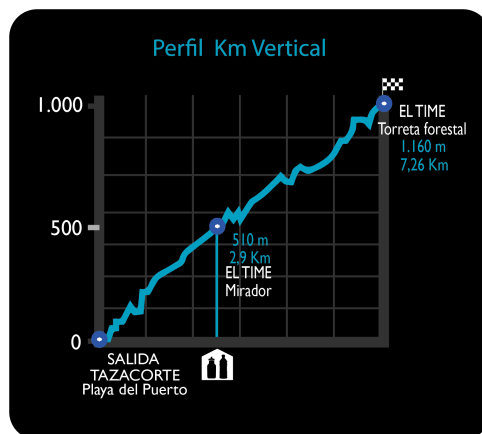
Figura 12: Gráfico del Perfil de la categoría Media maratón



Fuente: página Web de Transvulcania.

La categoría de Kilómetro vertical comienza en la Playa de Puerto de Tazacorte, y continúa por GR-131, en sentido contrario al recorrido de la Ultra Trail. En este tramo, el sendero asciende por la pared del barranco de El Time hasta el municipio de Tifaraje a 273 metros. Más adelante, la ruta continúa ascendiendo por el sendero hasta llegar al Mirador El Time, a 513 metros. La subida sigue por la pista del GR-131, hasta llegar a los 624 metros sobre el nivel del mar, en el emblemático hito de Casa Húngara. En este punto, se deja la pista del GR-131 y se entra en un sendero del municipio de Tifaraje, donde alcanzarán el Mirador de Piedra del Guanche a 750 metros. El sendero continúa ascendiendo hasta conectarse de nuevo con el GR-131, alcanzando finalmente la torre forestal de El Time cuya altitud es 1.600 metros sobre el nivel del mar. Esta categoría tiene una longitud total de 7,26 kilómetros y 1.203 metros de desnivel.

Figura 13: Gráfico del Perfil de la categoría Kilómetro vertical.



Fuente: página Web de Transvulcania.

Por último, la categoría de los atletas más pequeños, la Transvulcania Kids Junior. Esta categoría fue creada y diseñada para que los niños y niñas puedan empezar a vivir y experimentar de primera mano toda la esencia de esta carrera y puedan comenzar a descubrir el amor por el deporte y la naturaleza, además de que representan el futuro de la isla y la

Transvulcania. En esta edición 2024, han participado más de 600 niños. Existen diferentes tramos que dependen de la distancia y la edad que tengan los participantes. A continuación, podemos observar en la tabla los diferentes tipos de carrera en esta categoría.

Figura 14: Tabla de la categoría Transvulcania Kids Junior 2024

Edades y distancias de Transvulcania Kids Junior

Categoría	Año de nacimiento	Distancia aproximada
Mini Kids	Nacidos en 2019 y posteriores	250 metros
Sub 8	Nacidos entre 2017 y 2018	500 metros
Sub 10	Nacidos entre 2015 y 2016	750 metros
Sub 12	Nacidos entre 2013 y 2014	1250 metros
Sub 14	Nacidos entre 2011 y 2012	2000 metros
Sub 16	Nacidos entre 2009 y 2010	2500 metros
Sub 18	Nacidos entre 2007 y 2008	4500 metros

Fuente: elaboración propia con información obtenida por la página Web de Transvulcania.

En los últimos años, esta prueba deportiva fue perdiendo fuerza puesto que se ha visto afectada por la pandemia de COVID-19 y la erupción del volcán Tajogaite, así como la aparición de competencia en carreras como la 'Transgrancanaria', con el apoyo de atletas internacionales. Además, se realizaron cambios en la ruta y poco a poco fue perdiendo la esencia de lo que era en un principio. En 2018, se alcanzaron aproximadamente 5,8 millones de euros, de los cuales 2,6 millones fueron el retorno de la inversión realizada (datos proporcionados por el presidente del Cabildo de La Palma, Sergio Rodríguez). Para recuperar esa esencia, se han cambiado de nuevo los recorridos.

La organización de este evento la dirige Sodepal (Sociedad de Promoción y Desarrollo Económico y Social de la Isla de La Palma), la cual es una empresa pública que pertenece al Cabildo de La Palma, junto a la Consejería de Deportes y otras áreas del Cabildo.

Con respecto a los patrocinadores de este evento, desde el año 2014 no existía ningún vínculo con empresas que colaboraran con la misma, puesto que hasta ese año era la marca deportiva Salomon la que representaba el evento, pero este año la marca Adidas se ha convertido en socia de esta carrera, pasando a llamarse a partir de ese momento "Transvulcania Adidas Terrex". La marca ha comunicado que es una oportunidad perfecta para recuperar lo que en un principio fue

esta carrera y toda su esencia, puesto que buscan apoyar esta prueba tan importante para el mundo deportivo, pero sobre todo buscan colaborar con el progreso de la comunidad palmera.

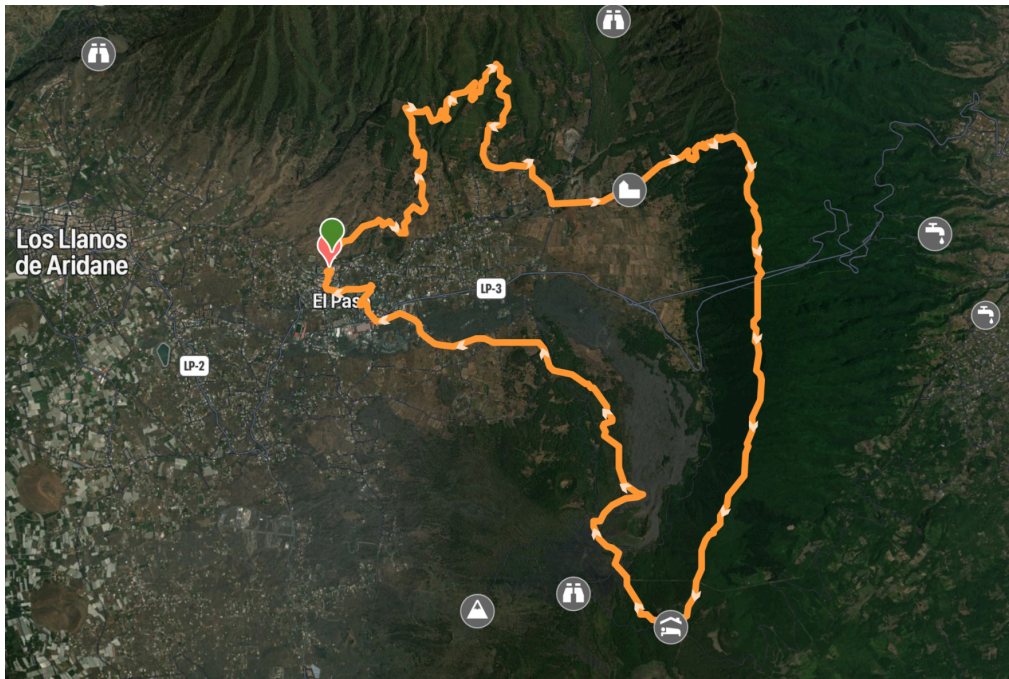
En esta última edición, ha habido un total de 2800 corredores de más de 50 nacionalidades, 600 niños en la categoría Kids Junior y alrededor de un centenar de atletas de élite, lo cual le suma más importancia a este evento junto a los corredores palmeros.

Transvulcania Adidas Terrex tiene un impacto socioeconómico muy grande, porque como hemos mencionado, posiciona a la isla a nivel turístico, pero además posiciona a la prueba de trail como una de las mejores del mundo. Por otra parte, genera empleo y apoya a la economía local, a lo que también se suma una de las características que diferencia a esta prueba deportiva, que es la relación que tiene el pueblo palmero con la misma, es decir, el valor humano de este evento.

3.1.2 REVENTÓN TRAIL

El Reventón Trail es una carrera de montaña destacada que se realiza en el municipio de El Paso, concretamente con salida y meta en el casco histórico del municipio, junto al Bien de Interés Cultural de la Ermita de Nuestra Señora de Bonanza, ubicada en la calle Manuel Taño. Esta ubicación se ha escogido con el fin de poner en valor este espacio cultural y patrimonio histórico y estratégico a nivel turístico en el municipio. Esta carrera ofrece diferentes distancias y recorridos diseñados para corredores de todos los niveles, desde principiantes hasta competidores de élite. Las modalidades son: Maratón de 42,2 kilómetros, Classic de 31,8 kilómetros, Sprint 17,5 kilómetros y Starter de 8 kilómetros y la Ultra Trail Cumbre Vieja de 70 kilómetros.

Figura 15: Recorrido total de Reventón Trail.



Fuente: página web Wikiloc (Reventón Trail - El Paso)

Todos los participantes tienen la oportunidad de recorrer los maravillosos paisajes de la isla, paisajes que no cualquier turista puede alcanzar a visitar y admirar, disfrutan de la isla mientras compiten en senderos técnicos y muy exigentes. El Reventón Trail es una experiencia emocionante tanto para los competidores como para los espectadores que disfrutan del ambiente y la energía de la carrera.

Esta prueba tiene una gran importancia tanto en el municipio como en el ámbito insular. La inversión económica es elevada, superando la cantidad de 400.000 euros, pero tiene una multiplicación por cuatro o cinco en los establecimientos, ya que los beneficios son sublimes.

Este año 2024, la Reventón Trail El Paso se ha llevado a cabo desde el día 4 de abril hasta el día 6 de abril, y han participado más de 2000 corredores, entre ellos 300 menores, aproximadamente. En esta edición el número de plazas de los atletas se ha aumentado por parte de la organización. El número total de personas involucradas este año ha sido de 442 personas, distribuidas en empresas de suministros, voluntarios y voluntarias, efectivos de seguridad y sanitarios. Además, se ha llegado a superar los 10000 visitantes.

Figura 16: Estadísticas de la ruta de Reventón Trail.

ESTADÍSTICAS DE LA RUTA	
Distancia 28,73 km	Desnivel positivo 1.239 m
Dificultad técnica Moderado	Desnivel negativo 1.239 m
Altitud máxima 1.519 m	TrailRank ⓘ 15
Altitud mínima 689 m	Tipo de ruta Circular

Fuente: página web Wikiloc (Reventón Trail - El Paso)

Dentro de esta carrera, en paralelo se realiza la Feria del Corredor, una feria donde 7 empresas locales desarrollan su actividad comercial, donde destaca el Reventón Store, un punto de venta del merchandising oficial de dicha prueba. Los stands presentes en la última edición fueron los siguientes: Magma Canarias, Loco Alex, Canarias Beeprun, Oldpeak, Volbe, Aonijie, Transvulcania Adidas Terrex Isla De La Palma, Cit Tedote y Kiosko Mandala. Con respecto a los patrocinadores que trabajan mano a mano con los organizadores (Ayuntamiento de El Paso y el Cabildo Insular de La Palma), la empresa colaboradora principal es Fred Olsen, compañía interinsular de ferries, que para que, tal y como lo expresa el Sales Manager de dicha empresa, Lorenzo Spinelli, “colaborar con este evento es todo un orgullo, ya que apuesta por el deporte, el respeto por el medioambiente y el comercio local, que son valores muy importantes en nuestra compañía”.

Se puede decir que el Reventón Trail no es tan sólo una prueba deportiva, sino que también es un referente en cuanto al deporte y es una manera de proyectar el municipio y la isla. Además, se apuesta por dar a conocer el valioso patrimonio natural, etnográfico y cultural.

3.2 EVENTOS CULTURALES EN LA PALMA

Los eventos culturales en la isla de La Palma son un pilar fundamental para la economía de la isla. Tal y como se refleja en el análisis DAFO anterior (Punto 1.2), la cultura y las tradiciones en la isla son una fortaleza y un motor para la sociedad palmera y, por ende, para la economía.

3.2.1 ISLA BONITA LOVE FESTIVAL

El Isla Bonita Love Festival es un destacado evento musical que se celebra en el municipio de Villa y Puerto de Tazacorte, al oeste de La Palma, específicamente en el muelle de la localidad. Este festival, que comenzó en 2016 y se prepara para su novena edición, celebra la diversidad de género y promueve un espacio inclusivo, defendiendo las libertades individuales y colectivas.

La organización del evento está a cargo de Sodepal y El Time Eventos, en colaboración con el Cabildo de La Palma y el Ayuntamiento de Tazacorte. Según PROMOTUR (sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, responsable de la gestión de Canarias como destino turístico), se trata del proyecto musical con mayor puntuación en Canarias en términos de impacto turístico. A pesar de no ser una isla capitalina como Tenerife o Gran Canaria, La Palma se posiciona como un competidor de igual nivel en el ámbito de los grandes eventos con esta celebración.

Desde su inicio, el festival ha generado una pequeña industria local, con la creación de empresas culturales que también colaboran con otros eventos importantes de la isla mencionados en este trabajo de investigación. El impacto social y económico del Isla Bonita Love Festival es notable y, además promueve la visibilidad y concienciación sobre la diversidad, la igualdad y el respeto por los derechos humanos, independientemente del género u orientación sexual.

El festival se ha convertido en un punto de encuentro y referencia para personas de diversas procedencias y gustos musicales, unidas por el respeto a la diversidad afectiva y sexual. Ha sido un escenario ideal para visibilizar y defender los derechos del colectivo LGTBI+ en un ambiente festivo y único. Además de fomentar una sociedad más justa y comprensiva, el festival estimula la economía local, incrementando la demanda de servicios como alojamientos, restaurantes y comercios, y generando empleo en diversos sectores, desde seguridad y logística hasta producción y servicios. Ha habido, desde sus comienzos, una apuesta importante por parte del Cabildo Insular La Palma y ha venido respaldada también con una gran financiación, teniendo en cuenta que ésta se dirige a un público masivo. Si los eventos musicales están dirigidos a un público general, traer a figuras relevantes de la música actual tiene un gran poder de atracción, movilizándolo tanto a residentes como a turistas. Esto permite llegar a una audiencia más amplia, convirtiendo el evento en una oportunidad con un tremendo potencial.

El evento también ayuda a posicionar a La Palma en el mapa de los eventos musicales, no solo a nivel canario, sino global, atrayendo a artistas de gran prestigio, así como el grupo mexicano Maná, el cantante dominicano Juan Luis Guerra o los DJs internacionales Juicy M (Ucrania) y, en la próxima edición de 2024 asistirá Martin Garrix (Países Bajos). La promoción de la industria creativa local y el fortalecimiento del sentido de comunidad son otros beneficios intangibles que proporciona este festival.

El festival, debido a la infraestructura donde se lleva a cabo, tiene una capacidad máxima de 15.000 personas y, según datos de Sodepal, las ventas anuales oscilan cada año entre 13.000 y 15.000 entradas. La inversión inicial se sitúa entre 600.000 y 700.000 euros, con fondos

provenientes de la administración pública. Cuenta con el patrocinio de empresas privadas como Iberia Express, Coca Cola, Heineken Silver, Boluda Shipping y Ron Aldea. Actualmente, se está trabajando en atraer no sólo a residentes y población canaria, sino también a turistas que vengan desde otros lugares del mundo. En el año 2022, más de 300 trabajadores y alrededor de un centenar de empresas participaron en la celebración del festival, por lo que volvemos a observar que es un gran motor para la economía local.

Figura 17: Patrocinadores del Isla Bonita Love Festival



Fuente: página web de Isla Bonita Love Festival

Aparte del festival de música, que tiene lugar el último día de programación, también se celebran con casi dos semanas de antelación otro tipo de eventos que abarcan ámbitos como el ocio, con exposiciones, ciclos de cine, jornadas, concursos, jornadas, junto a otras actividades. La gastronomía, la moda, el comercio o la integración social se celebran en toda la isla durante la temporada del “Isla Bonita Love Fest”. El festival finaliza con un colofón en el puerto de Tazacorte, un gran concierto de grupos y artistas famosos.

Además, este año la organización ha optado por incluir otro de los aspectos altamente ligado con la isla, el deporte. En la próxima edición se llevará a cabo la primera “Love Run”, una carrera sobre asfalto que constará de 3.000 metros aproximadamente y se aproxima una participación de entre 200 y 300 atletas, entre niños, adultos y corredores senior. Este nuevo evento será el día previo al Love Festival. Será un momento en el que el municipio cuente con gran afluencia de asistentes, por lo que es el momento idóneo para promover el deporte dentro de un entorno festivo.

Figura 18: Cartel de Isla Bonita Love Festival 2024 con los artistas Ricky Martin y Martin Garrix.



Fuente: página web de Isla Bonita Love Festival

3.2.2 LOS INDIANOS

La Fiesta de Los Indianos es una celebración que se lleva a cabo cada lunes de carnaval en Santa Cruz de La Palma, la capital de la isla. En este evento, toda la ciudad se convierte en La Habana, Cuba, dado que este país fue un gran receptor de inmigrantes de La Palma. El festival tiene un carácter tradicional cubano debido a las conexiones entre las dos islas. Los principios de esta festividad se remontan al año 1966, cuando tres hermanos de la familia Cabrera Santos organizaron una fiesta de disfraces de 'indianos', que eran los isleños que emigraban a Sudamérica a lo largo de los siglos XIX y XX y que más tarde volvían con riquezas adquiridas. La primera vez que se realizó este evento se hizo sin grandes ideas sobre cómo desarrollar las vestimentas, pero la imaginación se impuso a través de antiguas revistas y de algunos inmigrantes retornados que compartían su experiencia. A esa primera edición acudió apenas una decena de personas, sin llegar a imaginar que evolucionaría de forma impensable.

Como parte de esta "parodia" forma parte de la fiesta tirar polvos de talco. Esto se remonta a la costumbre de "empolvarse" o "enjarinarse" el lunes de Carnaval, que se integró a la fiesta en los años 80, sin conocer realmente cómo surge esta costumbre. Las parodias dedicadas a los indianos se repitieron a lo largo de los años siguientes, ganando cada vez más visitantes, y su fama se extendió, primero a la península Ibérica y luego a otros países, donde fue ganando mucha más popularidad. Actualmente, esta celebración sitúa el Carnaval de La Palma entre los 10 mejores carnavales de todo el continente europeo.

Poco a poco esta fiesta ha ido ganando un reconocimiento muy importante y se ha convertido en una fiesta única en todo el mundo. "Las grandes ideas salen de pequeños planes", afirma Manuel Cabrera Guerra, hijo de los primeros organizadores de dicha fiesta, quién tenía 10 años en el momento del 'nacimiento' de Los Indianos. Esta celebración ha ido creciendo cada vez

más, sin perder la esencia, la cual es recordar a aquellos palmeros que tuvieron que abandonar la isla para buscar un mejor futuro y que regresaron en ocasiones con sus sueños cumplidos.

En el año 1998 se añadió el espectáculo de la negra Tomasa, interpretado por Víctor Díaz, conocido popularmente como Sosó. Esta figura icónica juega un papel tan importante que la fiesta no comienza hasta que Negra Tomasa se presenta con el cónsul cubano y las autoridades de la isla. Luego, la procesión avanza por las calles al son de canciones cubanas. Al mediodía, cuando Sosó llega a Plaza España, se presenta una placa que cambia el nombre de “Plaza España” a “Plaza de La Habana”, con todo el simbolismo que ello conlleva. A partir de ese momento, la música cubana, los polvos talcos y todos los asistentes vestidos de blanco ocupan el centro histórico y la fiesta se extiende a todos los rincones de la capital.

En relación con el festival, se creó un circuito que recreaba la ropa, las joyas e incluso los billetes dentro de las maletas. Todo lo más fielmente posible a las realidades de la época. Ese día la conocida ‘isla bonita’ se convierte en una isla blanca por un día completo. En 2017 esta celebración fue categorizada como ‘mejor alternativa en fiestas de Carnaval’ por, el periódico Británico ‘The Guardian’, y en 2022, recibió un reconocimiento como la segunda mejor fiesta de España en el concurso ‘#MiFiestaEsLaMejor’, un concurso que realiza Clubrural (plataforma online de promoción turística rural) para dar visibilidad a fiestas españolas y premiarlas a nivel nacional.

Los Indianitos es una celebración que adapta la fiesta tradicional de Los Indianos para los más pequeños de la familia. Esta fiesta se realiza el día previo a la bienvenida de la negra Tomasa en las horas de la mañana hasta mediodía. Esta versión comenzó a hacerse en la última década para que los niños y niñas pudieran disfrutar de esta tradición, con la misma temática y vestimenta, pero realizando una ‘guerra’ de polvos talcos de una manera más controlada. Con bailes, animación y música adaptadas a ellos para que desde una edad temprana puedan disfrutar de esta celebración que forma parte de la cultura de la isla, que cada vez son más las personas las que se suman desde Canarias, España y otros puntos del mundo por lo particular de este atractivo.

Esta pasada edición de 2024, Santa Cruz de La Palma recibió una asistencia de 60.000 personas, aproximadamente. A diferencia del año pasado, cuando se recibieron alrededor de 73.000 asistentes. Esta disminución puede deberse a la competencia que tiene con otras fiestas celebradas en otras parte de Canarias este mismo lunes de Carnaval, por problemas de logística y transporte o, incluso por escasa promoción del evento, entre otros motivos posibles.

Figura 19: Danza de La Negra Tomasa (Sosó) en Indianos 2024.



Fuente: Facebook de fotógrafo Saúl Santos

3.2.3 BAJADA DE LA VIRGEN DE LAS NIEVES

La fiesta lustral de la Bajada de la Virgen de las Nieves es una fiesta religiosa y folclórica tradicional que se celebra cada cinco años de julio a agosto en la capital de La Palma, Santa Cruz de la Palma. La última celebración se realizó en 2015, debido a que en 2020 se canceló por la pandemia y la próxima edición se realizará en el próximo año 2025. Durante estas celebraciones, la imagen de Nuestra Señora de Las Nieves es transportada desde su santuario hasta Santa Cruz. Son muchas las tradiciones en torno a este evento religioso que tienen sus raíces en 1680, cuyo mayor acto es la Danza de los enanos. Fue reconocido como Festival Nacional de Turismo en 1980 y además ganó el Premio del Centro Internacional para la Preservación del Patrimonio (CICOP) en 2007. Un largo programa de actos lúdicos y religiosos llena las calles y plazas de la capital durante algo más de un mes.

El traslado de la imagen de la Virgen, desde su santuario hasta la ciudad capitalina, tiene lugar durante dos semanas. Durante la Bajada, la Virgen tiene su residencia en la Plaza de España, en la parroquia Matriz de El Salvador. El último domingo de junio, los asistentes de toda la isla y visitantes, vestidos con traje típico, se dirigen hacia la parroquia. La Semana Chica comienza con dicha Romería, donde se celebran actos como el desfile de la 'Pandorga'.

La 'Semana Grande' comienza el segundo domingo de julio, con la representación de los 'mascarudos', que son disfraces de cabezudos y gigantes. El miércoles siguiente se realiza el Minué o Danza del Siglo XVIII, cuya música y coreografía corresponden al músico y compositor palmero Luis Cobiella Cuevas. Este número recrea la suntuosidad y elegancia del rococó del siglo XVIII, con un total de 24 parejas de baile formadas por jóvenes. Existen otros números tradicionales que se llevan a cabo durante esta semana, como la 'Danza de Acróbatas' o el

'Carro Alegórico y Triunfal'. Por ello, esta fiesta engloba el arte del teatro, la música y la literatura, y la danza.

Con respecto a la Danza de los Enanos, el número que más caracteriza a esta festividad, es una tradición folclórica única en el mundo, un baile festivo y colorido protagonizado, generalmente, por un grupo de 30 hombres, puesto que de momento nunca han participado mujeres. Estos participantes se visten con trajes elaborados de enanos, decorados con campanas y cascabeles que suenan durante las representaciones, que se llevan a cabo en diferentes momentos y puntos en Santa Cruz de La Palma. El "secreto de los enanos" hace de este baile algo fascinante y emblemático, un truco en el que los bailarines se transforman de una manera rápida de personajes altos en los conocidos enanos en cuestión de segundos, sin que se conozca el mecanismo que utilizan para esta transformación. No sólo es una fusión mágica entre el baile y la música característica y pegadiza, la Danza de los Enanos es un símbolo de identidad para la isla, donde se refleja la devoción de la comunidad palmera y el orgullo de las tradiciones ancestrales que se mantienen vivas.

Figura 20: Fotografía de la Danza de los Enanos de la Bajada de la Virgen.



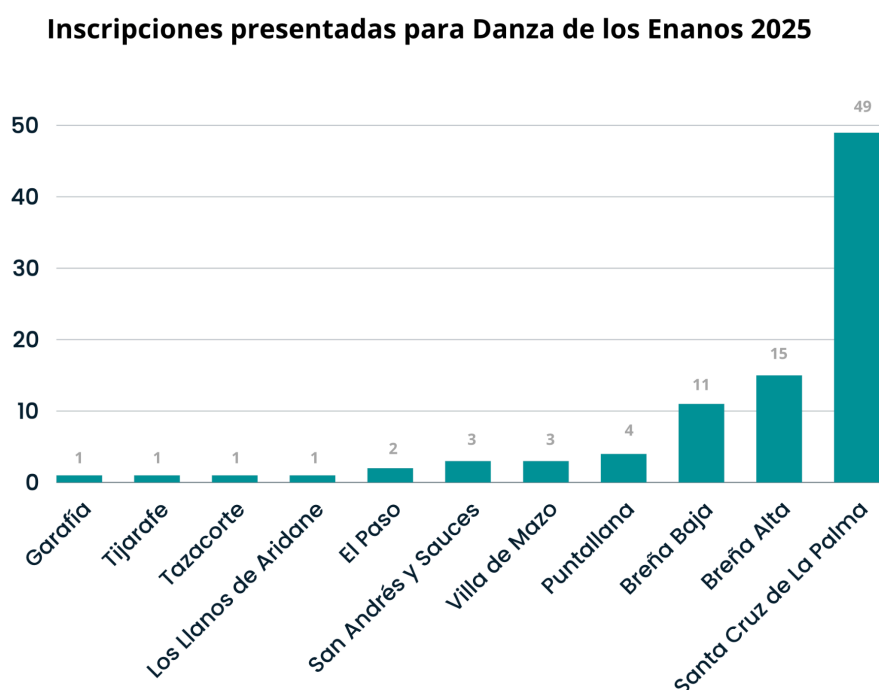
Fuente: página web de Bajada de la Virgen

La capital de la isla, Santa Cruz de la Palma, desea que esta festividad sea Bien de Interés Cultural y preservar así para futuras generaciones su esencia y sus principales actos. El senador de La Palma, Kilian Sánchez, presenta una moción en la Cámara Alta para solicitar al Gobierno español a que impulse la candidatura de estas fiestas para su declaración como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO. Esta propuesta está respaldada por otros acuerdos institucionales como los adoptados en el ayuntamiento de Santa Cruz de La Palma el 10 de mayo de 2013, la declaración institucional del Senado del día 11 de julio de 2013 y el decreto del Gobierno de Canarias en el que se reconoce Bien de Interés Cultural (BIC), dentro de bienes inmateriales (Usos sociales-rituales y festivos) del 24 de febrero de 2024.

Estas fiestas destacan por su originalidad, en donde se une la religión que caracteriza a esta celebración desde sus inicios de manera ininterrumpida, hasta que en 2020 lo frenará la pandemia. La Bajada de la Virgen ha sido capaz de reunir en la capital palmera a miles de personas que quieren vivir de cerca una celebración que tiene su origen en la costumbre palmera de llevar a su patrona desde el Santuario hasta la ciudad como plegaria. Esta celebración representa una fusión de fe, cultura y tradición. Su ejecución es un momento de solemnidad y refuerza el sentido de comunidad que existe entre los palmeros.

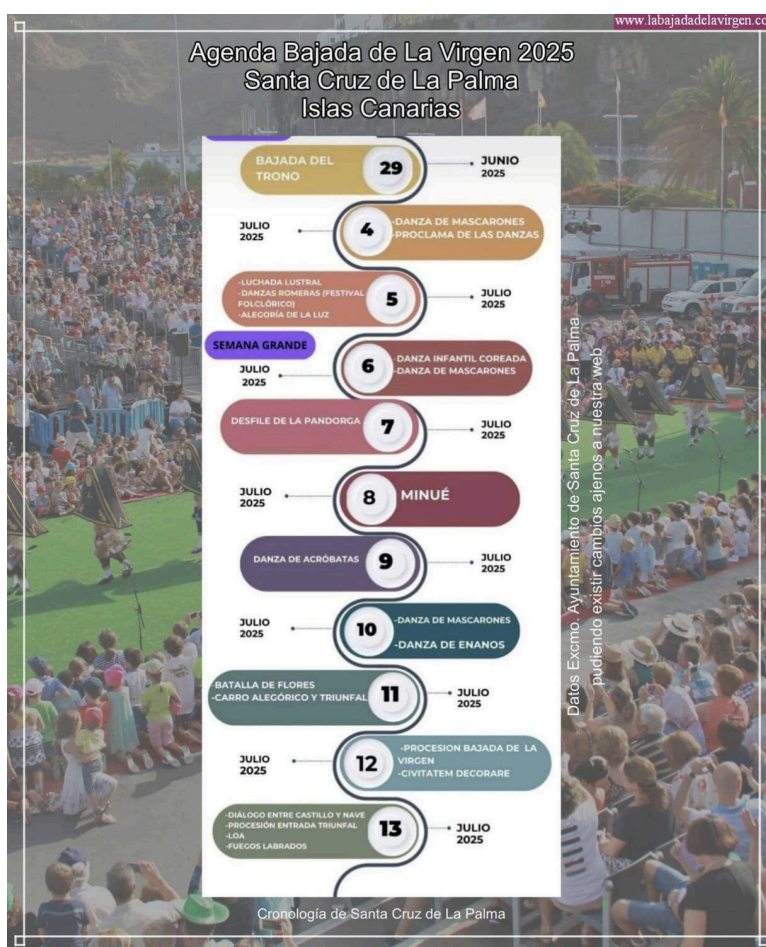
De cara a la próxima edición del año 2025, tanto las instituciones públicas junto a las empresas privadas, como la población palmera y visitantes, se está llevando a cabo una preparación rigurosa para la esperada celebración. Los castings para los participantes en los diferentes actos se han comenzado a realizar. En el caso del casting para la Danza de los Enanos, 6 mujeres y 85 hombres han presentado su solicitud para participar en este número. La representación y preparación de los bailarines para esta actuación es muy dura. El director de la Danza de los Enanos y presidente del jurado, Alonso Lugo, declaraba en el año 2015 tras la elección de los 30 enanos: *"Mientras bailaban les decía que lo estaban haciendo fatal para estimularlos porque tienes que reventarlos para que se vayan a casa llorando después del esfuerzo, y lo hicieron francamente bien. Cantaron y bailaron con un nivel altísimo que nos sorprendió a todos"*

Figura 21: Inscripciones presentadas para Danza de los Enanos 2025



Fuente: elaboración propia con información obtenida de la Bajada de la Virgen

Figura 22. Programa provisional de la Bajada de La Virgen de Las Nieves 2025.



Fuente: página web de Bajada de la Virgen

3.3 EVENTOS CIENTÍFICOS EN LA PALMA

En pleno debate sobre la masificación turística y sobre sus efectos, otras alternativas ganan terreno, y poder llegar a liderar. Una de estas alternativas es el astroturismo o turismo de astrología, el cual combina la actividad turística con la observación de planetas y de estrellas.

En primer lugar, es importante conocer el impacto científico, económico y social que tiene la astrofísica en las Islas Canarias, esto se debe a su cielo, uno de sus motores principales. Inicialmente se exploraba y se estudiaba en el astrofísico del Teide, pero el astrofísico del Roque de los Muchachos apareció a principios de los años 70, realizando los primeros estudios para caracterizar el cielo. El Instituto de Astrofísica de Canarias es el organismo público de investigación que forma parte del Ministerio de Ciencia e Innovación, ligado al Gobierno de Canarias y otros socios y financiadores, entre ellos el Consejo Rector de la Universidad de La Laguna y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Actualmente, el Instituto de Astrofísica de Canarias tiene 2 lugares como sede principal: el primero y principal en San

Cristóbal de La Laguna en Tenerife y el segundo en el municipio de Breña Baja en La Palma. Lo forman alrededor de 400 personas, de las cuales aproximadamente el 50% son investigadores, aunque también tiene una parte de academia vinculado a la Universidad de La Laguna, donde se dan el Grado y el Máster en astrofísica.

En el año 1979, se firman en el Cabildo Insular de La Palma en Santa Cruz, los Acuerdos Internacionales entre España, el país anfitrión y el que hospedaba los observatorios, y los primeros países que se interesaron por colocar instrumentos. En esos acuerdos hay aspectos muy interesantes, como “las reglas de juego” por las cuales estas instalaciones desarrollan su actividad investigadora en estos observatorios. Esto dio como resultado la motivación para que varias generaciones de jóvenes astrofísicos y tecnólogos ingenieros se formaran en este campo. En 1982 se constituye lo que es en la actualidad el IAC, un consorcio público de investigación. En el año 1985 cuando se inauguran oficialmente los observatorios, aunque ya estaban en marcha algunos telescopios en el Teide. Y en el año 1988 surgió la Ley del Cielo, ley pionera en aquel momento, hoy ya muy reconocida, con el propósito de proteger el cielo como Patrimonio. Es importante recalcar que es en esta isla donde nació la primera ley del mundo del cielo, que actualmente otros destinos astronómicos tienen. Igualmente, fue en La Palma donde nació la Fundación Starlight, el primer manifiesto de defensa del cielo como un derecho para la humanidad. Se podría decir que aquí nació el concepto de astroturismo, que ha servido de inspiración para otras Comunidades Autónomas españolas y otros lugares del mundo.

En el año 2007 se llevó a cabo la primera Conferencia Internacional de Astronomía en la isla y dos años después, en 2009, se iniciaron numerosas actividades para el público relacionadas con la astronomía. Desde entonces, comenzaron a nacer empresas dedicadas al astroturismo, como lo fue la empresa AstroTour, fundada por los divulgadores astronómicos Antonio González y Carmelo González. Actualmente, hay una gran variedad de empresas ligadas al turismo y la astronomía como son Astrocamp, Sky-Live, Starlight Excursiones o Starmus Experience, entre otras.

La cultura científica en esta isla es muy superior a la que podemos encontrar en otros destinos. Decir que eso permea en la sociedad también es de gran importancia, ya que existe una cultura científica y astronómica significativa, pero además no sólo se vela por la protección del cielo en las cumbres de la isla, sino en toda la isla, algo que permite un desarrollo sostenible y muy ligado a la ciencia y a entornos rurales. Esto ayuda a diversificar la oferta turística, puesto que ya no sólo el sector agrícola y ganadero pueden permitir que la isla ‘crezca’, sino también sus cielos característicos.

3.3.1 ASTROFEST

El AstroFest es un evento que tiene como objetivo resaltar el potencial que tiene la isla con la astronomía y la observación del cielo nocturno y las estrellas. Este festival es único en el mundo y se caracteriza por su extensa agenda, puesto que se lleva a cabo durante meses,

siendo el período de la presente edición de 6 meses en su totalidad. Durante este tiempo, se celebran numerosos actos y actividades como observaciones astronómicas, charlas y conferencias, talleres educativos, visitas al Observatorio del Roque de Los Muchachos y eventos culturales, como exposiciones y conciertos. Todas estas actividades organizadas por el Cabildo de La Palma, que trabaja mano a mano con Sodepal y otras áreas del mismo, como las áreas de turismo y de cultura. Además, cuenta con una mesa técnica donde están representadas diversas entidades, como por ejemplo, la Asociación de Turismo de la Isla Bonita, la Fundación Starlight y el Instituto de Astrofísica de Canarias, entre otras. Dichas entidades deciden en conjunto las actividades que se van a desarrollar, velando siempre por la innovación y respetando las normas establecidas.

Astrofest cuenta con una agenda variada que, por un lado, sirve para atraer a visitantes y turistas motivados por la astronomía, pero también ayuda a la comunidad local, una comunidad que es consciente del valor que tiene esta isla, puesto que ayuda a La Palma a posicionarse como destino líder mundial en esta materia, un punto a favor para seguir creciendo, tanto en el área científica, que continuará atrayendo a líderes mundiales, como en el área turística. Toñi Varela, la presidenta de la Fundación Starlight afirma “La Palma tiene que abanderar el turismo astrónomo del mundo, puesto que aquí emergen las principales iniciativas en la defensa del cielo y aquí se acuñó el término de astroturismo”.

Uno de los actos más importantes y únicos de toda la agenda AstroFest es “Apaga la luz y enciende las estrellas”, donde se apagan las luces de zonas emblemáticas de los municipios donde se realicen observaciones astronómicas, los cuales van variando según la edición, acompañadas de actuaciones musicales. Además, astrónomos expertos de empresas públicas y privadas acuden para guiar a los asistentes en la exploración y la observación del cielo, con ayuda de dispositivos como telescopios y láseres. En la presente edición, aunque se inviten a los 14 municipios a apagar las luces, este acto se llevará a cabo solamente en el municipio de El Paso el día 26 de octubre de 2024. A diferencia de otras ediciones, que se han realizado en toda la isla, la decisión de desarrollar el evento en un sólo lugar se debe a la alta demanda que conlleva hacerlo en varios municipios y la necesidad de coordinar los recursos (material y profesionales) actuales, puesto que este acto ha ganado popularidad con los años, y cada vez, son más los asistentes. Para esta ocasión, la mesa técnica decidió realizarlo en El Paso, puesto que este municipio en la edición de hace 2 años apagó todas las luminarias. “Fue espectacular ver cómo todas las luminarias de las calles se apagaban, pero es que además los vecinos comenzaron a apagar las luces de sus casas. Es impresionante que todo el mundo se involucre y conozca el valor de este evento. Tan sólo de recordarlo se me eriza la piel”, añade Antonio (Toñi) González, divulgador astronómico y técnico de la empresa Sodepal.

Figura 23: Actuación musical del grupo Oro de Risco (Pedro Rodríguez e Inés Piñero) en El Apagón 2020 en el municipio de Breña Baja.



Fuente: fotografía de Iván Acosta Pérez

En estas celebraciones podemos decir que se defienden diferentes aspectos. Por una parte, se trata de la puesta en valor del cielo palmero, pero por otro lado, se tienen en cuenta aspectos como los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), ya que son actos que generan políticas transversales, actos como El Apagón, que además del disfrute, hacen un guiño hacia el ahorro energético y la responsabilidad ecológica. El Cabildo de La Palma ha sido el primero en adherirse al Objetivo de Desarrollo Sostenible número 18, la tercera iniciativa más importante a nivel mundial sobre el cielo.

Cada año, desde la organización, se trabaja cada vez más en ofrecer actividades únicas. Este año se incorporan actos como la charla de José Santolaya, uno de los mejores divulgadores astronómicos de España, el monólogo de la humorista canaria Petit Lorena o una acampada para jóvenes cerca del astrofísico. Además, se han desarrollado otros proyectos como los miradores astronómicos y las empresas rurales tematizadas. En el programa se puede ver que se ofrecen desde actividades familiares y para niños hasta para jóvenes estudiantes o empresarios, tanto de carácter formativo como informativo.

Figura 24: Programa de actividades AstroFest 2024.



ASTROFEST 2024

LA PALMA

PROGRAMA DE ACTIVIDADES*

DE JUNIO A DICIEMBRE El Taller del Astrónom@ - Planetario Itinerante. Charlas y actividades divulgativas.

DE JUNIO A DICIEMBRE Visitas gratuitas al Observatorio para grupos educativos o de organizaciones sociales de La Palma.

21 JUNIO Acto de presentación Astrofest 2024

21 - 22 JUNIO IV Jornadas de ArqueoAstronomía y Cosmovisión del mundo antiguo de Canarias. Solsticio de Verano.

21 A 29 JUNIO XIX Festivalito La Palma - Festival de las Estrellas.

30 JUNIO A 04 JULIO XV Encuentro para la Enseñanza de la Astronomía - ApEA. Con charlas abiertas al público.

20 JULIO Observación del Sol y las Primeras Estrellas.

26 A 28 JULIO Taller de Astrofotografía y Fotografía Nocturna "La Palma, isla de las estrellas".

26 AGOSTO Astro-campamento La Palma 2024.

Colaboración en Retransmisiones de eventos Astronómicos. Desde el Roque de Los Muchachos.
Máximo Perseidas: **12 AGOSTO**
Máximo Geminidas: **13 DICIEMBRE**

AGOSTO Entrega de premios Fernando Cabrera de Astronomía. Edición Regional 2024.

SEPTIEMBRE Talleres prácticos de Astronomía. "Encuentro de Telescopios"

13 SEPTIEMBRE Ruta "Estrellas entre Volcanes". Festival de Senderismo.

21 SEPTIEMBRE Jornadas "Equinoccio de Otoño"

DE SEPTIEMBRE A NOVIEMBRE Concurso Astronómico de Dibujo Infantil.

DE SEPTIEMBRE A NOVIEMBRE Un cuento de Títeres. "El Rey Estrellado". Tal Cual Troupe.

DE OCTUBRE A NOVIEMBRE Vocaciones Científicas. Talleres didácticos y encuentros con científicos.

6 OCTUBRE Actividad G-Astronómica "La Palma me sabe... a estrellas".

19 OCTUBRE Full Moon Trail. Pon la Luna a tus pies. Tijarafe.

24 OCTUBRE El Paseo de las Estrellas de la Ciencia. Con Jocelyn Bell y Garik Israelian.

25 OCTUBRE Monólogos y Estrellas. Con Petit Lorena, Julia de León e Irene Puerto.

26 OCTUBRE Actuación Musical "Música por las Estrellas".

26 OCTUBRE Apaga la luz, enciende las estrellas. "Apagón". El Paso.

30 - 31 OCTUBRE Taller de telescopios y conexión con el GTC.

NOVIEMBRE III Encuentro de mujeres en la Astronomía.

12 NOVIEMBRE "El Poder de las Ideas" con Javier Sataolalla.

15 NOVIEMBRE Jornadas sobre el cielo oscuro.

16 NOVIEMBRE Encuentro AstroEmprendedores.

DICIEMBRE Exposición de Dibujo Infantil. Ganadores Concurso Astronómico.

DICIEMBRE Clausura AstroFest.

+ INFO en: www.astrofestlapalma.es



*El programa de actividades puede estar sujeto a cambios











Fuente: página web de AstroFest.

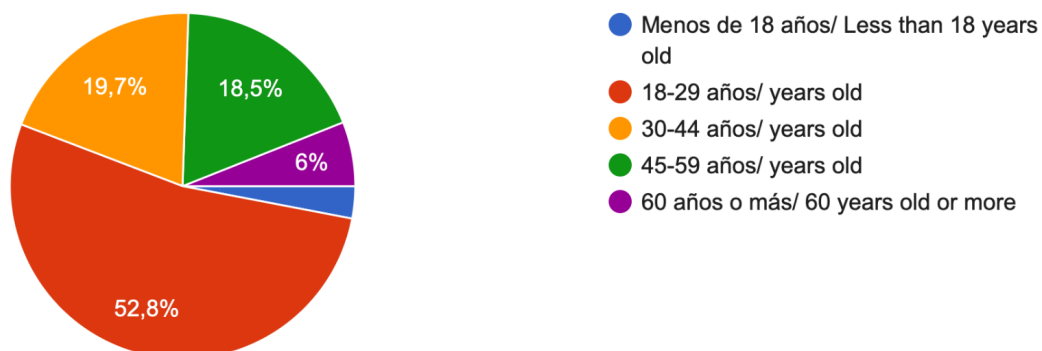
4. MARKETING, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS

En este apartado se analiza el marketing, la promoción y la difusión de cada evento. Para mejorar este apartado y añadir información complementaria, se han diseñado entrevistas con profesionales del sector y una encuesta, tanto para residentes como para visitantes de la isla de La Palma. Las preguntas fueron escogidas con el objetivo de conocer diferentes aspectos de los eventos, como la satisfacción general, los eventos más conocidos o los medios de promoción más relevantes. En este caso, la encuesta ha sido online a través de Google Forms y su duración promedio fue de 3 minutos. La muestra del estudio se compone de un total de 233 participantes, divididos entre 172 residentes y 61 visitantes. Los encuestados han sido un 69,5% de género femenino, un 29,6% de género masculino y un 0,9% género no binario. Presentan una variada gama de edades, nacionalidades y otros datos demográficos relevantes. La distribución de edades se encuentra entre 18 años hasta mayores de 60 años. Esta encuesta se compartió, principalmente, a través de las redes sociales.

Figura 25. Gráfico circular sobre las edades de los participantes en la encuesta.

Edad/Age

233 respuestas



Fuente: elaboración propia

En la encuesta han participado residentes de 13 de los 14 municipios de la isla, residentes en España de lugares como Barcelona, Melilla y Asturias y también de diferentes islas del archipiélago canario. Y los visitantes que han participado proceden de países como Finlandia, Alemania, Italia, Francia, Venezuela, Chile y China, entre otros. A continuación podemos observar unas tablas con más información acerca de los participantes.

Figura 26. Tabla de residentes de La Palma y participantes en la encuesta online.

Municipio	Número de participantes
Villa de Mazo	50
Santa Cruz de La Palma	25
Breña Baja	20
Breña Alta	19
Los Llanos de Aridane	18
Fuencaliente	12
San Andrés y Sauces	10
Puntallana	4
Tijarafe	4
Barlovento	3
El Paso	3
Puntagorda	2
Tazacorte	2

Fuente: elaboración propia

Figura 27. Tabla de residentes en diferentes lugares de España y participantes en la encuesta online.

Residentes en España	Número de participantes
Tenerife	31
Península Ibérica (<i>siendo Barcelona y Asturias las ciudades más repetidas</i>)	9
Gran Canaria	6
Melilla	1
El Hierro	1
Lanzarote	1

Fuente: elaboración propia

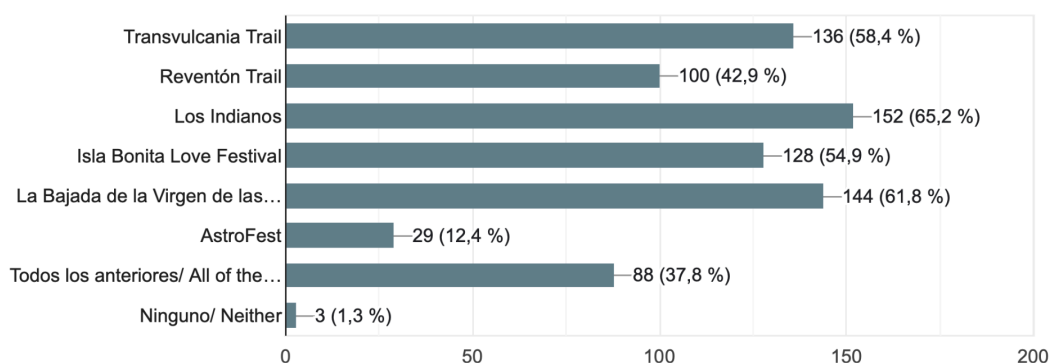
Figura 28. Tabla de residentes fuera de España y participantes en la encuesta online.

Residentes fuera de España	Número de participantes
Venezuela	3
Finlandia	2
Italia	1
Francia	1
Alemania	1
Chile	1
Hungría	1
Polonia	1
China	1

Fuente: elaboración propia

Figura 29. Gráfico de barras sobre el conocimiento de los encuestados sobre los eventos de La Palma.

¿Conoces algunos de los siguientes eventos culturales, deportivos y científicos de La Palma?
(Marcar las opciones que correspondan)/ Do you know...events on La Palma? (Tick the options that apply)
233 respuestas



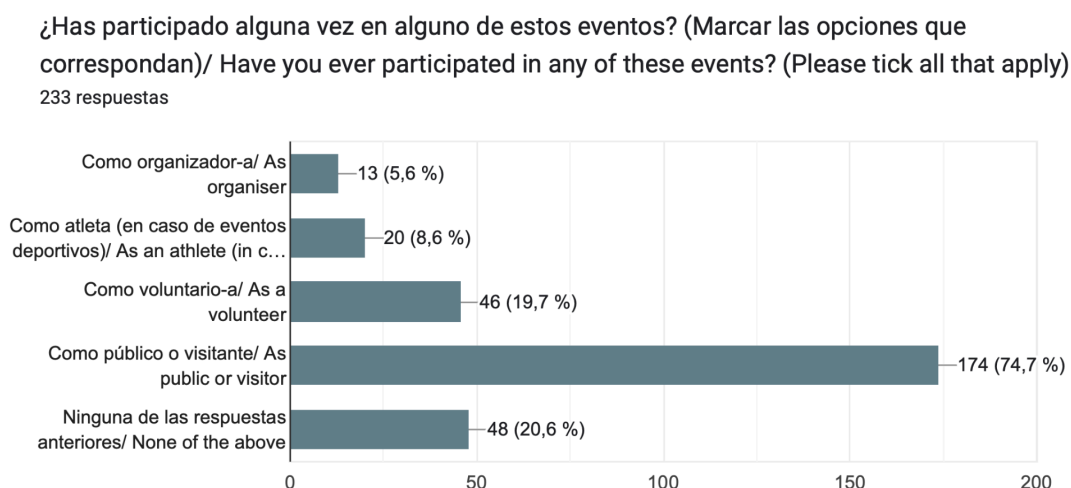
Fuente: elaboración propia

El gráfico muestra los resultados de las 233 personas respondiendo a si conocían algunos de los eventos culturales, deportivos y científicos de La Palma. Los eventos mencionados y la cantidad de personas que los conocen son los siguientes:

- **Los Indianos** es el evento más conocido, con 152 personas (65,2%) familiarizadas con él.
- **La Bajada de la Virgen de las Nieves** es reconocida por 144 personas (61,8%).
- **Transvulcania Trail** es conocido por 136 personas (58,4%).
- **Isla Bonita Love Festival** tiene 128 menciones (54,9%).
- **Reventón Trail** es conocido por 100 personas (42,9%).
- **AstroFest** es el evento menos conocido, con solo 29 personas (12,4%) familiarizadas con él.
- Además, 88 personas (37,8%) indicaron conocer todos los eventos mencionados.
- Solo 3 personas (1,3%) respondieron que no conocen ninguno de los eventos listados.

Estos resultados indican la variada conciencia que existe de los eventos en La Palma, siendo los eventos culturales los más conocidos, seguidos por los eventos deportivos y por último el evento científico analizado.

Figura 30. Gráfico de barras sobre la participación de los encuestados en los eventos de La Palma.

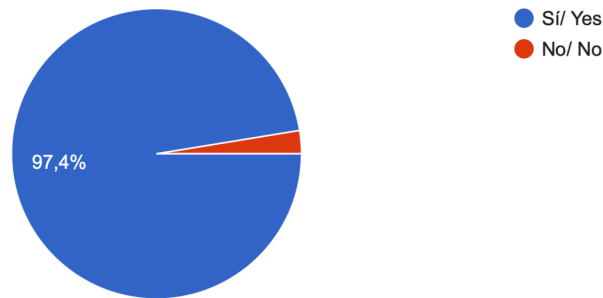


Fuente: elaboración propia

Un 74,4% de los encuestados han participado en estos eventos como público visitante (174 personas), le sigue un 20,6% que representa a las personas que nunca han participado en los eventos analizados. Por otro lado, como voluntarios han participado 46 personas (19,7%), como atletas en los eventos deportivos 20 personas (8,6%) y 13 organizadores de dichos eventos (5,6%) han realizado la encuesta.

Figura 31. Gráfico circular sobre la opinión de los encuestados con respecto a la imagen de La Palma como destino turístico en relación a los eventos.

¿Consideras que estos eventos ayudan a mejorar la imagen de La Palma como destino turístico?/ Do you consider that these events help ...ove the image of La Palma as a tourist destination?
233 respuestas

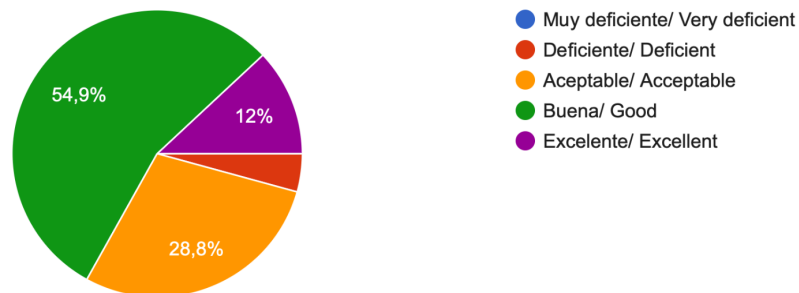


Fuente: elaboración propia

Como podemos observar en el gráfico anterior, el 97,4% de los encuestados consideran que estos eventos ayudan a mejorar la imagen de la isla como destino turístico, mientras que un 2,6% de los encuestados opinan lo contrario, añadiendo comentarios como: *“No creo que mejore mucho la imagen, porque a excepción de Los Indianos y la Bajada de La Virgen, el resto de eventos son ‘copias baratas’ de otros que hacen en otros lugares. Aún así, sería partidario de eventos innovadores que resalten sobre los demás o la defensa a ultranza de los eventos únicos e irrepetibles que tenemos ya en la isla, a su vez que la afluencia de turistas, no invada ni suponga un peligro ni un estorbo para la población local”.*

Figura 32. Gráfico circular de la opinión de los encuestados sobre la organización de los eventos en La Palma.

En una escala del 1 al 5, de manera general, ¿cómo valorarías la organización de estos eventos? (siendo 1 muy deficiente y 5 excelente)/ On a scale ...ts (1 being very deficient and 5 being excellent)?
233 respuestas



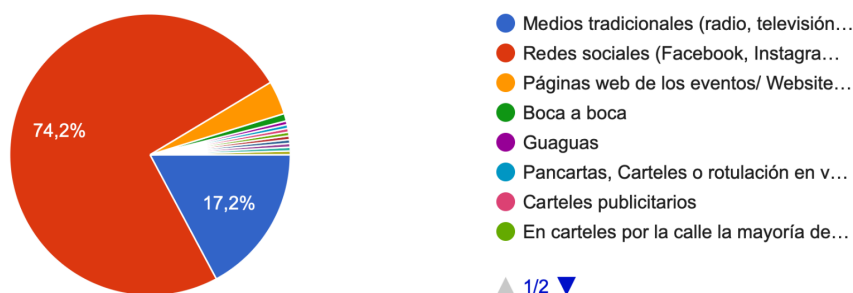
Fuente: elaboración propia

En la encuesta realizada se ha añadido una pregunta relacionada con la valoración de la organización de estos eventos, a la que el 54,9% respondió que es buena, el 28,8% considera que es aceptable, el 12% respondió que es excelente y el 4,3% considera que es deficiente.

Figura 33. Gráfico circular sobre los medios más frecuentes de promoción y difusión de los eventos.

¿Dónde sueles ver la promoción y difusión de estos eventos? (Seleccione la opción más frecuente)/ Where do you usually see the promotion... events? (Please select the most frequent choice)

233 respuestas



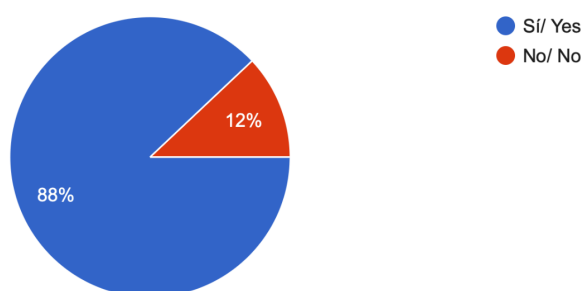
Fuente: elaboración propia

Los medios más frecuentes en los que los residentes y visitantes consideran que hay mayor promoción de los eventos son los siguientes: redes sociales como Facebook e Instagram, entre otros (74,2%), medios tradicionales como radio y televisión (17,2%), páginas web de los eventos o website. Otras opciones que han añadido los mismos participantes son boca a boca (2 participantes) o guaguas, carteles publicitarios y pancartas (4 participantes).

Figura 34. Gráfico circular de la opinión de los encuestados acerca de la inversión en marketing digital para la promoción y difusión de los eventos.

¿Consideras que se debe invertir más en la promoción y difusión de estos eventos a través del marketing digital?/ Do you think that more should b...ination of these events through digital marketing?

233 respuestas



Fuente: elaboración propia

Las opiniones recogidas en la encuesta destacan diversas áreas de mejora en la promoción y organización de eventos en La Palma. Se sugiere mejorar la promoción y difusión tanto por medios tradicionales como redes sociales para resaltar la riqueza cultural de la isla en

ámbitos deportivos, científicos y festivos, con el objetivo de eliminar la etiqueta de "isla menor" y aumentar su reconocimiento. Algunos encuestados creen que es crucial involucrar más a los jóvenes, dado que hoy en día dedican más tiempo a las redes sociales que a la televisión, sugiriendo una mayor visibilidad de los eventos en estas plataformas. Por un lado, los participantes comentan: "Se debe cambiar la forma de difusión, por ejemplo, buscando otras opciones más novedosas y llamativas". Mientras que otros encuestados añaden: "Es cierto que falta por potenciar la proyección que se les da, pero no sólo a través de RR. SS., sino también mediante los medios de comunicación tradicionales (recordemos que la población de la isla es de edad avanzada)."

"Sigue siendo imprescindible contar con un equipo de marketing que diseñe una campaña específica para poner en valor el evento en cuestión, darle visibilidad no sólo a nivel local, sino nacional e internacional, respaldado por un presupuesto suficiente para conseguir hacerlos virales y que lleguen al público objetivo", declara Ana Castañeda, técnica de Turismo del Cabildo de La Palma y ganadora del Premio Nacional Amuparna 2022, en la entrevista realizada para este Trabajo de Fin de Grado.

Al final de la encuesta los participantes podían dejar comentarios sobre aquellos aspectos que se deben mejorar, de manera general, y que consideran necesarios y hubo un tema en común: la gestión de los residuos. En las opiniones sobre la gestión de residuos en estos eventos en La Palma destacan varias preocupaciones y sugerencias de mejora. Muchos encuestados señalan que la organización de eventos a menudo infringe leyes relacionadas con la protección del medio ambiente, incluyendo el manejo de suelos y el uso de ciertas herramientas, como los drones. Además, se critica la generación de basura por parte de corredores (en caso de los eventos deportivos), espectadores y la propia organización, indicando una falta de priorización en la reutilización de materiales en puestos de alimentación. La importancia de velar por la protección de los recursos naturales de la isla, dado su terreno limitado, se resalta frecuentemente. Los encuestados abogan por una mayor inversión en publicidad y educación sobre la gestión de residuos. Algunos hacen sugerencias sobre cómo mejorar la limpieza general de la isla y la finalización de obras en las carreteras para ofrecer una mejor imagen a los visitantes. "Tenemos que dejar avanzar la isla pero siempre vigilando la sostenibilidad", comenta una de las personas participantes. Otros temas relevantes entre los participantes, ligados a los eventos mencionados, han sido la mejora de la señalización, el control de las masas y puntos de acceso PMR (Personas con Movilidad Reducida).

La realización de esta encuesta ha demostrado que el tema elegido para este trabajo en específico es de gran relevancia para la población de la isla de La Palma, pero también para turistas y visitantes.

4.1 ANÁLISIS DE CAMPAÑAS DE MARKETING, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Tras el análisis de las campañas de marketing, promoción y difusión de los eventos en La Palma se pueden destacar algunos aspectos, lo que ha permitido identificar ciertos puntos

fuertes y débiles, para así entender mejor cómo estos eventos pueden seguir evolucionando y mejorando su impacto.

❖ TRANSVULCANIA

En relación con la promoción y el marketing de este evento, la organización de Transvulcania utiliza diferentes vías, entre ellas, las redes sociales, donde de manera activa comparten contenido para interactuar con participantes y público y además hacen hincapié en destacar a los corredores de élite que participan. Por otro lado, se pudo seguir el evento el 11 de mayo de 2024, mismo día de la carrera, a través de 60 canales de televisión, entre ellos, Televisión Canaria, con un directo durante 4 horas en la mañana del 11 de mayo y un streaming que se pudo ver en las redes sociales de Facebook y Youtube.

Otra herramienta de marketing que utilizaron fue la Feria del Corredor, en la que además de repartir los dorsales a los participantes, se encuentran diferentes stands de empresas colaboradoras, para mostrar sus productos a los participantes y visitantes, por lo que mejora la experiencia general del evento y proporciona valor adicional a los patrocinadores. Dicha feria fue organizada junto a la empresaria palmera Sara Jurado, profesional de la organización de eventos, por lo que también tienen en cuenta las pequeñas empresas locales y el talento palmero.

Figura 35. Fortalezas y debilidades en la promoción de Transvulcania Trail.

TRANSVULCANIA TRAIL

FORTALEZAS

Cobertura mediática de calidad	La transmisión en vivo en numerosos canales de televisión y plataformas de streaming como Facebook y YouTube asegura una visibilidad global, atrayendo a una audiencia diversa y extensa.
Feria del Corredor	Esta iniciativa proporciona una experiencia personalizada a los atletas y ofrece un valor añadido significativo a los patrocinadores, además de apoyar a pequeñas empresas locales y talentos de la isla.
Participación de corredores de élite	La presencia de corredores de renombre internacional mejora la imagen y el prestigio del evento, atrayendo tanto a participantes como a espectadores de todo el mundo.

DEBILIDADES

Alta dependencia de medios tradicionales	Aunque es efectiva, la dependencia de medios tradicionales podría limitar la innovación en la promoción y no captar totalmente a las audiencias más jóvenes.
---	--

Fuente: elaboración propia

❖ REVENTÓN TRAIL

Con respecto al marketing de este evento, se utilizan medios tradicionales, tales como televisión, radio y prensa. Cada año hacen más hincapié en el streaming que realizan el mismo día de la carrera. Dicho streaming se lleva a cabo con más de 10 cámaras motorizadas, 5 drones, periodistas a pie y un set de televisión.

Se ha podido obtener el desglose de la inversión del Ayuntamiento del municipio de El Paso en campañas publicitarias para este evento en específico de la edición 2024, la cual fue la siguiente:

- Vídeos promocionales: 13.500€
- Espacios publicitarios: 15.515€
- Promoción: 7.000€
- Eventos de patrocinio y conciertos: 41.850€
- Servicios de patrocinio y difusión: 300.000€

Así pues, se ha destinado un total de 377.865€ para la campaña publicitaria.

Figura 36. Fortalezas y debilidades en la promoción de Reventón Trail.



Fuente: elaboración propia

❖ ISLA BONITA LOVE FESTIVAL

Para la edición de este año 2024, se conoce que se han invertido 1.150.050 euros tan sólo para la contratación de 3 de los artistas que forman parte de la cabecera del cartel: la artista Channel (58.850 euros), el cantante y actor puertorriqueño Ricky Martin (706.200 euros) y 'el cuatro veces mejor DJ del mundo en la última década', Martin Garrix (385.000 euros). La participación costará a la empresa pública Sodepal la cantidad anterior, según se recoge en la correspondiente documentación de los diferentes contratos publicados en la Plataforma de Contratación del Sector Público.

Miriam Perestelo, consejera delegada de Sodepal, recalca en la rueda de prensa en la que se anunciaron los artistas: "Lo más importante es el retorno de esa inversión. No es gasto, es inversión para la isla y que al final va a generar un gran impacto socioeconómico". Además, adelantó que el Cabildo Insular de La Palma tiene previsto invertir aproximadamente 800.000 euros, junto a la colaboración del Ayuntamiento del municipio Tazacorte, cifrada en 75.000 euros, y el patrocinio de 100.000 euros de la empresa pública autonómica Promotur. Por otro lado, la media de venta de entradas, cuyo precio oscila entre 40 y 190 euros, en ediciones anteriores ha estado entre las 13.000 y las 15.000, que suponen entre 600.000 y 700.000 euros de ingresos por este concepto.

Figura 37. Fortalezas y debilidades en la promoción del Isla Bonita Love Festival.

ISLA BONITA LOVE FESTIVAL

FORTALEZAS

Atracción de artistas de renombre

La participación de figuras internacionales aumenta significativamente la atracción y visibilidad del festival.

Impacto socioeconómico

La inversión se justifica por el retorno económico proyectado y el impacto positivo en la economía local. Es uno de los eventos con más repercusión en el sector turístico de la isla.

DEBILIDADES

Alta dependencia de medios tradicionales

Aunque es efectiva, la dependencia de medios tradicionales podría limitar la innovación en el marketing y la promoción y no captar totalmente a las audiencias más jóvenes.

Fuente: elaboración propia

❖ FIESTA DE LOS INDIANOS

La fiesta de los Indianos centra su promoción y difusión en tres campos diferentes: cobertura en medios de comunicación tradicionales, redes sociales y actividades complementarias.

En el caso de los medios de comunicación, este evento tiene un apoyo importante de la Radio Televisión Canaria, puesto que cada año hay una cobertura en directo de los principales momentos de la celebración, de una duración de 2 horas y media aproximadamente. Diferentes reporteros y cámaras recorren la capital palmera para capturar los mejores instantes de cada edición. Por otro lado, las redes sociales del Ayuntamiento de Santa Cruz juegan un papel fundamental creando interacciones con los usuarios con vídeos promocionales, imágenes, carteles y la colaboración con empresas como Binter o Fred Olsen, los cuales informan sobre diferentes aspectos. Aún así, a día de hoy, no existen perfiles propios del evento. Y por último, las actividades complementarias como actuaciones de grupos musicales reconocidos en las islas o exposiciones.

Figura 38. Fortalezas y debilidades en la promoción de la Fiesta de Los Indianos.

FIESTA DE LOS INDIANOS

FORTALEZAS

Cobertura mediática local

La cobertura en directo de la Televisión Canaria, teniendo en cuenta que hay más fiestas relevantes el mismo día en otras islas, asegura una visibilidad significativa dentro de la comunidad local y regional.

DEBILIDADES

Falta de perfiles propios en redes sociales

La ausencia de perfiles del evento en redes sociales limita la capacidad de generar una comunidad en línea y mantener el interés del público durante todo el año.

Fuente: elaboración propia

❖ BAJADA DE LA VIRGEN DE LAS NIEVES

La promoción de la Bajada de la Virgen de Las Nieves se realiza principalmente a través de la cobertura en medios de comunicación principalmente, como las transmisiones de las ceremonias, actos y procesiones, además de streamings en redes. Además, se informa sobre los eventos asociados a través de carteles tanto en físico (paradas de transporte público, anuncios en las calles, etc) como en Internet.

Figura 39. Fortalezas y debilidades en la promoción de la Bajada de la Virgen de las Nieves.

BAJADA DE LA VIRGEN DE LAS NIEVES

FORTALEZAS

Cobertura integral en medios
Eventos asociados

La combinación de transmisiones en medios tradicionales y streamings en redes sociales garantiza un amplio alcance y accesibilidad.

La variedad de ceremonias, actos y procesiones proporciona un atractivo adicional, enriqueciendo la experiencia cultural para los participantes y espectadores.

DEBILIDADES

Promoción física limitada
Necesidad de innovación

La promoción mediante carteles físicos, aunque es efectiva, podría complementarse con una mayor presencia digital y campañas de marketing innovadoras.

Aunque tradicionalmente exitoso, el evento podría beneficiarse de la incorporación de nuevas tecnologías y estrategias para atraer a una audiencia más joven.

Fuente: elaboración propia

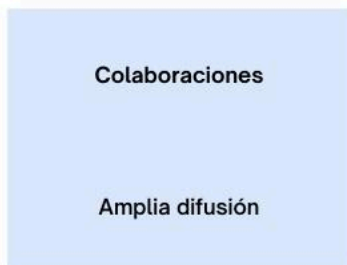
❖ ASTROFEST

La participación de las instituciones científicas públicas y privadas en el AstroFest sirven para difundir y promocionar el AstroFest, así como las publicaciones del amplio abanico de actividades en medios de comunicación, realizando ruedas de prensa con diferentes medios y la difusión a través de las redes sociales.

Figura 40. Fortalezas y debilidades en la promoción del AstroFest.

ASTROFEST

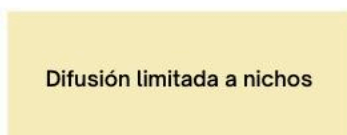
FORTALEZAS



La participación de instituciones científicas de gran importancia refuerza la credibilidad y prestigio del evento, atrayendo a entusiastas de la astronomía y ciencia.

La promoción a través de publicaciones y medios de comunicación científicos asegura una cobertura extensa y especializada

DEBILIDADES



Aunque hace hincapié en el ámbito científico, la difusión podría expandirse para atraer a un público más amplio.

Fuente: elaboración propia

En resumen, cada evento en La Palma utiliza estrategias de marketing y promoción efectivas que contribuyen significativamente a su éxito. No obstante, es esencial seguir innovando y adaptando estas estrategias para maximizar su impacto y asegurar su relevancia en un entorno global competitivo.

5. PROPUESTAS

Después de analizar diversos aspectos de los eventos culturales, deportivos y científicos, además de recoger opiniones y comentarios de residentes y visitantes, en este apartado se presentan nuevas propuestas que podrían contribuir a la mejora y promoción continua de los eventos estudiados y de otros eventos, también relevantes en la isla.

- **Relevancia del patrimonio y la cultura de la isla**

Ana Castañeda, ex gerente del Patronato de Turismo desde 1987 a 2009 y coordinadora de las mesas de productos turísticos comentó en la entrevista para este trabajo: *“El caso de Los Indianos es el de un evento que no hace falta publicitar, podríamos catalogarlo de evento que ‘ha muerto’ de éxito. Los palmeros consideran que ha perdido su esencia y se ha masificado, pero por otro lado, es una fiesta conocida en el exterior y hemos de reconocer que es un potente tractor turístico.”*

Propuesta: Con ejemplos como el anterior, observamos que se debe continuar trabajando para resaltar la historia, patrimonio y cultura de la isla de La Palma. Al promover este tipo de eventos, además de preservar las tradiciones locales, se brinda una oferta turística única. Es muy importante trabajar en el concepto de cada celebración, sin dejar que las masas cambien la esencia y creando nuevas normativas que las protejan.

- **Nuevas estrategias de marketing y promoción**

Propuesta: Implementar nuevas campañas de marketing innovadoras, utilizando medios digitales pero nunca dejando de lado los medios tradicionales. Esto atraería a un público más amplio y diverso de los eventos de la isla.

En la era digital que estamos viviendo es muy importante aprovechar todas las herramientas aplicadas al marketing que están disponibles para promover eventos. Algunos ejemplos innovadores podrían ser crear campañas de promoción de base o colaboraciones con bloggers y creadores de contenido, tanto internacionales como locales, para así también apoyar nuevos talentos y nuevas ideas. Pero no se deben abandonar los medios tradicionales, especialmente porque se alcanza un público objetivo muy importante con otras características, como por ejemplo, la edad. Las campañas deben ser creativas y muy ligadas a cada evento.

La realización de eventos, sean del tipo que sean, necesitan de alianzas y colaboraciones de todo tipo, ya sean organizados por la administración como por entidades privadas o asociaciones. Es poco frecuente que un evento esté organizado y financiado por un único ente. Es imprescindible contar con mano de obra, permisos oficiales para la ubicación y desarrollo del mismo o suministros, incluso cuando la organización corre a cargo de una empresa especializada, siempre es necesario acudir a instancias administrativas para las pertinentes gestiones de seguridad y emergencias, permisos y coordinación entre distintos cuerpos de seguridad. Además de buscar financiación y respaldo oficial en presentación del evento, pack de bienvenida, cena oficial de congresos, cocktails de bienvenida, clausuras, entregas de premios, etc. Por ello, se deben fomentar las colaboraciones con empresas locales y organizaciones con las nuevas campañas, implica nuevos patrocinios y mejoras en la logística, genera una mejora general de los eventos.

- **Nuevas experiencias para ofrecer a los turistas y visitantes**

Propuesta: desarrollar nuevas experiencias para los turistas y visitantes que enriquezcan la oferta turística de la isla, ligadas a los eventos más importantes. Se pueden diseñar actividades en diferentes idiomas, como tours guiados temáticos (por ejemplo, en el caso de Los Indianos se puede realizar una actividad de “viaje en el tiempo” para que los turistas puedan sumergirse en la historia y conocerla). Esto apoyaría a los profesionales locales y pequeñas empresas. La inclusión de actividades educativas e interactivas, para personas de todas las edades (locales y visitantes) también pueden hacer más atractivos estos actos e impulsar su imagen.

6. CONCLUSIÓN

Las propuestas desarrolladas en el punto anterior no tan sólo buscan mejorar ciertos aspectos de los eventos ya existentes, sino que además se crean oportunidades para el desarrollo económico y cultural de la isla. Además, para mantener y atraer el talento y el capital humano en La Palma, es fundamental tener una visión de futuro clara para que brinde opciones viables para el progreso social. Para ello, es fundamental crear una visión de manera colaborativa, involucrando a la población, aprovechando los recursos naturales y culturales de la isla, al mismo tiempo que promueve la innovación y la recuperación económica que La Palma necesita.

Sería pertinente establecer un nuevo modelo turístico para La Palma que esté más actualizado y acorde con las necesidades y tendencias actuales. En relación con esto, es crucial otorgar una mayor relevancia al papel de la sociedad palmera en los sectores económico y más en concreto, el turístico, permitiendo alcanzar todas las áreas de la sociedad. Esto ayudaría a crear otras nuevas oportunidades que impulsen el bienestar de los habitantes isleños y fomenten el desarrollo económico, sin comprometer el equilibrio natural de la isla.

Como comentamos al principio de este trabajo, muchos jóvenes se ven obligados a abandonar la isla buscando oportunidades que a día de hoy no se encuentran disponibles en La Palma. Esta migración juvenil no sólo representa una pérdida de talento y potencial humano que se puede aprovechar para seguir avanzando, sino que también tiene repercusiones importantes y significativas en la sociedad y economía local. Una de las metas con mayor prioridad debe ser trabajar hacia un futuro en el que los residentes puedan quedarse y disfrutar de las mismas oportunidades que encontrarían en otros lugares. Para conseguir esto es necesario implementar estrategias que apoyen el desarrollo económico, creando empleos y mejorando la calidad de vida en la isla.

Tras los grandes desafíos que la isla ha atravesado, la reconstrucción ha sido una meta desde el primer momento, enfocándose en retomar la normalidad y velando por la innovación. La celebración de los eventos analizados no sólo son proyectos de promoción para la isla como destino turístico, sino que además son un símbolo de una oportunidad nueva para seguir avanzando.

Como hemos visto a lo largo de este trabajo, estos eventos tienen un impacto positivo significativo en la economía, reflejando además las maravillosas raíces y cultura. La celebración de eventos culturales, deportivos y científicos en la isla de La Palma, junto a una promoción más efectiva e innovadora, combinado con la resiliencia y entusiasmo de la comunidad palmera, hacen de esta isla algo aún más único y especial.

7. BIBLIOGRAFÍA

7.7 La Palma Radio. (2024, junio 25). Podcast: "Toño" González (Divulgador Astronómico de Sodepal). Recuperado de https://77lapalmaradio.com/lapalmaradio/podcast/14631?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR3MhJnfNPiRAaSb05YWM5bMADu9rwJcp2MyH0EvpFa9zQ-BRtciwkWo4Lo_aem_gC5zRZI35-URrfv_zpnRLdw

Antena 3 Noticias. (2023, julio 15). "Incendio forestal en La Palma: quema 140 hectáreas y obliga a la evacuación de 500 vecinos." Recuperado de https://www.antena3.com/noticias/sociedad/incendio-forestal-palma-quema-140-hectareas-obliga-evacuacion-500-vecinos_2023071564b2778df7868800014b5b88.html

AstroFest La Palma YouTube. (2022). "Webinars Astrofest La Palma 2020 | Impacto Económico y Social de la Astrofísica en Canarias". Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ttWBvperzB4>

Astrofest La Palma. (2022). Recuperado de <https://astrofestlapalma.es/>

Atlántico Hoy. (2022). "La Palma Resort Campo Golf Interés Insular". Recuperado de https://www.atlanticohoy.com/politica/palma-resort-campo-golf-interes-insular_1514998_102.html

Booking.com. (2024). Benahoare Hotel. Recuperado de https://www.booking.com/hotel/es/benahoare-hotel.es.html?aid=311090&label=hotel-94150-es-Dmvg_mYUOLrpkM880%2AkoaQS203238064207%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aaneg%3Afi%3Atikwd-311280286060%3Alp1005450%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUmFuZG9tSVYkc2Rllyh9YcGt_tphEo8pawEozW2KQ80&sid=636122a66653e3edceb70b2d6936727b&age=0;all_sr_blocks=9415005_321261246_1_2_0;checkin=2024-10-31;checkout=2024-11-01;dest_id=-390045;dest_type=city;dist=0;group_adults=1;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=9415005_321261246_1_2_0;hpos=1;matching_block_id=9415005_321261246_1_2_0;no_rooms=1;req_adults=1;req_children=0;room1=A;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=9415005_321261246_1_2_0_9000;sreepoch=1720023295;srpvid=f0df723e372101e3;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl

Booking.com. (2024). Hotel H10 Taburiente Playa. Recuperado de https://www.booking.com/hotel/es/h10taburienteplaya.es.html?aid=318615&label=New_Spanish_ES_ES_21463012105-LPwjRe8TaU%2Ats8W_n17MsAS640874830969%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg&sid=636122a66653e3edceb70b2d6936727b&age=0;all_sr_blocks=9086065_91462758_1_1_0;checkin=2024-10-31;checkout=2024-11-01;dest_id=-374139;dest_type=city;dist=0;group_adults=1;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=9086065_91462758_1_1_0;hpos=1;matching_block_id=9086065_91462758_1_1_0;no_rooms=1;req_adults=1;req_children=0;room1=A;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=9086065_91462758_1_1_0_8693;sreepoch=1720023422;srpvid=37017277c8680008;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl

Booking.com. (2024). Hotel Hacienda San Jorge. Recuperado de https://www.booking.com/hotel/es/hacienda-san-jorge.es.html?aid=318615&label=New_Spanish_ES_ES_21463012105-LPwjRe8TaU%2Ats8W_n17MsAS640874830969%3Apl%3Aa%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aneg&sid=636122a66653e3edceb70b2d6936727b&age=0;checkin=2024-10-31;checkout=2024-11-01;dest_id=-374139;dest_type=city;dist=0;group_adults=1;group_children=0;hapos=1;hpos=1;no_rooms=1;req_adults=1;req_children=0;room1=A;sb_price_type=total;soh=1;sr_order=popularity;sreporch=1720023337;srpvid=28e47252a9a00049;type=total;ucfs=1&#no_availability_msg

Cabildo de La Palma. (2021). "Informe de Turismo de La Palma". Promotur. Recuperado de <https://coronavirus.lapalma.es/>

Cabildo de La Palma. (2022). "Astrofest convierte La Palma en referencia mundial del astroturismo". Recuperado de <https://www.cabildodelapalma.es/es/astrofest-convierte-la-palma-en-referencia-mundial-del-astroturismo>

Canal Agrario La Palma. (2022). "Mapa de zonas de alto riesgo de incendios forestales". Recuperado de <https://canalagrariolapalma.com/mapa-de-zonas-de-alto-riesgo-de-incendios-forestales/>

Carnaval TVC YouTube. (2017). "El origen de los Indianos 2017". Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=EtzSzDKFGLs>

Chacarrex. (2022). "Volcán de La Palma: Las consecuencias en forma de incendios forestales." Recuperado de <https://www.chacarrex.com/volcan-de-la-palma-las-consecuencias-en-forma-de-incendios-forestales/>

Danews. (2024, enero 14). "Indianos La Palma: All the details". Recuperado de <https://danews.eu/2024/01/14/indianos-la-palma-all-the-details/>

El Apurón. (2022). "Ha sido el casting más duro de la historia de los Enanos y los que han pasado son los mejores". Recuperado de <https://elapuron.com/noticias/municipios/13750/ha-sido-el-casting-ms-duro-de-la-historia-de-los-enanos-y-los-que-han-pasado-son-los-mejores/comentarios-2/>

El Diario. (2024). "Feria del Corredor Reventón Fred Olsen Express volverá a sorprender a miles de visitantes". Recuperado de https://www.eldiario.es/canariasahora/lapalmaahora/deportes/feria-corredor-reventon-fred-olsen-express-volvera-sorprender-miles-visitantes_1_11252274.html

El Diario. (2024). Isla Bonita Love Festival Cabildo. Recuperado de https://www.eldiario.es/canariasahora/lapalmaahora/sociedad/isla-bonita-love-festival-cabildo_11852824.html

El Periódico de La Palma. (2024). “Sodepal gastará más de 1 millón de euros en la contratación de Ricky Martin, Martin Garrix y Chanel para el Isla Bonita Love Festival 2024”. Recuperado de <https://elperiodicodelapalma.com/sodepal-gastara-mas-de-1-millon-de-euros-en-la-contratacion-d-e-ricky-martin-martin-garrix-y-chanel-para-el-isla-bonita-love-festival-2024/#:~:La%20inversi%C3%B3n%20p%C3%ABlica%20para%20su,Festival%20ser%C3%A1%20de%20385.200%20euros>

El Time. (2024). “Más de 90 personas se inscriben en las pruebas para participar en la Danza de los Enanos de 2025”. Recuperado de <https://www.eltiempo.es/cultura/48608-mas-de-90-personas-se-inscriben-en-las-pruebas-para-participar-en-la-danza-de-los-enanos-de-2025.html>

El Time. (2024). “El Ayuntamiento de Tazacorte presenta la primera edición de la carrera Love Run.” Recuperado de <https://eltiempo.es/isla-bonita/178-municipios/48663-el-ayuntamiento-de-tazacorte-presenta-la-primera-edicion-de-la-carrera-love-run.html>

Escapada Rural. (2022). Casas rurales en La Palma. Recuperado de https://www.escapadarural.com/casas-rurales/la-palma_zona-turistica

García Rodríguez, F. J., & Fernández Hernández, C. (2023). La Palma: Una isla de oportunidades. Repensando el futuro a partir de la crisis volcánica.

Informativos TVC YouTube. (2021, mayo 11). “La Bajada de la Virgen de Las Nieves de La Palma, legado para el futuro.” Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4PfhvgQ2gzU>

Infoisla La Palma. (2024). “La fiesta de Los Indianos de Santa Cruz de La Palma 2024 ya tiene cartel.” Recuperado de <https://infoislalapalma.com/indianos-de-la-palma/la-fiesta-de-los-indianos-de-santa-cruz-de-la-palma-2024-ya-tiene-cartel.html>

Instituto de Astrofísica de Canarias. (2022). Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_de_Astrof%C3%ADsica_de_Canarias

Isla Bonita Love Festival. (2022). Ediciones anteriores. Recuperado de <https://www.islabonitalovefestival.es/ediciones-anteriores/>

La Bajada de la Virgen. (2024). “Fiestas Lustrales Bajada Virgen BIC”. Recuperado de <https://www.labajadadelavirgen.com/2024/02/fiestas-lustrales-bajada-virgen-bic.html>

La Bajada de la Virgen. (2024). “Kilian Sánchez promueve en el Senado la declaración de la Bajada de la Virgen como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”. Recuperado de <https://www.labajadadelavirgen.com/2024/04/kilian-sanchez-promueve-senado-declaracion-bajada-virgen-como-patrimonio-cultural-inmaterial-humanidad.html>

La Vanguardia. (2023, julio 19). “El incendio de La Palma queda estabilizado: 2.900 hectáreas afectadas.” Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vida/20230719/9120545/incendio-palma-queda-estabilizado-2-900-hectareas-afectadas.html>

OnCuba News. “Unos 60 mil Indianos transforman Santa Cruz de La Palma en La Habana por un día”. Recuperado de <https://oncubanews.com/cultura/unos-60-mil-indianos-transforman-santa-cruz-de-la-palma-en-la-habana-por-un-dia/>

Onda Cero La Palma. (2024). “Nayra Castro: ‘La Reventón Trail ha costado más de 400.000 euros a los pasenses’”. Recuperado de <https://ondacerolapalma.com/nayra-castro-la-reventon-trail-ha-costado-mas-de-400-000-euros-a-los-pasenses/>

RTVC. (2023). “La lava afecta a 656 hectáreas y destruye 1.458 edificaciones”. Recuperado de <https://rtvc.es/la-lava-afecta-a-656-hectareas-y-destruye-1-458-edificaciones/>

RTVC. (2023). “Las bodegas Tendal arrasadas por el fuego de La Palma”. Recuperado de <https://rtvc.es/las-bodegas-tendal-arrasadas-por-el-fuego-de-la-palma/>

Statista. (2022). “Número total de establecimientos hoteleros en Canarias por isla”. Recuperado de <https://es.statista.com/estadisticas/527337/numero-total-de-establecimientos-hoteleros-en-canarias-por-isla/>

Trail Running Spain. (2022, febrero 2). “Transvulcania 2022 by UTMB”. Recuperado de <https://trailrunningspain.com/2022/02/02/transvulcania-2022-by-utmb/>

Trotando Mundos. “10 alojamientos con encanto en La Palma”. Recuperado de <https://trotandomundos.com/10-alojamientos-con-encanto-en-la-palma/>

Turismo de las Islas Canarias. (2022). “Promotur Frontur Enero 2022”. Recuperado de https://turismodeislascanarias.com/sites/default/files/promotur_frontur_enero_2022_0.pdf

Twitter. (2023). Cabildo de La Palma. Recuperado de <https://x.com/CabLaPalma/status/1680314469900058624/photo/1>

Wikiloc. Reventón Trail El Paso. Recuperado de

<https://es.wikiloc.com/rutas-carrera-por-montana/reventon-trail-el-paso-2582750>

Los gráficos realizados han sido creados con Canva (<https://www.canva.com/class/join>)

La encuesta realizada ha sido creada con Google Forms

(<https://forms.gle/xyVGQnjceyCGA2VDA>)

Entrevistas realizadas a:

- **Castañeda, Ana.** Ex jefa de Asuntos Generales Turismo Cabildo de La Palma (2024, mayo 6)
- **Fernández, Carlos.** Doctor en Economía Aplicada y director académico de la Cátedra de Agroturismo y Enoturismo de Canarias y presidente de la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita . (2024, abril 9)
- **González, Antonio.** Monitor y divulgador de Astronomía y guía del observatorio (2024, junio 27)