



Universidad
de La Laguna

Facultad de Economía,
Empresa y Turismo

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL DESTINO TURÍSTICO DE ADEJE

*Strategies for the Sustainable Growth of the Touristic Destiny
in Adeje*

Autoras:

D^a Ávila Barroso, Noelia.

D^a Delgado García, Saray.

D^a Torres Rojas, Jennifer.

Grado en Contabilidad y Finanzas
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2015 / 2016
Convocatoria Junio 2016

RESUMEN

Esta investigación se centra en analizar en qué fase del ciclo de vida de destinos turísticos (CVDT) se encuentra el municipio de Adeje para plantear recomendaciones que permitan un crecimiento sostenible y que eviten su estancamiento, como fue el caso de un destino turístico próximo, el Puerto de la Cruz. Este último, puede que en los últimos años esté experimentando un declive, aspecto que se refleja en una disminución del número de visitas.

Como metodología hemos empleado el análisis de datos secundarios obtenidos en fuentes como el Instituto de Canarias de Estadística (ISTAC) o las Encuestas de Turismo Receptivo del Cabildo de Tenerife.

Las conclusiones manifiestan que Adeje se encuentra en la etapa final, dentro de la fase de desarrollo, lo que se plantea como un momento clave para poner en marcha acciones sostenibles que permitan alcanzar la madurez del destino en las condiciones óptimas sin agotar el modelo turístico.

Palabras clave: Turismo, Ciclo de vida destinos turísticos (CVDT), Adeje, Estrategias de destino.

ABSTRACT

This research is focused in analysing in which process of the cycle of life of touristic destinies the village of Adeje is to create recommendations that allow a sustainable growth that avoids its stagnation, as it was the case of Puerto de la Cruz. This one, may be experimenting in these last years a decline which is reflection in a decrease of the number of tourist.

As a method it has been used the analysis of secondary figures got in sources as the Statistic Canarian Institute or the Survey of Receptive Tourism of Cabildo de Tenerife.

The conclusions reflect that Adeje is in the final stage, inside the process of growth and this is set as an important moment in order to begin sustainable actions that permit to reach the maturity of the destiny in the optimum conditions without exhausting the touristic model.

Keywords: Tourism, Cycle of Life of Touristic Destinies, Adeje, Destiny's Strategies

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. MARCO TEÓRICO. EL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS.....	5
3. ÁMBITO ESPACIAL DEL ESTUDIO: ADEJE.	8
3.1. CICLO DE VIDA DE ADEJE.	9
3.2. INDICADORES DE LA FASE ACTUAL DEL CVDT DE ADEJE	13
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	24
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciclo de vida del producto (CVP).....	5
Figura 2. Ciclo de Vida de destinos turísticos (CVDT).....	6
Figura 3. Localización de Adeje en Tenerife.....	8

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Evolución Visitantes Zona Sur Tenerife (1978-2014).....	13
Gráfico 2. Número de establecimientos hoteleros en Adeje.	13
Gráfico 3. Capacidad alojativa en los establecimientos hoteleros de Adeje.	14
Gráfico 4: Estadística del número de visitantes de las zonas norte y sur de Tenerife.....	14
Gráfica 5: Evolución en el número de turistas alojados.....	15
Gráfica 6: Índice de ocupación en Adeje.....	16
Gráfica 7: Número de turistas alojados en Adeje según su lugar de residencia.	17
Gráfico 8: Gasto medio total por turista y día según su lugar de residencia.	17
Gráfica 9: Gasto medio total en destino y en origen por turista y día según su lugar de residencia.....	18
Gráfica 10: Evolución de los turistas alojados en Adeje en la temporada de invierno y verano.	19
Gráfico 11: Fidelidad de los turistas en repetir como destino turístico Adeje.	19
Gráfica 12: Fidelidad de los turistas repetidores.....	20
Gráfica 13: Motivos de elección de Adeje como destino turístico en el año 2014.	21
Gráfica 14: Valoración media de factores y servicios en Adeje por países de residencia	22
Gráfico 15: Valoración de satisfacción en determinados aspectos y servicios en Adeje según el país de residencia.	23

1. INTRODUCCIÓN.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un notable crecimiento y una gran diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores más potentes del mundo. El turismo mundial está relacionado con el desarrollo y se ha convertido en una pieza clave para el progreso económico (OMT, 2015).

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1994) *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos. De esta forma, como una actividad que realizan los visitantes, el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo”*.

A pesar de la crisis, este sector sigue creciendo sólidamente mientras que otros sectores, ahora empiezan a progresar económicamente. De hecho, según el ISTAC, uno de cada siete puestos de trabajo creados en España en 2015 corresponde a este sector, lo que supuso 73.343 nuevas ocupaciones y un 5,5% más que el año anterior.

De igual importancia, hay otros aspectos relevantes en el crecimiento de la economía de las islas, como son: el aumento de los transportes tanto aéreos como marítimos y terrestres, las obras de infraestructuras hoteleras, el desarrollo de los establecimientos de restauración o el estudio sociocultural, dando a conocer la cultura, la gastronomía y las ofertas de entretenimientos en las diferentes zonas.

Por tanto, la línea seguida por el turismo se muestra ascendente y muy relevante dentro de la economía canaria, siendo un sector clave para el desarrollo de las islas y de su capacidad económica. Por ello, consideramos que es un sector en el que se debe emplear mucho esfuerzo, para la mejora y capacitación de las infraestructuras y los servicios.

En otras palabras, el turismo es el motor de la economía de Canarias y ha contribuido al cambio de modelo económico que se ha producido en las islas en los últimos 50 años. En estos momentos representa, aproximadamente, el 74% de la actividad total.

De igual forma, según el ISTAC, la tendencia en Canarias ha alcanzado cifras récord de 12 millones de visitantes, encontrándose dentro de los destinos turísticos preferidos por la mayoría. En el caso concreto de Tenerife, siendo una de las islas más visitadas, ya que supera los 5 millones de turistas. Asimismo, Adeje es uno de los destinos más preferidos por los turistas que vienen a la isla, alcanzando los 2 millones.

Por tanto, nuestro objeto de estudio es el municipio de Adeje. Para evitar que en un futuro este municipio llegue a la misma situación de otros destinos turísticos como es el caso del Puerto de la Cruz, ya que este ha experimentado un estancamiento en su demanda.

Para abordar este estudio, en primer lugar hablaremos del marco teórico donde algunos autores desarrollan el modelo del Ciclo de Vida del Producto (CVP) y el modelo del Ciclo de Vida de Destinos Turísticos (CVDT). Posteriormente, vamos a analizar el ámbito espacial del estudio, es decir, el plano histórico de Adeje. Seguidamente, estudiaremos el ciclo de vida de Adeje para

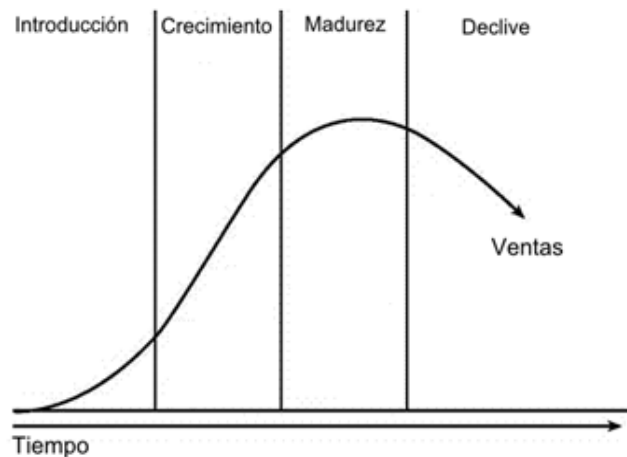
saber en qué fase del CVDT se encuentra este municipio, para ello utilizaremos indicadores de la fase actual en el periodo 2009-2014, a través de las diferentes estadísticas proporcionadas por Instituto Canario de Estadística y el Cabildo de Tenerife. Por tanto, examinaremos diversas variables como son: el número de turistas, el gasto medio diario, la ocupación, la fidelización del turista y las motivaciones de elección del destino, la valoración de satisfacción de esas motivaciones, entre otras. A partir del análisis de resultados, vamos a establecer las conclusiones y recomendaciones para un crecimiento sostenible y evitar que se estanque, como es el caso de otros destinos turísticos cuando llegan a la fase de madurez, por ejemplo: el municipio del Puerto de la Cruz. Por último, señalaremos la bibliografía utilizada para abordar el estudio.

2. MARCO TEÓRICO. EL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS.

Para investigar la evolución de las etapas o fases por las que pasa un destino turístico, debemos estudiar el modelo del ciclo de vida. Dicho modelo, es investigado por diferentes autores, como por ejemplo Richard Butler (1980) el cual lo define como la composición de la demanda generada y los factores que explican su comportamiento en el tiempo. Otros autores significativos, que han estudiado este modelo son Miossec (1977) o Standfield (1978) que reflejan que un destino turístico pasa por una serie de procesos a lo largo de su vida.

Por lo tanto, para conocer en qué se fundamenta estas etapas hay que estudiar la teoría del ciclo de vida del producto (CVP) propuesta por Theodore Levitt (1965). La cual trata de la evolución de las ventas durante el tiempo en que permanece en el mercado. En la misma, destacamos cuatro fases que son: introducción, crecimiento, madurez y declive del producto.

Figura 1. Ciclo de vida del producto (CVP).



Fuente: Theodore Levitt (1965)

Etapas de introducción. Esta etapa tiene como objetivo el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado. Se caracteriza por su lento crecimiento de la demanda, incertidumbre tecnológica y estratégica y un alto coste inicial. Por lo que hay un alto precio de los productos y sus ventas son bajas.

Etapa de crecimiento. En la fase se de crecimiento hay una penetración en el mercado, mediante políticas de comunicación en un mercado masivo posicionando la marca identificativa del producto. Se caracteriza porque aumenta la demanda y aparecen los primeros competidores. Sus ventas crecen rápidamente.

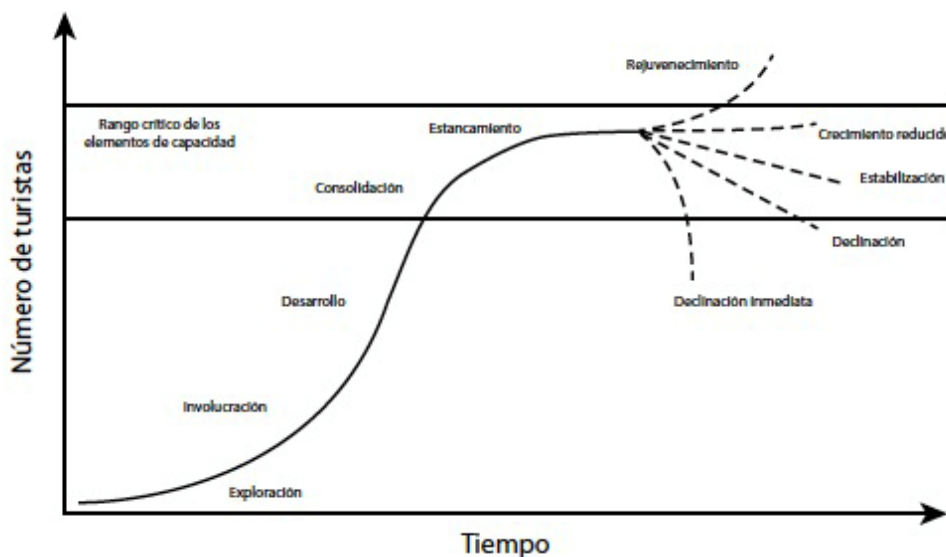
Etapa de madurez. En la madurez, el principal objetivo es mantener la ventaja competitiva y diferenciarse con respecto a los demás. Las características que determinan esta etapa son: la saturación del mercado, la aparición de productos sustitutivos, la inelasticidad de la demanda y la madurez del producto. No obstante, se intensifica la rivalidad entre empresas y algunas abandonan. Las ventas se mantienen.

Etapa de declive. En esta fase los objetivos deberían ser: mantenerse como la única del mercado y buscar un segmento en el mismo. El declive se caracteriza por la reducción progresiva de la demanda, gran exceso de producción, ausencia de cambios tecnológicos, desaparición de algunas empresas y una agresiva competencia en precios. En esta última etapa del ciclo de vida del producto, las ventas caen en picado.

A partir del CVP, Butler (1980) enuncia un nuevo modelo, el Ciclo de vida de destinos turísticos (CVDT). Éste es uno de los temas más importantes en el estudio de la competitividad turística, ya que podemos ver la evolución de un destino en un periodo de tiempo e identificar el plan estratégico para llevarlo a cabo.

En el CVDT se divide en 6 fases: exploración, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento, y tras esta última fase, declive o rejuvenecimiento. Cada etapa representa la situación de la demanda, la oferta, la comercialización y la competencia.

Figura 2. Ciclo de Vida de destinos turísticos (CVDT).



Fuente: Butler (1980).

Este ciclo comienza en la **fase de exploración**, donde se encuentra un nuevo destino y lo visitan un número reducido de turistas, son poco accesibles y existen pocas infraestructuras.

Seguidamente, se encuentra la **fase de involucración**, en la cual crece el número de turistas, gracias al desarrollo de la planta hotelera por parte de la implicación de la administración pública. Este destino se hace más popular, lo que hace que el mercado se vaya desarrollando y aparezcan las primeras temporadas turísticas.

Posteriormente, está la **fase de desarrollo**. Ésta se caracteriza por una masificación de clientes. El negocio empieza a ser controlado por compañías externas, el cual conlleva a la modernización de las instalaciones, a la inversión de marcas de referencia en la hostelería y la incorporación de los tour operadores.

Asimismo, la **fase de consolidación** refleja un crecimiento en el número de turistas pero no de forma tan elevada como en la fase anterior. En este caso, el destino forma parte de la industria organizada, por ello obtienen altos beneficios. Sin embargo, el principal problema de esta fase es que los turistas iniciales se van desplazando a otros destinos.

Mientras que, en la **fase de estancamiento**, el número de turistas no crece, ya que el destino comienza a perder su atractivo. Algunos clientes se mantienen pero otros prefieren elegir otro lugar para pasar sus vacaciones. No obstante, al llegar a esta fase hay dos casos extremos: el declive o el rejuvenecimiento.

En el caso del **declive**, este destino será incapaz de competir con sus rivales, produciéndose una recesión en la actividad turística. Esto conlleva a la reducción de precios para captar clientes y mantener la cuota de mercado.

Por último, la **fase de rejuvenecimiento**, es cuando se toman medidas para renovar el destino, mejorando las instalaciones, ofreciendo nuevos servicios y mercados, para aumentar el número de turistas.

En resumen, las características de las fases del CVDT se enfocan tanto en el cambio en las infraestructuras o servicios, como en los recursos medioambientales. Sin embargo, existen críticas con respecto a este modelo, ya que consideran dicha teoría como una herramienta de diagnóstico del destino y no como una herramienta de decisión. En el caso de Foster y Murphy (1991), sugieren que es imprescindible hacer revisiones, teniendo en cuenta la demografía y las condiciones del mercado en cada lugar. No obstante, puede producir limitaciones a causa de la heterogeneidad del mercado y la naturaleza propia del destino.

Sin embargo, el modelo de Butler es uno de los más importantes para conocer la evolución del destino y los factores que lo han generado, y así tenerlo en cuenta en el proceso de toma de decisiones en la estrategia de los destinos turísticos (Martín Azami, 2004).

Una vez estudiado los diferentes autores que hablan del CVP y del CVDT, vamos a analizar en qué fase del CVDT se encuentra el municipio de Adeje y ver qué nos sugiere Butler para dicha fase. Posteriormente, planteamos una serie de recomendaciones para un crecimiento sostenible.

3. ÁMBITO ESPACIAL DEL ESTUDIO: ADEJE.

Adeje, término de procedencia guanche significa, según algunos autores, “*macizo montañoso*”¹. Según el historiador tinerfeño José de Viera y Clavijo, “*Adeje es villa de señorío y perteneciente a los marqueses de este título de la casa de Ponte, y hoy a los condes de La Gomera. En otro tiempo fue reino y corte de guanches. Dista de Guía 2 leguas, y 14 de La Laguna. Pásense 9 barrancos muy profundos en el camino. Adeje está en un terreno de temperamento apacible, más cálido que frío, cuya campiña, poblada de mieses o de cañas dulces y regada de buenas aguas, goza de bellas vistas al mar. Descúbrase mucho horizonte, y en él las islas de La Palma, Hierro y Gomera. A la entrada del pueblo está el castillo. El palacio y casa fuerte es muy grande. Hay un ingenio de azúcar, el único que ha quedado de tantos como hubo en Tenerife.*”

Figura 3. Localización de Adeje en Tenerife



Fuente: Tenerife Ocio

Aquí se encuentran algunos de los materiales geológicos más antiguos de la isla. También destaca el **Barranco del Infierno**, que fue nombrado **Reserva Natural Especial**, y el cráter freatomagmático² de la **Caldera del Rey**. Aproximadamente el 45% de la superficie de este municipio está compuesta por espacios naturales protegidos.

Este municipio de 106 km² ubicado en el sur de la isla, pertenece a la provincia de Santa Cruz de Tenerife. Actualmente cuenta con cerca de 50.000 habitantes y es el cuarto municipio

¹ Reyes García, Ignacio (11 de agosto de 2012). *Ínsuloamaziq. Diccionario histórico-etimológico del amaziq insular (Canarias)*.

² Una **erupción freatomagmática** es el producto de una erupción juvenil como consecuencia de la interacción entre agua y magma.

más poblado de la isla. En la capital de esta villa, se encuentra el casco histórico con casonas señoriales y templos católicos.

La principal actividad económica de este municipio es el turismo, sobre todo a partir de la separación del Ayuntamiento de Arona en la explotación de la Playa de las Américas y con la creación del sello "Costa Adeje". A partir de esta ruptura, Costa Adeje tiene un gran crecimiento, lo que conlleva a albergar a la más moderna planta Hotelera de Europa.

Por consiguiente, es uno de los núcleos turísticos más importantes de Tenerife, y es quizás la zona más visitada debido a sus 14 impresionantes playas con arena de todos los colores, en las que es posible bañarse durante, prácticamente, todo el año, gracias a sus 24°C y a sus casi 300 días de sol al año. Las más destacadas son: playa del Duque, playa de Fañabé, playa de Torviscas y playa Paraíso. No obstante, la planta Hotelera, mayoritariamente de 4 y 5 estrellas, se caracteriza por tener lugares espaciosos, cómodos, con pocas alturas y donde abundan los jardines y zonas verdes. Al igual que, una variada y excelente gastronomía, una limpieza impecable y un servicio inigualable.

Por otra parte, este municipio ofrece una gran variedad de deportes (con mención especial a su campo de golf), contacto con la naturaleza, parques temáticos, centros de ocio, arte, cultura, Wellness & Spas, ocio nocturno, gastronomía y excursiones acuáticas, ya que tiene una rica fauna marina y cuenta con una de las colonias de cetáceos más importantes del mundo. Integrada por más de 500 especies, en el que se encuentran las ballenas piloto y los delfines, entre otras. Lo que convierten a Adeje en uno de los puntos favoritos por los visitantes para practicar submarinismo.

Destacar también, que gracias al parque acuático Siam Park, Adeje acoge a miles de visitantes cada año. Ha sido nombrado como el mejor parque acuático del mundo por los usuarios de Tripadvisor en 2014 y 2015. Está ambientado en la temática tailandesa y dispone de más de 14 atracciones y varios récords mundiales, como por ejemplo: la mayor ola artificial del mundo de 4m de altura.

Asimismo, se encuentra el centro de alto rendimiento para deportistas **Tenerife Top Training**. El cual, dispone de una de las infraestructuras más modernas de Europa y atrae a multitud de deportistas de élite al municipio.

Definitivamente, Adeje se ha convertido por méritos propios en uno de los lugares de referencia en el marco turístico de Canarias a nivel mundial.

3.1. CICLO DE VIDA DE ADEJE.

Exploración. Finales de la década de los 60 hasta 1973. El inicio de la actividad turística en Canarias, no tiene lugar en la zona sur de las islas, sino en la zona norte. El primer núcleo turístico de la isla de Tenerife, es el municipio del Puerto de la Cruz. Mientras que, la zona de Adeje se encontraba dedicada y especializada en la agricultura.

Sin embargo, en 1963 se comienza a pensar en la posibilidad de trasladar el foco turístico a la zona sur de las islas. Esto sucede, debido a que, en Gran Canaria se comenzó a

urbanizar y crear, progresivamente, una planta hotelera, que traspasó a los visitantes de Las Canteras, donde se habían asentado inicialmente, a las zonas costeras. Esto sirvió para descubrir el gran potencial que ocultaba la zona sur para atraer al turismo de masas.

Por ello, a finales de la década de 1960, el municipio de Adeje comienza a plantearse el turismo como una alternativa a la agricultura. En estos momentos se comenzó a urbanizar y se creó el primer lugar vacacional, Playa de las Américas.

La concurrencia de una serie de factores propiciará el desarrollo de la vertiente de sotavento de los espacios de ocio que actualmente se conocen. (Santana, 1993). Destacan algunos como el clima, la morfología, los factores económicos y humanos.

El clima de Adeje se ajusta a las exigencias de sol y playa del turismo de masas. Mientras que zonas como el Puerto de la Cruz presentan unas condiciones climáticas peores, con más días de lluvia y tiempo nuboso, en el sur es bastante diferente lo que permite despertar el interés de visitantes que buscan escapar del mal tiempo de sus destinos de origen. Por tanto, el clima se presenta como un factor clave y muy competitivo en el caso de este municipio.

En cuanto a la morfología, nos encontramos en esta zona de la isla un litoral llano, en el que aparecen muchas playas, que además son aptas para el baño. Es más difícil encontrar esto en la zona norte de las islas cuya morfología es más escarpada.

Los factores económicos estaban determinados por una estructura de propiedad de la tierra concentrada en pocas manos, lo que favoreció el desarrollo urbanístico. Además, los terrenos que se iban a urbanizar tenían un valor muy bajo porque en su mayoría eran improductivos.

Finalmente, los factores humanos favorecieron al desarrollo del turismo debido a que, en esa época los salarios eran muy bajos y se pudo realizar un trasvase de capital humano del sector tradicional de la agricultura a la hostelería.

La burguesía canaria, en el afán por facilitar el desarrollo de la industria turística y dotar de las infraestructuras mínimas a estos espacios, se unió a la entrada de capitales extranjeros que favorecieron en un primer momento la expansión de la actividad.

En este primer periodo, se aprobaron catorce planes turísticos en Adeje correspondientes al planeamiento sectorial. Estos planes se aprobaron entre 1968 y 1973.

Sin embargo, es en 1973 cuando se produce la crisis energética mundial, que supone un paso atrás en la evolución del turismo, ya que supone un gran incremento en el precio de los transportes, algo que se plantea como fundamental para permitir la llegada a Canarias. Esta crisis supone, además, que las principales economías europeas que hasta el momento eran emisoras de turistas vean cómo se contraen sus recursos.

Implicación. Desde 1973 hasta 1986. Estos años son cruciales para el desarrollo de Adeje como destino Turístico. Es en estos momentos, cuando se comienza a gestar un factor que será clave para que el municipio pueda arrebatarse el liderato a la zona norte.

Si bien, en la fase anterior se destacaron unos factores clave que mostraban las posibilidades del sur de Tenerife, faltaba uno que se antojaba fundamental, el desarrollo de las infraestructuras.

Las comunicaciones son imprescindibles para el turismo y este era el punto débil de esta zona en esa época, por lo que fue un gran reto. Para poder llegar a la capital de la isla había que realizar un tortuoso camino por la carretera general del sur, que transcurría por las medianías y, que, hacían del trayecto algo pesado y demasiado complejo para el turismo de masas.

Esto debía de cambiar si se quería apostar por él y era totalmente necesario y urgente plantearse la mejora de las comunicaciones terrestres, marítimas y áreas.

En 1971, tiene lugar el primer avance con la entrada en funcionamiento de la autopista que pone en contacto Santa Cruz con los cristianos, a través de una vía que discurre más cercana a la costa. Asimismo, supone la revalorización de un gran número de terrenos que se encuentran cerca de ella.

Aun así, había un escollo bastante importante que superar, y es que, el aeropuerto, principal entrada de turistas, se encontraba situado en los Rodeos, es decir, en la zona norte de la isla. Esto suponía una dificultad, puesto que, la distancia que debían recorrer para llegar a Adeje una vez arribaban a la isla era muy larga. Esto seguía dando una ventaja competitiva como destino al Puerto de la Cruz.

Es en 1978, cuando se inaugura el aeropuerto Reina Sofía ubicado en Granadilla de Abona, un lugar más cercano a las zonas turísticas en desarrollo, lo cual será esencial.

Es en estos años cuando tiene lugar la mayor inversión en infraestructuras en esta zona de la isla. A la autopista y el aeropuerto, se suma el puerto de los cristianos en 1975. El reto que se había planteado queda así resuelto, consiguiendo mejorar las comunicaciones en todos los ámbitos posibles.

Se desarrollan un gran número de lugares o espacios de ocio en el Sur de Tenerife, además del importante avance de la infraestructura alojativa, contando en la década de los setenta con 26.000 plazas, lo que hace que quede en unas condiciones inmejorables para convertirse en la sede principal del turismo.

Todas estas nuevas dotaciones hacen que Adeje se convierta en una de las zonas más apetecibles de la isla, tanto para los visitantes nacionales como extranjeros y para los inversores. Esto se seguirá ampliando a partir de 1985, que es cuando se otorga a esta zona la categoría de principal área turística de la isla.

Desarrollo. 1986 hasta 2014. En la década de los 80, el sur de Tenerife, y concretamente Adeje, se asienta como la zona predilecta y protagonista de la actividad turística en la isla.

A partir de 1986, el número de turistas que llega a la zona sur, supera por primera vez a los llegados a la zona norte. Esto confirma el cambio de tendencia que venía dándose, en el que cada año el sur recorta cada vez más las distancias.

En estos momentos, sigue apareciendo una nueva oferta hotelera y de ocio, cada vez hay un mayor interés por las cadenas hoteleras pertenecientes a capitales extranjeros para instalarse en esta zona e invertir grandes cantidades en ella.

Los turistas cada vez muestran más interés por conocer Adeje y disfrutar del modelo de sol y playa explotado por la zona. Los tour operadores están cada vez más implicados y comienzan a ofrecer el sur de Tenerife como un producto a los turistas, sobretodo, ingleses y alemanes.

En la actualidad, sigue llegando un gran número de ellos y eligen preferentemente los municipios del sur como Adeje para pasar su tiempo de ocio. Si bien es cierto que la oferta se ha ido actualizando y adaptando a sus exigencias, el clima es el principal factor que destacan para la elección del destino.

En resumen, el trabajo realizado en Adeje para ofrecerlo como un destino turístico, a la par de las dotaciones que se han hecho han sido determinantes para que este destino sea, hoy en día, uno de los principales dentro del panorama internacional. Es un destino que no da muestras de cansancio y que aún puede ofrecer más, pues el número de turistas que recibe sigue creciendo. Habrá que trabajar para alcanzar una cifra óptima de ellos que permitan que el destino siga siendo puntero pero de una manera sostenible, tratando de evitar que alcance una futura fase de declive en la que quede totalmente agotado el modelo turístico y los recursos de la zona.

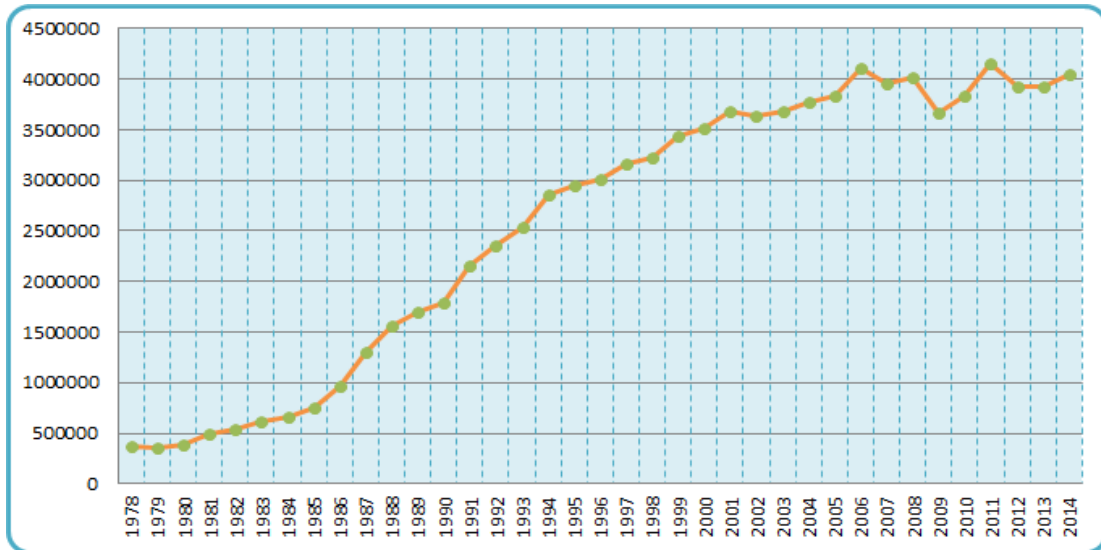
A continuación, se representa el CVDT de la zona Sur de Tenerife³, a través del estudio de número de visitantes llegados desde 1978 hasta 2014, para tratar de conocer cuál ha sido su evolución. Podemos observar que ha crecido gradualmente, mientras que en los últimos 4 años ha aumentado lentamente.

³ Se han utilizado datos de las “Estadísticas de Turismo Receptivo” realizadas por el Cabildo de Tenerife. Nuestra intención es representar un periodo amplio para poder hacernos una idea aproximada de cómo ha sido el CVDT de la zona de Adeje. Sin embargo, no hemos podido encontrar información desagregada por municipios con la amplitud suficiente, por ello, los datos elegidos para la representación han sido los de la zona sur.

La zona sur está formada por los municipios de Adeje, Arona, Candelaria, Guía de Isora, San Miguel, Arico, Arafo, Fasnia, Granadilla, Güimar, El Rosario y Vilaflor.

Sin embargo, hemos considerado que este gráfico es representativo porque la zona Sur ha vivido su desarrollo turístico a un ritmo similar y comenzando a la par. Además, Adeje es una de las zonas, que dentro del conjunto recibe más visitantes.

Gráfico 1. Evolución Visitantes Zona Sur Tenerife (1978-2014)



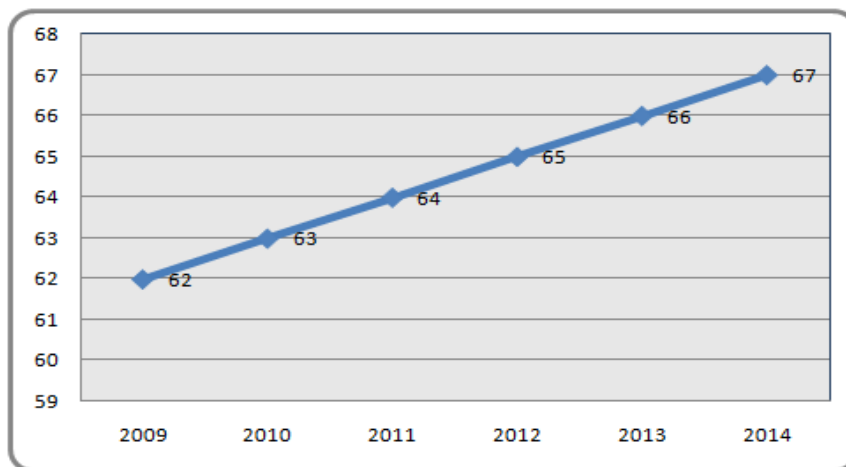
Fuente: Elaboración propia. Datos: Estadísticas de Turismo Cabildo de Tenerife.

3.2. INDICADORES DE LA FASE ACTUAL DEL CVDT DE ADEJE

En el estudio de la evolución de Adeje nos centraremos en los periodos correspondiente del año 2009 al 2014, para evitar el sesgo de la crisis y así sabremos en qué fase del ciclo de vida se encuentra dicho municipio.

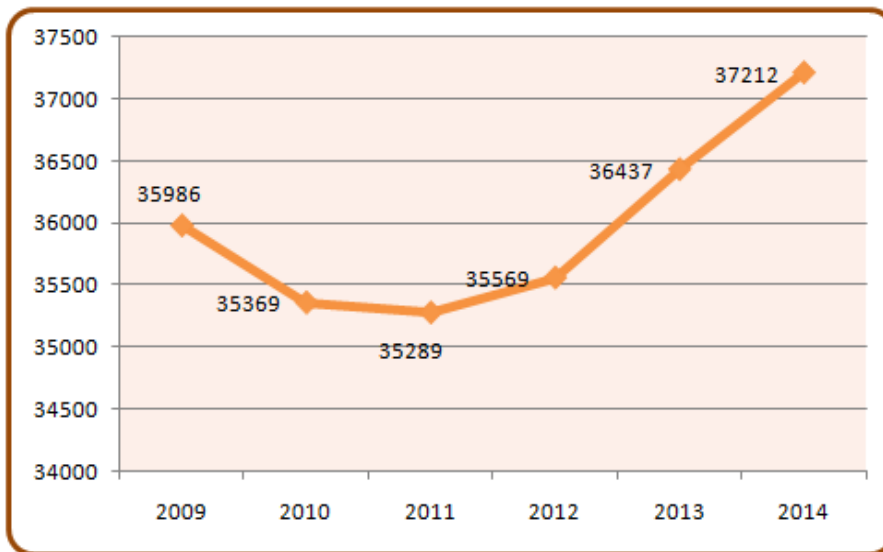
Asimismo, hemos querido estudiar en los siguientes gráficos, el censo de hoteles y la capacidad alojativa para saber si la planta hotelera se ha expandido y si ha evolucionado en el periodo de estudio.

Gráfico 2. Número de establecimientos hoteleros en Adeje.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Gráfico 3. Capacidad alojativa en los establecimientos hoteleros de Adeje.

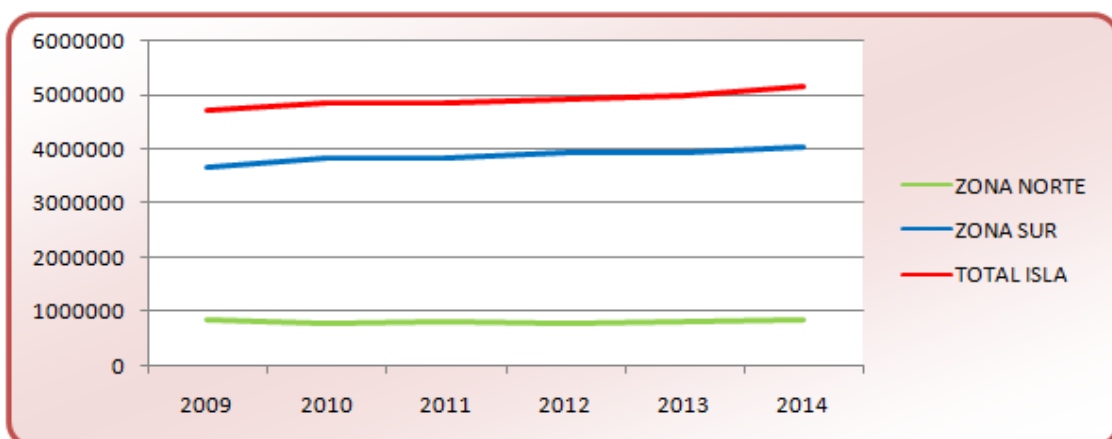


Fuente: Elaboración propia. Datos: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

En los gráficos anteriores, podemos comprobar que el número de establecimientos ha aumentado progresivamente en los últimos años. Mientras que la capacidad alojativa experimentó un descenso, alcanzando su punto más bajo en el año 2011. Sin embargo, ésta se recupera y llega a subir un 5,5% desde el periodo 2011 al 2014.

Para tener una mejor perspectiva haremos un análisis individualizado de la llegada de turistas a la zona norte y sur de la isla, y así conocer cómo ha evolucionado el turismo desde el año 2009.

Gráfico 4: Estadística del número de visitantes de las zonas norte y sur de Tenerife.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta del Turismo Receptivo (2009-2014). Cabildo de Tenerife.

Según la gráfica anterior, podemos observar que en los últimos años el turismo va aumentando, ya que Tenerife se convierte en una referencia turística, alcanzando este sector un

60% del PIB. En el año 2009 se produce una disminución en la zona norte y sur de la isla, debido a una crisis económica mundial.

A partir del año 2009, el número de turistas va aumentando progresivamente llegando en el 2014 a su mejor índice en un 3,53% con relación al año anterior. Esto es debido a la mejora de la oferta turística, la renovación de las infraestructuras, la motivación de la elección del destino y la publicidad de la isla en el extranjero.

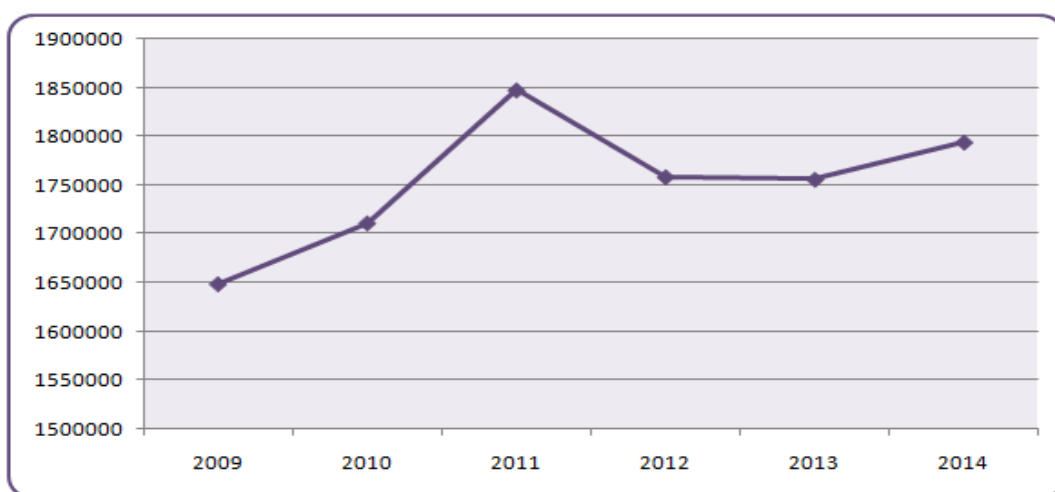
Además, analizando las diferentes zonas podemos observar que el número de visitantes es mayor en la zona del sur siendo la media de 4 millones. Mientras, en el norte la media es de 1 millón, con esto podemos destacar que el sur es el lugar turístico preferido para los turistas para pasar sus vacaciones, lo cual genera un 53,38% de sus ingresos, según fuentes del ISTAC.

Una vez conocido el número de turistas llegados Adeje, vamos a analizar otras variables importantes para el estudio, como son: la distribución en los establecimientos alojativos, la ocupación de la zona según la procedencia del turista, el gasto medio diario por residente, según la temporada, la motivación y valoración en la elección del destino. Para ello, tomaremos los datos de fuentes estadísticas del Cabildo de Tenerife, analizando los años desde el 2009 al 2014. Posteriormente, estudiaremos todos estos indicadores para detectar cuál es la etapa en la que se encuentra este municipio.

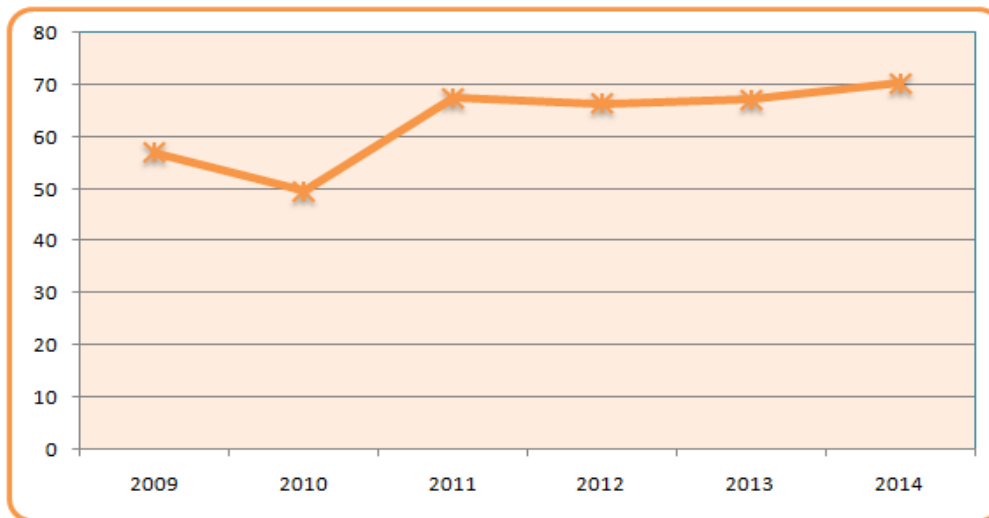
En los siguientes gráficos, podemos analizar el número de turistas en los establecimientos alojativos, destacando un aumento en el año 2009, con respecto al 2014, en un 8,80% del total de alojados en la zona. Lo cual nos indica, que alcanzó su punto más alto en el 2011.

Esto es debido a que la tendencia en la ocupación ha tenido un crecimiento constante a partir del año 2011, alcanzando su mayor índice en el año 2014, obteniendo un 70,3%.

Gráfica 5: Evolución en el número de turistas alojados.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta de alojamientos en establecimientos turísticos. Instituto Canario de Estadística.

Gráfica 6: Índice de ocupación en Adeje.

Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta del Turismo Receptivo. Cabildo de Tenerife.

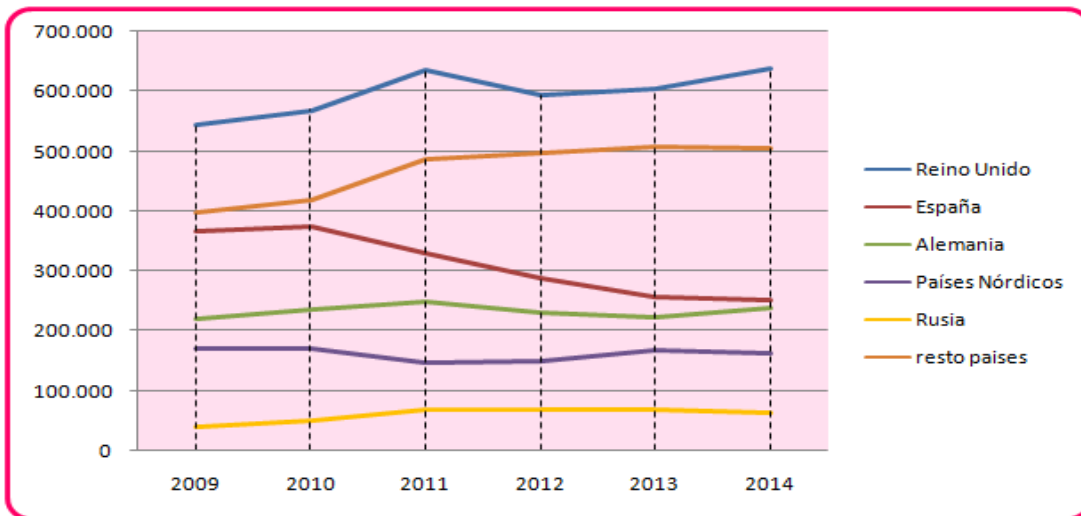
Asimismo, Adeje se considera uno de los lugares más turístico de la isla ya que, cuenta con una de las plantas hoteleras más modernas de Europa. El 75% de todos los establecimientos se han creado en las últimas dos décadas. El empeño por mantener la calidad hace que se efectúen acondicionamientos y modernizaciones de las instalaciones de forma constante.

Por otra parte, debemos considerar el perfil de los turistas que en la actualidad visitan la zona, cuáles son sus preferencias, el lugar de residencia, las actividades que suelen desarrollar, etc.

Primero, analizaremos el número de turistas alojados en Adeje, según su lugar de residencia. Según el siguiente gráfico, podemos observar, que los turistas que más nos visitan son los procedentes de Reino Unido, seguido de los alemanes, países nórdicos, rusos y nacionales. El mayor crecimiento es de los británicos alcanzando un promedio del 10,95% en los años del estudio.

Por el contrario, se observa un descenso en el turismo nacional a partir del año 2010 con una caída del 33% con proporción al 2014. Este descenso puede ser a causa de la economía española, ya que el efecto de la crisis se ha alargado más con respecto a otros países. Otro aspecto que hay que destacar es la apertura de nuevos mercados como el caso del turismo Ruso que ha aumentado en un 60% en el periodo 2009-2014, esto es debido a que les atrae la calidad de los establecimientos hoteleros, las compras, el clima y el aumento del tráfico aéreo con este País.

Gráfica 7: Número de turistas alojados en Adeje según su lugar de residencia.

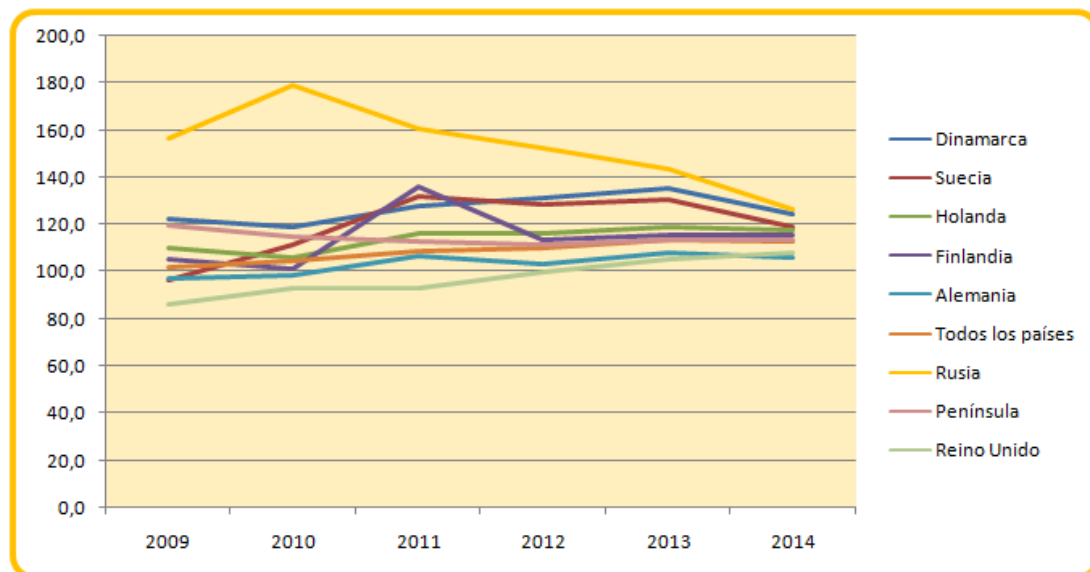


Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta al Turismo Receptivo. Cabildo de Tenerife.

A continuación, analizaremos en la gráfica 8 el gasto medio por turista y día según la residencia del turista en la zona de Adeje. Destacar que, el turismo ruso ha crecido en los últimos años y tuvo su mayor gasto en el 2010. Sin embargo, a partir de este año baja y tiende a igualarse a los demás países. De igual forma, sigue siendo el que tiene el gasto más elevado.

En cambio, el turismo británico y alemán, que a pesar de ser los que más viajan a este municipio, son los que menos gastan. Sin embargo, un aspecto positivo es que en los últimos años podemos observar que tiende a incrementarse. No obstante, el turismo nacional, que también frecuenta mucho Adeje, mantiene su gasto medio.

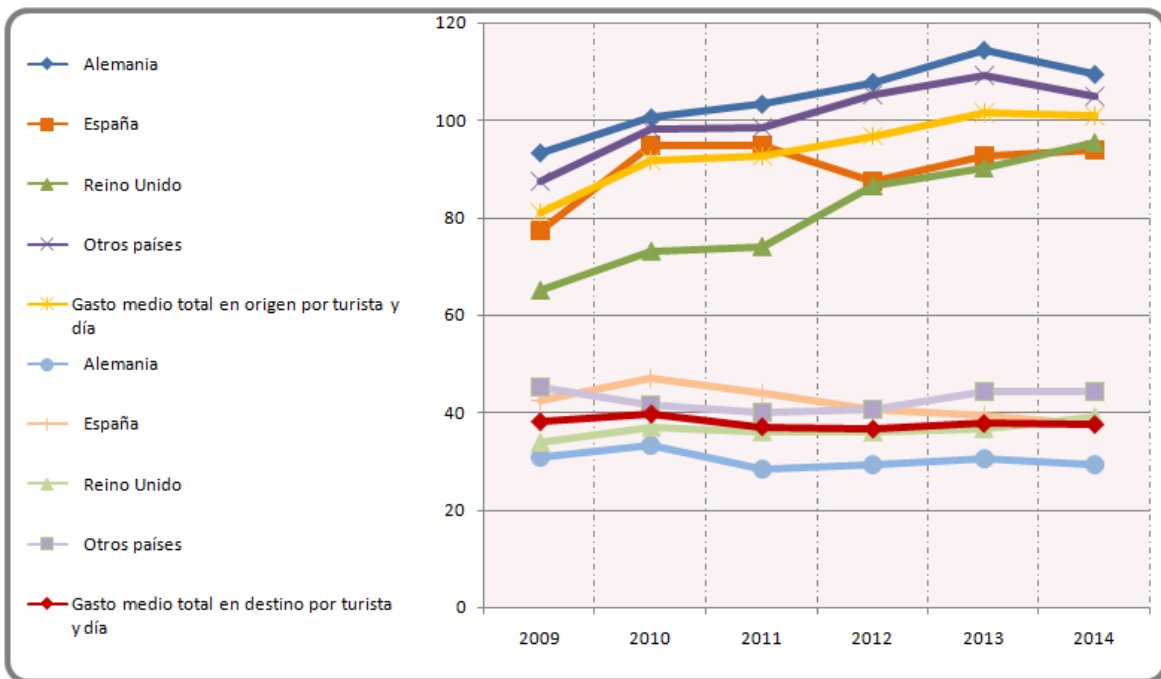
Gráfico 8: Gasto medio total por turista y día según su lugar de residencia.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta sobre el gasto turístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

A continuación, hemos hecho un estudio del gasto medio total en destino y en origen por turista y día, según su lugar de residencia. Hemos observado que, es mayor el gasto en origen que el gasto en el destino. Siendo los alemanes los que representan el mayor contraste, ya que presenta el mayor gasto en origen y el menor en destino. Mientras que Reino Unido y España realizan el mayor gasto en destino. También señalar que, dentro de otros países se encuentra Rusia, siendo éste el que más gasta en este municipio sureño como hemos estudiado en la gráfica anterior.

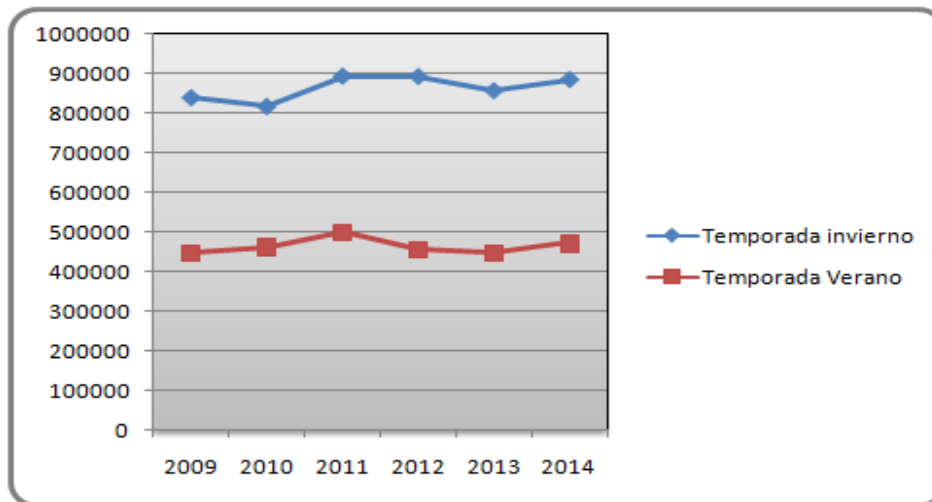
Gráfica 9: Gasto medio total en destino y en origen por turista y día según su lugar de residencia.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta sobre el gasto turístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

A parte del turismo por residencia, ahora trataremos de la preferencia de los turistas por temporadas. En el próximo gráfico, observamos que la temporada de invierno es más alta que la de verano. Esto puede ser debido a que el turista se ve atraído por el clima, ya que en sus respectivos lugares de residencia la climatología no es tan favorable como en el municipio de Adeje.

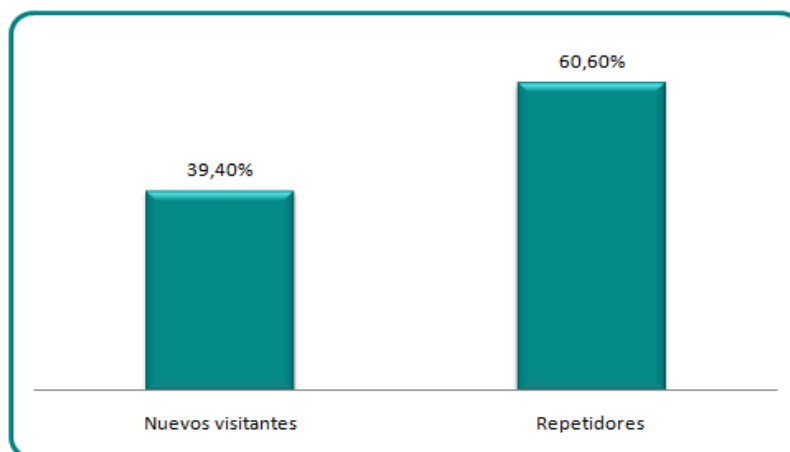
Gráfica 10: Evolución de los turistas alojados en Adeje en la temporada de invierno y verano.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta del Turismo Receptivo. Cabildo de Tenerife.

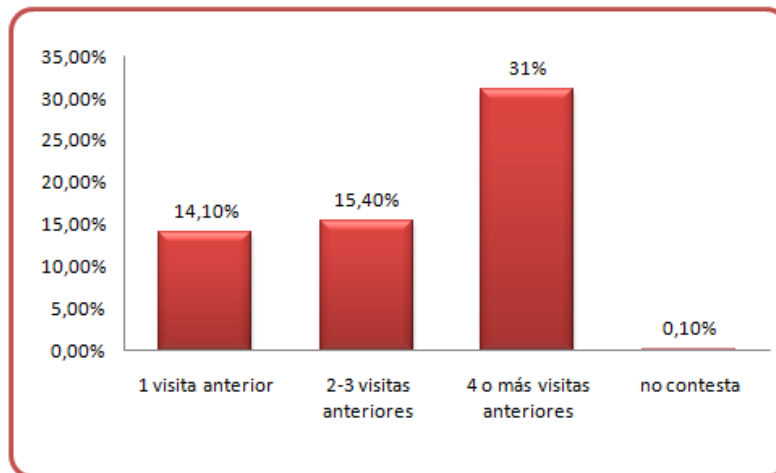
Además, para contrastar mejor esta hipótesis debemos de analizar la fidelidad del turista, el cual refleja la continuidad en la repetición de sus vacaciones en la zona. Según el gráfico siguiente, se puede observar que el 60% de los turistas encuestados volvería a repetir. Esto indica que si el turista vuelve es porque es un turista fiel, porque le dan un alto valor al clima, al entorno, a las infraestructuras y a los servicios que ofrecen. También señalar que, aproximadamente, el 40% son nuevos visitantes. Esto nos indica que el municipio sigue siendo atractivo para nuevos perfiles del turista, el cual nos permite que en un futuro se hagan repetidores del destino.

Gráfico 11: Fidelidad de los turistas en repetir como destino turístico Adeje.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta sobre el gasto turístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Dentro del 60, 60% nos encontramos, el desglose del número de repeticiones, siendo el más importante el 31% que han hecho 4 o más visitas anteriormente, conocidos como “turistas enamorados”.

Gráfica 12: Fidelidad de los turistas repetidores.

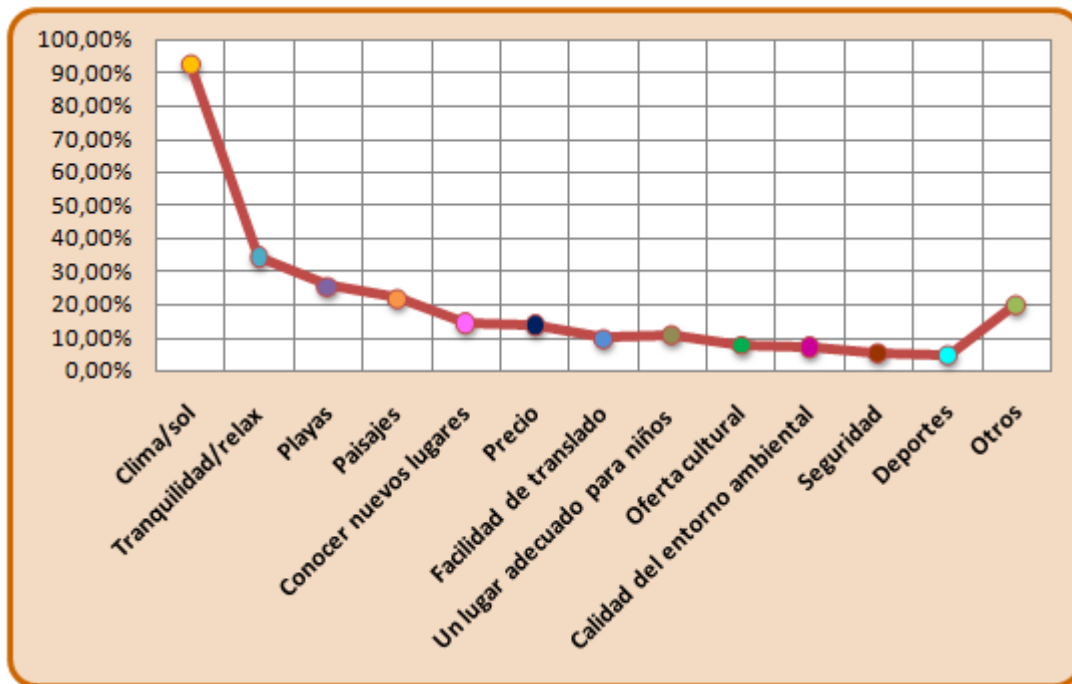
Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta sobre el gasto turístico. Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Otra cuestión a tratar, son las motivaciones que hacen que el turista elija Adeje para pasar sus vacaciones, y para ello, analizaremos las elecciones del turista en el año 2014.

El gráfico que encontramos a continuación, nos indica la motivación de elección del turista, siendo sus mayores valoraciones: el clima con un 92,6% y la tranquilidad con un 34,40%. Mientras que, eligen el turismo de playa con un 25,80% y los paisajes con un 22,10%. Por el contrario, tenemos que destacar la baja puntuación obtenida en el apartado de los deportes (4,8%) y la seguridad (5,7%).

Cabe señalar, que la encuesta de turismo receptivo pide al turista que elija 3 motivaciones, por ejemplo la mayoría coincide que lo que más le atrae es el clima (92%), de ahí que los porcentajes suman más de 100.

Gráfica 13: Motivos de elección de Adeje como destino turístico en el año 2014.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta del Turismo Receptivo. Cabildo de Tenerife.

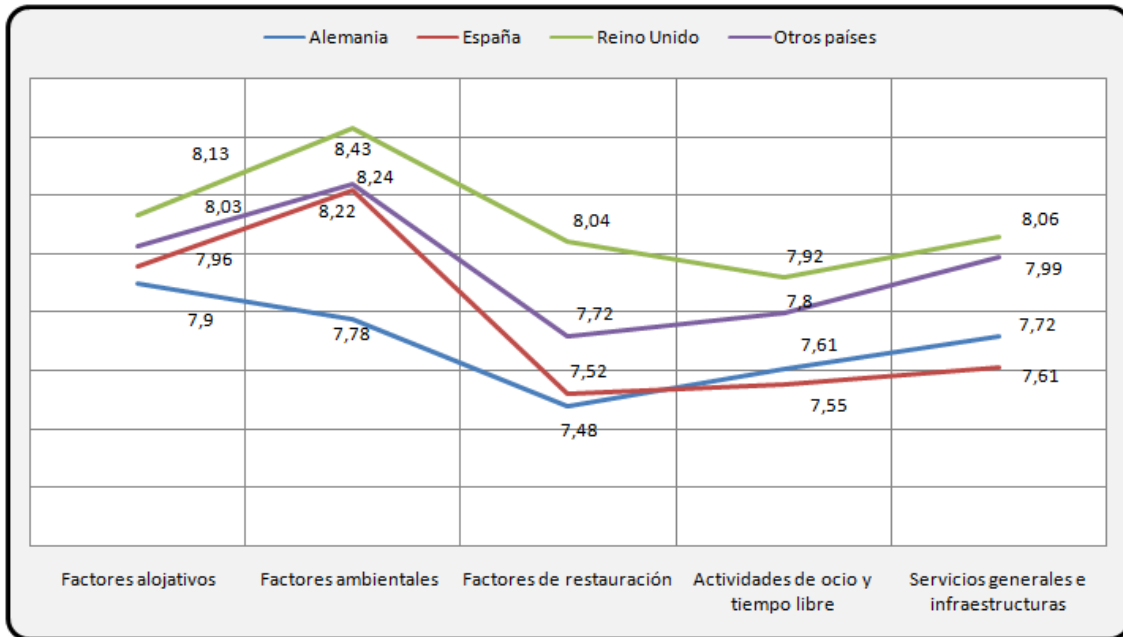
Por tanto, para tener una mejor perspectiva de lo que piensa el turista, nos centraremos en la valoración por nacionalidad de los servicios turísticos que ofrece este municipio, así sabremos cuál es la mejor puntuación al igual que la menor.

En la siguiente gráfica, aparecen los factores alojativos, medioambientales y de restauración. También, servicios generales e infraestructura y actividades de ocio. Es interesante que en general, los turistas de Reino Unido son los que más nos visitan y los que más nos valoran.

Mientras que, los alemanes nos dan una menor evaluación en los factores alojativos, medioambientales y de restauración, puede que esta valoración se deba a que los alemanes tengan un perfil más relacionado al destino de Puerto de la Cruz y no al municipio de Adeje.

En cambio, los nacionales nos valoran menor en actividades de ocio y en los servicios generales e infraestructuras con un 7,55 y 7,61 de media, respectivamente.

Gráfica 14: Valoración media de factores y servicios en Adeje por países de residencia.

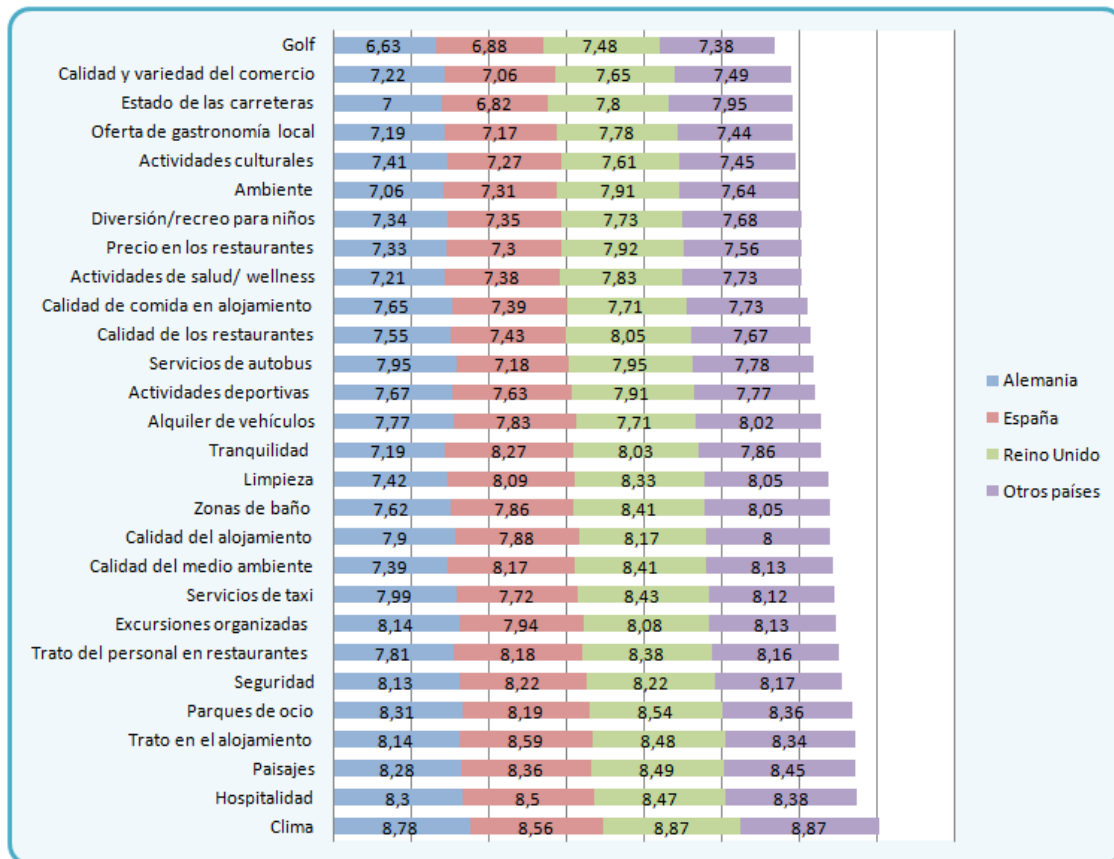


Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta del Turismo Receptivo. Cabildo de Tenerife.

Para seguir profundizando en lo anterior, analizaremos de manera más detallada los aspectos y servicios según el país de residencia que valoran los turistas con una puntuación del 1 al 10, siendo el 10 la valoración más alta.

Ahora de forma desglosada, en el siguiente gráfico vamos a ver cada uno de estos factores de forma más detallada. Por tanto, observamos que lo mejor que valoran los turistas son el clima, la hospitalidad, los paisajes y el trato en el alojamiento. No obstante, todos coinciden que el clima es el factor más importante. También, los alemanes le dan una buena puntuación a los parques de ocio con un 8,31 de media, al igual que los británicos que le dan una valoración de 8,54. En cambio, el turismo nacional califica como mejor al trato en el alojamiento con 8,59 puntos. Por el contrario, los factores menos valorados son: el estado de las carreteras, la calidad y la variedad del comercio y el golf.

Gráfico 15: Valoración de satisfacción en determinados aspectos y servicios en Adeje según el país de residencia.



Fuente: Elaboración propia. Datos: Encuesta del Turismo Receptivo. Cabildo de Tenerife.

Una vez analizadas las diferentes variables como son: el número de turistas, el gasto medio diario según residencia, la ocupación y las motivaciones, entre otras, vamos a comprobar en qué fase del modelo del CVDT de Butler, se encuentra el municipio de Adeje.

Tras verificar que el número de visitantes de la zona sur de la isla crece progresivamente, al igual que el número de alojados, el índice de ocupación y el gasto medio por turista y día, podemos decir que Adeje se encuentra en la última fase de desarrollo, llegando casi a la fase de madurez. Ya que, como podemos observar en la gráfica de la evolución de visitantes en la zona sur de la isla desde el año 1978 al 2014, el ritmo de crecimiento de turistas es lento en los últimos años.

El modelo del CVDT en esta fase señala: que la participación autóctona y el control local disminuirán por lo que en la industria hotelera donde hay pequeños establecimientos administrados por familias locales irán desapareciendo y aparecerán cadenas hoteleras más modernas para cubrir las necesidades de un turismo más sofisticado. Por lo que surgirán transformaciones en espacios físicos lo que puede influenciar en gran medida a la población nativa. Al igual que éstos se pueden sentir incómodos por la gran llegada de turistas en temporadas altas.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Una vez investigado y comprobado con la teoría de Butler, que Adeje se encuentra al final de la fase de desarrollo, vamos a plantear una serie de recomendaciones, para que este destino se consolide en el tiempo y no llegue a un estado de estancamiento y declive.

Tras observar el incremento progresivo del número de establecimientos hoteleros y la capacidad alojativa, planteamos, no masificar el espacio a través del aumento de la oferta alojativa, ya que esto puede ocasionar que el cliente no tenga una adecuada calidad de la experiencia turística y cambie su visión del paisaje, medioambiente, así como de la tranquilidad. Al igual que, tanto el turista como la población nativa, se encuentren en un continuo estado de estrés y malestar debido a la excesiva cantidad de visitantes al municipio. Lo que conlleva a que el trato con el turista no sea el más adecuado, ocasionando por parte del mismo una imagen equívoca de nuestros agradables residentes.

Asimismo, según la evolución recogida en los gráficos del índice de ocupación, el número de visitantes y el número de alojados, basándonos en la teoría de Butler, el espacio se puede ver masificado. Esto puede conllevar, indirectamente, a que el destino pierda atractivo y no sea competitivo frente a otros, disminuya el precio de venta y por consiguiente, los beneficios, tomando como ejemplo el caso del Puerto de la Cruz, que ha visto cómo ha descendido su calidad en la oferta hotelera y su demanda se ha visto perjudicada. Por lo tanto, para evitar estos fenómenos, proponemos tomar medidas de contención, para no seguir construyendo nuevos hoteles y optar por la reinversión de una parte de los beneficios obtenidos para la mejora y optimización de las instalaciones, y así, seguir compitiendo en calidad, ya que no debemos perder la esencia que nos caracteriza y por la que muchos turistas nos eligen año tras año para pasar sus vacaciones.

Otro aspecto importante, es el resultado que hemos obtenido del gasto medio diario en las gráficas estudiadas anteriormente. Como podemos observar, el gasto en origen es superior al de destino y sigue aumentando, ya que hay grandes cadenas hoteleras que se gestionan a través de tour operadores y agencias de viajes. Esto también puede afectar a la calidad del servicio y a las instalaciones e infraestructuras hoteleras, quedando deterioradas, desgastadas y obsoletas por la gran utilización de las mismas. Por lo que proponemos, promocionar, facilitar y hacer más atractiva la contratación y reserva directa y que el gasto sea en destino, es decir, que se haga un importante desembolso en restaurantes, comercios, zonas de ocio, etc. y que se consuman productos locales para ayudar a nuestros residentes a tener ingresos y seguir progresando para obtener beneficios. Y así evitar, que éstos queden en manos foráneas. Tenemos que tener precaución, puesto que si el gasto disminuye, nos veremos obligados a bajar los precios, lo que conlleva a que venga un perfil de turista que no sea sofisticado y exigente en la calidad, que conlleve a una disminución de los beneficios y, por lo tanto, haya incapacidad de reinversión y se cree un círculo perverso.

Por tanto, es necesario atraer a turistas que realizan un elevado gasto en destino, como es el caso del mercado Ruso. Asimismo, hay que conseguir fidelizar a los nuevos visitantes (40%), sin olvidarnos de los que ya son repetidores (60%) de los cuales el 31% ha venido 4 o más veces, es un turismo que conoce el hotel donde se aloja, las empresas de ocio etc. Por lo

que debemos sugerirles, que contraten directamente con esas empresas y eliminar el factor intermedio de las agencias de viajes o tour operadores y ofrecerles una bonificación por seguir eligiéndonos y confiando en nosotros.

Por otra parte, destacar el notable descenso del gasto del turismo nacional, en cambio, gasta menos en origen que en destino. Puede que esto sea debido a que contrate sus vacaciones de forma individual y no por tour operadores o agencias de viajes. Por lo que debemos incentivar comercializar directamente y mejorar, tanto las actividades de ocio, como las deportivas. Además, mantener y buscar nuevos mercados ofreciendo este destino como una mejor alternativa vacacional, a través de ferias y congresos turísticos, es decir, impulsar la marca "Costa Adeje".

Señalar que, uno de los principales motivos de elección del destino es la tranquilidad y el clima, por lo que debemos fomentar la temporada baja de verano, ya que ha descendido en los últimos periodos y aprovechar este descenso para que las compañías aéreas disminuyan el precio de los pasajes en esta época. Al igual que, tenemos que mantener la temporada de invierno para no aglomerar el espacio. Asimismo, otro factor crucial es el alojativo que engloba la calidad y el trato en el alojamiento. Por lo que debemos de seguir promoviendo la calidad y hacer comfortable su estancia vacacional.

Del mismo modo, hay que tener en cuenta la satisfacción del turista que visita Adeje, según el país de residencia valoran de una u otra manera diferentes aspectos, esto se debe en algunos casos a la forma en la que realizan la contratación del paquete vacacional. En el caso del turismo alemán, observamos en la gráfica de valoración de satisfacción en determinados aspectos y servicios, que sus puntuaciones son menores en los factores de restauración y de ocio. Esto puede deberse a que el gasto es significativamente mayor en origen que en destino, observando que el gasto es mayor en el origen. Sin embargo, el turismo nacional y el británico, a pesar de que también hacen un mayor desembolso en origen, son los que tienen el gasto más alto en destino.

Por consiguiente, la oferta complementaria obtiene la más baja puntuación, puesto que le dan poca valoración a la calidad y variedad en el comercio, a la oferta de gastronomía local y a las actividades culturales, deportivas y de ocio. Por lo que debemos potenciar los atractivos naturales, convirtiendo la naturaleza en una nueva oferta de ocio, promover rutas, senderos y visitas. Además, impulsar nuestra idiosincrasia, es decir nuestra cultura; conocer nuestra historia aborigen, arquitectura y pintura. También, representar nuestro folclore a través de la música, bailes canarios y romerías. Al igual que, nuestros deportes y juegos autóctonos como por ejemplo: la lucha canaria, el juego del palo canario, el salto del pastor, la bola canaria, el arrastre de ganado, etc. Sin olvidarnos de potenciar nuestra succulenta y variada gastronomía. Por ejemplo: hacer una ruta de "guachinches" (muy popular en la zona norte de la isla) y promocionar nuestros vinos, quesos, gofio, miel, en definitiva, nuestra comida típica canaria. De esta forma, podemos conseguir que la oferta complementaria obtenga una mejor valoración y así, evitar la estandarización de la misma y conseguir que los productos sean únicos y propios de la zona.

Por otra parte, no sólo los empresarios tienen que invertir en renovar y actualizar sus infraestructuras hoteleras, la restauración y las actividades de ocio, sino que, las administraciones públicas también deben implicarse y destinar financiación a la mejora de carreteras, limpieza, seguridad e instalaciones (alumbrado, parques, paseos marítimos, entre otros).

Finalmente, llegado a este punto, podemos decir que hemos alcanzado el propósito del estudio que era, no sólo detectar la fase del ciclo de vida de destinos turísticos en la que se encuentra Adeje sino, hacer sugerencias y recomendaciones para que tenga un crecimiento sostenible y evitar modelos familiares como es el caso del Puerto de la Cruz

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Butler, R. W. (1980): The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1).

De las Casas, P. (1997): *Introducción a la historia de Adeje*. Santa Cruz de Tenerife. Cabildo Insular de Tenerife. pp. 40.

Díaz Frías, N. (1999): *La historia de Adeje*. Santa Cruz de Tenerife. Centro de la cultura popular canaria. Pp.180-181

Foster, D. M., & Murphy, P. (1991): Resort cycle revisited: the retirement connection. *Annals of Tourism Research*, 18(4).

Gobierno de Canarias: *Encuesta de alojamiento turístico en establecimientos hoteleros*. ISTAC (2009-2014).

Gobierno de Canarias: *Encuesta sobre el gasto turístico*. ISTAC (2009-2014).

[Imagen Localización de Adeje en Tenerife]. Recuperado el 07 de junio de 2016 de: www.tenerifeocio.com/donde-comer-restaurantes/costa-adeje/

Levitt, T. (1965): "Exploit the Product Life Cycle", *Harvard Business Review*, vol. 43, (Noviembre/Diciembre).

Martín Azami, D. (2004): Determinantes estratégicos de la fidelidad del turista en destinos maduros. Tesis doctoral, Servicio de publicaciones de la Universidad de La Laguna, La Laguna.

Martín Martín, V. O. (2000): *De la renta agraria a la renta del ocio: el turismo en el Sur de Tenerife*, Santa Cruz de Tenerife: Excmo. Cabildo Insular de Gran Canaria-Excmo. Cabildo Insular de Tenerife.

Miossec, J. M. (1977): Un modèle de l'espace touristique. *Espace géographique*.

Organización Mundial del Turismo (1994): Documentos Básicos, Madrid, España.

Organización Mundial del Turismo (2015): *Panorama del turismo internacional*. OMT, Madrid.

Patronato de Turismo (2009-2014): *Estadísticas de Turismo Receptivo*, Cabildo de Tenerife, Santa Cruz de Tenerife.

Santana Santana, C. (1993): *La producción del espacio turístico en Canarias. El caso de Adeje*. Las Palmas de Gran Canaria. pp. 21-24.

Stansfield, C. (1978): Atlantic city and the resort cycle background to the legalization of gambling. *Annals of Tourism Research*.

Viera y Clavijo, José de (1950) [1772-1773]. «Tomo III, libro XV». En Elías Serra Ráfols. *Noticias de la historia general de las Islas Canarias (definitiva edición)*. Santa Cruz de Tenerife: Goya Ediciones. pp. 777-778.