

# MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

PAISAJES CULTURALES EN ESPACIOS RURALES: LA VILLA Y  
PUERTO DE GARACHICO EN EL SIGLO XVI Y XVII.

CULTURAL LANDSCAPES IN RURAL AREAS: LA VILLA Y PUERTO  
DE GARACHICO IN 16th AND 17th CENTURY.

Autor: Adrián Miranda Rodríguez.

Tutor: Miguel Ángel Mejías Vera.

Grado en Turismo

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2017/2018

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: PLANO DE TORRIANI (1588), ANTERIOR A LA ERUPCIÓN VOLCÁNICA DE 1706.....	2
ILUSTRACIÓN 2: SENDA PRÓXIMA AL ANTIGUO CAMINO REAL A LA ALTURA DEL PASO DE LAS AGUAS.....	20
ILUSTRACIÓN 3: PRESENCIA DE MORERAS EN LAS CERCANÍAS DE LA CALLE EL SOL.....	23

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS.....	10
TABLA 2: NÚMERO DE VIAJEROS, PERNOCTACIONES Y ESTANCIA MEDIA EN LOS ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DE LA ISLA DE TENERIFE. AÑOS 2014-2017.....	11
TABLA 3: NÚMERO DE VIAJEROS ENTRADOS POR MODALIDAD Y AÑO EN LOS ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DENTRO DEL TERRITORIO ESPAÑOL. AÑO 2014-2016.....	12
TABLA 4: ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL, NÚMERO DE PLAZAS ESTIMADAS Y GRADO DE OCUPACIÓN EN LA ISLA DE TENERIFE. AÑO 2014-2017.....	16
TABLA 5: INVENTARIO DE ALOJAMIENTOS Y PLAZAS EN EL MUNICIPIO DE GARACHICO.....	17
TABLA 6: DIAGNÓSTICO DE LA ADECUACIÓN DEL TURISMO RURAL EN LA VILLA Y PUERTO DE GARACHICO.....	18

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: RELACIÓN DE VISITANTES ATENDIDOS EN LA OFICINA DEL CIT POR MES.....	14
GRÁFICO 2: NÚMERO DE PERSONAS ATENDIDAS POR NACIONALIDADES.....	14

## ÍNDICE DE CONTENIDOS TEÓRICO-PRÁCTICOS:

RESUMEN .....	1
1. INTRODUCCIÓN .....	2
2. MARCO TEÓRICO.....	3
2.1. TURISMO RURAL. ANTECEDENTES Y DISTINTAS CONCEPCIONES .....	4
2.1.1. Antecedentes.....	4
2.1.2. Concepción actual: Turismo en espacio rural .....	5
2.2. PAISAJE CULTURAL .....	6
2.2.1. Cambios en la concepción de patrimonio.....	6
2.2.2. Orígenes, definiciones y autores .....	6
2.3. RECURSOS TURÍSTICOS E IMAGEN.....	7
3. OBJETIVOS .....	8
4. METODOLOGÍA.....	9
5. COYUNTURA ACTUAL DEL TURISMO RURAL EN LA ISLA DE TENERIFE. ....	11
5.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO RURAL. ....	11
5.1.1. Estado de la demanda en el municipio de Garachico. ....	13
5.1.2. Conclusión.....	15
5.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE TURISMO RURAL .....	16
5.2.1. Estado de la oferta en el municipio de Garachico. ....	17
5.2.2. Conclusión.....	17
6. DIAGNÓSTICO DEL TURISMO RURAL EN GARACHICO.....	18
6.1. ESTRATEGIA A REALIZAR .....	19
7. PROPUESTA DE PRODUCTO: RUTA TURÍSTICA DE PAISAJES CULTURALES .....	20
7.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL RECORRIDO .....	20
7.2. DISTRIBUCIÓN DE JORNADAS E HITOS. ....	21
7.2.1. El momento de la erupción.....	25
8. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	26
9. CONCLUSIÓN .....	29
10. BIBLIOGRAFÍA.....	30
11. ANEXOS.....	32

## RESUMEN

Dada la naturaleza rural de los elementos paisajísticos, culturales y agrarios que componen la base identitaria de mucho de los municipios de las Islas Canarias, se ha propuesto la implantación del turismo rural en la Villa y Puerto de Garachico con razón de dotar una nueva imagen al destino.

Mediante un análisis de los movimientos de la oferta y la demanda en el ámbito insular y municipal, se ha llevado a cabo una propuesta de ruta que realza la esencia rural del destino con la puesta en valor de los paisajes culturales pertenecientes a los siglos XVI y XVII, siglos de máximo esplendor de la localidad.

Por último, se han establecido una serie de criterios a tener en cuenta para la correcta comercialización del producto, evitando crear perjuicios que incidan negativamente en la calidad de la oferta.

**Palabras clave:** turismo rural, paisajes culturales, imagen, recurso turístico.

## ABSTRACT

Given the rural nature of the landscaping, cultural and agrarian elements that compose the identity basis of many of the municipalities of the Canary Island, the introduction of rural tourism has been proposed in the Villa y Puerto de Garachico with the aim of providing a new image to the destination.

Through a deep analysis of the movements of supply and demand at insular and municipal level, a route has been carried out, which highlights the rural essence of the destination with the enhancement of cultural landscapes belonging to the 16th and 17th centuries.

Finally, a series of criteria have been established for the correct commercialization of the product, avoiding damages that negatively affect the quality of the offer.

**Key words:** rural tourism, cultural landscapes, image, tourist resource.

## 1. INTRODUCCIÓN

Situándonos en el noroeste de la Isla de Tenerife (Islas Canarias, España), nos encontramos con el pequeño municipio costero de La Villa y Puerto de Garachico. Con 4.827 habitantes y una superficie de 29,28 km<sup>2</sup>, supone uno de los principales focos turísticos de la zona norte de Tenerife debido a su gran variedad de recursos (no solo patrimoniales, sino también culturales), capaces de trasladar al visitante a aquella etapa colonial de la Isla tras su conquista en 1496.

En efecto, dicha riqueza viene legada por el papel protagonista de la localidad desde sus inicios. Tras su fundación, se convirtió en el principal puerto marítimo de la Isla, cobrando vital importancia durante los siglos XVI y XVII. Del mismo, zarpaban navíos rumbo a América y Europa, lo cual hizo que el progreso económico y cultural de la zona fuera palpable en aquellos tiempos.

Sin embargo, hablar de la historia de Garachico, es también hablar de un municipio ligado a distintos desastres naturales. En 1706, una erupción del Volcán de Trevejo o Montaña Negra (ubicado en la zona sur de la actual Reserva Natural Especial del Chinyero) sepultó gran parte de la Villa, junto a su puerto, acabando así con la etapa gloriosa de la localidad. Sin embargo, la lava hizo ganar territorio al municipio frente al Océano, lo cual ha condicionado de manera radical su paisaje y ha permitido su expansión territorial.

**Ilustración 1: Plano de Torriani (1588), anterior a la erupción volcánica de 1706.**



Fuente: Rozas, Y. (2018). Los primeros mapas auténticos de las Islas. [Figura]. Recuperado de: <https://diariodeavisos.elespanol.com/2018/01/los-primeros-mapas-autenticos-las-islas/>

Ya en la etapa moderna, el centro histórico del municipio fue declarado el 11 de febrero de 1994 como Bien de Interés Cultural (BIC) en categoría de conjunto histórico.

A su vez, la comarca noroeste ha sido una zona ligada históricamente al sector primario. En Garachico, han sido distintos los productos agrícolas que han formado parte del día a día de sus habitantes. Según cuenta Acosta García (1994: 39): «Así, cuando el vino y el azúcar, primero, los cereales y la cochinilla, después, sufrieron los problemas del momento, pudo pasarse al cultivo del plátano» (1).

En la actualidad, la proliferación del turismo ha hecho que dicha actividad se haya convertido en la principal fuente de beneficios y empleo para la Villa y Puerto, la cual ha apoyado el ya existente tejido empresarial basado en la restauración y la hostelería. Ésta última basada en pequeños hoteles y casas rurales que aportan un atractivo diferencial a la demanda, debido a su capacidad de integración con el resto de la localidad. Todo ello, sin contar con la llegada del alquiler vacacional en la zona.

A pesar de todo esto, aún no se conoce a ciencia cierta la imagen que Garachico desea proyectar de cara al exterior. Nos ubicamos en un espacio rústico que capta un tipo de turista multi-motivo, por lo que, como veremos, no es sencillo definir de manera concreta las razones que llevan al turista a visitar este municipio.

Además, existen una gran cantidad recursos que parecen haber sido olvidados o que se encuentran en un segundo plano en cuanto a su nivel importancia, los cuales tuvieron un papel relevante en el pasado histórico de la localidad. Se tratan de recursos con una potencialidad turística innegable, cuyo valor no está siendo aprovechado en la actualidad y es que, normalmente, la riqueza de nuestros bienes suele ser más apreciada desde el exterior, quedando en el olvido de los residentes o locales (cf. Mark Schuster, 2004) (2).

Llegados a este punto, la finalidad de este estudio reside en conocer la adecuación de La Villa y Puerto de Garachico como un destino dotado de paisajes culturales ubicado en un espacio rural. Para ello, se analizará de manera metódica los distintos recursos que componen el lugar, así como se propondrá un producto diferente e innovador en función de los resultados arrojados por el análisis mencionado.

Cabe mencionar que el estudio tendrá ámbito de actuación en el casco histórico del municipio y su alrededor más inmediato, ya que la singularidad orográfica del lugar ha construido dos realidades distintas entre los núcleos poblacionales de la localidad, dificultando el poder aportar un carácter global a nuestro proyecto.

## **2. MARCO TEÓRICO**

Para el correcto entendimiento de este trabajo, es necesario acotar con anterioridad los distintos conceptos y definiciones sobre los que versará el análisis a realizar.

Como hemos podido ver, términos como turismo rural (teniendo en cuenta tanto sus antecedentes, como su concepción actual), paisaje cultural o recurso turístico cobrarán vital importancia. Asimismo, la necesidad de crear una imagen con base en la diferenciación que ofrece el municipio garachiquense, pondrá sobre la mesa una serie de cuestiones a abordar que facilitará el adecuado entendimiento de los contenidos. Este conjunto de conceptos son los que allanarán el terreno hacia la configuración de nuestra propuesta turística como resultado de un largo viaje por el pasado histórico de la Villa y Puerto.

## 2.1. TURISMO RURAL. ANTECEDENTES Y DISTINTAS CONCEPCIONES

En primer lugar, abordaremos el concepto de turismo rural debido a su importancia en el momento actual en cuanto a la configuración de la oferta se refiere. Como hemos podido observar, la oferta alojativa en el casco histórico y sus alrededores está formada por hoteles y casas rurales, algunos de los cuales se tratan de casas señoriales de gran importancia en antaño. Por ello, se presenta primordial hacer hincapié en eso de rural desde el punto de vista turístico: qué significa, cuáles son sus aspiraciones, cómo influye en la comunidad local y un largo etcétera que puntualizaremos a continuación.

### 2.1.1. Antecedentes

Así, según nos indica la Federación Canaria de Desarrollo Rural (2008: 13): «El turismo rural, desde su establecimiento en las décadas de los 80 y 90 del siglo pasado, ha ido evolucionando progresivamente y, en la actualidad, se enfrenta al interesante reto de pasar de ser oferta alojativa en el medio rural a ser un eje primordial que aglutine gran parte de las actividades económicas que se desarrollan en el medio rural» (3).

Sin embargo, sus inicios, bien es cierto, que se aglutinan en torno al agroturismo o turismo agrario, por ello se precisa imprescindible establecer una diferenciación entre ambos debido a la evolución actual de ambos conceptos. Venancio Bote Gómez (1988: 14), en una de las obras clásicas referentes al debate del turismo rural en España, realiza un extraordinario análisis de la relación existente entre el significado de uno y otro.

La Comisión de las Comunidades Europeas utiliza el concepto más amplio de turismo rural, que engloba no solamente el turismo en finca o explotación agraria (agroturismo) «sino también cualquier actividad turística en espacio rural». En este sentido, *el agroturismo es únicamente una de las actividades turísticas que se pueden desarrollar en espacio rural* [cursiva mía]: la que realizan los agricultores o campesinos.

Entre las definiciones más completas de agroturismo merece destacarse la realizada por el presidente del Agroturismo italiano que entiende por agroturismo «la hospitalidad de los agricultores en alojamientos restaurados a partir de antiguos edificios rurales y en espacios al aire libre para el camping, los servicios de alimentación o comidas a base de productos de la explotación y las actividades culturales y de ocio realizadas por los turistas en las explotaciones agrarias» (4).

Podemos afirmar entonces, en este sentido, que, en sus orígenes, el turismo rural tuvo como epicentro el objetivo de complementar rentas principalmente agrícolas y atraer turistas dispuestos a una cierta participación en la vida y la actividad rural (cf. Fernández Hernández, 2008) (3).

En la misma dirección de lo mencionado, Pedro María Gil Larrañaga (2008: 27) expone su concepción particular para lo que, de alguna forma, significaba aquello de rural: «“Rural” significaba hasta hace poco dedicarse al campo. Por eso se definía por una actividad principal consistente en trabajar la tierra. Así, hace todavía quince o veinte años “turismo rural” significaba hacer turismo en un medio social marcado principalmente por la agricultura y la ganadería» (3).

Visto lo visto, parece ser que el significado inicial sobre turismo rural ha debido evolucionar en cuanto a su contenido a lo largo de estos años, pues no se asemeja en gran cantidad con la imagen que tenemos del mismo en nuestros días.

De hecho, más se acentúa dicha diferenciación si ponemos especial ojo en el caso de las Islas Canarias, donde el sector primario ha dejado de ser el sector primordial desde hace bastante tiempo. Es entonces, cuando aparecen las dudas y la siguiente pregunta se nos antoja necesaria: «¿Dónde hay en Canarias hoy, algo rural?». (Gil Larrañaga, 2008:27) (3).

### 2.1.2. Concepción actual: Turismo en espacio rural

Hoy en día, el asunto ha avanzado respecto a lo anteriormente expuesto, y es que, como respuesta a la pregunta realizada, difícilmente podemos encontrar en las Islas algo netamente rural. Ello ha hecho que la definición de turismo rural se haya transformado en el mismo sentido que lo ha hecho la sociedad en el cambio de sus dedicaciones profesionales. Por lo tanto, ¿a qué nos referimos en la actualidad con el concepto de turismo rural?

Una pista nos la coloca la Organización Mundial de Turismo (2001), señalando que «la característica distintiva de los productos de turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes la posibilidad de experimentar el entorno físico y humano del medio rural, y en medida de lo posible, permitirles participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de los habitantes locales». Nos viene a decir, entonces, en palabras de Fernández Hernández (2008: 43) que «nos referimos a turismo rural cuando la cultura rural es un componente importante de la oferta turística, y se aplican denominaciones específicas- agroturismo, cultural, ecuestre, etc.- para indicar el carácter prioritario de un determinado componente» (3). Podemos extraer como conclusión de todo esto, que el turismo rural posee un intenso carácter aglutinador con respecto a las diferentes actividades que en su medio se realizan, dato bastante interesante que nos traslada a otro tipo de visión distante a las concepciones vistas con anterioridad.

Para ser concretos, con el objeto de tener en cuenta el conjunto de los movimientos turísticos que se desarrollan en el medio rural, resulta más preciso referirse con la expresión «turismo en espacio rural», el cual incluye como turismo rural todos los flujos turísticos que tienen como escenario el medio mencionado, con independencia de sus motivaciones, actividades, nivel de interés por la cultura rural, vinculaciones con la población agraria y modalidades de alojamiento. De este modo se reserva el concepto de «turismo rural» para aquellos movimientos que se vinculan de manera más directa con las especificaciones de la vida rural, su hábitat, su economía y su cultura (cf. Cals, Capellà y Vaqué, 1995: 22) (5).

Nos encontramos, por tanto, ante un turista que disfruta del medio rural, que no presenta, en cambio, la necesidad específica de integrarse en la cultura local y sus tradiciones. La característica central para situarlo dentro de este tipo de turismo estudiado es entonces, la ubicación concreta en la que se sitúa su lugar de estancia.

Sin embargo, tanto «turismo rural» como «turismo en espacio rural» no deben ser concebidos como conceptos ajenos. El turismo en espacio rural es el que más ampliamente se ha implantado, por lo que es habitual referirlo genéricamente como turismo rural. Así lo manifiesta Valdés Peláez (2004: 299): «la oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios afines, situada en ambientes rurales, en contacto con la naturaleza y sus gentes» (6).

Este tipo de definición se trata, sin duda, del símil más próximo al tipo de turismo que durante estos años podemos encontrar en la villa costera. Son turistas que, mayoritariamente alojados en complejos de carácter rural, disfrutan del medio rural, sus gentes y costumbres, sin que su participación en las actividades que allí se realizan sea puramente de aquel estilo.

## 2.2. PAISAJE CULTURAL

El turismo rural, como actividad que se desarrolla en espacios de esta índole, tiene en cuenta especialmente la calidad del paisaje, siendo una de sus principales fortalezas en cuanto a los recursos naturales se refiere. Sin embargo, como hemos mencionado, muchas veces no está protegido o no cobra un protagonismo significativo. Una solución interesante al problema puede ser la introducción del término «paisaje cultural», un concepto relativamente reciente, capaz de aportar una mayor diversidad de oferta al destino. Para ello, será necesario contar una historia que conecte todos esos hitos o lugares dentro de una temática única y singular, para hacer de ella un atractivo más que pueda ser disfrutado por locales y turistas.

### 2.2.1. Cambios en la concepción de patrimonio

Avanzando en la definición del concepto, no es hasta bien avanzado el siglo XX con la proliferación continuada del turismo cultural, cuando se produce un cambio en la concepción tradicional de patrimonio. Se toma una definición mucho más amplia, integrando caracteres como el legado de la experiencia y el esfuerzo de una comunidad, lo cual va a condicionar de manera indirecta la aparición de términos como a ese que nos referimos: «paisaje cultural». Joaquim Sabaté (2004: 16), comparte toda esa serie de permutas que se produjeron en torno a dicho concepto:

De enfocarse desde una mera concepción esteticista y restringida en tantos casos a monumentos arquitectónicos, el patrimonio interpreta de una manera mucho más general, como un lugar de la memoria. Deja por ello de recluirse en recintos y ciudades privilegiadas y exige un reconocimiento vinculado al ámbito donde se ha producido, que refuerce su identidad. Se empieza a tomar conciencia de su valor como herencia de una sociedad y de su carácter indisoluble, por tanto, de la misma y de su territorio. Surgen con ello nuevas instituciones, instrumentos y conceptos, como los paisajes culturales (7).

### 2.2.2. Orígenes, definiciones y autores

Se puede establecer el origen del concepto de «paisaje cultural» a finales del siglo XIX, en diversos escritos historiadores o geógrafos alemanes y franceses. Entre ellos, destacan los nombres de Friedrich Ratzel con sus alegatos deterministas; Otto Schlütter que se centra en la idea de *Landschaft* (paisaje) como un área definida por una interrelación armoniosa y uniforme de elementos físicos; y, por último, Vidal de la Blaché que destaca la incidencia de reciprocidad entre naturaleza y el ser humano (cf. Sabaté, 2004) (7).

Sin embargo, la concepción actual de paisaje cultural es bastante diferente, aunque, bien es cierto, versa sobre aquella idea de *Landschaft* de Otto Schütter que hemos mencionado con anterioridad. Su autor, el profesor Carl Sauer, define paisaje cultural en “*La morfología del Paisaje*” (1925) de la siguiente manera: «es el resultado de la acción de un grupo social sobre un paisaje natural. La cultura es el agente, lo natural es el medio y el paisaje cultural el resultado». A modo aclaratorio, en palabras de Sabaté (2004: 17): «Sauer nos viene a decir que paisaje

cultural es el registro del hombre sobre el territorio; como un texto que se puede escribir e interpretar; entendiendo el territorio como construcción humana» (7).

Por otro lado, también será de gran importancia el papel de John Brinckerhoff Jackson en la difusión de este concepto. De hecho, el gran legado de ambos en lo derivado a paisajes culturales fructificó en visiones mucho más descriptivas del paisaje, hasta que se retoma en la UNESCO casi a finales del siglo XX. El mismo Comité viene a concluir que los paisajes culturales representan las «obras combinadas de la naturaleza y el hombre». Pero, a pesar de que goza de reconocimiento oficial, hoy en día «paisaje cultural» sigue siendo un término poco frecuente para un concepto relativamente opaco (cf. Sabaté, 2004) (7).

En la misma obra *Patrimonio y proyecto territorial*, la cual venimos referenciando de manera asidua y recomiendo para obtener un mayor conocimiento y visión acerca de este concepto, su mismo coordinador, Joaquim Sabaté (2004: 19), se atreve con la siguiente definición: «paisaje cultural es un ámbito geográfico asociado a un evento, a una actividad o a un personaje histórico que contiene valores estéticos y culturales. O dicho de una manera menos ortodoxa, pero más sencilla y hermosa paisaje cultural es la huella del trabajo sobre el territorio, algo así como un memorial al trabajador desconocido» (7).

Como hemos visto, la capacidad de dichos espacios culturales a la hora de vincularlos con una historia que transmitir es de un excelso nivel. Son espacios que albergan una gran cantidad de información que contar, que deben ser compartidos. Se va a tratar de uno de los conceptos centrales de este estudio, no solo por su adecuación hacia nuestros objetivos futuros, sino también como base que otorgue un beneficio diferenciador a la región en la que nos centramos. Y es que, como nos cuenta Schuster (2004: 73): «el paisaje cultural es una de las claves para el éxito del desarrollo territorial» (2).

### 2.3. RECURSOS TURÍSTICOS E IMAGEN

A la hora de poner en marcha un proyecto turístico, es necesario conocer previamente los que recursos que posee un destino. Ello va a condicionar el mercado que su alrededor se establezca, sus infraestructuras, servicios; así como la imagen y las estrategias a llevar a cabo en el mismo con el fin de garantizar su funcionamiento y éxito futuro. Sin embargo, el término recurso bien es cierto que plantea dudas en cuanto a su uso en el sector turístico. ¿Se pueden considerar todos los recursos como turísticos?

López Olivares (1998: 35), resuelve este interrogante de la siguiente manera: «en sentido turístico llamamos recurso a todo elemento material que tiene capacidad por sí mismo o en combinación con otros de atraer visitantes a un determinado espacio; y cuando esa visita responda a motivos estrictamente de turismo, ocio y recreación» (8). En el mismo sentido prosigue: «Así pues, todo elemento natural-paisajístico; histórico-artístico; gastronómico; o acontecimiento programado puede considerarse en principio «recurso turístico» [...]» (8).

En otro orden de cosas, también cabe señalar que a la hora de configurar una nueva realidad turística en el municipio de Garachico resulta preciso diferenciar entre lo que suponen los «recursos turísticos actuales» y los «recursos turísticos potenciales». El mismo López Olivares (1998: 37) (8) establece también dicha diferenciación en su obra *La Ordenación y Planificación Integrada de los Recursos Territoriales Turísticos*:

Aquellos (refiriéndose a los recursos turísticos actuales), se caracterizan por ser en la actualidad el soporte de una actividad turística estructurada en la que se producen pernoctaciones; por el contrario, los potenciales, es evidente que aún se encuentran en proceso de ser incorporados a la dinámica turística, no poseen un mercado, ni infraestructuras tanto de equipamiento como de comercialización.

Por otro lado, será necesario una categorización mucho más específica de los mismos que nos aporte una distinción más fina en cuanto a su naturaleza, la cual podremos apreciar en el apartado metodológico del trabajo.

Podemos observar entonces, como en la medida de lo mencionado, a través de dichos recursos turísticos potenciales puede ser posible aportar un valor diferencial a la oferta de los destinos, diversificando los mismos y mejorando los productos ya existentes en el lugar. Valor diferencial que nos permitirá contar esa historia compartida, capaz de aglutinar distintos tipos de recursos. Es por ello por lo que Mark Schuster (2004: 63) acota el significado de «recurso» de la siguiente manera: «Cualquier cosa es un recurso que puede ser utilizado para explicar una historia» (2).

Y como toda buena historia, esta debe estar dotada de una identidad o imagen clara que sirva como base o hilo conductor, la cual (como dijimos al principio), no deja de ser perceptible hoy en día en la Villa. Como podemos apreciar, el desarrollo de un plan territorial para un paisaje cultural no difiere demasiado del hecho de elaborar un guión de una película (cf. Mark Schuster, 2004) (2).

Por tanto, resulta preciso proyectar una imagen coherente. Crear un valor común entre todos que genere beneficio. Representar de manera idónea el paisaje con el que nos encontramos. Mark Schuster (2004: 70), a modo de conclusión, afirma en este sentido lo siguiente: «Las iniciativas territoriales que tienen mayor éxito son las que se han dotado de una imagen clara» (2).

### 3. OBJETIVOS

Definimos, por ende, que el objetivo central de nuestro trabajo versará sobre la construcción de una nueva imagen específica para el municipio que tendrá como base la diferenciación del mismo con respecto al resto de la Isla: una ciudad, un volcán y un desastre. Además, esto nos llevará a un exhaustivo estudio del destino Garachico como un lugar donde los conceptos de paisaje cultural y espacio rural, supongan una simbiosis de éxito para el conjunto del municipio tanto en términos de turismo como de memoria histórica. Existe, por tanto, un compromiso no sólo con la mejora de la oferta turística del municipio, sino también con la población local en un esfuerzo por la supervivencia de aquello que para muchos ha pasado al olvido y que pertenecen meramente al pasado.

En paralelo, surgen otra serie de objetivos que también serán tratados conforme vaya avanzando la investigación:

- Inventariar aquellos recursos que tengan una historia que contarnos, un paisaje invisible que tenga relación con nuestra línea de exploración.
- Conocer la realidad turística de la Villa y Puerto de Garachico y la Isla de Tenerife hoy en día: números, tendencias, etc.
- Explotación de resultados.

- Propuesta de productos paralelos al objetivo matriz del trabajo.

Como podemos observar, son varios los objetivos que motivan la ejecución de nuestro proyecto. Por ello, es normal que surjan cuestiones e incógnitas en torno a los mismos:

- ¿Será compatible la relación entre turismo rural y la base central de nuestra ruta centrada en la riqueza del paisaje?
- ¿Otorgará verdaderamente nuestro proyecto riqueza al municipio?

#### 4. METODOLOGÍA

Debido a la distinta naturaleza de las variables estudiadas en la realización de este proyecto, se han acudido a diferentes métodos de recogida de información.

Entre los métodos que han servido de piedra angular a la hora de encontrar un soporte que sustentaran nuestros resultados y teorías, caben destacar las siguientes técnicas utilizadas:

- Estudio y lectura de bibliografía como origen teórico de nuestros conceptos.
- Análisis del turismo rural con especial perspectiva en la demanda y la oferta. Para ello, se ha acudido a la base de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), en los referente a la encuesta de ocupación que periódicamente realizan en alojamientos de turismo rural. Se ha seleccionado como objeto de estudio la zona turística de Tenerife debido a ser la variable más cercana en lo referente a nuestra localidad.
- Examen de información secundaria acerca de la realidad turística del municipio de la Villa y Puerto de Garachico proporcionada por el Centro de Iniciativas Turísticas (CIT) del lugar. Se tiene en cuenta el perfil del turista, el número de plazas alojativas ofertadas, encuestas de satisfacción, etc.
- Inventario de recursos a raíz de una ficha metodológica de elaboración propia en base a la expuesta por Diego López Olivares en *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. En ella, se establece una valoración de los mismos recursos para determinar el potencial de cada uno en función de su singularidad como atractivo. Para su categorización, se establece una diferenciación de los mismos a partir de M. Schuster (63: 2004): «Recursos naturales, recursos recreativos, recursos culturales y recursos infraestructurales» (2).
- Trabajo de campo. Elaboración de propuestas de rutas, así como un fondo de archivo con imágenes propias e inéditas de los recursos e hitos seleccionados.
- Realización de dibujos, imágenes y ortofotos del ámbito espacial correspondiente a zonas geográficas concretas de especial utilidad para nuestro relato.

Tabla 1: Ficha de recursos turísticos.

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS					
Nombre del Recurso:			Organismo Responsable:		
Código:			Ubicación:		
Fotografía:			Georreferenciación:		
CATEGORÍA DEL RECURSO					
Recursos Naturales			Recursos Recreativos		
Recursos Culturales			Recursos Infraestructurales		
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO					
Descripción:					
<b>Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):</b>					
Excelente	Buena	Regular	Mala	Muy Mala	
<b>Infraestructuras Turísticas:</b>					
Señalización:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente
Servicio Información:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente
Equipamientos y Servicios:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente
<b>Alojamiento e infraestructura General:</b>					
Nivel y grado de utilización:					
*N.º aproximado de visitantes					
*Tipo de segmento de demanda					
*Disponibilidad en el tiempo					
VALORACIÓN DEL RECURSO					
Importancia Actual (Escala de valor de 1 a 5)					
1. Completa otros recursos			4. Atractivo a nivel Nacional		
2. Motiva corrientes turísticas locales			5. Atractivo a nivel Internacional		
3. Motiva corrientes turísticas regionales					
Características Deseables:					
Conflictos de Uso:					
Relación con otros recursos:					

Fuente: Elaboración propia a partir de OEA y López Olivares.

## 5. COYUNTURA ACTUAL DEL TURISMO RURAL EN LA ISLA DE TENERIFE.

### 5.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO RURAL.

Antes que nada, es preciso conocer los movimientos que produce la demanda en la zona. Como hemos visto, hemos considerado, bajo concepciones y similitudes teóricas; «turismo en espacio rural» el actualmente existente en la Villa y Puerto de Garachico.

Ante la dificultad de hallar estudios de una índole más precisa referidas a la demanda en el municipio, se ha acudido a datos de Instituto Nacional de Estadística (INE) relativos al alojamiento de turismo rural, pues suponen el aspecto más conocido y manejable de la actividad turística (cf. Fernández Hernández, 2008) (3).

Sin embargo, bien es cierto mencionar que existen tipologías de alojamiento consideradas propiamente como rurales que se escapan del alcance de este estudio, poniendo como ejemplo el alquiler vacacional no reglado que tanto auge ha tenido en los últimos años y que supone una oferta alternativa interesante en muchos casos.

Dicho esto, abordando los datos del INE, observamos como en el anterior año 2017 el número de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural en la isla de Tenerife alcanzó la cifra de 41.114 turistas, de los cuales el 63,43% fueron residentes extranjeros y el 36,57% restante se corresponde con residentes nacionales. Si ponemos atención en la misma columna, podemos percibir una tendencia al alza en cuanto a número de viajeros. Concretamente, se ha producido un incremento del 8,47% respecto al año anterior y un nada desdeñable 37,22% si tenemos en cuenta los números del año 2014.

**Tabla 2: Número de viajeros, pernoctaciones y estancia media en los alojamientos de turismo rural de la isla de Tenerife. Años 2014-2017.**

Año	Número de viajeros			Número de pernoctaciones			Estancia media
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
2014	29.963	9.929	20.034	121.450	19.841	101.609	4,05
2015	34.466	12.330	22.136	134.107	27.134	106.973	3,89
2016	37.903	13.837	24.066	149.396	29.135	120.261	3,94
2017	41.114	15.034	26.080	158.613	32.057	126.556	3,85

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y Fernández Hernández.

Misma tendencia siguen los números relativos a las pernoctaciones realizadas en los establecimientos turísticos de carácter rural. En este sentido, en el año 2017 se produjo el punto cúspide respecto a los últimos años con un total de 158.613 pernoctaciones, de los cuales el 79,79% de las mismas fueron realizadas por residentes extranjeros, y un 20,21% por residentes españoles. Realizando también una comparación con el resto de años pasados, obtenemos un crecimiento anual bastante significativo. Respecto al año anterior nos encontramos con un aumento del 6,17%, mientras que, si tomamos los números del 2014 como base, se ha producido un incremento del 30,60%.

Sin embargo, si se establece una relación entre ambas variables, se puede llegar a la conclusión de que la progresión de ambas no ha incurrido en un incremento de la estancia media por viajero. De hecho, respecto al año 2014 la misma ha sufrido un descenso de 0,20 puntos en el año 2017, situándose por debajo de los 4 días de permanencia. Mantiene, de igual manera, una distribución bastante reducida, siendo la media más baja de 3,85 días y la más alta de 4,05.

Por otro lado, el INE cuenta también con interesantes datos relativos al número de viajeros alojados en las distintas modalidades de alojamiento rural dentro del territorio nacional. Esto nos permite visualizar, desde un panorama mucho más amplio, cuáles son las preferencias de los turistas rurales en términos alojativos a la hora de viajar a nuestro país. Cabe mencionar, en este sentido, que no han sido incluidos los datos referentes al año 2017 como en la tabla anterior, debido a la provisionalidad de los mismos a causa de su proximidad con el momento actual del estudio.

**Tabla 3: Número de viajeros entrados por modalidad y año en los alojamientos de turismo rural dentro del territorio español. Año 2014-2016.**

Modalidad	2014	2015	2016
Hotel Rural	452.055	523.082	643.491
Apartamento Rural	184.973	213.815	209.764
Casa Rural	1.720.991	2.034.676	2.278.331
Albergue Rural	44.702	52.781	50.883
Turismo Activo	348.315	362.317	367.798
Grandes Edificaciones	65.306	70.468	75.396
Otros	6.604	7.049	7.956
<b>Total</b>	<b>2.822.946</b>	<b>3.264.188</b>	<b>3.633.619</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y en base a Fernández Hernández.

Observamos, nuevamente, cómo a nivel nacional el crecimiento en el número de viajeros se produce de igual manera que en la zona turística de la isla de Tenerife estudiada con anterioridad. Durante el periodo en cuestión, se produjo un crecimiento del 28,72%. La modalidad de alojamiento predominante durante los años 2014, 2015 y 2016 se trató de la casa rural, representando un 62,70% sobre el total del año 2016. A esta, le siguieron el hotel rural con una porción del 17,71%, el turismo activo (empresas de turismo activo, casas de labranza, agroturismo, centros de turismo rural, granjas escuela y aulas de naturaleza) con un 10,12% y el apartamento rural con un 5,77%. Por orden, continúan las grandes edificaciones (palacios y palacios cántabras, masías, torres, pazos, castillos, monasterios, casas grandes, casas rectorales, haciendas, cortijos y otros), el albergue rural y otros.

Atendiendo a la evolución de cada una de ellas por separado, vemos cómo el hotel rural presenta el mayor crecimiento respecto al año 2014 con un 42,35%, seguido de la casa rural con un 32,38%. Sólo el apartamento y el albergue rural presentan un decrecimiento respecto al 2015 que, sin embargo, no desinfló el número total de viajeros, impulsado por el incremento del resto de modalidades.

#### **5.1.1. Estado de la demanda en el municipio de Garachico.**

En el ámbito municipal, se ha acudido a la Oficina de Información Turística gestionada por el Centro de Iniciativas y Turismo (CIT) de Garachico. El objetivo de la visita era conocer las cifras que ellos allí manejan sobre la realidad actual de dicho sector.

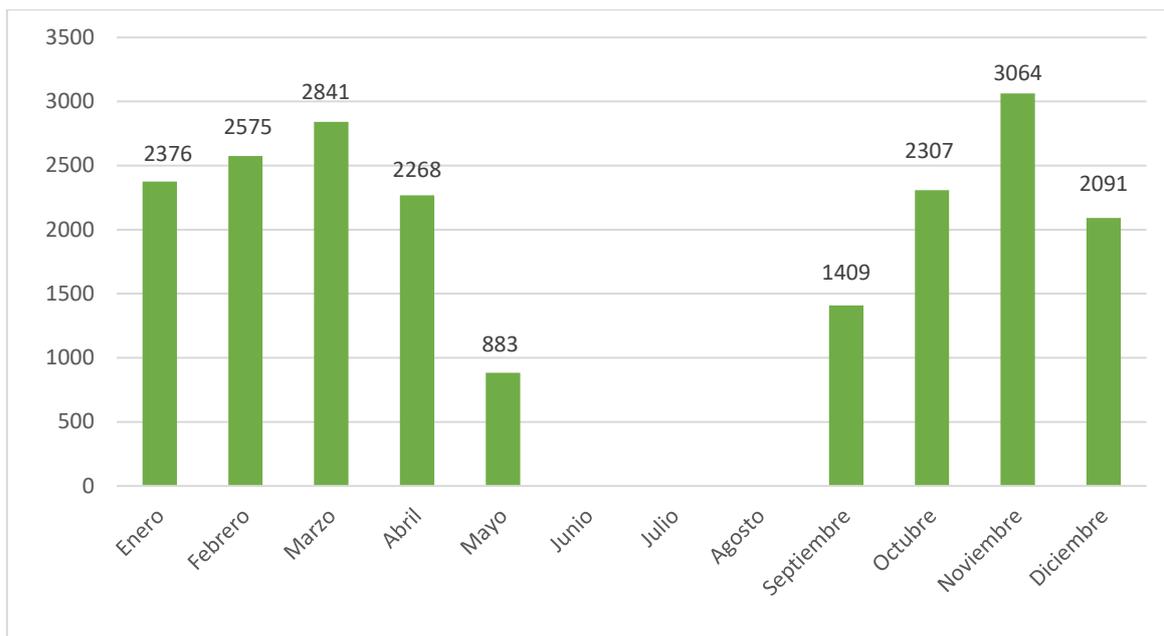
A diferencia de los estudios previamente analizados, los números de estos últimos versan sobre el conglomerado de turistas que han visitado la oficina en cuestión, sin posibilidad alguna de conocer el perfil exacto de los mismos. Sin embargo, existen muchos datos esclarecedores que, como veremos siguen la línea de nuestra investigación y que nos permiten demostrar el carácter rural de estos visitantes.

Así, en su *Memoria de Actividades 2017*, señalan que el número total de personas atendidas en la oficina fue de 19.814, permaneciendo abierta la oficina durante 216 días, con 1.130 horas de atención. Concretamente, la oficina estuvo abierta durante 8 meses con un horario de apertura de 5 horas al día, por lo que, si en ese tiempo fueron capaces de atender a cerca de 20.000 personas, si la oficina hubiera estado abierta todo el año se estimaría una cifra cercana a las 30.000 personas/año.

Obviando lo anterior, se demuestra que el mes con un mayor número de visitantes fue noviembre con un global de 3.064 personas, seguido por marzo (2.841 personas) y febrero (2.575 personas). Como podemos observar en la siguiente gráfica, permaneció cerrada al público durante los meses de junio, julio y agosto. Asimismo, vemos cómo la mayoría de turistas se centran durante la temporada invernal, época de mayor afluencia de visitantes al municipio.

A pesar de ello, como es de prever, estos números no nos permiten conocer el total de turistas llegados a la localidad durante el año 2017, sólo los llegados a la oficina. Se trata de una cifra difícilmente cuantificable debido al carácter excursionista de los mismos, como podremos observar a continuación, a la reducida oferta alojativa existente en el lugar y a las distintas regiones que componen el municipio que, precisamente, presentan distintas realidades turísticas entre sí.

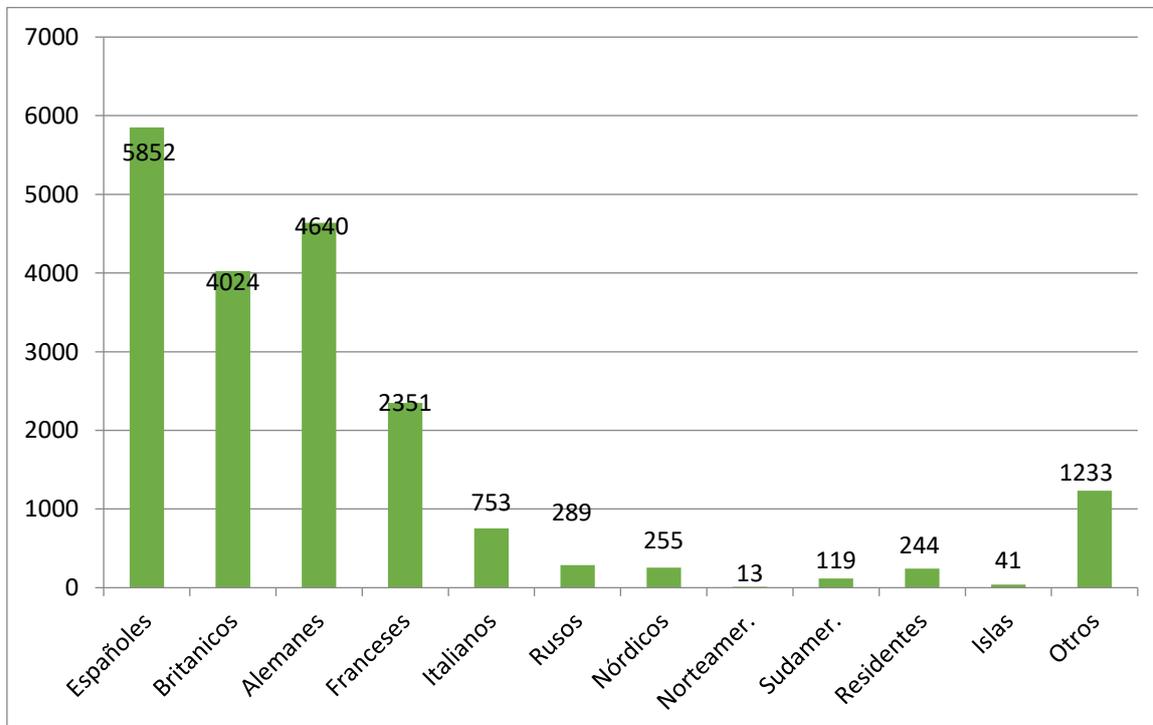
**Gráfica 1: Relación de visitantes atendidos en la oficina del CIT por mes.**



Fuente: Centro de Iniciativas y Turismo (CIT) de Garachico.

En cuanto a la nacionalidad de los mismos, destaca el turista nacional, seguido por alemanes y británicos con un alto margen de diferencia con respecto al resto. En un escalafón inferior, aparecen los visitantes de origen francés, italiano, ruso y nórdico.

**Gráfica 2: Número de personas atendidas por nacionalidades.**



Fuente: Centro de Iniciativas y Turismo (CIT) de Garachico.

Más allá de estos datos, hemos alcanzado una encuesta elaborada por el propio CIT de Garachico a los visitantes llegados a la oficina ubicada en la zona del antiguo puerto de la localidad, en el año 2015. La misma, tuvo una muestra de 300 personas, de las cuales el 43% fueron hombres y el 57% mujeres.

Preguntados sobre cuestiones del alojamiento, se estableció que el 56% de los visitantes pernoctaba en la zona norte de la isla (principalmente en el Puerto de la Cruz), mientras que el 38% lo hacía en la zona sur y el 6% restante en los establecimientos alojativos del municipio. En cuanto a la tipología del mismo, destacó el hotel (41%), el apartamento (30%) y el hotel-casa rural (21%), dato, este último, bastante relevante de cara a nuestro estudio, pues destaca una clara preferencia de nuestro foco hacia los establecimientos mayoritarios ubicados en nuestra localidad.

Sin embargo, el 86% de los encuestados declaró no conocer la misma oferta alojativa del municipio, lo que supone un claro aspecto a mejorar, más sabiendo que el 41% afirmó que, verdaderamente, sí les gustaría alojarse en la Villa y Puerto, frente a un 39% que no y un 18% que se mostró indiferente.

Por otro lado, se trataban, mayoritariamente, de visitantes que viajaban en pareja (54%), seguidos por un 30% que viajaban en familia y un 5% de tipología *single*. De ellos, el 65% pasaba cerca de medio día en el pueblo, el 50% unas horas y el 10% un día; de ahí, que recalcaráramos, anteriormente, el carácter excursionista de los mismos.

Por último, respecto a lo que deseaban visitar en Garachico, resolvieron con el casco histórico con un 87%, las piscinas naturales con un 56%, los miradores un 44%, los restaurantes un 36%, los senderos un 27%, los museos un 25%, las tiendas un 14%, los bares y/o cafeterías un 10% y los souvenirs un 8%.

### 5.1.2. Conclusión

A modo de conclusión, nos encontramos ante un mercado en continuo aumento durante los últimos años. Con un 8,47% de crecimiento respecto al año 2016 (a nivel insular) y con una demanda mayoritariamente extranjera, se postula como uno de los grandes sectores diferenciales al tan consolidado turismo de sol y playa instalado en las Islas desde hace décadas.

Sin embargo, no se trata de un mercado cuya estancia sea notoriamente prolongada, ubicándose en Tenerife algo por debajo de los 4 días de alojamiento. Destaca, en cuanto a modalidad, el hotel y la casa rural, preferencias que también manifestaron bastantes visitantes llegados a la Villa y Puerto de Garachico.

Del mismo lugar, se presentan numerosas similitudes ligadas al turista rural, pero que, sin embargo, desconoce en su mayoría la oferta alojativa del mismo carácter implantada en el municipio. Supone un claro punto negativo de cara a las empresas y establecimientos del lugar, pero también un punto esperanzador en busca de una buena promoción y venta del lugar. De hecho, fueron muchos los que manifestaron interés en alojarse en la localidad a pesar de su desconocimiento. Será, por ende, uno de los pilares claves a tratar en el transcurso de las estrategias de este proyecto.

## 5.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA DE TURISMO RURAL

Una vez estudiada la demanda del sector mediante el uso del número visitantes llegados a las distintas tipologías de alojamiento, así como el número de pernoctaciones y la relación existente entre ambas, es preciso realizar también un análisis alrededor de la oferta. En este caso, utilizaremos las cifras referentes al alojamiento de turismo rural aportadas nuevamente por el Instituto Nacional de Estadística (INE), al tratarse de la variable más estudiada y analizada del mercado frente al resto de productos que lo componen.

**Tabla 4: Alojamientos de turismo rural, número de plazas estimadas y grado de ocupación en la isla de Tenerife. Año 2014-2017.**

Año	Número de establecimientos abiertos estimados	Número de plazas estimadas	Grado de ocupación por plazas
2014	114	1127	29,20
2015	124	1221	29,79
2016	117	1184	33,82
2017	114	1200	35,71

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE y en base a Fernández Hernández.

Podemos concluir de la tabla 3, que para la zona turística de la isla de Tenerife el número de establecimientos abiertos de turismo rural ha permanecido constante con el transcurso de los años, hallando su punto cúspide en el 2015 con 124 unidades. Los números no presentan un rango elevando, siendo la mayor diferencia de 10 establecimientos durante el período 2014-2015.

Sin embargo, el descenso continuado desde 2015 a 2017 no ha significado una caída drástica en lo que a plazas disponibles se refiere. Se cuenta con 21 plazas alojativas menos que aquel año 2015 pero, observando las cifras de 2016, a pesar de contar con 3 establecimientos menos, las plazas han experimentado un crecimiento notable. Contamos, por ende, con menos establecimientos, pero con más plazas donde alojar a aquella demanda que, como hemos visto durante su estudio, crece notoriamente con el transcurso de los años.

Resultados bastante interesantes emanan también del grado de ocupación. Vemos, como esta vez sí, es el 2017 el año con mejor ratio presentando una escala claramente ascendente. Sin embargo, no dejan de ser datos algo discretos. Esto se debe a que el crecimiento en las pernoctaciones no ha sido lo suficiente abultado como para compensar el remanente existente de plazas alojativas en el sector, menormente auxiliado por la reducida estancia media vinculada a este tipo de turismo en la Isla.

### 5.2.1. Estado de la oferta en el municipio de Garachico.

A nivel municipal, se ha elaborado un inventario de los distintos establecimientos que se ubican dentro del área municipal con sus correspondientes plazas. Con la ayuda, nuevamente, del Centro de Iniciativas y Turismo (CIT) hemos podido conocer (de manera aproximada) la cantidad total de plazas disponibles en el municipio garachiquense. Podemos observar dichas cifras en el siguiente cuadro:

**Tabla 5: Inventario de alojamientos y plazas en el municipio de Garachico.**

HOTELES, CASAS RURALES Y CASAS EMBLEMÁTICAS		
HOTELES	CASAS RURALES	CASAS EMBLEMÁTICAS
- Garahotel: 32 plazas.	- Malpaís Trece: 16 plazas.	- Casa Hilaria: 4 plazas.
- Isla Baja Suites: 14 plazas.		
- Hotel La Quinta Roja: 40 plazas.	- Casa Ida: 20 plazas.	- Casita del Muelle: 4 plazas.
- Hotel San Roque: 45 plazas.		
- Hotel El Patio: 52 plazas.		

Fuente: Elaboración propia.

En total, nos encontramos con unas 227 plazas alojativas aproximadamente, ubicadas en su mayoría en la zona histórica del municipio. Se tratan de alojamientos que no generan un impacto visual asonante en el conjunto histórico, puesto que se compone, generalmente, de grandes casonas con una belleza acorde a su entorno.

### 5.2.2. Conclusión

Desde el punto de vista de la oferta, el mercado de turismo rural en la isla de Tenerife se presenta como un nicho a explotar, donde la gran cantidad de plazas alojativas no se corresponde con un alto grado de ocupación a pesar del crecimiento continuado en llegada de visitantes.

En el sector municipal, hallamos una oferta bastante reducida, pero con un alto valor arquitectónico y con un potencial turístico excepcional para aquellos que buscan autenticidad en el destino. Se necesita aprovechar el poco conocimiento que existe de los mismos (tal como reflejan las encuestas), para crear una imagen en el municipio donde la ruralidad y la arquitectura acrecienten el interés de los turistas que llegan a esta zona de la Isla.

## 6. DIAGNÓSTICO DEL TURISMO RURAL EN GARACHICO

El análisis DAFO es una herramienta que permite conocer, de buena manera, la situación actual de los productos, servicios o, como en nuestro caso, de los destinos. Este instrumento realiza su estudio desde un análisis interno (con sus debilidades y fortalezas) y un análisis externo (amenazas y oportunidades), el cual nos permitirá crear un diagnóstico de nuestra variable a estudiar, que es, la adecuación del turismo rural en el municipio de la Villa y Puerto de Garachico. A partir de los resultados obtenidos, se proyectará una estrategia futura en forma de producto a través del cual se intentarán mitigar nuestras debilidades y amenazas y potenciar, así como defender las oportunidades y fortalezas que nos sean arrojadas.

**Tabla 6: Diagnóstico de la adecuación del turismo rural en la Villa y Puerto de Garachico.**

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Entorno de gran valor paisajístico y natural apreciado por turistas y locales (Acantilados de la Culata, Roque de Garachico...).</li> <li>Conexión directa con senderos en la naturaleza de pequeño recorrido (PR..) y de ámbito local.</li> <li>Oferta alojativa integrada en el paisaje.</li> <li>Abundante programa de actividades culturales y festivas.</li> <li>Aparición de un nuevo tipo de vacaciones más frecuente: las &lt;&lt;escapadas&gt;&gt;.</li> <li>El Turismo Rural como generador de renta local complementaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>No existe planificación en el producto.</li> <li>Envejecimiento poblacional y éxodo rural continuado durante los últimos en la región.</li> <li>Abandono de la actividad agrícola y pérdida de su contribución al paisaje.</li> <li>Mayor crecimiento de la oferta con respecto a la demanda.</li> <li>Insuficiente información acerca de las tendencias de la demanda potencial y la situación actual de la misma.</li> <li>Imagen de Canarias como destino convencional de masas.</li> <li>Capacidad de carga reducida.</li> <li>Área limitada en kilómetros cuadrados y gran problema de estacionamiento en horas punta.</li> </ul>
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de fondos públicos que proyectan y consolidan el producto de Turismo Rural (LEADER, FEADER...).</li> <li>Concienciación local sobre la instalación de un nuevo turismo más responsable ambientalmente y respetuoso con los recursos.</li> <li>Creciente oferta complementaria ligada al sector (empresas de turismo activo, rutas teatralizadas...).</li> <li>Interés creciente en las &lt;&lt;experiencias&gt;&gt;.</li> <li>Promoción a través de las nuevas tecnologías y la web 2.0.</li> <li>Efecto de arrastre sobre el tejido empresarial local, creando una imagen de destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aparición de propuestas ajenas que desvirtúen el término de Turismo Rural en el destino.</li> <li>Museización del destino Garachico como destino rural.</li> <li>Visión de crecimiento cuantitativo no cualitativo desde los poderes públicos.</li> <li>Aparición exponencial del alquiler vacacional de distinta naturaleza de la oferta alojativa que se pretende.</li> <li>Gran posibilidad de mareas vivas durante la temporada invernal, susceptible de causar pérdida en los negocios.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base a Fernández Hernández.

## 6.1. ESTRATEGIA A REALIZAR

Una vez realizado el análisis DAFO en torno a la vinculación de Garachico a un turismo netamente rural, resulta crucial la elaboración de una estrategia que permita la instalación del sector en el municipio con un amplio abanico de garantías. Para ello, tendremos en cuenta las múltiples variables expuestas, las cuales son síntoma de la gran complejidad que representa un mercado como este, así como la transversalidad de su eje de actuación a partir de su futura implantación.

Por todo ello, definimos que la estrategia a construir velará sobre la construcción de una imagen renovada para el destino de la Villa y Puerto de Garachico. Dicha imagen versará sobre lo rural, foco alcanzable y realista, como hemos visto, en cuanto a nuestras posibilidades. Se trata de planificar estratégicamente un desarrollo turístico integral de ámbito local teniendo en cuenta las características rústicas que componen la identidad del municipio. Por lo tanto, habrá que anticiparse para poder plantear posibles soluciones ante casos imprevistos.

Para ello, se confeccionará una ruta temática en torno a los paisajes culturales de naturaleza agraria o rural pertenecientes a los siglos XVI y XVII, siglos de mayor apogeo de la localidad. La duración de la misma será de 2 días, hecho que responde al interés de un nutrido grupo de turistas a alojarse en el municipio a pesar de desconocer la oferta del lugar. En este sentido, se deberá proyectar una planificación orientada a la demanda. Hemos visto en el análisis del caso, cómo existe un remanente de oferta en relación con una demanda que no es capaz de cubrir las plazas actualmente disponibles. Toca ordenar el mercado teniendo el punto de mira en nuestros turistas, un turista cada vez más experimentado y conocedor de los mercados a los que acude.

De igual manera, se abre la posibilidad de cooperación con las distintas empresas del municipio que configuran un nutrido conjunto con el objetivo de aumentar, más si cabe, el número de pernoctaciones en la localidad en favor de los ingresos indirectamente generados hacia los comercios y establecimientos. También es hora de asumir que el producto ya no engloba solo el alojamiento, es necesario ofrecer un valor añadido donde el turista sea capaz de disfrutar del destino en su conjunto y no sólo de su estancia en el establecimiento. Observamos, entonces, la importancia que posee la colaboración público-privada en ámbitos rurales, donde el desarrollo de una planificación estratégica no puede ir liderada de manera unilateral.

Además, se elaborará un plan de promoción sobre el que profundizaremos más adelante. Con esto, se pretende crear un completo paquete turístico donde el destino no sea visto como un mero lugar de paso, sino como un lugar de estancia y vivencia de experiencias.

Dicho esto, resulta crucial trabajar en disminuir las debilidades y amenazas existentes, así como intentar potenciar las fortalezas y oportunidades que el estudio nos ha arrojado. De esta manera, esta propuesta no solamente trabaja en busca del beneficio propio del explotador del producto, sino que plantea como objetivo el bien social. Así, mediante la puesta en valor de los paisajes culturales, se potenciará la recuperación de la actividad agrícola como fuente de ingresos complementaria, con su correspondiente contribución a la configuración de un nuevo (más bien olvidado) paisaje.

El turismo rural tiene una estrecha relación con el paisaje, el cual hay que cuidar y conservar en favor del desarrollo sostenible del destino tanto en términos medioambientales como económicos y sociales. Este será otro punto importante dentro de nuestra propuesta de actuación pues se trata, al fin y al cabo, de un reto hacia el futuro donde la viabilidad de su puesta en marcha debe estar sustentada en un período a largo plazo.

## 7. PROPUESTA DE PRODUCTO: RUTA TURÍSTICA DE PAISAJES CULTURALES

Para la correcta elaboración de la ruta, se han escogido una serie de hitos que darán sentido a la temática central de la misma. Como hemos dicho en el apartado metodológico, los atractivos turísticos han sido catalogados en las fichas de recursos cuyo modelo hemos podido visualizar con anterioridad. Dichas fichas (8 en total) pueden observarse debidamente completadas en el anexo de este estudio.

### 7.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL RECORRIDO

Siguiendo la carretera que viene desde Icod de Los Vinos hacia el municipio de Buenavista del Norte (TF-42), nos encontramos con el municipio villero de Garachico. El itinerario de la ruta seguirá su mismo eje direccional, de este a oeste, avanzando sobre lo que en otro tiempo constituyó la principal vía de comunicación de la localidad portuaria con el resto de poblaciones asentadas en la Isla tras la conquista, que se hallaban más allá de los escarpados Acantilados de la Culata. Será bajo el impetuoso Roque de Mantas, peñasco colindante a la playa que da nombre al camino mencionado, donde comenzará la ruta establecida. La senda continuará su trayectoria a través del conjunto histórico de la localidad, llegando a su final en el antiguo puerto pesquero, el cual fue, durante los siglos XVI y XVII, la principal ensenada comercial y puerta exterior de la recién tomada Isla de Tenerife.

#### Ilustración 2: Senda próxima al antiguo Camino Real a la altura del Paso de Las Aguas.



Foto: Adrián Miranda Rodríguez.

Concretamente, la mayor parte del transcurso seguirá la trazada de las antiguas y adoquinadas calles de San Roque, Esteban de Ponte y Pérez Zamora, siendo estas dos últimas arterias legadas de finales del siglo XVI a pesar de ser numerosos los desastres e infortunios acaecidos sobre la localidad, especialmente afectada por la erupción volcánica de 1706.

Observando el plano de Leonardo Torriani (1580), se puede dar por válida dicha afirmación y es que así lo refuta el profesor Carlos Acosta García (53: 1994) en su obra de la siguiente manera: «Da la impresión de que el nuevo Garachico fue concebido sobre el plano de aquél y, salvo imposibilidades absolutas a causa del daño que ocasionó la lava, dejando diversas alturas y plataformas, entonces inexistentes, se siguió, casi al pie de la letra, el mismo trazado de calles y plazas»<sup>1</sup> (1).

De esta manera, por ende, resultará más sencillo trasladar al viajero siglos atrás. En este sentido, eran tres las calles principales de la localidad, las tres paralelas entre sí, únicamente entrelazadas por pequeñas callejuelas que se dirigían hacia la mar. Eran la Calle de Abajo, de El Medio y de Arriba. La ruta se enlazará a través de la primera de estas, actual Esteban de Ponte, que daba comienzo en la Plaza de las Lonjas, denominada hoy en día como Juan González de la Torre, plaza vecina a la conocida «Puerta de Tierra». Seguidamente, se seguirá por la calle Pérez Zamora o calle del Puerto, después de visitar el castillo, dirección oeste para cerrar las jornadas.

## 7.2. DISTRIBUCIÓN DE JORNADAS E HITOS.

Durante el primer día, la temática de la ruta girará en torno al paisajismo y a los productos agrarios predominantes durante los siglos XVI y XVII en la Villa y Puerto de Garachico. Se trata de hacer hincapié en la naturaleza rural de las materias primas que suponían la principal fuente de beneficios para los primeros vecinos que poblaron la localidad tras la fundación de la villa por el genovés Cristóbal de Ponte.

En primer lugar, desde el punto de salida, se prestará especial atención a los Acantilados de la Culata, acantilados que en otra época fueron fuente de abasto e inspiración para aquellos escritores que desembarcaban en su costa. ¿Eran entonces realmente tal cual los conocemos hoy en día? Seguidamente, avanzaremos hacia la Avenida Adolfo Suárez donde la prosperidad de la vid, manifestada en la obra escultórica en honor al célebre «Derrame del vino», cobrará protagonismo. Se continuará hacia el centro de la localidad, cuna del conjunto histórico más importante del municipio y tierras antañanas de los ingenios de caña de azúcar, para finalizar la jornada en el antiguo Barrio de Los Morales ubicado en la vetusta Calle El Sol.

A continuación, se detallan de manera más precisa los recursos que serán desarrollados durante la primera etapa de nuestro producto:

**1. Acantilados de la Culata.** El Paisaje Protegido de Los Acantilados de La Culata constituye un antiguo acantilado costero conformado por el apilamiento sucesivo de distintas emisiones volcánicas, siendo una de ellas la perteneciente a 1706. La erupción inutilizó una amplia superficie cultivada de la Depresión de la Culata, desbordando, al mismo tiempo, el acantilado y, con él, las cuantificables fuentes y manantiales que habitaban el lugar.

Como se puede observar, entre los medianeros barrios de Genovés y San Juan del Reparó el acantilado presenta un profundo entrante correspondiente al barranco de la Viña Grande.

---

<sup>1</sup> Ver anexo 1.

Este barranco, completamente rellenado, excepto en su tramo final, es ejemplo de este proceso donde la fuerte pendiente que introduce el gran talud del acantilado permitió a los materiales volcánicos deslizarse, originando una empinada ladera (cf. Álvarez Alonso, 1976) (9).

Su flora también reviste especial interés. La vegetación que encontraron los conquistadores cedió terreno ante la aparición de la agricultura, quedando relegada aquella a zonas de fuertes pendientes donde el abalancamiento resultaba imposible. Los bosques termófilos eran los que predominaban en la zona, siendo todavía conservadas en formaciones de fayal-brezal.

En este sentido, varios historiadores, algunos de manera poética, se han ocupado de describir el idílico aspecto que ofrecía la Villa durante sus primeros años:

«La situación misma del bosque a la orilla del mar es una viva imagen de la residencia que da Virgilio a los héroes de la Eneida, cuando Anquises dando noticia de su establecimiento, responde a todas las almas felices que allí habitaban» (Acosta García, 1994: 32) (1).

**2. El vino.** Durante la segunda mitad del siglo XVII, la vid vino a sustituir a la caña de azúcar (de la cual hablaremos a continuación) como principal producto agrario en el lugar. Los vinos de la comarca constituían una verdadera fuente de prestigio para las cortes europeas, así como el nombre de Garachico y su puerto... ¿Provendría la malvasía canaria con la que brindaba Shakespeare del enclave portuario de la Villa y Puerto de Garachico?

Por ese entonces, se constituyó la Compañía de Canarias con el objetivo de comprar esta delicia a un precio reducido y venderlo al más supremo.

Las trágicas consecuencias de la instauración de un mercado monopolístico determinaron un malestar generalizado en la población. Como consecuencia, se produjo el conocido «Derrame del vino» como respuesta revolucionaria de aquellas gentes entre los días 2 y 3 de julio de 1666.

«Al eco de tal memorable ordenanza se desmandan algunos vecinos, salen por las noches cuadrillas de trescientos a cuatrocientos enmascarados con el nombre de “clérigos”. En Garachico, donde se hacía el principal acopio de las malvasías, violentan las bodegas en los primeros días de agosto, rompen las cubas, corren arroyos de aquel dulce licor y sucede una de las inundaciones más extrañas que se pueden leer en los anales del mundo» (Álvarez Alonso: 1976: 121) (9).

Hasta el siglo XIX, la vid siguió constituyendo el principal producto agrícola de la zona, aunque nada comparable con lo vivido años atrás, relegando su cultivo al interior del territorio.

**3. La caña de azúcar.** Anterior al cultivo de la vid, se considera a la caña de azúcar el principal producto agrario de extraordinaria importancia para la Villa y la comarca de Daute. Así, este comienza a cultivarse durante los primeros años tras la conquista, introducida por las familias genovesas de Cristóbal de Ponte (considerado fundador de Garachico) y Mateo Viña.

Para ser concretos, el ingenio de Cristóbal de Ponte ya existía en los primeros años del siglo XVI, hacia 1502, y estuvo muy cerca de su vivienda y a lo que luego fue convento franciscano (cf. Álvarez Alonso, 1976) (9). Es por ello, que esta parada se sitúa en pleno centro histórico de la localidad, próximo a la ubicación antañona del principal ingenio del banquero italiano.

¿Pero qué influyó en que tal cultivo fructificara de buena manera? En primer lugar, sin duda, la abundancia de agua y leña en el lugar como mencionamos anteriormente, lo que contribuyó, en buena parte, a la destrucción repentina de la vegetación impoluta de la zona. De la siguiente manera se expresa, en este sentido, Antonio Álvarez Alonso (1976: 64):

«La rápida introducción del cultivo de la caña de azúcar debió incidir de una manera funesta sobre la laurisilva. Los ingenios precisaban gran cantidad de leña, lo cual hubo de hacer estragos en los bosques de lauráceas» (9).

Por otro lado, la proximidad de la zona de trabajo con el puerto garachiquense, hacía de este un lugar ideal para su producción y comercialización exterior.

**4. La seda.** Después de la caña y el vino, durante los siglos XVII y XVIII, la industria de la seda tuvo una especial incidencia en la economía municipal, observándose en la abundancia de morales y un número inferior de moreras.

De hecho, hacia 1727 se cuantificaban en Garachico tres telares que contaban con suficiente trabajo.

Según Acosta García (1994: 38):

«Los morales de Garachico han llegado hasta nuestros días, mostrándose lozanos en San Martín y San Nicolás. Desapareció, sin embargo, el denominado Barrio de los Morales en el aluvión de 1645; la denominación del caserío refleja con claridad la presencia de tales árboles. De las calles que conformaban el barrio solo quedó una, ya en la zona urbana del pueblo, que ha mantenido su nombre hasta nuestros días si bien oficialmente se le conoce con el nombre de calle del Sol» (1).

Todavía, en la zona en cuestión, es posible apreciar la presencia de morales. En el camino que une la calle del Sol con el barrio de Los Reyes se encuentran dos especies de estos árboles de hoja rugosa que, en otro tiempo, fueron protagonistas de la riqueza del lugar. De hecho, en épocas recientes, a modo de efeméride, recuerdo el cuidado que se prestaba hacia los gusanos de seda en nuestra infancia, impulsado por el Colegio Público Antonio del Valle Menéndez. Una costumbre que, lamentablemente, se ha ido perdiendo con el transcurso de los años hasta los momentos presentes.

### **Ilustración 3: Presencia de moreras en las cercanías de la Calle El Sol.**



Fuente: Adrián Miranda Rodríguez.

Durante el segundo día, serán los elementos arquitectónicos los que cobrarán mayor importancia. La jornada comenzará frente a la Hacienda del Lamero, siguiendo hacia el frontis del Hotel San Roque (antigua casa de la familia Ponte), poniendo atención a su mirador, hoy en día suite del establecimiento. A continuación, se avanzará hacia la Puerta de Tierra, entrada de todos aquellos que ingresaban o abandonaban el pueblo por el antiguo puerto, siguiendo hacia el Castillo de San Miguel, defensa de la Villa y cuyas vistas proporcionará a los visitantes las mejores de las panorámicas donde recrear esta legendaria, pero, a la vez, distintiva historia. La ruta finalizará sobre el antiguo puerto, donde la recreación del proceso eruptivo tratará de transmitir al visitante los sentimientos de todos aquellos que habitaron en la zona por aquel, aún cercano, 1706.

**5. El Lamero.** Se trata de una hermosa hacienda construida sobre la finca del mismo nombre por don Alonso del Hoyo, en el primer tercio del siglo XVII. Poco se ha escrito sobre esta localización, normalmente, fuera de las rutas turísticas que se desarrollan en el municipio. La data más antigua del edificio la encontramos en 1636, fecha de la construcción de la ermita de San Antonio, ubicada en la planta baja y cuyo mismo nombre lleva hoy en día la calle fronteriza a este pequeño enclave religioso.

Cabe entonces apuntar que escapó a la devastadora llegada las coladas volcánicas a la Villa, únicamente afectada superficialmente en uno de sus ángulos.

Declarada Bien de Interés Cultural (BIC) en el año 2013, cuenta con una grandiosa escalera de piedra (única, según se cuenta, en todo el Archipiélago) con escalones achaflanados «según unos para permitir el acceso de las caballerías hasta la segunda planta, donde se encuentra la huerta y las habitaciones en que se guardan granos y aperos de labranza. Según otros, para disimular la existencia de una gran roca que imposibilitaba otro modo de construcción. Una tercera opinión hace obedecer la extraña forma a simples soluciones artísticas» (Acosta García: 1994, 58) (1).

Sea cual sea la teoría acertada, se trata de una casona en estado frágil de conservación y no habitada desde hace bastantes años. Fue despensa de numerosos productos agrícolas en el pasado y supone uno de los lugares de mayor tradición oral de la localidad, por lo que supone, indudablemente, un espacio integrante de los paisajes culturales del municipio que, mediante su comercialización, pretendemos que se encamine hacia su rehabilitación.

**6. El Mirador de la Casa de Ponte.** En la primitiva localización de la casa de la familia Ponte (hoy, Boutique Hotel San Roque), se encuentra un hermoso mirador de vistas hacia el mar. Se encuentra en la Calle de Abajo, actual Esteban de Ponte, principal arteria de conexión del municipio en los siglos primerizos tras la conquista.

Se construyó como torre vigía desde donde custodiar el frente marítimo del principal puerto de la isla de Tenerife, un lugar bullicioso y agitador que hacía de la Villa y Puerto de Garachico un destino boyante en medio del Océano Atlántico.

Realmente, no era el único, eran varios los que destacaban en el municipio. Desde estas atalayas se oteaba el horizonte en la brillante etapa portuaria de los siglos XVI y XVII.

**7. La Puerta de Tierra.** Junto a la Plaza de Juan González de la Torre, se encuentra la llamada «Puerta de Tierra», vestigio del antiguo puerto que agonizó en fatídico desenlace en 1706. Era la puerta de entrada al municipio, que daba acceso a la localidad y al Castillo de San Miguel, próximo hito, a través de la Caleta del Genovés.

La Puerta de Tierra, por ende, no se localiza actualmente en su lugar originario, arrastrada numerosos metros atrás de su cotidiano asentamiento. Sin embargo, paralelamente, resulta atractivo el paraje en el que se encuentra, rodeado de árboles y caminos que hacen de él un lugar acogedor.

Curioso también son los datos que se recogen sobre la plaza anexa a la Puerta de Tierra: la Plaza de Juan González de la Torre o Plaza de Las Lonjas, originalmente compuesta únicamente por una pequeña extensión de bancos y árboles. ¿Pero por qué de Las Lonjas?

Seguramente, se trataba de la plaza más cercana a la ensenada, donde el comercio y el trueque tenían especial protagonismo. Si a eso le sumamos la condición pesquera del municipio, no resulta difícil deducir que de ambos cometidos fueron llamada popularmente como «Las Lonjas».

**8. El Castillo de San Miguel.** La entendible necesidad de defender un paraje costero comercial y fructífero en aquellos años, fue la razón que motivó la construcción de este inmueble. Situado en la bocana del antiguo puerto, no se conoce a ciencia cierta el momento exacto de su levantamiento, pero una mayoría de autores indican que ya estaba construido hacia 1552. Sin embargo, dicha construcción apenas podría defender la ciudad en caso de ataque. Esto se debía a que, realmente, no sería complicado defender un paraje como ese, con un puerto de difícil acceso y cubierto por la caprichosa orografía de la ensenada.

No sería hasta el año 1575, debido a la creciente preocupación ciudadana acrecentada por los asaltos piratas producidos en otros puntos de las Islas, especialmente el cercano caso de Santa Cruz de la Palma, cuando se concedió la Real Cédula que contenía la Instrucción, por la cual se autorizaba el inicio de las obras para la construcción de una fortaleza mayor y mejor equipada (cf. Acosta García, 1994) (1).

Las obras fueron delegadas en la persona del corregidor Fabián Viña Negrón (personaje que ostenta en la actualidad una calle en su nombre), que cubrió parte de las mismas y se ganó la alcaidía vitalicia de la fortaleza, no sin pleitos acerca de su herencia ya antes de su fallecimiento. Desde su cubierta, es posible observar el terreno que ocupaba el puerto antes de 1706, así como se marcan los brazos de lava que hicieron ganar en terreno a Garachico.

También presenta interés el museo que aloja el castillo en su interior, un museo histórico que resume la historia de Garachico desde sus inicios, haciendo hincapié en el proceso eruptivo que puso fin a una época gloriosa y ostentosa en la localidad.

### 7.2.1. El momento de la erupción.

La erupción volcánica de 1706 procedente del Volcán de Trevejo constituye el suceso más traumático y triste de los anales del municipio de Garachico. Aun así, se trata de un municipio ligado históricamente a desastres naturales que han incidido directamente sobre la población del lugar. Hablamos del aluvión de San Dámaso en 1645 y el grave incendio de San José en 1697. Las cantidades de infortunios en un corto espacio de tiempo hicieron florecer leyendas en torno a la villa portuaria que parecía inmersa en una agónica maldición.

Sorprendentemente, a pesar de ser de la erupción que mayores daños ha causado en la historia de la isla de Tenerife, es una de las que menos documentos se han elaborado durante su ebullición. Es imposible conocer, entonces, las fechas exactas de sus manifestaciones precursoras.

Sí se comprende que los vecinos de Garachico sufrieron durante la noche del 4 al 5 de mayo de aquel año toda una serie de sacudidas de la tierra acompañadas por sordos ruidos subterráneos.

De repente, tras un breve descanso de los sismos, resonó en el ambiente un estallido a lo lejos y comenzaron a oírse fuertes detonaciones. Inmediatamente, hombres fueron mandados por las autoridades locales a reconocer las cumbres. El desenlace resultó fatídico, un volcán había entrado en erupción a solo dos leguas de la ciudad, en los alrededores de Montaña Bermeja y cuyas coladas bajaban incesantemente hacia la ciudad.

«El día 5 de mayo del año pasado de 1706, permitiéndolo así Dios por sus inexcrutables [inescrutables] juicios, reventó un volcán, una hora antes del amanecer, sobre este lugar de Garachico, en un sitio llamado Trevejo. En este mismo día bajó hasta el camino que salía de este lugar para mismo día bajó hasta el camino que salía de este lugar para San Pedro, y á hora de las cinco de la noche retiraron el mar, hasta más afuera del limpio de los navíos» (Romero Ruíz y Beltrán Yanes, 2007: 142) (10).

Tal como se relata, una de las coladas cayó desde el sector oriental de La Atalaya, dirigiéndose directamente hacia el puerto, tomando contacto con el mar entre espesas columnas de vapor. Cuando estas se disiparon, no había rastro del puerto y la isla baja había ampliado su superficie en un área aproximada de 350 metros.

Cabe destacar que no se produjeron víctimas mortales, pero la destrucción total o parcial de los mejores espacios agrícolas y del sector más noble de la villa supuso quizá una baja moral, mayor si cabe, para aquellos vecinos que nuevamente eran devastados. Por primera vez en la historia de Garachico, los desastres naturales afectaron con rudeza al sector más pudiente de la localidad, llevándose consigo las principales haciendas y edificios de notoriedad, así como resultaron sepultados los ricos manantiales de agua que brotaban de sus laderas (cf. Romero Ruíz y Beltrán Yanes, 2007: 179) (10).

La imagen de Garachico en los años posteriores al proceso eruptivo seguía siendo asoladora. La población volvió al lugar, con ánimos de reconstruir aquello que meses atrás seguía siendo envidia para foráneos, «Glorioso en su adversidad» tal como cita su escudo heráldico en la actualidad. Pero era prácticamente imposible. La época dorada de una localidad histórica había tocado su fin.

Sabin Berthelot (1794 – 1880), en un extracto ubicado en el museo del Castillo de San Miguel, en su obra *Historie Naturelle des îles Canaries*, describe la localidad de la siguiente manera un siglo después de tan funesto acontecimiento:

«Por amor al solar nativo, parte de la población, sin temor a una nueva desdicha, regresó a las ruinas todavía humeantes. Se limpian de escombros los parajes menos afectados, se construye sobre la lava, los frailes y las monjas reedifican sus conventos y los potentados vuelven a levantar sus mansiones. Pero a partir de entonces el puerto de Garachico dejó de ser frecuentado. Alejada la vela marinera, sólo quedaron las barcas de pesca. La villa ha conservado un aspecto de devastación que duele contemplar. Los esfuerzos para allanar esos amontonamientos de ruinas fueron vanos. Garachico no es más que un cadáver petrificado...».

## 8. COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La difusión del producto y su consecuente imagen de destino rural, no se realiza por sí sola. Resulta imposible crear una marca mediante el trabajo individual de los distintos miembros que forman parte del destino. Se precisa el trabajo conjunto, la colaboración y cooperación de los

distintos entes protagonistas para avanzar hacia un modelo que afecte positivamente a cada uno de ellos.

Además, ante una demanda cada vez más exigente y experta, se presenta necesario establecer unos criterios que hagan posible la satisfacción de los turistas durante su estancia. Dicho esto, resulta imprescindible interiorizar que los turistas pasan a ser, y son, la prioridad y eje del proyecto, por lo cual, es primordial conocer sus necesidades y deseos con el fin de cubrir el vacío existencial que proyecta al visitante a viajar. Aquí es donde se construyen las percepciones que ellos reciban de nuestro destino. Mediante un trabajo organizado y consensuado el camino se construirá de un modo más sencillo y equilibrado. Al final nuestro es objetivo es generar alcance y vender... Pero no solo vender por vender, sino también transmitir la naturaleza del municipio y crear impacto en el turista.

Así, desde el punto de vista de distintos enfoques de marketing, la comercialización del producto propuesto versará sobre los siguientes supuestos:

**1. Cooperación público-privada.** Para el éxito de cualquier destino turístico actual, la cooperación público-privada constituye un pilar fundamental en el camino del progreso. La actuación unilateral de cualquiera de las partes aboga al fracaso y, más si cabe, en materia de promoción y comercialización de productos innovadores.

En un escenario de cooperación, aun teniendo los agentes públicos o privados sus propios objetivos, asumen esfuerzos conjuntos para la construcción de fines consensuados que permitan generar éxitos agrupados entre ambas partes y la sociedad en general.

Resulta más sencillo, en este sentido, establecer estrategias a largo plazo que doten de sostenibilidad los proyectos de los destinos. Resultaría interesante elaborar un Plan de Turismo para el municipio de Garachico, donde la sostenibilidad, turismo y movilidad sean piedras angulares del progreso. Estos conceptos se enlazan con los «EDUSI»: Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado. No resultaría erróneo plantearse la capacidad del municipio de Garachico ante proyectos similares a este, eso sí, de menor magnitud, teniendo en cuenta las limitaciones poblaciones y de extensión que imposibilitarían el proceso.

**2. Posicionamiento.** Moreno Gil (2008: 157), define posicionamiento como el «proceso de establecer y mantener un lugar distintivo en el mercado para la empresa o para su oferta de productos». Nos viene a incidir sobre aquello que nos aporta notoriedad o diferenciación, en nuestro caso, como destino frente a nuestros clientes respecto a nuestros principales competidores. Es aquello que se percibe como único en la mente de nuestros consumidores.

Partimos de la base de la ambigüedad que presenta, hoy en día, la imagen de Garachico en el exterior. La cantidad de actividades de diversa índole que se desarrollan en el lugar nos lleva a confundir la verdadera percepción que el municipio desea transmitir a sus visitantes. Pero, realmente, no hay que buscarla. Como hemos visto en la ruta propuesta, en el escudo heráldico de la localidad, el municipio se define como «Glorioso en su adversidad». ¿Por qué no centrar nuestra imagen en torno a esta idea? Efectivamente, la erupción volcánica de 1706 supone un hecho inaudito en la historia reciente de las Islas Canarias. Una ciudad boyante, noble y rica que cae ante el poder de la naturaleza. Algo así como «La Pompeya del Atlántico». La imagen de un destino rural, histórico y sostenible (como planteamos anteriormente), ocuparía un nicho de mercado ciertamente diferenciador.

**3. Distribución.** La distribución es aquella actividad que busca acerca la oferta de una empresa o destino al segmento objetivo en el momento, cantidad y lugar oportuno (cf. Fernández Hernández, 2008) (3). Para su puesto en marcha, existen distintas estrategias que facilitan traspasar la barrera que diferencia al cliente del destino.

En este sentido, la estrategia *pull* o de atracción resulta la más atractiva dada las características que definen nuestro destino. Mediante esta el oferente centra sus esfuerzos en el cliente final, actuando directamente sobre este y pudiendo ejercer un mayor control sobre su imagen de marca ante la carencia de intermediarios que pudieran entorpecer el proceso. De esta manera, el cliente demanda los servicios que son ofertados directamente hacia su persona, evitando así una desvirtualización de la imagen que se pretende vender desde las Administraciones. La fidelización debe constituir un objetivo primordial para la perdurabilidad del proyecto, por lo que la posesión absoluta del control sobre la marca Garachico como destino rural debe residir inseparablemente de los gestores del producto.

La proliferación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) plantean una herramienta interesante para las pequeñas empresas que conforman el tejido empresarial de la localidad, las cuales carecen de grandes presupuestos capaces de albergar grandes costes alternativos. En el caso del sector alojativo, tanto hoteles como casas rurales, deberían apostar decididamente por su comercialización a través de centrales reservas de elevado nivel de asociacionismo y especializado en categorías especiales de turismo para evitar la naturaleza real de estos establecimientos.

**4. Comunicación.** La comunicación del producto turístico será impulsada principalmente por actividades de relaciones públicas. Una interesante idea sería organizar *farm trips* acorde a los nuevos tiempos. Los escasos costes que presentaría la organización de un evento promocional donde *influencers* y periodistas descubrieran los recursos rurales de la Villa y Puerto de Garachico, podría presentarse como un escaparate innovador, a la vez que poco costo y efectivo.

En segundo lugar, se debería acudir a distintas ferias turísticas para promocionar la nueva imagen del municipio. Debido a los grandes que la participación en algunas de ellas supone, se podría animar a municipios vecinos de similar idiosincrasia para vender la comunidad en torno a una misma imagen. El trabajo interadministrativo enriquecería la calidad de la oferta de los destinos, así como sería posible estrechar lazos para proyectos conjunto y compartir casos de éxito.

También resultaría efectivo la búsqueda de alguna certificación ambiental por parte de la corporación local. La creciente preocupación a nivel mundial por un turismo más justo y responsable afecta directamente a aquellos destinos que apuestan por la sostenibilidad de su desarrollo. Es un camino que emprender tanto para empresas particulares como al destino en su conjunto. La notoriedad y calidad que aportan las certificaciones construyen una sólida base de diferenciación respecto a destinos competidores.

Por último, para la promoción de la ruta se deberá llevar a cabo una serie de actuaciones en términos de señalética e información, aunque la idea es que estas sean estrictamente explotadas por empresas privadas que aporten valor al destino. Además, se avanzará en la rehabilitación del portal turístico del municipio. Esta se centrará en el carácter rural del municipio, posicionando el itinerario como uno de sus productos principales dentro de la rica oferta de la que actualmente goza la localidad.

## 9. CONCLUSIÓN

La Villa y Puerto de Garachico es uno de los enclaves turísticos más singulares de la Isla de Tenerife. Su oferta turística basada en el alojamiento de tipología rural supone un atractivo diferencial para aquellos turistas que desean disfrutar del valor de la autenticidad durante su estancia en la Isla. A pesar de ello, la imagen que proyecta Garachico al exterior presenta, cuanto menos, notables ambigüedades que no facilitan la detección de la verdadera singularidad que distingue a este municipio sobre el resto.

En este sentido, una apuesta decidida por la implantación de aquel turismo rural en el municipio puede tornar en valiosos puntos positivos a favor del destino, visto las tendencias y beneficios que este sector genera en aquellos destinos provistos de los recursos propios de esta tipología. A la vista, se ofrecen datos que nos revelan el continuo crecimiento anual de este sector durante los últimos años en la isla de Tenerife, no siendo acompañado, lamentablemente, por una elevada estancia media a nivel insular. A ello hay que sumarle un gran desconocimiento por parte de la demanda de la oferta existente en el destino Garachico.

Para dar solución a estos problemas, se plantea la elaboración de una ruta temática que ponga en valor los atractivos rurales, históricos y naturales de la Villa y Puerto del siglo XVI y XVII. Mediante la puesta en alza de sus paisajes, se pretenderá dotar al municipio de su verdadera esencia. Una esencia que pone en valor el alojamiento local, dejando de lado el carácter excursionista que caracteriza al visitante cotidiano de la localidad.

Cabe resaltar que estos resultados no podrían ser posibles sin la cooperación conjunta de los entes que conforman el destino, tanto del ámbito público como del privado. La búsqueda de fines comunes abogará por el éxito del destino y el beneficio de la comunidad.

Además, para su promoción, se deberán llevar a cabo distintas técnicas de marketing que incidan en la percepción del turista sobre el destino. Un destino rural, histórico y con base en la sostenibilidad ocupará un nicho de mercado difícilmente igualable para el resto de competidores. Se trata de poner al alza aquello que nos hace auténticos.

Al fin y al cabo, la viabilidad de la gran mayoría de proyectos supone la de ostentar una ventaja competitiva respecto a los demás. La correcta explotación de su potencialidad dependerá del trabajo de las administraciones que deberán velar por su correcto funcionamiento evitando la museización y desvirtualización del destino.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

1. ACOSTA GARCÍA, Carlos, *Apuntes generales sobre la historia de Garachico*, Aula de Cultura de Tenerife, 1994.
  2. MARK SCHUSTER, J., <<Ocho lecciones, cuatro etapas, una conclusión y un secreto>>, en *Patrimonio y proyecto territorial*, Diputació de Barcelona, 2004, pp. 63-74.
  3. FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Carlos y MARTÍN TORRES, M. Fernando (coords.), *Planificación y gestión del turismo rural. Reflexiones desde la experiencia en Canarias*, Islas Canarias, Federación Canaria de Desarrollo Rural, 2008.
  4. BOTE GÓMEZ, Venancio, *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*, Madrid, Editorial Popular, S.A., 1988.
  5. CALS, J., CAPELLÀ, J. y VAQUÉ, E., *El turismo en el desarrollo rural de España*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 1995.
  6. VALDÉS PELÁEZ, Luis, <<El turismo rural: una alternativa diversificadora. Líneas estratégicas de su expansión>>, en *Papeles de Economía Española*, 2004, pp. 298-315.
  7. SABATÉ BEL, Joaquim, *De la preservación del patrimonio a la ordenación del paisaje*, 2004 (ID\_Ensayos).
  8. LÓPEZ OLIVARES, Diego, *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*, Castellón de la Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I, 1998.
  9. ÁLVAREZ ALONSO, Antonio, *La organización del espacio cultivado en la comarca de Daute (NW. De Tenerife)*, La Laguna, Instituto de Estudios Canarios, 1976.
  10. ROMERO RUÍZ, Carmen y Esther BELTRÁN YANES, *La Erupción de Arenas Negras Garachico, 1706. Evolución de un paisaje volcánico*, Viceconsejería de Medio Ambiente del Gobierno de Canarias, 2007.
- DÍAZ-PÉREZ, Flora María (ed.), *Competitive strategies and policies for tourism destinations. Quality, innovation and promotion [Estrategias y políticas competitivas para destinos turísticos. Calidad, innovación y promoción]*, New York, Nova Science Publishers, Inc., 2010.
- FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Carlos, *Preferencias del turista rural en la isla de La Palma*, Islas Canarias, Asociación de Turismo Rural Isla Bonita, 2012.

### Recursos electrónicos

VIERA Y CLAVIJO, José, *Noticias de la historia general de las Islas Canarias* [e-book], (1776).

Recuperado de:

<https://books.google.es/books?id=PG8OAAAAQAAJ&pg=PA300#v=onepage&q&f=false>

Rozas, Y. (2018). *Los primeros mapas auténticos de las Islas*. Recuperado de:

<https://diariodeavisos.elespanol.com/2018/01/los-primeros-mapas-autenticos-las-islas/>

(15/03/2018).

Cabildo de Tenerife. *Los Acantilados de la Culata*. Recuperado de:

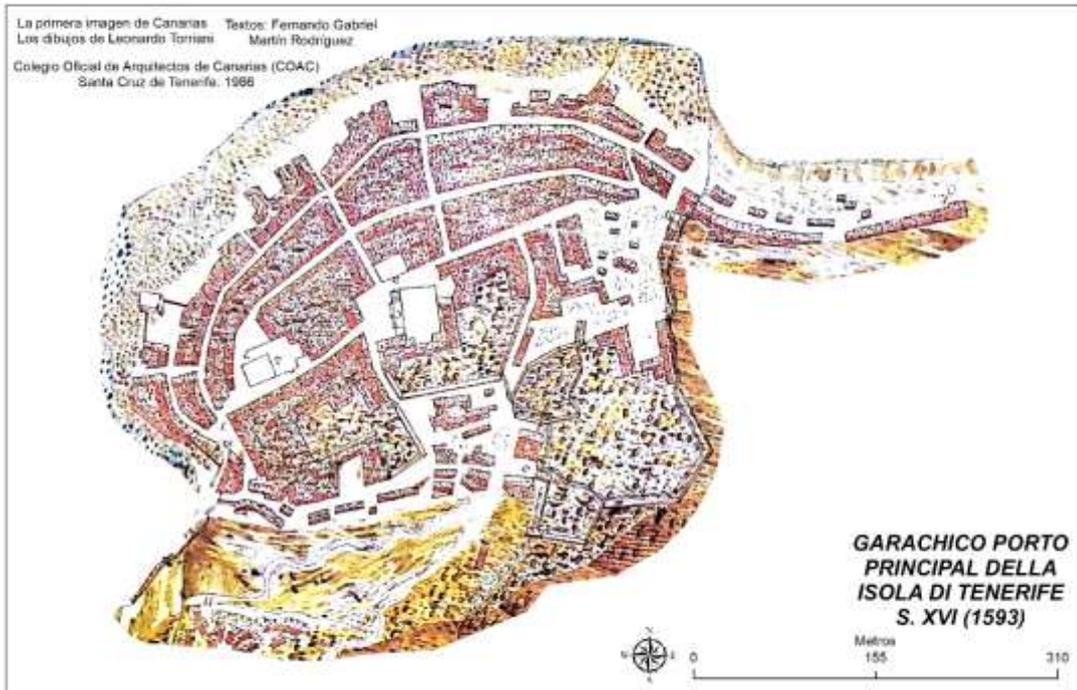
<http://www.tenerife.es/portalcabtfe/es/component/content/article/46-temas/medio-ambiente-de-tenerife/1032-los-acantilados-de-la-culata> (03/06/2018).

Turismo de Garachico. *La Puerta de Tierra*. Recuperado de:

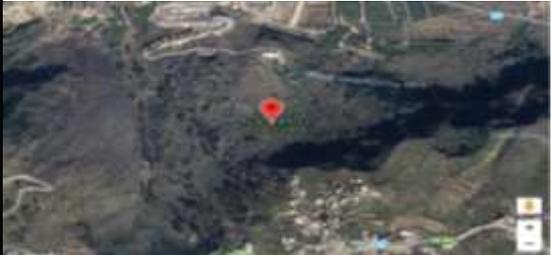
[http://turismo.garachico.es/index.php?option=com\\_recursos&task=mostrarrecurso&id\\_recurso=67&Itemid=25](http://turismo.garachico.es/index.php?option=com_recursos&task=mostrarrecurso&id_recurso=67&Itemid=25) (04/06/2018).

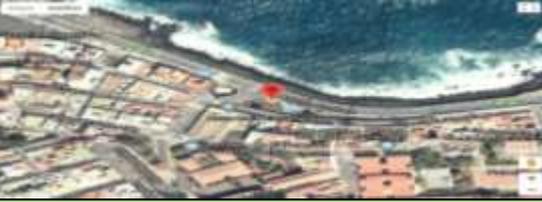
## 11. ANEXOS.

### Comparación del callejero municipal (1593-2015).



**Ficha de recursos.**

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS						
Nombre del Recurso: Acantilados de la Culata			Org. Responsable: Cabildo de Tenerife			
Código: RT1			Ubicación: 28° 22' 2" 16° 45' 37"			
Fotografía:			Georreferenciación:			
						
CATEGORÍA DEL RECURSO						
Recursos Naturales			Recursos Recreativos			
Recursos Culturales			Recursos Infraestructurales			
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO						
Descripción:			El Paisaje Protegido de Los Acantilados de La Culata constituye un antiguo acantilado costero conformado por el apilamiento sucesivo de distintas emisiones volcánicas, siendo una de ellas la perteneciente a 1706.			
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):						
Excelente	Buena	<b>Regular</b>	Mala	Muy Mala		
Infraestructuras Turísticas:						
Señalización:	Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Inexistente	
Servicio Información:	Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Inexistente	
Equipamientos y Serv	Excelente	Buena	Regular	<b>Mala</b>	Inexistente	
Alojamiento e infraestructura General:						
Nivel y grado de utilización:						
*N.º aproximado de visitantes			Se desconoce			
*Tipo de segmento de demanda			Naturaleza			
*Disponibilidad en el tiempo			Largo plazo			
VALORACIÓN DEL RECURSO						
Importancia Actual (Escala de valor de 1 a 5)						
1. Completa otros recursos			4. Atractivo a nivel Nacional			
2. Motiva corriente turística local			5. Atractivo a nivel Internacional			
3. Motiva corrientes turísticas regionales						
Características Deseal			Mejor conservación del lugar			
Conflictos de Uso:			Alteración del espacio natural			
Relación con otros recursos:			Caña de azúcar			

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS							
Nombre del Recurso:		El vino		Org. Responsable:			-
Código:		RT2		Ubicación:			28° 22' 26" 16° 45' 39"
Fotografía:				Georreferenciación:			
							
CATEGORÍA DEL RECURSO							
Recursos Naturales				Recursos Recreativos			
Recursos Culturales				Recursos Infraestructurales			
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO							
Descripción:				Durante la segunda mitad del siglo XVII, la vid vino a sustituir a la caña de azúcar como principal producto agrario en el lugar. Los vinos de la comarca constituían una verdadera fuente de prestigio para las cortes europeas, así como el nombre de Garachico y su puerto.			
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):							
Excelente	Buena	Regular	Mala	Muy Mala			
Infraestructuras Turísticas:							
Señalización:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente		
Servicio Información:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente		
Equipamientos y Servicios:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente		
Alojamiento e infraestructura General:							
Nivel y grado de utilización:							
*N.º aproximado de visitantes				-			
*Tipo de segmento de demanda				Enológico			
*Disponibilidad en el tiempo				Largo plazo			
VALORACIÓN DEL RECURSO							
Importancia Actual (Escala de valor de 1 a 5)							
1. Completa otros recursos				4. Atractivo a nivel Nacional			
2. Motiva corriente turística local				5. Atractivo a nivel Internacional			
3. Motiva corrientes turísticas regionales							
Características Deseables:				Mayor promoción del producto vitivinícola			
Conflictos de Uso:				Ninguno			
Relación con otros recursos:				Antiguo Puerto de Garachico			

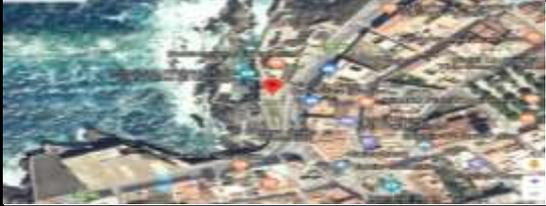
FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS						
Nombre del Recurso: La caña de azúcar		Org. Responsable: -				
Código: RT3		Ubicación: 28° 22' 23" 16° 45' 49"				
Fotografía:		Georreferenciación:				
						
CATEGORÍA DEL RECURSO						
Recursos Naturales			Recursos Recreativos			
Recursos Culturales			Recursos Infraestructurales			
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO						
Descripción:		Se considera a la caña de azúcar el principal producto agrario de extraordinaria importancia para la Villa y la comarca de Daute. Así, este comienza a cultivarse durante los primeros años tras la conquista, introducida por las familias genovesas de Cristóbal de Ponte y Mateo Viña.				
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):						
Excelente	Buena	Regular	Mala	Muy Mala		
Infraestructuras Turísticas:						
Señalización:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente	
Servicio Información:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente	
Equipamientos y Servicios	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente	
Alojamiento e infraestructura General:						
Nivel y grado de utilización:						
*N.º aproximado de visitantes		En torno a 13.000 visitantes				
*Tipo de segmento de demanda		Cultural				
*Disponibilidad en el tiempo		Largo plazo				
VALORACIÓN DEL RECURSO						
Importancia Actual (Escala de valor de 1 a 5)						
1. Completa otros recursos 2. Motiva corriente turística local 3. Motiva corrientes turísticas regionales			4. Atractivo a nivel Nacional <b>5. Atractivo a nivel Internacional</b>			
Características Deseables:		Regeneración en el cultivo del producto				
Conflictos de Uso:		Ninguno				
Relación con otros recursos:		Acantilados de La Culata				

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS							
Nombre del Recurso:		La seda		Org. Responsable:			-
Código:		RT4		Ubicación:			28° 22' 18" 16° 45' 53"
Fotografía:		Georreferenciación:					
							
CATEGORÍA DEL RECURSO							
Recursos Naturales			Recursos Recreativos				
Recursos Culturales			Recursos Infraestructurales				
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO							
Descripción:			Después de la caña y el vino, durante los siglos XVII y XVIII, la industria de la seda tuvo una especial incidencia en la economía municipal, observándose en la abundancia de morales y un número inferior de moreras.				
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):							
Excelente	Buena	Regular	Mala	Muy Mala			
Infraestructuras Turísticas:							
Señalización:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente		
Servicio Información:	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente		
Equipamientos y Servicios	Excelente	Buena	Regular	Mala	Inexistente		
Alojamiento e infraestructura General:							
Nivel y grado de utilización:							
*N.º aproximado de visitantes			Se desconoce				
*Tipo de segmento de demanda			Cultural				
*Disponibilidad en el tiempo			Largo plazo				
VALORACIÓN DEL RECURSO							
Importancia Actual (Escalas de valor de 1 a 5)							
1. Completa otros recursos			4. Atractivo a nivel Nacional				
2. Motiva corriente turística local			5. Atractivo a nivel Internacional				
3. Motiva corrientes turísticas regionales							
Características Deseables:			Recuperación de la tradición familiar y escolar				
Conflictos de Uso:			Ninguno				
Relación con otros recursos:			La Puerta de Tierra				

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS							
Nombre del Recurso:		El Lamero		Org. Responsable:			-
Código:		RT5		Ubicación:			28° 22' 18" 16° 45' 53"
Fotografía:		Georreferenciación:					
							
CATEGORÍA DEL RECURSO							
Recursos Naturales			Recursos Recreativos				
Recursos Culturales			<b>Recursos Infraestructurales</b>				
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO							
Descripción:			Se trata de una hermosa hacienda construida sobre la finca del mismo nombre por don Alonso del Hoyo, en el primer tercio del siglo XVII. Poco se ha escrito sobre esta localización, normalmente, fuera de las rutas turísticas que se desarrollan en el municipio.				
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):							
Excelente	Buena	<b>Regular</b>	Mala	Muy Mala			
Infraestructuras Turísticas:							
Señalización:	Excelente	Buena	Regular	<b>Mala</b>	Inexistente		
Servicio Información:	Excelente	Buena	Regular	<b>Mala</b>	Inexistente		
Equipamientos y Servicios	Excelente	Buena	Regular	Mala	<b>Inexistente</b>		
Alojamiento e infraestructura General:							
Nivel y grado de utilización:							
*N.º aproximado de visitantes			Se desconoce				
*Tipo de segmento de demanda			Cultural				
*Disponibilidad en el tiempo			Largo plazo				
VALORACIÓN DEL RECURSO							
Importancia Actual (Escalas de valor de 1 a 5)							
1. Completa otros recursos			4. Atractivo a nivel Nacional				
<b>2. Motiva corriente turística local</b>			5. Atractivo a nivel Internacional				
3. Motiva corrientes turísticas regionales							
Características Deseables:			Abogar por su conservación y uso turístico				
Conflictos de Uso:			Infraestructura de pertenencia privada				
Relación con otros recursos:			El vino				

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS					
Nombre del Recurso: Mirador Casa de Ponte		Org. Responsable: Familia de Ponte			
Código: RT6		Ubicación: 28° 22' 26" 16° 45' 51"			
Fotografía:		Georreferenciación:			
					
CATEGORÍA DEL RECURSO					
Recursos Naturales		Recursos Recreativos			
Recursos Culturales		<b>Recursos Infraestructurales</b>			
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO					
Descripción:		En la primitiva localización de la casa de la familia Ponte (hoy, Boutique Hotel San Roque), se encuentra un hermoso mirador de vistas hacia el mar.			
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):					
Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Muy Mala	
Infraestructuras Turísticas:					
Señalización:	Excelente	Buena	Regular	<b>Mala</b>	Inexistente
Servicio Información:	Excelente	Buena	Regular	<b>Mala</b>	Inexistente
Equipamientos y Servicios:	<b>Excelente</b>	Buena	Regular	Mala	Inexistente
Alojamiento e infraestructura General:					
Nivel y grado de utilización:					
*N.º aproximado de visitantes		Se desconoce			
*Tipo de segmento de demanda		Cultural			
*Disponibilidad en el tiempo		Largo plazo			
VALORACIÓN DEL RECURSO					
Importancia Actual (Escala de valor de 1 a 5)					
1. Completa otros recursos		4. Atractivo a nivel Nacional			
<b>2. Motiva corriente turística local</b>		5. Atractivo a nivel Internacional			
3. Motiva corrientes turísticas regionales					
Características Deseables:		Puesta en valor de su potencial cultural e histórico			
Conflictos de Uso:		Infraestructura de pertenencia privada			
Relación con otros recursos:		Antiguo Puerto de Garachico			

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS					
Nombre del Recurso: La Puerta de Tierra		Org. Responsable: Ayuntamiento de Garachico			
Código: RT7		Ubicación: 28° 22' 20" 16° 46' 1"			
Fotografía:		Georeferenciación:			
					
CATEGORÍA DEL RECURSO					
Recursos Naturales		Recursos Recreativos			
Recursos Culturales		<b>Recursos Infraestructurales</b>			
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO					
Descripción:		<p>Junto a la Plaza de Juan González de la Torre, se encuentra la «Puerta de Tierra», vestigio del antiguo puerto que agonizó en fatídico desenlace en 1706. Era la puerta de entrada al municipio, que daba acceso a la localidad y al Castillo de San Miguel, próximo hito, a través de la Caleta del Genovés.</p>			
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):					
Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Muy Mala	
Infraestructuras Turísticas:					
Señalización:	Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Inexistente
Servicio Información:	Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Inexistente
Equipamientos y Servicios	Excelente	Buena	<b>Regular</b>	Mala	Inexistente
Alojamiento e infraestructura General:					
Nivel y grado de utilización:					
*N.º aproximado de visitantes		Se desconoce			
*Tipo de segmento de demanda		Cultural			
*Disponibilidad en el tiempo		Largo plazo			
VALORACIÓN DEL RECURSO					
Importancia Actual (Escala de valor de 1 a 5)					
1. Completa otros recursos 2. Motiva corriente turística local 3. Motiva corrientes turísticas regionales			<b>4. Atractivo a nivel Nacional</b> 5. Atractivo a nivel Internacional		
Características Deseables:		Eje principal de los vestigios históricos del destino			
Conflictos de Uso:		Fragilidad extrema			
Relación con otros recursos:		Castillo de San Miguel			

FICHA DE RECURSOS TURÍSTICOS					
Nombre del Recurso: Castillo de San Miguel			Org. Responsable: Cabildo de Tenerife		
Código: RT8			Ubicación: 28° 22' 23" 16° 45' 57"		
Fotografía:			Georreferenciación:		
					
CATEGORÍA DEL RECURSO					
Recursos Naturales			Recursos Recreativos		
Recursos Culturales			<b>Recursos Infraestructurales</b>		
CARACTERÍSTICAS DEL RECURSO					
Descripción:			Situado en la bocana del antiguo puerto, no se conoce a ciencia cierta el momento exacto de su levantamiento, pero una mayoría de autores indican que ya estaba construido hacia 1552.		
Accesibilidad Relación Espacio/Tiempo (proximidad demanda):					
Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Muy Mala	
Infraestructuras Turísticas:					
Señalización:	Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Inexistente
Servicio Información:	Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Inexistente
Equipamientos y Servicios	Excelente	<b>Buena</b>	Regular	Mala	Inexistente
Alojamiento e infraestructura General:					
Nivel y grado de utilización:					
*N.º aproximado de visitantes			Alrededor de 17.000 visitantes		
*Tipo de segmento de demanda			Cultural		
*Disponibilidad en el tiempo			Largo plazo		
VALORACIÓN DEL RECURSO					
Importancia Actual (Escala de valor de 1 a 5)					
1. Completa otros recursos 2. Motiva corriente turística local 3. Motiva corrientes turísticas regionales			<b>4. Atractivo a nivel Nacional</b> 5. Atractivo a nivel Internacional		
Características Deseables:			Integración dentro del paisaje portuario del municipio		
Conflictos de Uso:			Ninguna		
Relación con otros recursos:			Mirador Casa de Ponte		