

Plan Director de Turismo de la Comarca del Nordeste



Estrategia Turística de La laguna

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio Ver firma	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08 Ver sello	- 1/91 -	

Plan Director de Turismo de la Comarca del Nordeste

NOTA IMPORTANTE

El presente documento recoge la PROPUESTA del equipo de investigación, presentada a la Concejalía de Comercio, Turismo y Movilidad Sostenible para su análisis y consideración. La versión inicial de este documento fue presentada en julio de 2020 e informada por las áreas municipales en los meses siguientes, habiéndose incorporado sus aportaciones al Plan en la versión actual.

19 de abril de 2022

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 2/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	

PLAN DIRECTOR DE TURISMO DE LA COMARCA DEL NORDESTE.

REDACCIÓN: Pablo Rodríguez González Aythami de Armas Castellano Cristina Molina Afonso COLABORADORES: Irma Izquierdo Suárez Raúl Rodríguez Álvarez Foto de la portada: Repositorio de imágenes de acceso abierto de Turismo de Tenerife

Este trabajo se ha realizado en el marco de un Convenio de Colaboración entre el **Ayuntamiento de La Laguna**, la **Universidad de La Laguna** y la **Fundación General Universidad de La Laguna**.

El trabajo de investigación ha sido encomendado a la **Cátedra de Turismo Fundación Cajacanarias – Ashotel**, que ha contado con el siguiente equipo de investigación:

- **D. Pablo Rodríguez González**, Investigador Principal, Departamento de Sociología y Antropología, Subdirector de la Cátedra de Turismo
- **D. Raúl Hernández Martín**. Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos de la ULL, Director de la Cátedra de Turismo
- **Dña. Noemi Padrón Fumero**. Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos de la ULL, Subdirectora de la Cátedra de Turismo
- **D. Moisés R. Simancas Cruz**. Departamento de Geografía de Historia de la ULL, Subdirector de la Cátedra de Turismo CajaCanarias – Ashotel - ULL
- **D. Félix A. Herrera Priano**. Departamento de Ingeniería Industrial de la ULL, Subdirector de la Cátedra de Turismo
- **D. Eduardo Parra López**. Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica de la ULL, miembro de la Cátedra de Turismo
- **D. Agustín Santana Talavera**. Departamento de Sociología y Antropología de la ULL, miembro de la Cátedra de Turismo
- **D. Carlos Fernández Hernández**. Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos de la ULL, miembro de la Cátedra de Turismo
- **D. José Alberto Martínez González**. Departamento de Historia Económica y Dirección de Empresas de la ULL, miembro de la Cátedra de Turismo
- **Dña. Yurena Rodríguez Rodríguez**. Investigadora en formación de la Cátedra de Turismo
- **D. Javier Mendoza Jiménez**. Investigador en formación de la Cátedra de Turismo
- **Dña. Elisabet Padrón Candelario**. Investigadora en formación de la Cátedra de Turismo

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 3/91 -	

- **Dña. Nisamar Baute Díaz.** Investigadora en formación de la Cátedra de Turismo
- **D. Hugo Padrón Ávila.** Investigador en formación de la Cátedra de Turismo
- **D. Eugenio Díaz Fariña.** Investigador en formación de la Cátedra de Turismo
- **D. Néstor Verona Carballo.** Profesional autónomo. Investigador en formación de la Cátedra de Turismo.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 4/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02	

Contenido

Créditos	2
Índice de tablas	6
Índice de mapas	6
Índice de gráficos	6
Introducción	7
Un modelo definido por la sostenibilidad	8
Metodología	10
Impacto de la Pandemia del Covid-19 en el Plan.....	11
Estructura del Documento	12
Primera Parte: Diagnóstico Estratégico	13
Perfil socioeconómico	13
Actividad comercial.....	16
Oferta alojativa	18
Evidencias sobre excursionismo	20
Inventario de recursos turísticos.....	22
Recursos por temáticas.....	22
Recursos por localidades	27
Evaluación de los recursos turísticos.....	32
Recapitulación: DAFO.....	35
Segunda Parte: Plan Director de Turismo	36
Objetivos	36
Instrumentos	37
Sistema de Información Turística (A_25)	37
Foro de turismo (A_23)	39
Mesas de producto (A_24)	40
Productos estratégicos.....	41
Turismo Cultural de proximidad	42
Turismo de Naturaleza Activa.....	44
Turismo de Surf.....	47
Turismo de Bienestar y Salud	49
Selección de acciones.....	51
Criterio de idoneidad.....	52

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 5/91 -	

Criterio de viabilidad	52
Selección de acciones	53
Acciones	54
Acciones por ámbito.....	55
Conclusión	71
ANEXOS	73
Anexo I. Información sobre la fase participativa	74
Anexo II. Relación de la información aportada en soporte electrónico.....	85
Anexo III. Relación de recursos etnográficos y arqueológicos de la Comarca.....	87

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 6/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02	

Índice de tablas

Tabla 1 Número de comercios por tipo y localidad	16
Tabla 2 Viviendas vacacionales y plazas en la plataforma AirBnB por localidades.	18
Tabla 3 Facturación, ocupación e indicadores de rentabilidad de las VV en AirBnB por localidades	18
Tabla 4 Listado sintético de acciones del Plan	54

Índice de mapas

Mapa 1 Renta media anual por persona en las secciones censales de La Laguna (2017)	15
Mapa 2 Distribución geográfica de la oferta comercial de la Comarca	17
Mapa 3 Ubicación de los alojamientos AirBnB en Valle Guerra y Tejina según facturación total.	19
Mapa 4 Ubicación de los alojamientos AirBnB en Bajamar, Punta del Hidalgo y Anaga según facturación total	20
Mapa 5 Recursos de la Comarca según temáticas.....	26
Mapa 6 Recursos Turísticos de Valle Guerra.....	28
Mapa 7 Recursos Turísticos de Tejina.....	29
Mapa 8 Recursos Turísticos en Bajamar	30
Mapa 9 Recursos Turísticos en Punta del Hidalgo.....	32

Índice de gráficos

Gráfico 1 Pirámides de población por sexo y edad de las cuatro localidades de la Comarca. (2019)	13
Gráfico 2 Envejecimiento de la población de la Comarca por localidades.....	14
Gráfico 3 Promedio diario de visitantes según periodo y procedencia	21
Gráfico 4 Promedio diario de visitantes según procedencias y días de la semana	21
Gráfico 5 Matriz de evaluación de los recursos turísticos de Valle Guerra.....	33
Gráfico 6 Matriz de evaluación de los recursos turísticos de Tejina.....	33
Gráfico 7 Matriz de evaluación de los recursos turísticos de Bajamar	34
Gráfico 8 Matriz de recursos turísticos de Punta del Hidalgo	34

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 7/91 -	

Introducción

La Comarca del Nordeste del municipio de La Laguna, que comprende las localidades de Valle Guerra, Tejina, Bajamar y Punta del Hidalgo, es un territorio en el que el turismo ha tenido y está llamado a tener un papel fundamental. Encontramos en ella establecimientos y núcleos turísticos con una larga trayectoria previa junto con iniciativas empresariales innovadoras, una gran cantidad de recursos con potencial interés para los turistas así como una aguda conciencia entre sus habitantes sobre la singularidad de su paisaje y su modo de vida.

Sin embargo, el turismo en la Comarca no ha tenido el éxito que ha tenido en otros enclaves de Tenerife. El modelo de desarrollo inicial tenía unas limitaciones de partida que lo hicieron inviable para el competitivo turismo de masas hacia el que se orientó la isla en las décadas siguientes. Desde los años 90, empresas y administraciones han ido cambiando su visión del turismo en la zona incorporando, primero tímidamente y de forma más rotunda en los últimos años, el componente natural y la noción de sostenibilidad a la propuesta turística. La apuesta ha dado fruto, de forma que las estancias invernales, sin alcanzar los niveles de antaño, están siendo cubiertas en buena medida por clientes motivados por esta temática: senderismo, conocimiento de la isla, tranquilidad, poca masificación. Por otra parte, la temporada estival sigue teniendo al *veraneante* local como clientela mayoritaria, aunque con oscilaciones en el nivel de gasto.

Esta combinación ha permitido el mantenimiento de la actividad turística, pero dista mucho de ser óptima. Las cifras de ocupación y precios apuntan a un destino periférico dentro del sistema turístico de la isla, al que le va muy mal cuando la actividad turística insular se resiente y no tan bien en los periodos de bonanza. Asimismo, sigue persistiendo un problema de profesionalización de la oferta alojativa, con un volumen significativo de plazas que oscila entre el mercado turístico y el residencial, lo que abre la puerta a un turista independiente y auto-organizado que dificulta la consolidación de la oferta complementaria que atiende la tematización del destino. Los turistas llegan a la Comarca atraídos por la singularidad del entorno en relación con su precio, pero una vez allí realizan la mayor parte de sus actividades por su cuenta y en otros lugares de la isla, dejando poco dinero en el destino. En último término, el turismo no está cubriendo las expectativas de creación de riqueza y empleo que la ciudadanía de la Comarca ha depositado en él.

El **Plan Director de Turismo de la Comarca del Nordeste** se plantea como una herramienta para contrarrestar esta situación y *mover* o *reorientar* el destino hacia un modelo o forma de funcionar que se considera más viable en términos económicos, sociales y ambientales. El modelo pretendido no se diferencia sustancialmente de la que ha sido la apuesta turística de la Comarca en las últimas décadas: un destino en el que el paisaje natural y una urbanización contenida permiten pasar una estancia tranquila y relajada realizando actividades de diversa índole, en estrecho contacto con la naturaleza y la población local. Respecto a planes anteriores, su aportación principal reside en identificar los bloqueos que está sufriendo esta propuesta turística y proponer acciones de diversa índole que puedan servir para contrarrestarlos.

El Plan está, en consecuencia, más orientado a la dinamización turística de un destino maduro que a la implementación y desarrollo de un destino emergente y, aunque contempla la realización de algunas inversiones relevantes, se dirige en buena medida a **proponer prácticas**

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 8/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	

de gestión que, mediante la colaboración entre actores públicos y privados, den continuidad en el tiempo al esfuerzo de reorientación del turismo de la Comarca.

Esto es así porque el principal *hándicap* con que parte el Plan es que el área municipal de Turismo, que es quien asume la tarea de ponerlo en práctica e impulsarlo, cuenta con unas competencias limitadas a la información y promoción turística y un presupuesto reducido en comparación con el volumen de la actividad turística del municipio. Es decir, buena parte de las cosas que desde la perspectiva de los ciudadanos y agentes turísticos se necesitan para reorientar el turismo de la Comarca no pueden hacerse desde el órgano que asume dicha reorientación. Esto es inevitable cuando la tematización del destino apela a recursos (como la costa, el macizo de Anaga o los espacios urbanos) o actividades (como el deporte, la cultura, la movilidad) que están bajo la competencia de otras áreas y organismos del Ayuntamiento, así como del Cabildo, la Comunidad Autónoma o el Estado. A esto se suma la situación de absoluta incertidumbre a la que se enfrenta el sector turístico y el conjunto de la sociedad como resultado de la pandemia del COVID-19, que ha afectado tanto a la elaboración del Plan como a su operatividad futura.

No hay fórmulas mágicas para resolver este problema. Pero sí hay una lección clara de la literatura sobre planificación sectorial: los obstáculos administrativos, los conflictos de competencias y la escasez de fondos tienden a solventarse cuando el sector (ya sea el turismo, la agricultura o cualquier otro) se moviliza en torno a un consenso amplio y es capaz de sumar apoyos externos, hasta conseguir que el coste político de ignorar sus demandas sea inasumible. No es un camino fácil ni hay una forma rápida de recorrerlo, pero el Plan aporta instrumentos para facilitar esta tarea al sector y dota de una base más amplia a sus reclamaciones al identificar las acciones demandadas con las necesidades de ocio, recreación y calidad de vida de la población de la zona y del conjunto del municipio.

Un modelo definido por la sostenibilidad

El modelo apuesta por la **sostenibilidad** como identidad primaria de la propuesta turística de la zona, con los acusados contrastes de su paisaje, la bondad de su clima y la escala reducida de sus localidades como escenario para una forma de turismo alejada de la experiencia turística convencional. No se trata solo de incorporar procesos sostenibles y medidas correctoras a un producto que se vende como hasta ahora sino de integrar todas estas medidas a la identidad de marca de los productos y del conjunto del destino. Si la Comarca quiere seguir vendiendo durante mucho tiempo experiencias de contacto con la Naturaleza y con el paisaje social que surge de la relación de sus habitantes con ella, no queda otra opción que comprometerse hasta las últimas consecuencias con su conservación y actuar de forma decidida ante los riesgos actuales.

El Plan se orienta por el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 8 ‘Trabajo decente y crecimiento económico’ en particular por la meta **“Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y**

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 9/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02



promueva la cultura y los productos locales¹. De forma más concreta, las distintas acciones se vinculan a este u otros ODS, según se detalla en los apartados correspondientes.

Esta apuesta se articula a través de tres principios o ejes de acción que marcan la operativa del Plan:

Sinergias. La idea de un turismo que promueva la cultura y los productos locales se incorpora en una doble vertiente. En primer lugar, impulsando acciones en las que ambos aspectos se convierten en actividades complementarias de la actividad principal, de forma que la producción agroalimentaria y el sector cultural de la zona sirvan de base a la identidad sostenible de la experiencia turística que se propone. En segundo lugar, impulsando un producto específico, el *turismo cultural de proximidad* en el que se busca captar a visitantes locales para la Comarca, con la oferta gastronómica y las actividades culturales como reclamo principal.

En ambos casos, se promueve un *uso compartido por residentes y visitantes* de los espacios y recursos turísticos, fundamental para alcanzar una escala viable y que, al mismo tiempo, favorezca la imagen de destino auténtico y cercano que se persigue. La idea de promover las sinergias entre lo turístico y lo no turístico se lleva hasta sus últimas consecuencias al equiparar, en toda la concepción del Plan, la calidad de la experiencia turística de los visitantes con la calidad de vida de los residentes, aplicando la máxima de que, si la zona es segura, cómoda y atractiva para los vecinos, también lo será para quienes acuden a visitarla.

Gobernanza. Una idea transversal a los ODS y común en la inmensa mayoría de los planteamientos sobre turismo sostenible es el *empoderamiento*: incluir a los que no han tenido voz en la gestión y orientación del desarrollo turístico. Se persigue adoptar estructuras de gobernanza más horizontales, abiertas y transparentes, en las que la toma de decisiones por consenso en pro del interés colectivo se convierta en la práctica habitual. Esto responde a una necesidad urgente del destino, ya que su reducida escala y la fragmentación de la oferta, junto con décadas de política turística errática, han llevado al destino a una situación en la que son precisas acciones decididas y sostenidas en el tiempo, al margen de los vaivenes electorales. Esta idea ya se ha incorporado a la elaboración de la Estrategia Turística de La Laguna y a este Plan Director, incluyendo de forma recurrente actividades de consulta a la ciudadanía y el empresariado para la recogida de valoraciones, propuestas y sugerencias.

Se plantea, en primer lugar, constituir un *Foro de Turismo* (A23²), en el que los actores del sector, la ciudadanía y los visitantes puedan pronunciarse sobre las necesidades del destino y las acciones encaminadas a mejorarlo. La misión principal del Foro es alcanzar consensos respecto a la orientación de la política turística a medio plazo que den continuidad al Plan más allá de la legislatura en que se aprueba.

En segundo lugar, se plantea crear, para los distintos productos estratégicos de la Comarca, *Mesas de Producto* (A24) que se conviertan en instrumentos de colaboración público-privada para el desarrollo de acciones que impulsen el posicionamiento de cada producto. Impulsadas por el área de Turismo, estas Mesas constituyen redes de comunicación que identifican problemas y bloqueos del producto, plantean soluciones para afrontarlos y movilizan los recursos públicos y privados necesarios para implementarlos.

¹ <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/goal-8-decent-work-and-economic-growth.html#targets> (acceso 13 de julio de 2020)

² Código identificador de las acciones propuestas. Puede consultarse la lista completa en Tabla 4

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 10/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02	

Inteligencia. Durante las dos últimas décadas, el desarrollo tecnológico ha transformado radicalmente la forma en que se promociona, distribuye y consume el turismo. El Plan plantea una actualización de las capacidades del destino en cuanto a la producción, distribución y uso de la información turística, inspirada por el paradigma del destino turístico inteligente.

Se prevé desarrollar un *Sistema de Información Turística (A25)* abierto, en el que turistas, empresas y administraciones aporten y reciban información ajustada a sus necesidades. Este sistema integra las funciones de monitorización de la actividad turística con la gestión de la marca del destino y de sus recursos de titularidad pública, desde la recopilación de estadísticas propias y ajenas hasta la representación mancomunada de la oferta ante plataformas u otros agentes externos, pasando por la realización de campañas de promoción, la capacitación en TIC del sector o el desarrollo de aplicaciones de distinto tipo.

El modelo turístico que busca implementar el Plan se sustancia en una propuesta integrada de productos estratégicos, en los que se centran los esfuerzos en base a su capacidad actual para activar sinergias. Para la Comarca del Nordeste, los productos estratégicos seleccionados son los siguientes:

- Turismo cultural de proximidad
- Turismo de naturaleza activa
- Turismo de surf
- Turismo de bienestar y salud

Para cada uno de estos productos, el Plan prevé el desarrollo de las ya apuntadas Mesas de Producto, impulsadas por el servicio de Turismo pero abiertas a la participación de los actores interesados en cada producto.

Metodología

En la elaboración del Plan se ha partido de las líneas generales del modelo turístico del municipio recogidas en el documento *Estrategia de Turismo de La Laguna*³ y de las conclusiones del diagnóstico del turismo en la zona recogidas en el documento *El sistema turístico de La Laguna*⁴. Se han desarrollado las siguientes actividades:

1. **Ampliación del diagnóstico turístico de la Comarca.** Se han obtenido y analizado datos secundarios sobre la estructura demográfica, los ingresos económicos, la actividad comercial, la oferta alojativa de viviendas vacacionales y el excursionismo en la zona.
2. **Actualización del inventario de recursos.** Se han realizado fichas de 71 recursos en la zona en las que se incluyen descripción, georreferenciación, imágenes y una amplia batería de ítems de evaluación.
3. **Fase participativa.** El diseño inicial contemplaba la realización de 12 talleres participativos con ciudadanos y empresas. La declaración del estado de alarma por el Covid-19 impidió llevar a efecto este diseño, celebrándose antes del confinamiento cuatro talleres presenciales con ciudadanos y asociaciones, uno en cada localidad de la

³ <https://turismodelalaguna.com/wp-content/uploads/2019/11/Estrategia-Tur%C3%ADstica-de-La-Laguna-NOV2019.pdf> [ENLACE CAIDO]

⁴ <https://turismodelalaguna.com/wp-content/uploads/2019/11/El-turismo-en-La-Laguna-Documento-Definitivo.pdf> [ENLACE CAIDO]

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 11/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02	

Comarca, y posteriormente dos talleres virtuales con empresarios. Como resultado de esta fase se recogieron 65 demandas de intervención.⁵

4. **Redacción del Plan.** De las dos primeras actividades se obtiene un análisis DAFO de la situación del turismo en la Comarca que sirve para fijar los objetivos del Plan y seleccionar los productos estratégicos. Posteriormente, se evalúan las demandas recogidas en la fase participativa, diseñándose acciones para satisfacer aquellas que presentan mayor idoneidad y viabilidad para alcanzar los objetivos.

Impacto de la Pandemia del Covid-19 en el Plan

El 14 de marzo de 2020, cuando el proceso participativo del Plan afrontaba su momento crucial, se declaraba el estado de alerta en todo el país por el riesgo para la salud pública que suponía el COVID-19. Se restringía casi por completo la entrada de pasajeros internacionales y los desplazamientos de la población local durante casi dos meses, cuando se inician las distintas fases de desescalada hasta la ‘nueva normalidad’ que se inició el 20 de junio. Un mes después, en el momento en que se redactan estas líneas, el panorama es de gran incertidumbre por la aparición de brotes significativos en otras regiones españolas que han llevado de nuevo a la suspensión de vuelos desde los países emisores.

Se trata de una situación de *zero turístico* inédita cuya duración, además, es incierta. Existe un amplio consenso en que la crisis terminará: se espera disponer de una vacuna y un tratamiento para la enfermedad que permitan desactivar las distintas restricciones en un periodo de tiempo variable pero no corto (de 6 a 24 meses). Sin embargo, la incertidumbre sobre cuánto tiempo durará la situación actual, ya de por sí gravosa para el sector, y el alto riesgo de volver al confinamiento no permiten ser optimistas sobre las posibilidades de arranque del sector a corto plazo⁶.

Esta crisis ha afectado de forma decisiva a la elaboración del Plan, debiéndose realizar la fase de consultas a los empresarios de forma telemática, en un clima de gran incertidumbre y estupefacción que redujo de forma importante la participación y la productividad de los talleres. La priorización de acciones ha debido suspenderse, debido a la imposibilidad de llevar a cabo estas dinámicas grupales en condiciones adecuadas. Más aún, la crisis llegó cuando los trabajos afrontaban su recta final, de forma que toda la labor previa se realizó con un escenario de futuro en mente que se ha desvanecido. Esto ha obligado a reajustar a última hora la selección de acciones y a dejar en suspenso los horizontes temporales y presupuestarios del Plan. Bastantes de las acciones que se demandaban hace seis meses resultan ahora imposibles o mucho más complicadas de ejecutar y otras se han tenido que reformular para limitar su coste y adaptarse al mayor protagonismo que los contenidos y canales digitales están adquiriendo en estos tiempos.

⁵ La información sobre el proceso participativo se detalla en el Anexo I.

⁶ Puede consultarse una amplia serie de reflexiones y análisis sobre el impacto en el turismo del Covid-19 en Simancas, Hernández y Padrón, 2020: *Turismo pos-COVID19. Reflexiones, retos y oportunidades*. Catedra de Turismo ULL. <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 12/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02	

Sin embargo, al igual que se ha reconocido claramente el negativo impacto de esta crisis en el Plan, se debe señalar con igual rotundidad que dicho impacto no lo invalida en absoluto.

En primer lugar, porque los problemas y carencias identificados en el trabajo de diagnóstico y consulta no van a desaparecer con esta crisis y acaso es posible que se agraven. Lo que hará más urgente darles el tipo de respuesta que plantea este Plan.

En segundo lugar, porque buena parte del contenido propositivo del Plan no tiene que ver con actuaciones concretas que pueden verse o no afectadas por las medidas de higiene y salud (p.e. Festivales) sino que se dirigen a alterar la forma en que se gestiona el recurso colectivo que es, en el fondo, un destino turístico. No se trata de realizar un evento u otro, distribuir un determinado folleto o lanzar aquella campaña, sino de cambiar la forma en que se conciben, orientan y llevan a cabo estas acciones, introduciendo mecanismos de gobernanza más horizontales y abiertos. Buena parte de la respuesta a la pandemia ha pasado por una apelación constante a la responsabilidad colectiva que ya estaba incorporada como elemento central de la Estrategia Turística del municipio elaborada en 2019. La penosa experiencia por la que estamos pasando durante esta crisis nos va a mostrar, una vez más, que allí donde están presentes este tipo de mecanismos de gobernanza horizontal e inclusiva se ha conseguido una mayor resiliencia, permitiendo mitigar el impacto de la crisis y una recuperación más rápida.

Por último, el Plan no se concibe como una propuesta cerrada e inamovible sino que incorpora, insistiendo en lo dicho anteriormente, instrumentos y mecanismos de ajuste para reformularse y reconducir su ruta hacia los objetivos planteados. La pandemia está teniendo efectos catastróficos para el sector, que requerirá medidas contundentes de apoyo cuando resulte factible reiniciar la actividad, pero que en la coyuntura actual resulta imposible concretar o planificar. Se precisará una interlocución fluida con el sector y la ciudadanía para poder identificar y activar estas medidas cuando puedan ser realmente eficaces.

Estructura del Documento

El documento recoge, tras esta Introducción, una Primera Parte dedicada al diagnóstico estratégico del destino, en la que se aborda la situación socioeconómica de la Comarca, su actividad comercial, la oferta alojativa, sus recursos turísticos y las evidencias sobre los flujos turísticos presentes en la zona. Asimismo, se incluye un análisis sintético del Inventario de Recursos Turísticos elaborado.

La segunda parte recoge el Plan propiamente dicho, detallando, en primer lugar, los instrumentos clave para su ejecución. En segundo lugar, se tratan los productos estratégicos que van a vertebrar la nueva propuesta turística del destino. En tercer lugar, tras exponer el procedimiento de selección de acciones, se detallan las acciones propuestas.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 13/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02



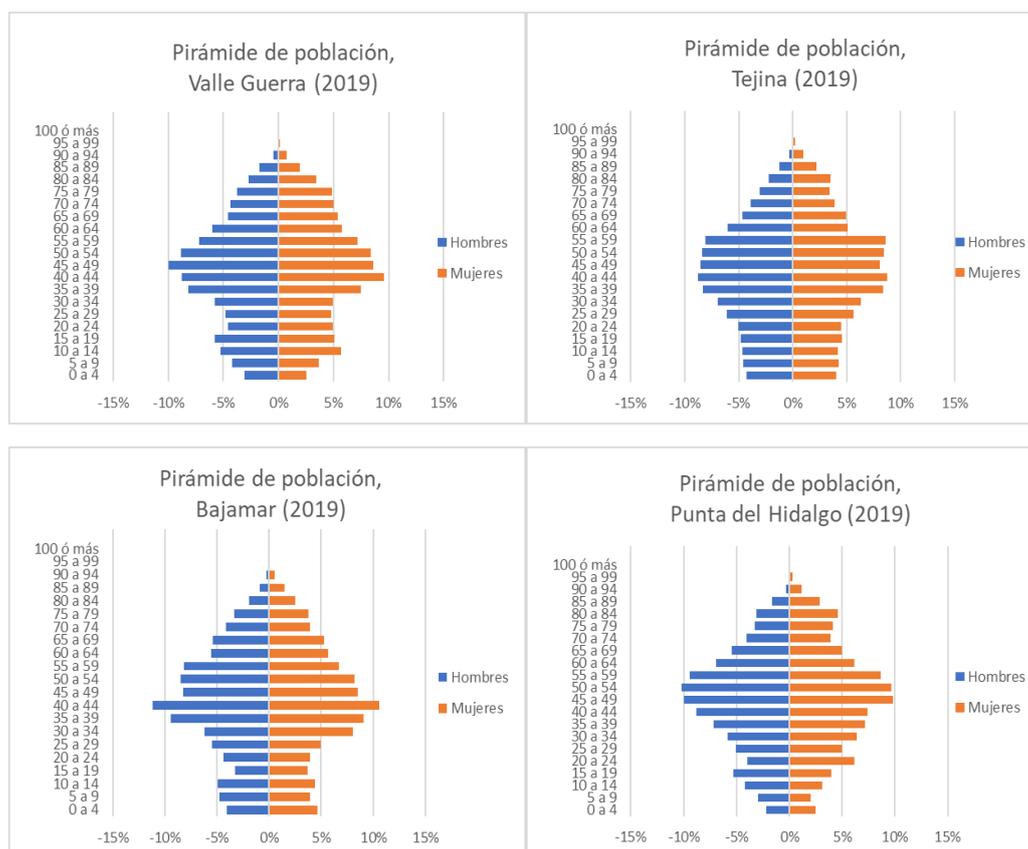
Primera Parte: Diagnóstico Estratégico

Se recogen en esta primera parte una serie de análisis sobre distintos aspectos de la realidad socioeconómica y turística de la Comarca que amplían los realizados en el informe *El Turismo en La Laguna. Diagnóstico del sistema turístico de San Cristóbal de La Laguna*, presentado en 2018. Tras exponer las distintas evidencias recopiladas, se recapitulará la información en un cuadro de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, al que el Plan busca dar respuesta con sus acciones.

Perfil socioeconómico

La Comarca Nordeste, con 19.169 habitantes en el año 2019 representa casi el 12,2% de la población del municipio de San Cristóbal de La Laguna. Tejina es la localidad más poblada de la Comarca, con 8.413 habitantes, seguida de Valle Guerra, con 5.879, Punta del Hidalgo y Bajamar, con 2.471 y 2.406 habitantes respectivamente.

Gráfico 1 Pirámides de población por sexo y edad de las cuatro localidades de la Comarca. (2019)



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Elaboración propia.



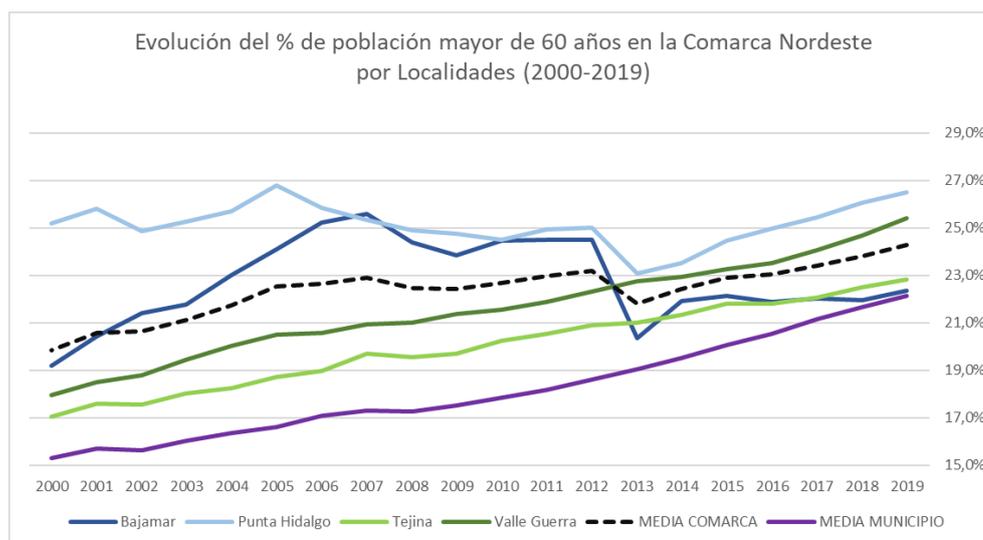
Las pirámides de población de las cuatro localidades de la Comarca (Gráfico 1) comparten, en términos generales, su forma regresiva, indicadora de un conocido envejecimiento progresivo de la población. Los menores de 14 representan un 11,8% y la población comprendida entre los 15 y los 29 años, un 13,9%. La población de entre 30 y 49 años supone un 33,3% del total y la comprendida entre 50 y 64 años, un 22,7%. Por último, los mayores de 65, representan un 18,4% de la población. Un hecho de especial relevancia que muestran estos datos es que hasta un 74,4% de la población de la Comarca se encuentra por encima de los 30 años.

El segmento poblacional modal varía entre localidades, siendo en Bajamar y Tejina el de 40 a 44 años, en Valle Guerra, el que comprende entre los 45 y los 49 años y, en Punta del Hidalgo, el de 50 a 55. Una dinámica que merece la pena comentar es que en Punta del Hidalgo se observa un menor peso de la población de 0 a 24 años (18,2%), que en la media de la Comarca, (21%).

El anteriormente citado envejecimiento de la población afecta en mayor medida a la Comarca Nordeste que a la media del municipio. En el Gráfico 2 podemos observar la creciente tendencia al alza de la proporción de mayores de 60 años en las diferentes localidades, así como en la media de la Comarca y en la del Municipio.

Si bien todas las localidades de la Comarca Nordeste se sitúan por encima de la media municipal, la tendencia al envejecimiento de la población es especialmente fuerte en Tejina y Punta del Hidalgo.

Gráfico 2 Envejecimiento de la población de la Comarca por localidades.



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Elaboración propia.

Además de a la situación demográfica de la Comarca Nordeste, es de vital importancia prestar atención a la situación económica del territorio. Para ello se ha tomado como referencia los datos de Renta Media por Persona que ofrece el Instituto Nacional de Estadística (INE) separados geográficamente por secciones censales para el año 2017. El uso de la sección censal como unidad geográfica aporta una especial precisión en el análisis de los datos.

En todas las secciones censales de la Comarca, la Renta Media anual por persona está por debajo de los 12.000€. Bajamar y la parte oeste de Punta del Hidalgo se encuentran en el rango de 10.000€ a 12.000€. Todas las secciones censales correspondientes a Tejina se sitúan entre los

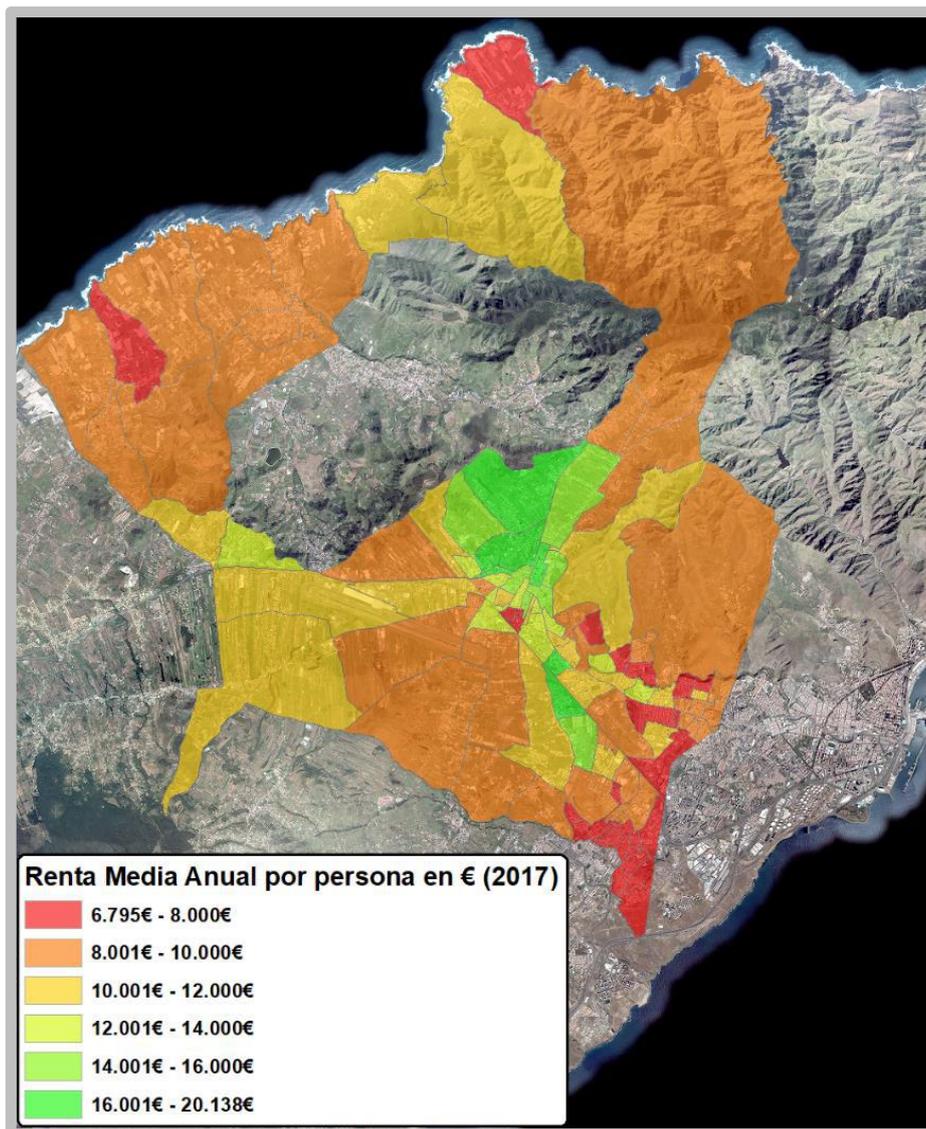
Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 15/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:02



8.000€ y los 10.000€ de Renta Media anual por persona. También las que corresponden a Valle Guerra se encuentran en dicho nivel, excepto una de ellas, que se sitúa en el rango más bajo, de 6.795€-8.000€. Finalmente, se sitúa también en este último rango la sección censal correspondiente a la parte este de Punta del Hidalgo.

La Renta Media anual por persona del conjunto de la Comarca Nordeste es de 8.959€, en torno a 1.300€ por debajo de la media del Municipio, que se sitúa en los 10.251€. En general, las secciones censales de la zona metropolitana de La Laguna tienen un mayor nivel de Renta Media anual por persona, de entre 12.000€ y 20.138€, que desciende en las zonas más periféricas del Municipio.

Mapa 1 Renta media anual por persona en las secciones censales de La Laguna (2017)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Elaboración propia.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 16/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:02



Actividad comercial

El estudio de la actividad comercial en la Comarca Nordeste se ha llevado a cabo tomando los datos geolocalizados de comercios ofrecidos por la web *Tenerifedata* del Cabildo de Tenerife. Se han tomado las categorías inicialmente ofrecidas por la fuente, sin embargo, con el objetivo de ofrecer una mejor lectura de los datos, se han combinado en una sola categoría las de Comercio y Alimentación y se ha añadido a la categoría “Servicios” los registros de la categoría “Medicina y Salud”.

En la Tabla 1 podemos observar que la actividad económica de la Comarca Nordeste se manifiesta, principalmente, en la “Hostelería y la Restauración”, con 132 comercios, destacando especialmente en esta categoría las localidades de Tejina, con 46, y Bajamar, con 36. En segundo, tercer y cuarto lugar encontramos, respectivamente, las categorías de “Comercio y Alimentación”, “Servicios” e “Industria” (en cuyos registros se incluyen las Gasolineras), esta última presente, principalmente, en las localidades de Tejina y Valle Guerra. Resulta pertinente aclarar que en la categoría de Turismo se incluyen, fundamentalmente, hoteles y agencias de viajes.

En cuanto al número de negocios por localidad, Tejina (112) y Valle Guerra (84) son las localidades con mayor número, seguidas por Bajamar (74) y Punta del Hidalgo (58).

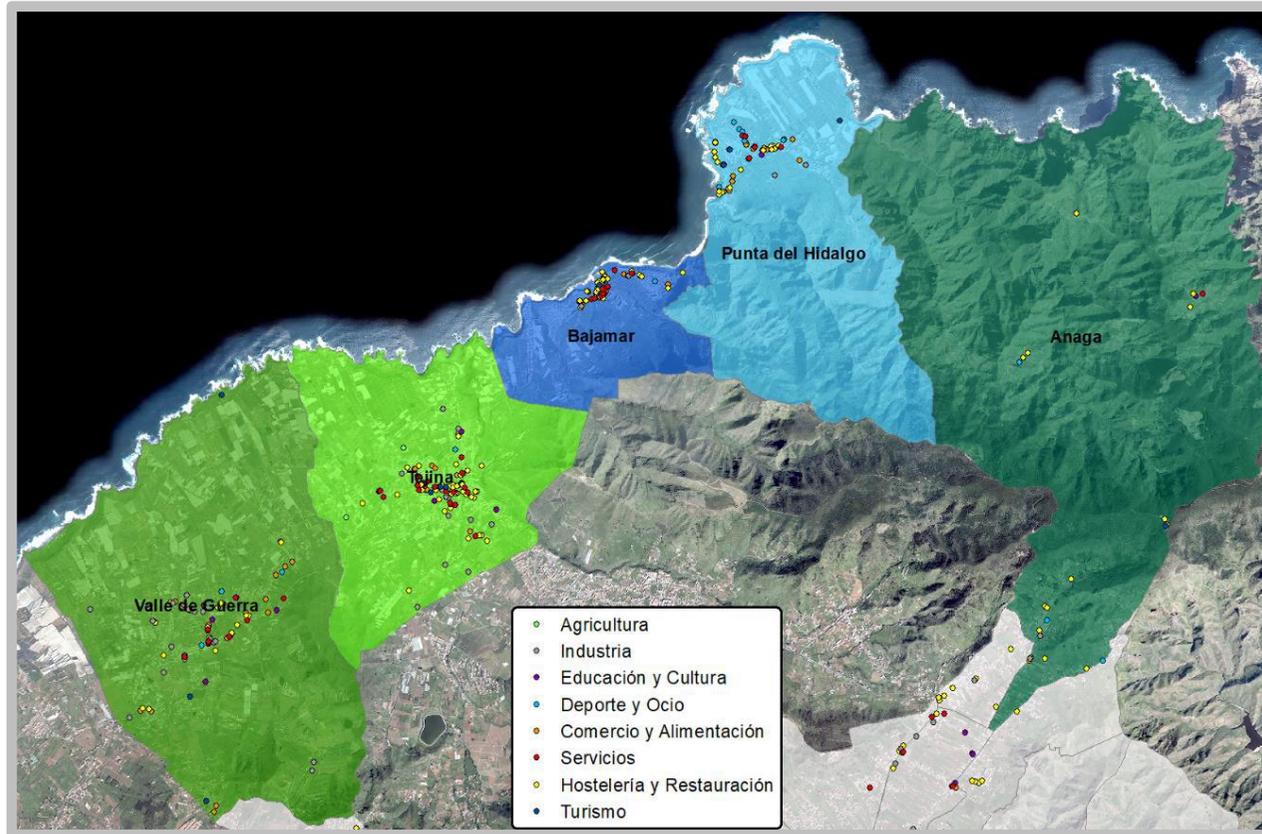
Tabla 1 Número de comercios por tipo y localidad

	Valle Guerra	Tejina	Bajamar	Punta del Hidalgo	Anaga	Comarca Nordeste
Agricultura	0	4	0	0	0	4
Industria	19	12	2	2	2	37
Educación y Cultura	4	5	2	1	1	13
Deporte y Ocio	3	1	2	6	2	14
Comercio y Alimentación	25	18	20	17	2	82
Servicios	10	19	10	7	1	39
Hostelería y Restauración	17	46	36	20	13	132
Turismo	3	3	1	3	1	11
Total	84	112	74	58	23	351

Fuente: Datos de Tenerifedata <https://www.tenerifedata.com/group/comercios>. Elaboración propia.

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 17/91 -	

Mapa 2 Distribución geográfica de la oferta comercial de la Comarca



Fuente: Datos de Tenerifedata <https://www.tenerifedata.com/group/comercios> . Elaboración propia.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00		
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08		- 18/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:02	

Oferta alojativa

El estudio de la oferta alojativa de Viviendas Vacacionales (VV) se ha llevado a cabo empleando la base de datos de AirDNA para el municipio de San Cristóbal de La Laguna en el mes de Marzo de 2018. Estos datos corresponden a las Viviendas Vacacionales alojadas en las webs de AirBnB durante los 12 meses anteriores a dicho mes. Más precisamente, los resultados que se mostrarán a continuación pertenecen a los 12 meses comprendidos entre Marzo de 2017 y Febrero de 2018.

La Comarca Nordeste contaba en el período analizado con 286 VV, un 43,3% del total de 660 de las que disponía Municipio de La Laguna⁷. Bajamar (155) y Punta del Hidalgo (65) son las localidades con mayor número de Viviendas Vacacionales, seguidas de Valle Guerra (35) y Tejina (26). En cuanto al total de plazas correspondiente a dichas viviendas, la Comarca Nordeste dispone de 1.070 plazas, un 47,7% del total de plazas del Municipio.

Tabla 2 Viviendas vacacionales y plazas en la plataforma AirBnB por localidades.

	Total Viviendas Vacacionales	Total Habitaciones	Total Plazas	Media Habitaciones / Vivienda	Media Plazas / Vivienda
Valle Guerra	35	54	150	1,54	4,29
Tejina	26	29	87	1,16	3,48
Bajamar	155	221	580	1,43	3,74
Punta del Hidalgo	65	86	231	1,32	3,55
Anaga	6	10	22	1,67	3,67
Comarca Nordeste	286	400	1.070	1,43	3,74
Municipio	660	963	2.241	1,46	3,40

Fuente: Datos de AirDNA para el municipio de San Cristóbal de La Laguna (03/2018). Elaboración propia.

El conjunto de las Viviendas Vacacionales de la Comarca Nordeste facturó en el período estudiado 1.086.141 €, un 46,4% de la facturación total del Municipio, que ascendió a 2.340.211 €. La facturación media por VV en la Comarca fue de 3.797,70€ con una ocupación media de 0,48. Por último el *Average Daily Rate* o ADR, es decir, el promedio de ingresos obtenidos por habitación ocupada, para el conjunto de la Comarca es de 50,56€ y el *Revenue Per Available Room* o RevPAR es de 25,01€.

Tabla 3 Facturación, ocupación e indicadores de rentabilidad de las VV en AirBnB por localidades

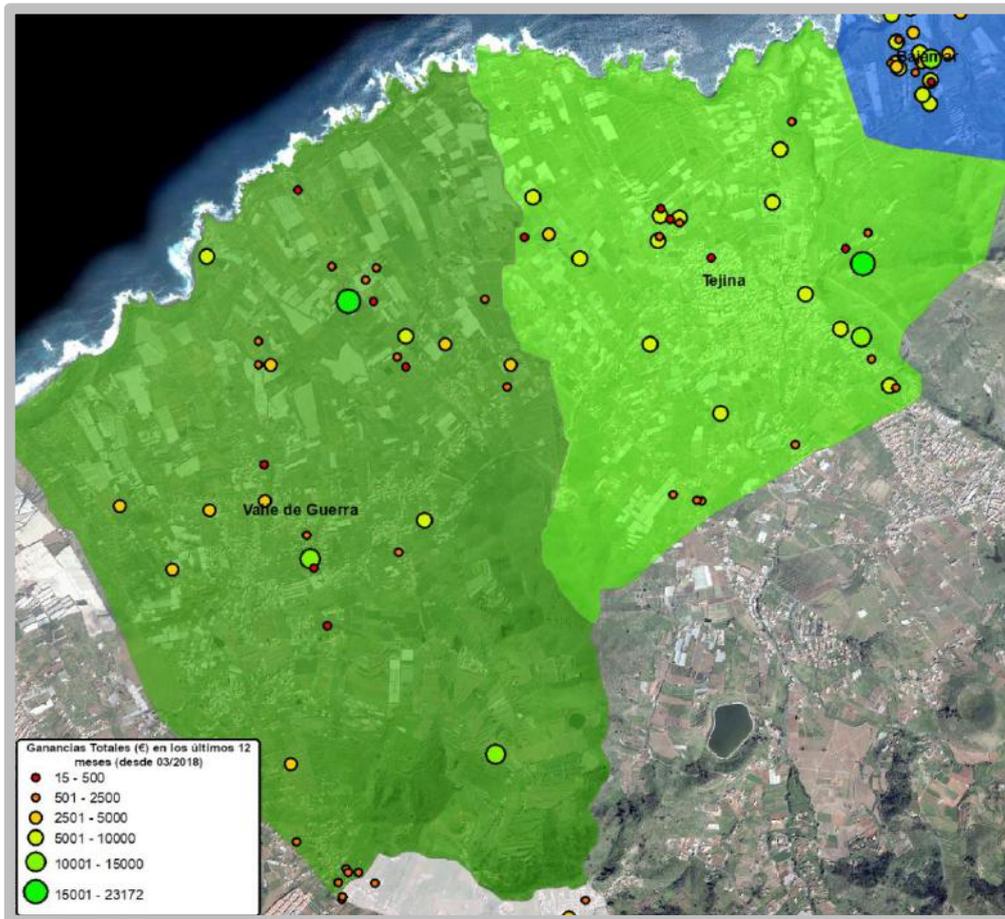
	Facturación Total	Facturación Media	ADR Medio	Ocupación Media	RevPAR
Valle Guerra	105.685 €	3.019,57 €	56,70 €	0,50	28,41 €
Tejina	97.780€	3.911,20 €	43,68 €	0,40	17,39 €
Bajamar	569.829 €	3.676,32 €	49,02 €	0,52	25,64 €
Punta del Hidalgo	300.091 €	4.617,78 €	46,83 €	0,53	24,69 €
Anaga	12.756 €	2.126,00 €	56,99 €	0,44	25,10€
Comarca Nordeste	1.086.141 €	3.797,70 €	50,56 €	0,48	25,01€
Municipio	2.340.211 €	3.545,77 €	45,28€	0.50	22,73 €

Fuente: Datos de AirDNA para el municipio de San Cristóbal de La Laguna (03/2018). Elaboración propia.

⁷ Debe hacerse notar que el número de VV y plazas es menor que el recogido en el informe *El Turismo en La Laguna* ya que se usan únicamente los datos correspondientes a la plataforma AirBnB. El motivo es que esta es la única fuente que permite el análisis de los indicadores económicos que se realiza aquí.

Es preciso destacar que los indicadores económicos de las VV superan los valores medios municipales en Bajamar y Punta del Hidalgo, lo que vemos tanto en la facturación media por vivienda (3.676,32€ y 4.617,78€, respectivamente, frente a 3.545,77€ en el conjunto del municipio), las tarifas medias (49,02€ y 46,83€ frente a 45,28€), la ocupación (52% y 53% frente a 50%) o los ingresos por habitación disponible. No obstante, se trata de valores bastante inferiores a los que encontramos para esta oferta alojativa en el conjunto de la isla.

Mapa 3 Ubicación de los alojamientos AirBnB en Valle Guerra y Tejina según facturación total.

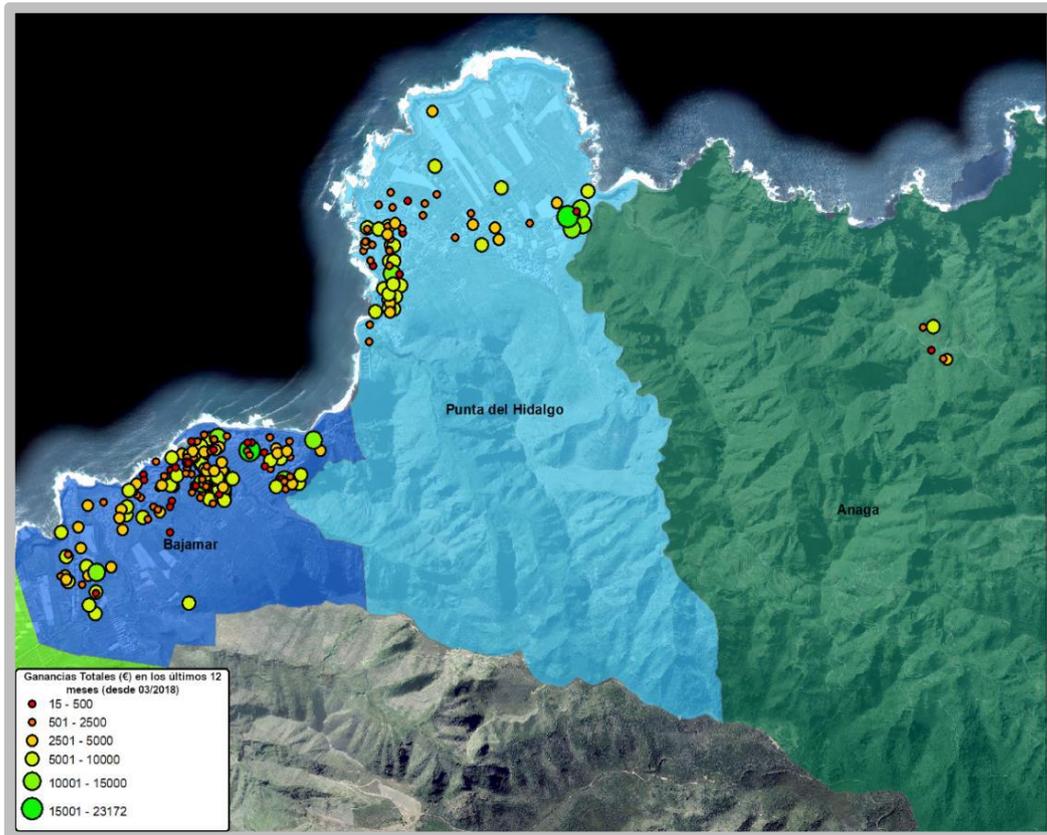


Fuente: Datos de AirDNA para el municipio de San Cristóbal de La Laguna (03/2018). Elaboración propia.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 20/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



Mapa 4 Ubicación de los alojamientos AirBnB en Bajamar, Punta del Hidalgo y Anaga según facturación total



Fuente: Datos de AirDNA para el municipio de San Cristóbal de La Laguna (03/2018). Elaboración propia.

Evidencias sobre excursionismo

Las estadísticas y encuestas sobre la actividad turística en la isla no permiten estimar el volumen de turistas que visitan la zona sin llegar a pernoctar en ella, a los que se denomina, de acuerdo con la clasificación de la OMT, *excursionistas*. Se ha podido acceder a evidencias parciales sobre esta cuestión a partir de los datos recopilados por el proyecto *FluxVision La Laguna*⁸, que aportan una estimación de la presencia de residentes, excursionistas internacionales, peninsulares y visitantes canarios por tramos de 30 minutos durante todos los días del periodo analizado.

El Gráfico 3 recoge el promedio diario de visitantes de las distintas procedencias para cada uno de los meses analizados. Al margen de los datos concretos, interesa resaltar dos aspectos. En primer lugar, muestran el tamaño dispar de las distintas procedencias en el conjunto de

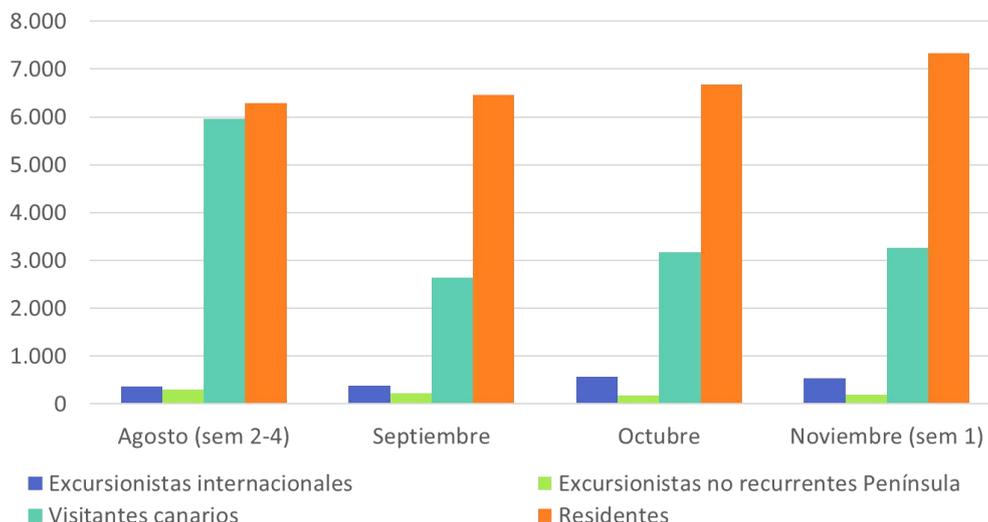
⁸ Esta investigación fue realizada por la empresa Orange para el Ayuntamiento en el marco del proyecto Interreg MAC City2020 "Ciudades Patrimonio de la Humanidad de la Macaronesia". Para su elaboración, se recopiló la información del tráfico de las antenas móviles de la empresa en varias zonas del municipio entre ellas Bajamar-Punta del Hidalgo durante un periodo de 4 meses, de la segunda semana de agosto a la primera semana de noviembre de 2017.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 21/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



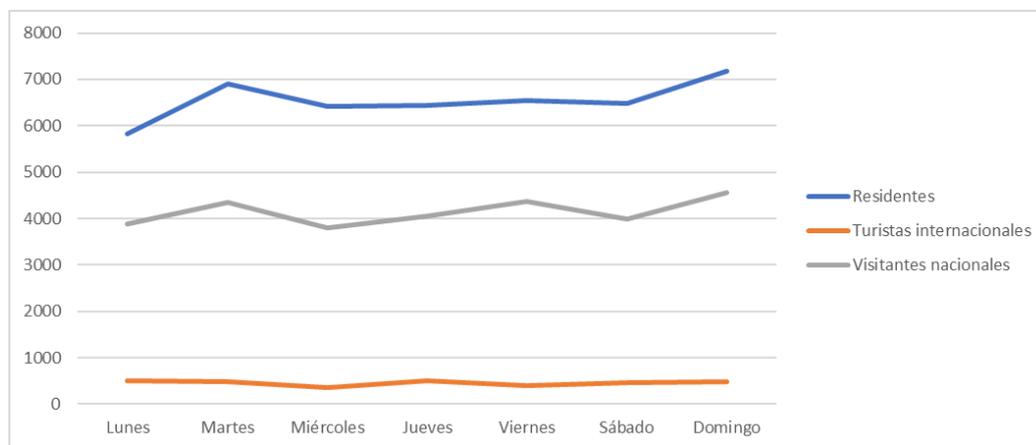
personas presentes por término medio en el municipio, con los residentes y los visitantes canarios (la inmensa mayoría de los cuales son del propio municipio) a mucha distancia de los excursionistas peninsulares o extranjeros, que tienen una presencia muy reducida. En segundo lugar, aporta una evidencia clara de la estacionalidad que sufre el destino, con una elevada presencia de visitantes canarios durante el mes de agosto que se reduce de forma importante en los siguientes meses, al tiempo que repuntan los excursionistas internacionales.

Gráfico 3 Promedio diario de visitantes según periodo y procedencia



Fuente: Datos del estudio Orange Flux Vision La Laguna correspondientes al periodo 06/08/2017 – 6/11/2017. Elaboración propia.

Gráfico 4 Promedio diario de visitantes según procedencias y días de la semana



Fuente: Datos del estudio Orange Flux Vision La Laguna correspondientes al periodo 06/08/2017 – 6/11/2017. Elaboración propia.

Por otra parte, el Gráfico 4 muestra el promedio diario de visitantes de cada procedencia para cada día de la semana durante todo el periodo. Muestra un problema ya detectado a nivel



cualitativo: la concentración de las clientelas locales durante los fines de semana⁹, que apunta a una situación de doble estacionalidad, por temporadas y por días de la semana, que tensionan de forma importante la rentabilidad y la estabilización de las plantillas.

Inventario de recursos turísticos

El inventariado de los Recursos Turísticos de la Comarca Nordeste se ha realizado en dos fases principales:

Una primera fase de documentación e investigación realizada a través de recursos online y recursos digitales de las administraciones públicas, junto con visitas a la zona.

Una segunda fase basada en la muestra a la ciudadanía de los recursos inventariados en la primera fase durante los talleres participativos con el objetivo de ampliar y contrastar el inventario realizado en la primera fase.

La base de datos con la información recopilada de todos los recursos se presenta en formato electrónico como Anexo al Plan. Igualmente, en el Anexo III se recoge un listado exhaustivo de los recursos de importancia etnográfica y arqueológica elaborado por el Área de Patrimonio Histórico del Ayuntamiento.

Se ha identificado un total de 71 recursos distribuidos por las cuatro localidades de la Comarca¹⁰. A continuación, se presta atención a la clasificación temática y por localidades de los mismos.

Recursos por temáticas

Las temáticas que cuentan con un mayor número de recursos son Litoral y Baño (23) y Patrimonial/Cultural (19), tras estas se encuentra Surf/Bodyboard (6). Con un menor número, comparten cantidad de recursos identificados (4) las categorías de Senderismo, Observación de Aves, Mirador y Arqueológico/Naturaleza. Siguen las categorías de Gastronomía y Compras y de Cicloturismo, con 3 recursos cada una y, por último, la categoría de Parapente, que dispone de un solo recurso en la Comarca Nordeste.

Los Recursos Turísticos inventariados en el conjunto de la Comarca para cada temática son los siguientes:

Patrimonial/Cultural

MHA Casa de Carta

Iglesia de Nuestra Señora del Rosario

Librea y Romería de Valle Guerra

⁹ Cabe comentar que el dato aparentemente anómalo de los martes obedece a la interferencia de un valor extremo: el primer martes del periodo coincidió con una festividad local en la que se registró un dato de afluencia que duplica la media diaria (máximo de la serie) mientras que en el resto de las semanas registradas el dato se sitúa muy próximo al nivel de los días adyacentes.

¹⁰ Este inventario reúne recursos con potencial turístico a corto o medio plazo, con presencia en los materiales promocionales o informativos preexistentes o que han sido apuntados en los talleres ciudadanos. No constituye una recopilación exhaustiva de la totalidad de los recursos naturales, culturales, paisajísticos y recreativos de la Comarca.

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolalaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 23/91 -	

Ermita de San Roque

Lucha Canaria en Valle Guerra

Romería de San Isidro

Iglesia de San Bartolomé de Tejina

Corazones de Tejina

Iglesia del Pico Bermejo

Teatro Unión de Tejina

Reyes Magos en Tejina

Molinos de Gofio en Tejina

Ermita del Gran Poder de Dios de Bajamar

Puente Barranco de San Juan

Ermita de San Juan

Iglesia de San Mateo

Faro de Punta del Hidalgo

Torre de Doña Inés (réplica de Torre del conde de La Gomera)

Ermita de San Juanito

Surf/Bodyboard

Surf en La Barranquera

Surf en Jover

Surf en El Roquete

Surf en La Bajeta

Surf en Los Dos Hermanos

Surf en el Arenal

Cicloturismo

Cicloturismo en TF-16

Cicloturismo en TF-13

Cicloturismo en TF-12

Senderismo

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 24/91 -	

Caminos Reales en Valle Guerra

Sendero Jover-La Barranquera

Sendero Bajamar - Punta del Hidalgo

Sendero Cruz del Carmen – Bajamar

Parapente

Parapente en Punta del Hidalgo

Observación de Aves

Observación de aves en Valle Guerra

Observación de aves en La Barranquera

Observación de aves en Charcas de Tejina-Bajamar

Observación de aves en Punta del Hidalgo

Arqueológico/Naturaleza

Cuevas de El Calabazo

Yacimiento de la Duna Fósil de La Mancha de La Laja

Cazoletas Guanches en el Pico Bermejo

Fincas de Plantas Ornamentales

Mirador

Mirador de El Boquerón (Valle Guerra)

Mirador de Tejina/La Tejinetilla

Mirador de Punta del Hidalgo

Mirador de Sabanda y Monumento a los Sabandeños

Litoral y Baño

Playa de Las Salinas

Piscina Natural de Jover

Club Náutico de Tejina

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 25/91 -	

Piscinas Naturales de Bajamar

Piscina Infantil de Bajamar

Paseo Marítimo Bajamar

Playa del Castillo

Charco de La Laja

Playa del Arenal

Playa de La Caleta

Paseo Marianne

Edificio Piscinas Naturales de Bajamar

Club Náutico de Bajamar

Playa de Los Troches

Puertito de La Punta

Piscina Natural de La Punta

Playa de Arenisco

Paseo Marítimo de Punta del Hidalgo

Playa de las Cuevecillas

Charcos Intermareales

Playas del Paseo La Costa

Playa de La Rajeta

Charco de La Arena

Gastronomía y Compras

Destilería Tejina (Cocal)

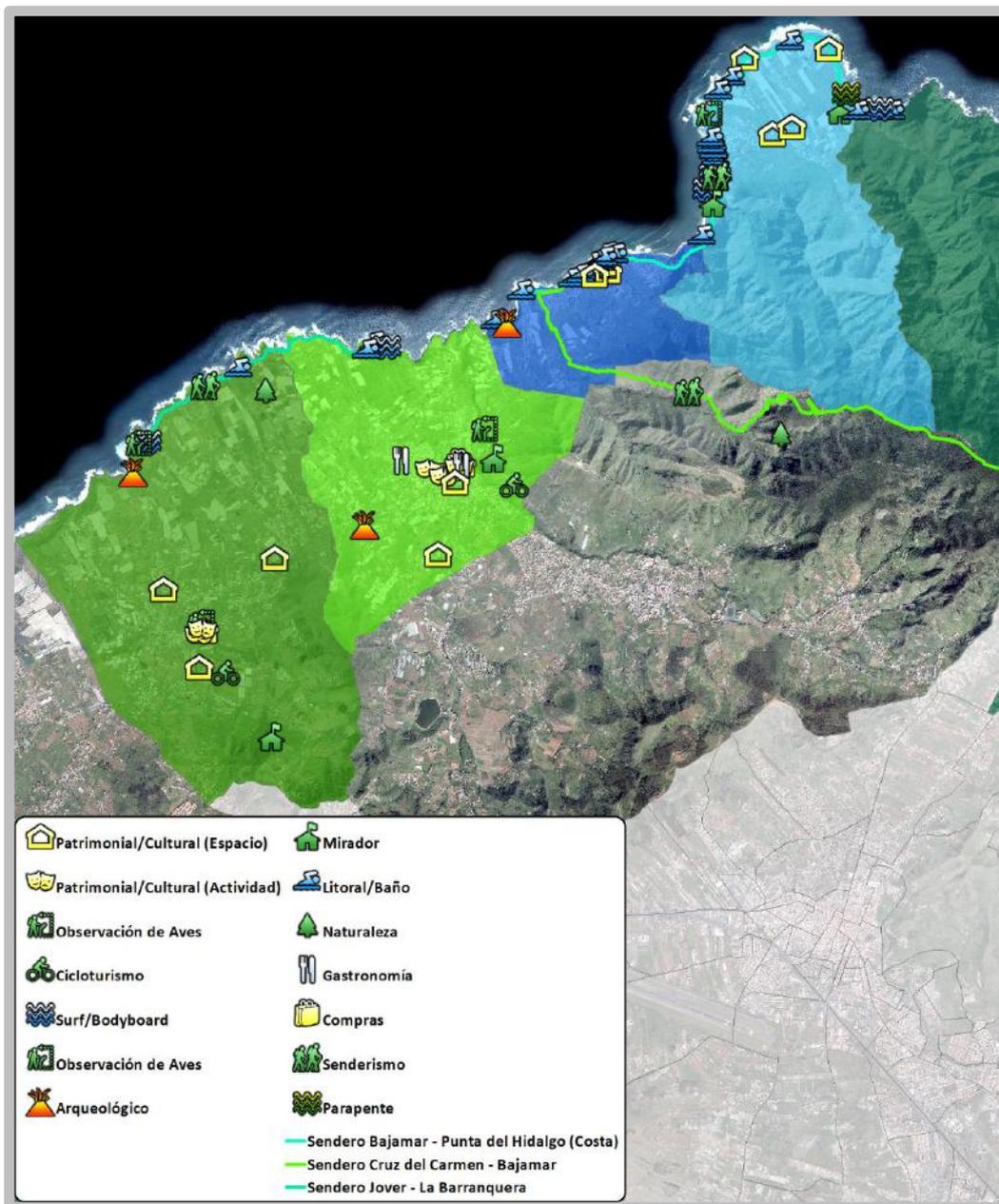
Festival Gastronómico y Musical de Finados

Feria de Artesanía ARTEJINA

El Mapa 5 muestra la disposición geográfica de los recursos por la Comarca Nordeste. En el siguiente apartado se incluyen mapas más detallados que muestran los recursos inventariados para cada localidad.

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 26/91 -	

Mapa 5 Recursos de la Comarca según temáticas



Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 27/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



Recursos por localidades

En Valle Guerra se han identificado 15 Recursos Turísticos, siendo especialmente relevantes los recursos patrimoniales (Museo de Carta e Iglesia) y los de litoral, ligados a la zona costera de La Barranquera y Las Salinas.

Inventario de Recursos Turísticos de Valle Guerra

MHA Casa de Carta

Iglesia de Nuestra Señora del Rosario

Librea y Romería de Valle Guerra

Observación de Aves en Valle Guerra

Cicloturismo en TF-16

Surf en La Barranquera

Observación de Aves en La Barranquera

Ermita de San Roque

Cuevas de El Calabazo

Mirador de Valle Guerra

Lucha Canaria en Valle Guerra

Romería de San Isidro

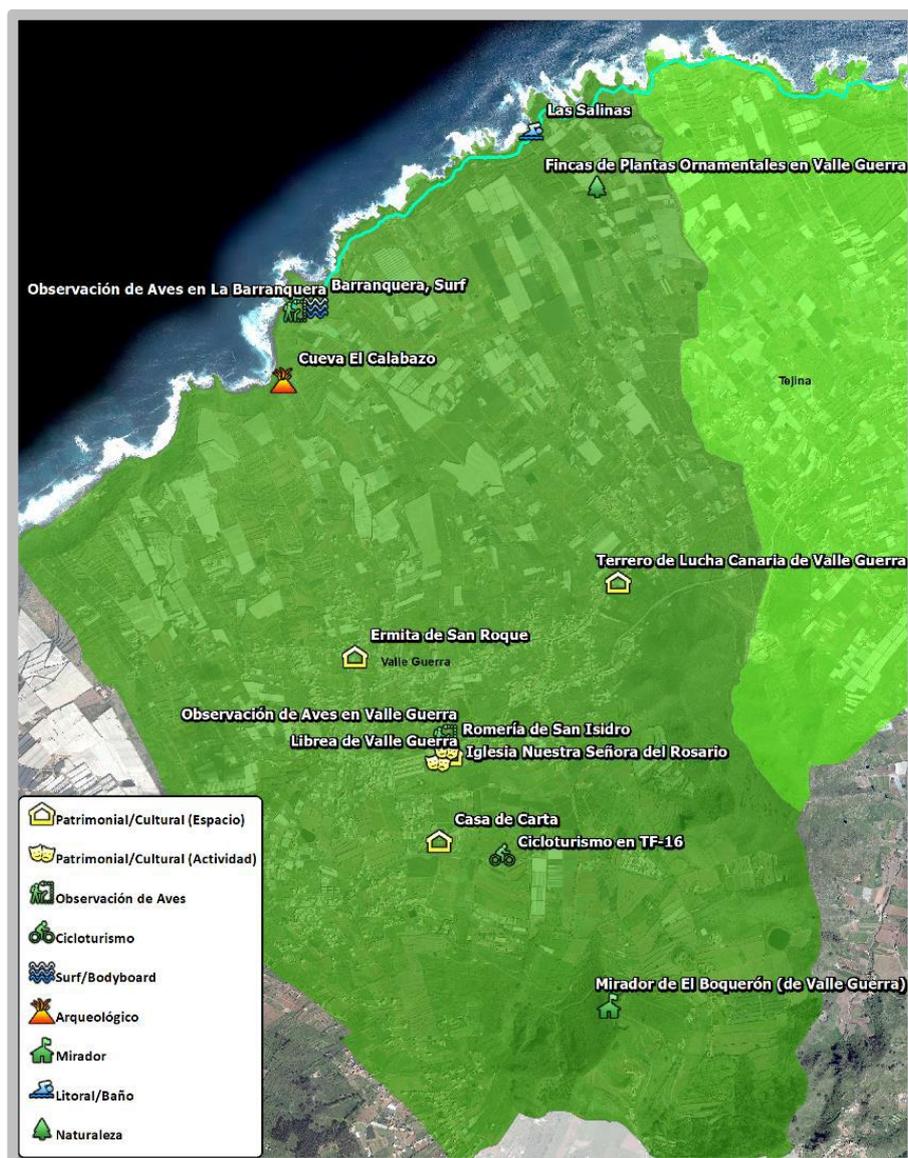
Caminos Reales en Valle Guerra

Fincas de plantas ornamentales

Playa de Las Salinas

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 28/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03





En Tejina se han identificado 17 Recursos Turísticos. Como en Valle Guerra hay una notoria presencia de recursos patrimoniales, a los que se añaden los comerciales y gastronómicos. En el litoral, destacan los recursos asociados a la costa de Jover.

Inventario de Recursos Turísticos de Tejina

Iglesia de San Bartolomé de Tejina

Corazones de Tejina

Piscina Natural de Jover

Observación de aves en Charcas de Tejina-Bajamar

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 29/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



Cicloturismo en TF-13

Iglesia del Pico Bermejo

Mirador de Tejina/La Tejinetilla

Destilería Tejina (Cocal)

Teatro Unión de Tejina

Surf en Jover

Club Náutico de Tejina

Sendero Jover-La Barranquera

Feria de Artesanía ARTEJINA

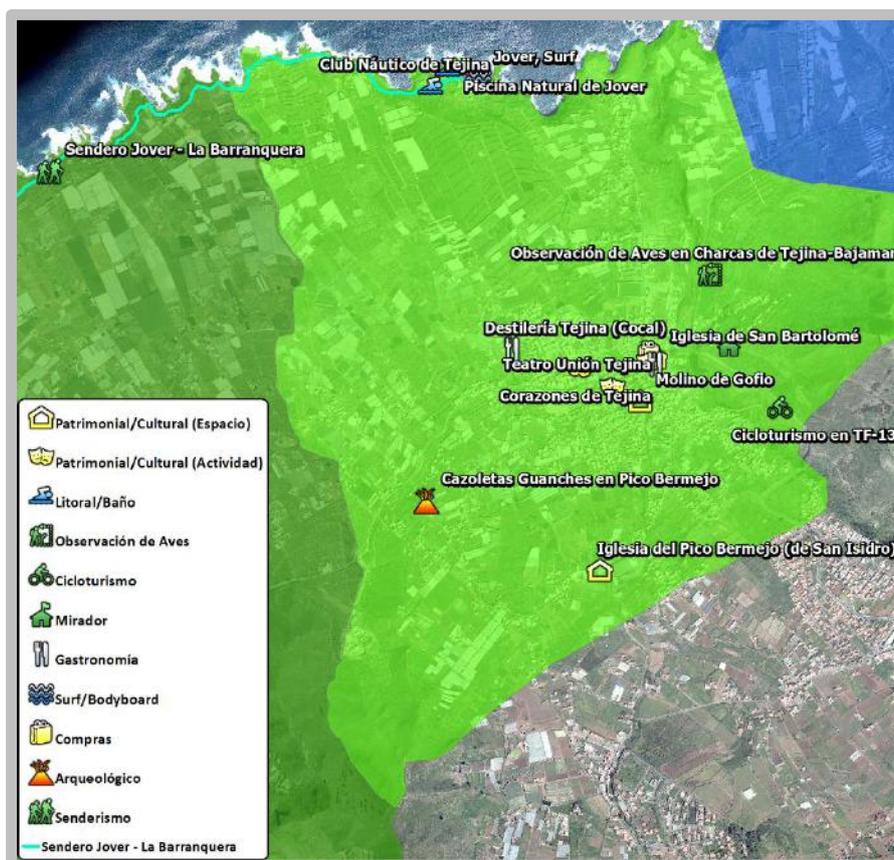
Reyes Magos en Tejina

Molinos de Gofio en Tejina

Cazoletas Guanches en el Pico Bermejo

Festival Gastronómico y Musical de Finados

Mapa 7 Recursos Turísticos de Tejina

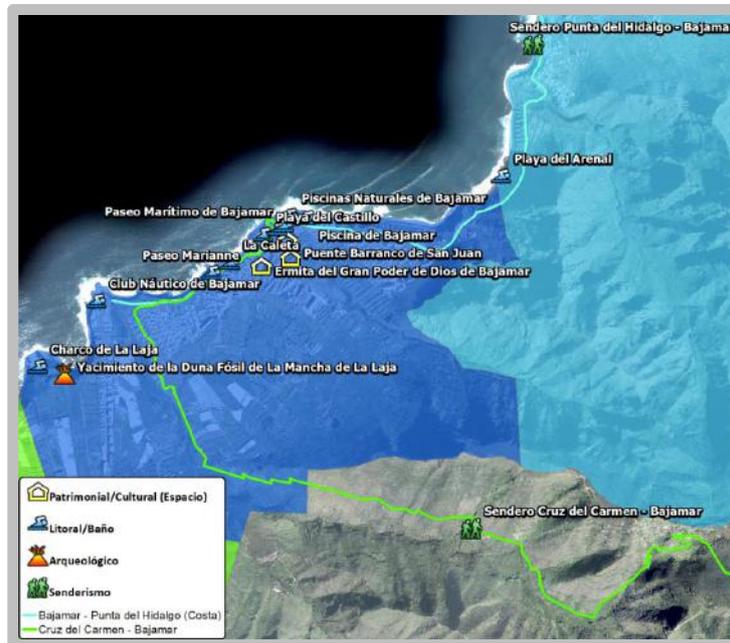


Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 30/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



En Bajamar se han identificado 15 Recursos Turísticos. Si bien hay cierta presencia de recursos patrimoniales, Bajamar destaca por los recursos asociados al litoral, con numerosas zonas de baño, paseo y surf.

Mapa 8 Recursos Turísticos en Bajamar



Inventario de Recursos Turísticos de Bajamar

Ermita del Gran Poder de Dios de Bajamar

Sendero Bajamar - Punta del Hidalgo

Piscinas Naturales de Bajamar

Piscina Infantil de Bajamar

Paseo Marítimo Bajamar

Playa del Castillo

Puente Barranco de San Juan

Charco de La Laja

Yacimiento de la Duna Fósil de La Mancha de La Laja

Playa del Arenal

La Caleta

Paseo Marianne

Edificio Piscinas Naturales de Bajamar

Club Náutico de Bajamar

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 31/91 -	

Ermita de San Juan

Por último, en Punta del Hidalgo se han identificado 23 Recursos Turísticos, principalmente asociados al litoral. Destacan numerosas zonas de baño y paseo y una gran cantidad de *spots* muy valorados para la práctica de Surf

Inventario de Recursos Turísticos de Punta del Hidalgo

Iglesia de San Mateo

Playa de Los Troches

Puertito de La Punta

Piscina Natural de La Punta

Playa de Arenisco

Paseo Marítimo de Punta del Hidalgo

Surf en El Roquete

Surf en La Bajeta

Surf en Los Dos Hermanos

Observación de Aves en La Punta

Parapente en Punta de Hidalgo

Faro de Punta del Hidalgo

Torre de Doña Inés (réplica de Torre del conde de La Gomera)

Mirador de Punta del Hidalgo

Puesta de Sol

Mirador de Sabanda y Monumento a los Sabandeños

Playa de las Cuevecillas

Charcos Intermareales

Playas del Paseo La Costa

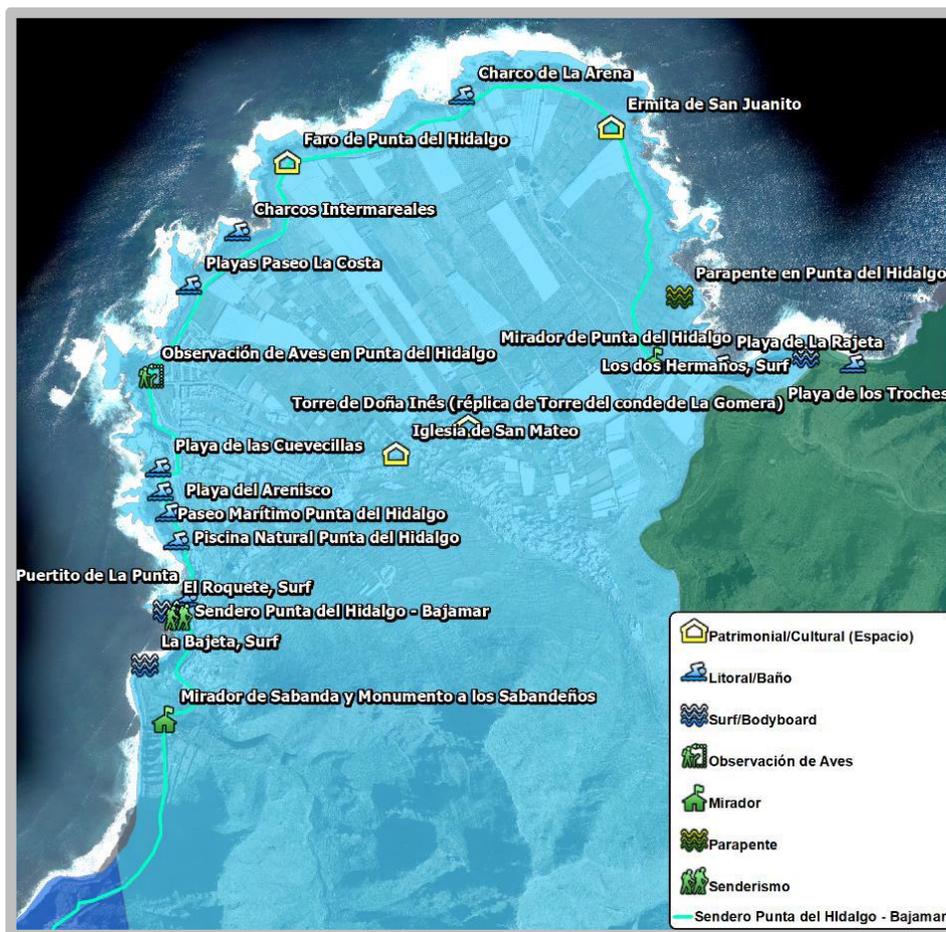
Ermita de San Juanito

Playa de La Rajeta

Charco de La Arena

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 32/91 -	

Mapa 9 Recursos Turísticos en Punta del Hidalgo



Evaluación de los recursos turísticos

Los recursos inventariados fueron evaluados puntuando 13 ítems que tomaban en cuenta distintos aspectos como su estado de conservación, presencia online, contribución a los objetivos del plan, relevancia para el producto, etc. A partir de estas puntuaciones, se calculan dos medidas sintéticas, que adoptan valores de 0 Muy negativo a 5 Muy positivo:

- **Evaluación del estado actual.** Resume la situación del recurso en cuanto a: relevancia actual, señalización, servicios de información, equipamiento y servicios, presencia online, conservación, atractivo, accesibilidad, singularidad y grado de aprovechamiento.
- **Potencial estratégico.** Sintetiza la capacidad del recurso para aportar valor a las tres grandes áreas de producto definidas por la Estrategia: Cultura, Naturaleza, Relax.

Se recogen a continuación las matrices de evaluación de los recursos de las cuatro localidades de la Comarca. La posición en la matriz de los distintos recursos viene dada por las puntuaciones obtenidas en Evaluación (eje vertical) y Potencial (eje horizontal). El diámetro de cada punto muestra la presencia online del recurso a través del número de comentarios en Google Maps.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 33/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



Para interpretar las matrices debe tenerse en cuenta que los recursos que se encuentran en el cuadrante superior derecho son recursos con alto potencial y buen estado, los del cuadrante inferior derecho son recursos con interés potencial pero que no se encuentran en buena situación en los que sería preciso actuar y, por último, los que se encuentran en el cuadrante inferior izquierdo serían recursos con poco potencial y una situación inadecuada.

Gráfico 5 Matriz de evaluación de los recursos turísticos de Valle Guerra

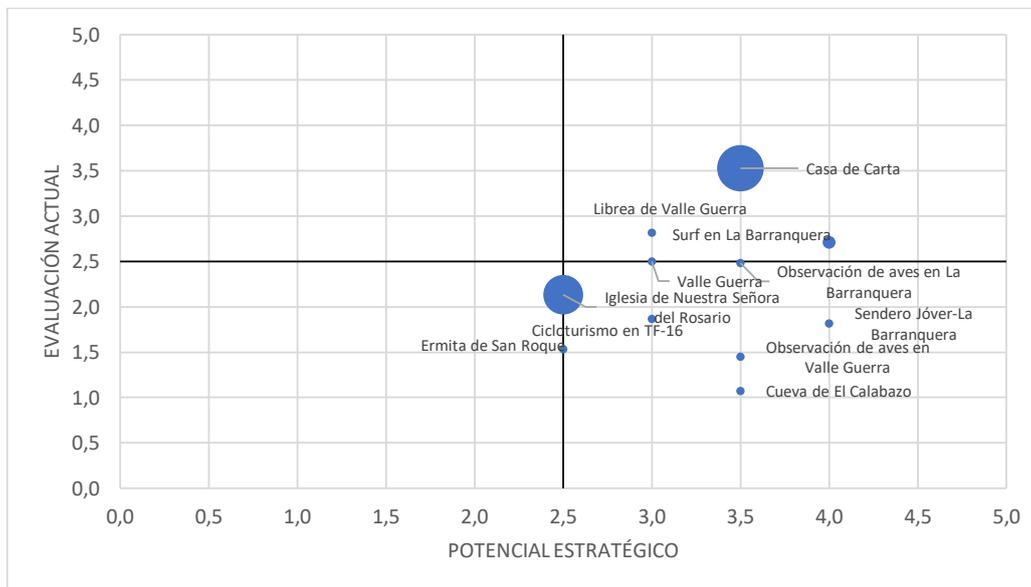


Gráfico 6 Matriz de evaluación de los recursos turísticos de Tejina

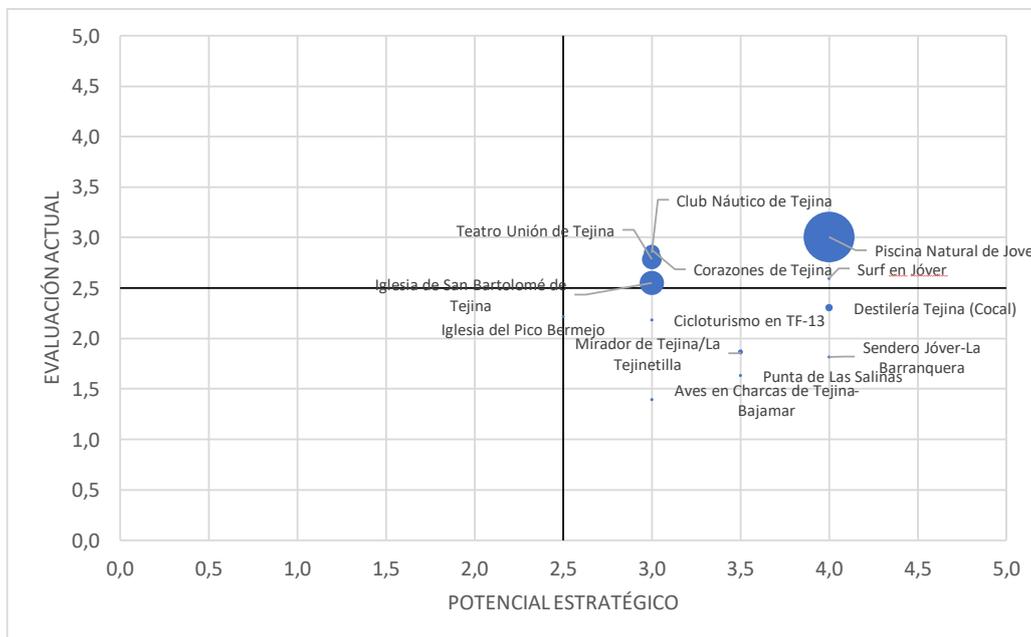


Gráfico 7 Matriz de evaluación de los recursos turísticos de Bajamar

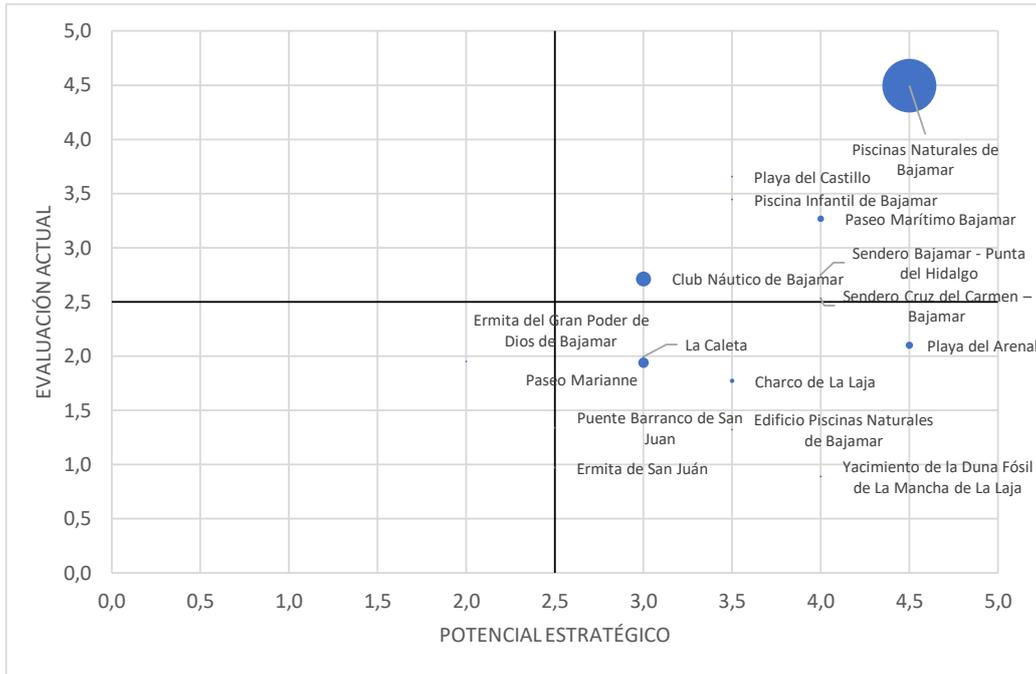
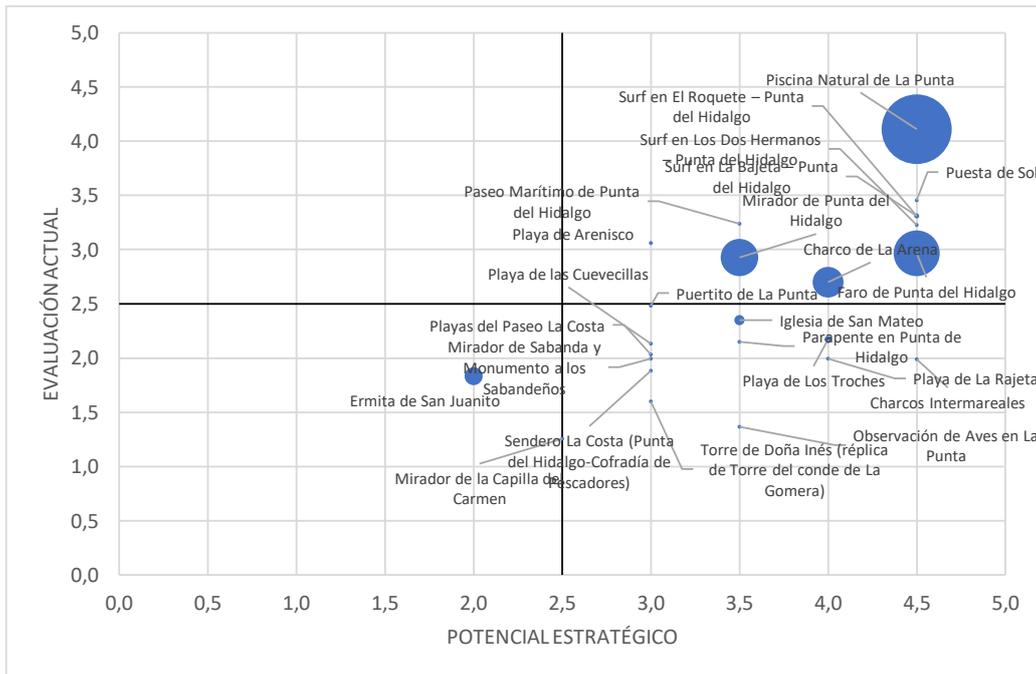


Gráfico 8 Matriz de recursos turísticos de Punta del Hidalgo



Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 35/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



Recapitulación: DAFO

Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Estacionalidad: Momentos de muy alta ocupación y amplias temporadas bajas• Precios y rentabilidad relativamente bajos• Dificultades para profesionalizar la oferta• Buena parte de los recursos no se encuentran en condiciones para su uso turístico.• El pequeño tamaño de las localidades determina que afronten la misma problemática que las áreas rurales: población envejecida y económicamente deprimida, carencias en infraestructuras y servicios.• En el plano turístico, la pequeña escala conlleva dificultades para articular oferta complementaria y un alto impacto de los errores del pasado	Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Amplia variedad de recursos en naturaleza y litoral• Clientela fidelizada y diversa (visitantes locales y foráneos)• Presencia de empresas y profesionales con una larga trayectoria y raigambre en la zona.• Amplia oferta de hostelería y restauración• Encanto de lo pequeño: cercanía, autenticidad, seguridad, cuidado del medio
Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Erosión de la rentabilidad y dificultades para la reinversión o renovación• Saturación / masificación puntual, afección a los recursos naturales y la experiencia turística• Pérdida de capital humano hacia otras áreas de la isla	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Pérdida de atractivo de los destinos masificados• Segmentos emergentes: turismo 'slow', turismo de surf, actividades en la naturaleza• Conexión con el ocio y las actividades recreativas de la población local (residentes en la Comarca y el Área Metropolitana)

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 36/91 -	

Segunda Parte: Plan Director de Turismo

Se recoge en esta parte el contenido sustantivo del Plan: Objetivos, Instrumentos, Productos estratégicos y Acciones.

Objetivos

Se contemplan los siguientes objetivos a alcanzar por el Plan:

1. Mejorar la ocupación y precios fuera de la temporada estival.
2. Aumentar el gasto en destino captando turistas que contraten servicios complementarios en la zona
3. Racionalizar la promoción del destino incorporando las ventajas de las nuevas tecnologías
4. Consolidar la imagen de la Comarca como destino turístico no masificado, sostenible e inteligente
5. Impulsar la calidad de vida de la población local a través de la mejora de los espacios y servicios que comparten con los turistas
6. Horizontalizar la gestión del destino turístico, incorporando a los actores locales y generando consensos sobre la agenda futura que superen los plazos de las legislaturas



Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 37/91 -	

Instrumentos

La ejecución del PDT se articula mediante una serie de instrumentos transversales, que diseñan, ejecutan y monitorizan la puesta en marcha de las distintas acciones siguiendo un modelo abierto de colaboración público/privada. Las acciones suponen la movilización de recursos colectivos y fondos públicos que requieren estructuras de gestión que impulsen su ejecución con criterios de eficacia técnica, garantías legales y transparencia. Es en estas estructuras en las que reside el protagonismo de la colaboración público/privada que es condición necesaria del PDT: impulsadas desde la Concejalía, requieren la implicación de actores concretos del sector, así como el contacto frecuente con otras áreas de gobierno municipal y con otras administraciones competentes.

El PDT es impulsado por la Concejalía de Turismo y a ella corresponde el mayor grado de protagonismo en las acciones. Pero este protagonismo tiene una profunda limitación de partida: el área de Turismo apenas tiene competencias sobre los componentes y recursos que forman la propuesta turística del destino. Máxime cuando la orientación estratégica del plan se dirige a impulsar las sinergias de lo turístico con toda la actividad recreativa y de ocio del municipio. A estas competencias limitadas a la promoción e información se suma un presupuesto muy reducido para el volumen de visitantes que recibe La Laguna.

Por todo ello, la actuación del área de Turismo en el PDT pasa por impulsar proyectos que impliquen a otras áreas de gobierno y puedan optar a recursos financieros externos (insulares, regionales, nacionales o europeos) a través de distintas líneas de ayudas, subvenciones o transferencias o de la cofinanciación con actores privados individuales o colectivos. El hecho de que el municipio y el área cuenten con un documento estratégico que articule cada iniciativa con un modelo sostenible formulado de forma participativa es, en sí mismo, un criterio que califica positivamente en este proceso de búsqueda de fondos.

Como último apunte general respecto a los instrumentos, es preciso señalar que, independientemente de su esquema organizativo o su finalidad concreta, deben servir como vehículos para el desarrollo de redes interpersonales, en las que representantes públicos, técnicos de las administraciones, empresarios y la ciudadanía establezcan relaciones de comunicación e intercambios duraderos en torno al interés común del desarrollo del turismo y la calidad de vida en la Comarca. Más allá del desarrollo exitoso de proyectos concretos, es en la consolidación de una rutina fructífera de colaboración público-privada donde puede estar uno de los mayores éxitos de este Plan.

Sistema de Información Turística (A_25)

El Sistema de Información Turística (SIT) integra los esfuerzos que debe realizar la Concejalía para desarrollar el eje de la Inteligencia turística con la vista puesta en la implementación de un destino turístico inteligente. Esta iniciativa debe ocupar un lugar destacado en el proceso general de conversión del municipio en una *ciudad inteligente*.

Se concibe como un equipo técnico de perfil multidisciplinar (comunicación turística, programación web, ingeniería de datos, dinamización comercial) que desarrolla, genera contenidos y gestiona una plataforma de información turística que integra todos los flujos de información y conocimiento relevantes para el turismo y los enlaza de forma interoperable con los distintos actores interesados (turistas, ciudadanos, empresas, canales promocionales, plataformas de distribución, etc).

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 38/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

El núcleo del SIT es una base de datos de recursos, actividades y eventos que es actualizada y monitorizada de forma constante. Los clúster de producto y la red de informadores turísticos son proveedores y usuarios esta base de datos, junto con los propios actores turísticos. La información de cada registro incorpora soporte multilingüe, georreferenciación y permite vincularla a repositorios de material gráfico y audiovisual, así como códigos QR únicos que sirvan de base para las acciones promocionales. Un primer ejemplo de su uso sería la realización de un *Plan de señalización virtual (A_03)*, que parta del inventario de recursos y genere mapas de recursos para agregar como contenidos dinámicos al portal de promoción. Por otra parte incorpora funciones de exportación para su envío a plataformas externas con las que se establezcan relaciones de cooperación o intercambio. De igual forma, debe ser capaz de incorporar información de otros canales y plataformas municipales con potencial interés turístico.

Sobre esta base de datos, el SIT desarrolla una labor de monitorización de la presencia online de cada recurso, capturando de forma automatizada la actividad relacionada con él en los canales o medios que se vayan incorporando (Google Maps, TripAdvisor, Instagram, Twiter, Facebook, etc). Asimismo, debe capturar información relevante de carácter estadístico (estadísticas de pasajeros o de alojamiento) o procedente de registros administrativos municipales o de otras instancias (p.e. información de tráfico o de uso del transporte público). Esta labor de monitorización de los recursos y actividades turísticas públicas y privadas debe servir de base para la toma de decisiones mediante la evaluación y el seguimiento de acciones, pero también podrá ir incorporando un componente prospectivo a medida que acumule datos y conocimiento. El SIT debe formular y recopilar los indicadores de seguimiento del Plan, permitiendo que los actores del sector tengan una visión clara de la trayectoria del destino y del grado de consecución del modelo deseado. De forma más concreta, puede servir para identificar necesidades de formación tecnológica dentro del sector y orientar las acciones de promoción.

El SIT debe abandonar la lógica clásica de la comunicación turística, en la que los turistas eran receptores pasivos de mensajes promocionales más o menos seductores y de información estandarizada sobre el destino y sus servicios. En una segunda fase de su despliegue, el SIT debe incorporar un *rol de escucha activa y constante*, preguntando a los turistas por sus actividades y experiencias, incentivándoles a generar y compartir sus propios contenidos y haciéndolos partícipes de los procesos de consulta. En este sentido, la información turística del municipio, tanto en su vertiente física y presencial como en su correlato virtual deben configurarse como un sistema CRM, que recaba constantemente datos de los clientes y los utiliza, en tiempo real, para facilitarles mejores experiencias e incrementar el valor para el destino. La Red de Informadores Turísticos está llamada a tener un destacado protagonismo aquí, debiendo abandonar los roles clásicos y asumiendo roles de encuestador, community manager y agente comercial.

La funcionalidad completa del SIT se alcanza integrando las acciones promocionales y de dinamización dentro de la plataforma, mediante un sistema ligero de intercambio de QR's. Junto a las oficinas de información turística, los alojamientos son el eslabón clave en la captación de usuarios para el sistema, ubicando los QR en las habitaciones y espacios comunes. Su participación e implicación en estas acciones es crucial para el éxito del Plan, ya que son un punto estratégico para activar las sinergias de la conexión entre los turistas y la oferta complementaria no directamente turística.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 39/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	



Ilustración 1 Funciones principales del Sistema de Información Turística

Como ya se ha señalado, se trata de una iniciativa en la que la Concejalía no está sola: el desarrollo de herramientas y prácticas de gestión pública inspiradas por el paradigma de ciudades o territorios inteligentes está recibiendo un considerable impulso en los últimos años. En este sentido, el primer paso *inteligente* del SIT debe ser **converger** con todas las iniciativas de este tipo en marcha en el Ayuntamiento, impulsando la interoperabilidad y la escalabilidad de las soluciones que se implementen de forma que puedan servir a los objetivos que se plantean sin duplicar esfuerzos. De igual forma, aplicando el principio de las sinergias, debería optar por consolidar equipos humanos locales que trabajen desarrollos de código abierto, en colaboración con la incipiente industria regional del ramo y con los equipos de investigación de la Universidad que trabajan en estos ámbitos.

Foro de turismo (A_23)

Se trata de un instrumento transversal, al igual que el anterior, que en este caso busca desarrollar el eje de la gobernanza mediante la creación de un órgano deliberativo que permita ajustar la ejecución del Plan y, en último término, orientar la política turística municipal incorporando los criterios, opiniones y perspectivas de la ciudadanía, los actores económicos del sector y los responsables técnicos de las distintas áreas concernidas.

La composición del Foro debe ser lo más amplia posible, incluyendo como miembros natos a representantes individuales o colectivos de:

- Establecimientos alojativos dados de alta en el municipio,
- Empresas de actividades turísticas con, al menos, un establecimiento abierto en la localidad
- Establecimientos de hostelería y restauración de las áreas turísticas (Casco de La Laguna, Comarca del Nordeste),
- Museos, salas de exposiciones y espacios de actividades culturales del municipio
- Asociaciones de vecinos, empresarios o comerciantes de las áreas turísticas
- Concejalía de Turismo
- Áreas municipales relacionadas: cultura, patrimonio, urbanismo, deportes, servicios municipales, etc.

Cualesquiera otras personas que deseen ser miembros natos del Foro, ya sea a título individual o colectivo, deberán presentar, con dos semanas de antelación a la celebración de un encuentro del Foro, una solicitud razonada de admisión, que deberá ser aceptada por la mayoría simple de los miembros natos presente en el encuentro. Se establecerá un número mínimo de participaciones en el Foro para mantener la condición de miembro nato.

Las **competencias** del Foro serán:

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 40/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

- Recibir los informes de coyuntura turística del SIT y plantear aspectos a abordar en sucesivos informes. Estos informes deberán incorporar análisis sobre las opiniones y valoraciones de los turistas, para que su voz también tenga cabida en el Foro.
- Evaluar los indicadores de seguimiento del Plan y pronunciarse sobre su modificación
- Recibir un balance de las actuaciones del área de Turismo y emitir dictámenes o propuestas
- Recibir información de las distintas iniciativas de las Mesas de Producto
- Identificar productos estratégicos e impulsar la creación de Mesas de Producto
- Plantear propuestas de acciones en materia de política turística

El Foro deberá reunirse con una periodicidad semestral, debiendo quedar sus fechas fijadas con antelación. La participación será voluntaria y no remunerada, se hará difusión amplia de las convocatorias y de los órdenes del día con las cuestiones a tratar. La Concejalía podrá convocar encuentros extraordinarios del Foro si las circunstancias lo hicieran preciso.

Cualquier persona interesada podrá asistir e intervenir en los encuentros del Foro, pero solo los miembros natos podrán participar en las votaciones y proponer asuntos a tratar en los encuentros del Foro. La Concejalía deberá dar difusión y hacerse eco de los pronunciamientos, debates y acuerdos habidos en los encuentros del Foro.

Mesas de producto (A_24)

Se trata del instrumento de actuación principal para implementar las acciones del PDT. Las mesas de producto se plantean como unidades con, al menos, un técnico municipal que canaliza la colaboración público-privada en el ámbito de cada uno de los productos estratégicos, contactando de forma fluida y frecuente con las empresas y administraciones que intervienen en su gestión y comercialización para el desarrollo de proyectos de interés común.

La **misión** de estas unidades es constituir redes y equipos de trabajo entre los actores involucrados en los distintos componentes del producto para la identificación, concepción, búsqueda de financiación y ejecución de acciones coherentes con los objetivos de cada producto.

Para el despliegue de las mesas de producto se plantea una **dinámica de trabajo** que busca el establecimiento de una interacción frecuente (reuniones al menos mensuales) con los actores, orientada por objetivos concretos y fácilmente evaluables.

1. Elaboración de una base de datos de recursos turísticos y de oferta turística (alojamiento y actividades) o complementaria (restauración, comercio, etc) mediante la toma de contacto con los actores para actualizar y complementar la información. Dicha base de datos se acopla a la estructura del SIT. Este trabajo también permite elaborar la base de contactos con todos los integrantes de la cadena de valor del producto.
2. Elaboración de un calendario de eventos y actividades relativas al producto, con una proyección anual y habilitación de un canal para la comunicación de eventos por parte de la oferta.
3. A partir de los resultados de las tareas anteriores, será posible confeccionar la **Guía del producto** (A_11, 12, 14 y 16), entendida como un conjunto de contenidos relacionados (textos, imágenes, fotos, vídeos, enlaces, ubicaciones, etc) que pueden ser visualizados o ubicados en distintos soportes (web promocional, documentos descargables, paneles informativos, etc.)

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 41/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

4. Elaboración, en colaboración con el SIT, de un informe de presencia online de los distintos componentes del producto, con propuestas de mejora. Presentación y debate con los actores de los resultados.
5. Reuniones con los actores para identificar bloqueos al despliegue del producto y elaborar una propuesta de acciones. Una vez establecida la Mesa, estas reuniones se repetirán al menos anualmente, generando nueva carga de trabajo para la mesa.
6. Análisis técnico de la viabilidad de las acciones y contacto con las unidades administrativas competentes.
7. Elaboración de proyectos para la implementación de las acciones. Búsqueda de financiación, Identificación y captación de *partners*. Gestión de los expedientes administrativos.
8. Entre las *acciones* se proponen, de manera indicativa, las siguientes:
 - a. Edición de materiales promocionales, en formato electrónico o impreso.
 - b. Diseño y ejecución de campañas promocionales.
 - c. Proyectos de señalización turística.
 - d. Organización de eventos relativos al producto, singulares o periódicos, que se programen, preferentemente, en momentos de baja ocupación.
 - e. Presentación de documentos, informes y peticiones ciudadanas para impulsar actuaciones de calado en otros ámbitos competenciales (p.e. infraestructuras, modificaciones legislativas, etc).
 - f. Identificación y elaboración de solicitudes o candidaturas para programas de inversión, subvenciones o ayudas de carácter insular, regional, nacional o internacional.
 - g. Creación de un repositorio digital con documentación, informes y análisis de casos de éxito respecto al producto.
 - h. Organización de cursos de formación, con especial atención a la capacitación tecnológica.
 - i. Organización de seminarios y encuentros con expertos en el ámbito del producto, en particular investigadores de la ULL.

El factor humano es clave para el éxito de esta iniciativa. Se requieren perfiles dinámicos, proactivos y con formación muy específica, a los que se deben ofrecer oportunidades de desarrollo y perspectivas de carrera. Una buena oportunidad para su identificación y formación puede ser estableciendo un programa de prácticas con el Máster en Dirección y Planificación del Turismo de la ULL.

Productos estratégicos

La propuesta turística de la Comarca se ordena en torno a una serie de productos turísticos estratégicos. Estos productos reordenan y agrupan la gran variedad de microproductos en un conjunto manejable de propuestas turísticas especializadas, que cuentan con una oferta complementaria específica establecida o incipiente en torno a la cual se despliega la actividad de las Mesas de Producto.

Para la selección de los productos estratégicos se han tenido en cuenta los siguientes criterios:

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 42/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

- Presencia de empresas y profesionales en el territorio orientados hacia las distintas actividades que caracterizan el producto
- Tamaño del mercado actual y potencial
- Posibilidad de desarrollar sinergias con otras actividades económicas de la Comarca
- Convergencia o afinidad con iniciativas en otras áreas del Ayuntamiento u otras instituciones

Estos productos estratégicos se conciben como focos prioritarios de los esfuerzos promocionales y de dinamización del municipio, dado que contribuyen de forma directa a la consecución del objetivo de creación de empleo decente y promoción de la cultura local. Se orientan a comercializar experiencias turísticas que parten de la propuesta básica sobre la que ya opera el destino (relajación y actividades en la Naturaleza) profundizando en la dinamización de la actividad económica local, la mejora de la calidad de vida y la identidad sostenible de la propuesta turística general de la Comarca. Para cada producto estratégico se recogen, a continuación, una descripción básica, información sobre las clientelas y subtemáticas relevantes para el producto, los bloqueos y demandas identificados durante el proceso participativo y algunas acciones e iniciativas que convergen con el producto.

Turismo Cultural de proximidad

Descripción

El producto se articula en torno al contacto sensorial con el patrimonio cultural de la Comarca, con especial énfasis en:

- la cultura gastronómica y sus vínculos con el sistema agroambiental
- las oportunidades recreativas y de ocio de las fiestas populares y la intensa actividad creativa (musical) de la zona
- la recuperación de la memoria pasada de las distintas localidades, sus tradiciones y señas de identidad

Clientela y experiencia turística

La clientela local es la diana principal de este producto. Durante el proceso participativo, en varios talleres se planteó la idea de que este tipo de oferta cultural podría servir para impulsar el turismo, pero que “también es importante para nosotros, saber cómo era esto”, “cómo se vivía aquí, que los jóvenes puedan verlo”. Se plantea la necesidad de crear espacios y señalar los existentes configurando recorridos en los que la evocación del pasado y la recuperación o revitalización de los usos tradicionales sirvan para que la propia población conozca, valore y disfrute de los lugares donde vive¹¹. No obstante, la traducción de los materiales expositivos y paneles de señalización podría permitir el acceso a turistas internacionales con intereses ocasionales o sobrevenidos por la cultura e historia de la zona.

Por otra parte, pero en íntima relación con esta reclamación, se plantea la necesidad de impulsar la oferta gastronómica y de restauración de la Comarca, de forma que se promuevan recetas y elaboraciones locales, con productos de la zona y orientadas hacia una alimentación sana,

¹¹ Aparte de los recursos apuntados en el apartado *Inventario de recursos turísticos*, puede encontrarse en el Anexo III una relación completa de los recursos de la Comarca incluidos en el *Inventario Arqueológico y Etnográfico de La Laguna* de la Gerencia de Urbanismo y el *Inventario del Patrimonio Histórico Industrial de Tenerife (1900-1960)* del Gobierno de Canarias. Dicha relación ha sido elaborada por el Área de Patrimonio Histórico del Ayuntamiento.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 43/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

sostenible y responsable. Los establecimientos adheridos pueden ofrecer visitas a las explotaciones con las que se surten y apoyarles en la comercialización de sus productos. De igual forma, dada la importancia del alojamiento extrahotelero, los mercadillos de productos locales deben incluirse dentro de esta propuesta. Aunque el cliente local sigue siendo el destinatario principal, la participación de la demanda foránea es más relevante y, en buena medida, se trata de un frente clave en el que se juega buena parte del reposicionamiento del destino: que la zona disponga de una oferta variada de restaurantes con una buena relación calidad precio en los que se ofrezca comida local y que esta oferta sea identificada y accesible a los turistas a través de los canales de comunicación que se establezcan.

Una última demanda relacionada con este producto se dirige a la necesidad de actividades recreativas y de ocio en la zona. Se reclama que la Comarca tenga animación y vida cultural durante todo el año y no solo durante el verano y las fiestas principales. Confluye aquí el que la gran afición musical en la zona constituye un importante activo cultural intangible que es posible poner en valor, al que se suman también un colectivo relativamente amplio de creadores de otras disciplinas artísticas (pintura, escultura, artes visuales).

Todos estos recursos pueden contribuir a ofrecer una experiencia de entretenimiento y disfrute del territorio que justifique por sí sola una visita corta o que sirva de apoyo para enriquecer los tiempos muertos de los turistas que acuden a la zona por otras actividades o productos. Se trata de promover un ocio sano y responsable, en el que las actividades se salgan de los meses y días de la semana en que se registra mayor ocupación y se lleven a cabo en horarios que no interfieran el descanso de los vecinos.

Bloqueos

- El nivel socioeconómico de la población de la Comarca limita este tipo de consumo.
- Buena parte del producto está por articular, con algunas excepciones relevantes: el Museo de Historia y Antropología de la Casa de Carta y el Teatro Unión Tejina constituyen espacios relevantes, pero su conexión con los flujos turísticos de la Comarca es muy débil. Se ha identificado un proyecto privado de creación de un espacio cultural vinculado al Surf en Bajamar.
- No ha sido posible localizar empresas o guías que ofrezcan productos de este tipo en la Comarca.
- Se ha recogido un Inventario del Patrimonio Inmaterial de Punta del Hidalgo, aunque no se cuenta con un espacio para hacerlo accesible.
- La inmensa mayoría de los recursos patrimoniales no están señalizados y son poco accesibles.
- La mayor parte de la oferta de restauración trabaja con parámetros (cantidad antes que calidad) adaptados para la clientela local pero que pueden no ser adecuados para las expectativas de la clientela foránea.
- Dificultades para activar cadenas de valor con la producción agroalimentaria local.

Convergencia con iniciativas y acciones

- *Déjame que te cuente sobre mi barrio*. Proyecto de recuperación de la memoria de los barrios del municipio a partir de testimonios orales de los mayores. Servicio de Cultura del Ayuntamiento de La Laguna.
- *Ruta de la Tapa*. Servicio de Comercio.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 44/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

- Grupo de Trabajo Turismo y Cultura. Estrategia Turística de Tenerife, Cabildo de Tenerife. Turismo de Tenerife. (webtenerife.com/que-hacer/cultura/). Organismo encargado de la web corporativa del destino.
- Plan Director de Gastronomía y Turismo. Cabildo de Tenerife

Demandas planteadas

Red de espacios de memoria en cada localidad: historia oral, recuperación de material gráfico y piezas de los vecinos, exposición, recuperación de edificios y lugares, rutas, demostraciones de deportes autóctonos, elaboración artesanal, enfoque no idealizante (dark tourism)	Infraestructuras e inversiones	
Acondicionamiento del mirador de La Tejinetilla	Infraestructuras e inversiones	
Uso recreativo y cultural de los espacios en la plaza de Valle Guerra	Normativa y regulación	y
Propuesta de ruta en Valle Guerra: Casa de Carta, Espectáculo de Lucha Canaria, Visita a explotaciones agrarias (plátano y ornamentales), Comida en el pueblo	Promoción y comunicación	y
Promoción de fiestas locales, más allá de las principales: finados en Tejina, Librea y romería en Valle Guerra,	Promoción y comunicación	y
Identificación de explotaciones agrícolas y ganaderas con potencial para el agroturismo: Finca ICIA, Quesería de La Punta, Alquiler de huertos, ...	Promoción y comunicación	y
Ruta del gofio y el queso: microproducto que incorpora explotaciones agrarias, molinos (Tejina), centro de interpretación y restauración (espectáculos)	Promoción y comunicación	y
Circuito de actuaciones musicales	Dinamización	
Concurso de arreglos florales y jardinería (oportunidad para desestacionalizar e impulsar el sector de agricultura ornamental)	Dinamización	
Festival de Invierno (gastronomía, naturaleza, espectáculos,...)	Dinamización	
Actuaciones de embellecimiento urbano mediante artistas locales (graffittis, instalaciones...), Festival de Arte Urbano en Bajamar	Dinamización	
Plan de restauración y gastronomía local (Rutas de la tapa, Guía de establecimientos, Plan de promoción, Sello Km0, Acciones formativas, ...)	Dinamización	
Promover mercadillos en la comarca	Dinamización	
Feria de Artesanía ARTEJINA	Dinamización	
Incorporación de usos culturales al espacio de la cafetería de las Piscinas de Bajamar (Museo del Surf)	Servicios Municipales	

Turismo de Naturaleza Activa

Descripción

Ya se ha señalado que la temática más relevante entre los turistas y visitantes durante el invierno es la práctica del senderismo, tanto en aquellos senderos que desembocan en la zona como en otras zonas de la isla. Los paisajes de Anaga y de la costa proporcionan un escenario ideal para el desarrollo de esta práctica de relativamente baja exigencia física. Sin embargo, su puesta en valor pasa por enriquecer las actividades desarrolladas en una doble vertiente:

1. Realizando actividades deportivas en el que el componente natural es imprescindible o muy relevante y que incorporan distintos servicios profesionales (guías, monitores,

alquiler de equipos). Se han identificado recursos con potencial para el ciclismo de montaña, escalada, barranquismo y parapente.

2. Profundizando en el conocimiento e interpretación de la riqueza geológica, biológica y paisajística de la zona, mediante rutas guiadas y paneles informativos.

Cientela y experiencia turística

Aunque los turistas extranjeros, particularmente los alemanes, constituyen el grueso de la demanda de este producto, también existe un creciente número de usuarios locales de estos espacios. La edad y el grupo familiar son factores clave en los tipos de actividades que se desarrollan, optando la clientela de mayor edad por un senderismo de baja intensidad mientras los más jóvenes eligen actividades más arriesgadas e intensas. Por último, el interés por la interpretación de la Naturaleza se enfoca más a familias con niños.

En todos los casos, se propone una experiencia de contacto con un paisaje natural singular y lleno de contrastes, en el que la flora y la fauna acompañan unas actividades de ocio que se llevan a cabo en espacios y circuitos acondicionados con el mínimo impacto visual, en condiciones seguras y acompañados por profesionales que velan por el control de los impactos. Se favorece el acceso en transporte público o no contaminante a los lugares donde se realiza la actividad y se busca que este tránsito favorezca a otros negocios de la zona (restauración, comercio, salud).

Entre las actividades deportivas con potencial, se destacan:

- Cicloturismo de carretera y de montaña. Actividad con potencial para articular oferta complementaria (alquiler de equipos, organización de rutas en grupo), que puede verse impulsada por el carril-bici contemplado en la A_05.
- Escalada y descenso de barrancos. Se cuenta con recursos importantes para desarrollar esta actividad.
- Carreras de montaña, ultrafondo, *running* extremo. Puede desplegarse sobre la red de senderos, rutas y vías peatonales. La práctica de este tipo de actividades está creciendo también entre la población local.

Para estas actividades deportivas en la Naturaleza, el destino ofrece espacios y recorridos de distintos niveles de dificultad, señalizados de forma clara y con medidas de seguridad adecuadas al riesgo que supone la actividad, contribuyendo de forma proactiva a la preservación del entorno.

Respecto a la interpretación de la Naturaleza, los recursos de interpretación de la Reserva de la Biosfera deben complementarse con una mayor atención a los sistemas agroambientales de la Comarca. En este sentido, dado que las actividades de avistamiento tienen poca capacidad para impulsar oferta complementaria (turistas independientes y experimentados), el producto debería explorar su conexión con la oferta de alojamientos rurales y las experiencias agroturísticas (explotaciones, gastronomía local).

Bloqueos

- La mayor parte de la demanda de senderismo es independiente y autoorganizada, apenas requiere servicios de la oferta complementaria. Algo similar ocurre con la clientela atraída por la contemplación e interpretación de la Naturaleza: a mayor interés por el tema, menor necesidad de recurrir a guías o monitores locales. Esto dificulta la paquetización y la comercialización de experiencias integrales.

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 46/91 -	

- No se han localizado empresas en la zona que se dediquen a estas actividades. Hay empresas de otras zonas de la isla que usan los espacios de la Comarca para algunas de ellas.
- Los senderos y su señalización presentan deficiencias y, en algunos casos, deterioro.
- Algunas modalidades deportivas (p.e. bicicleta de montaña) pueden interferir con la práctica de actividades menos intensas en determinados espacios, lo que hace necesario prever circuitos separados para las primeras.
- Los senderos más relevantes con término en las localidades de la Comarca (PR_TF_10 Cruz del Carmen-Punta del Hidalgo y PR_TF_12 Cruz del Carmen-Bajamar) pueden ser abandonados antes de entrar en los núcleos, de forma que los usuarios terminan su ruta y abandonan el pueblo sin visitarlo ni consumir nada, a no ser en los establecimientos cercanos a las paradas de guaguas.
- El paisaje y los recursos naturales y culturales del área de la costa no cuentan con un sendero que los comunique, salvo en el tramo entre Punta del Hidalgo y Bajamar.
- El ecosistema intermareal no cuenta con un centro de interpretación y los paneles informativos del Camino de la Costa se encuentran muy deteriorados.
- Tejina y Valle Guerra, así como sus espacios rurales, se encuentran al margen de la red principal de senderos. Se han planteado distintos proyectos, pero no se han llevado a cabo.

Convergencia con iniciativas y acciones

- *Tenerife No Limits*. Marca de Turismo de Tenerife orientada a la promoción del turismo activo.
- *Tenerife + Azul*.
- Reserva de la Biosfera del Macizo de Anaga.

Demandas planteadas

Señalización de hitos naturales y lugares de avistamiento	Infraestructuras e inversiones
Conexión de los circuitos y recursos de turismo activo con el sistema de movilidad municipal	Infraestructuras e inversiones
Estudio de usos y conflictos entre actividades y entre estas y la conservación del medio	Normativa y regulación
Revisión de los planes de contingencia para riesgos y accidentes	Normativa y regulación
Guía de recursos, oferta y actividades en la Naturaleza	Promoción y comunicación
Identificación de nuevos recursos: vías de escalada, circuitos, puntos de despegue y aterrizaje	Promoción y comunicación
Guía de recursos, oferta y actividades de interpretación de la Naturaleza	Promoción y comunicación
Campaña de concienciación sobre la biodiversidad de la Comarca	Promoción y comunicación
Acogida de competiciones o encuentros regionales o nacionales de deportes al aire libre	Dinamización
Recursos frágiles: concertación público-privada en torno a prácticas sostenibles de uso turístico de los espacios naturales	Gobernanza

Turismo de Surf

Descripción

Las localidades costeras de la Comarca, Punta del Hidalgo y Bajamar, fueron la cuna de la práctica del surf en la isla, a finales de los años 60 del pasado siglo. En su litoral se encuentran *spots* (o 'canchas', como se denominan en el argot local) con olas de gran regularidad y dificultad variable, aunque con fondos de callados o arrecife volcánico. La temperatura del agua permite la práctica invernal. En los últimos años se ha producido un despegue de este deporte y del volumen de turistas que visitan la isla y la comarca para practicarlo, al hilo del cual se ha consolidado un grupo de empresas locales que ofrecen distintos servicios a los turistas y residentes: cursos de iniciación y perfeccionamiento, alquiler y venta de equipamiento, fabricación de tablas, bares tematizados. Se trata del único producto turístico de los propuestos en el que se cuenta con una oferta complementaria consolidada y profesional.

Clientela y experiencia turística

Aunque se están realizando cursos de iniciación con todas las garantías, las olas y la morfología rocosa de la costa hacen que la zona sea particularmente atractiva para practicantes intermedios o avanzados. Con su progresiva conversión en deporte de masas, el surf ha dejado de ser una práctica juvenil minoritaria con tintes marginales para convertirse en toda una subcultura a la que une un denominador común: el amor por las olas y la naturaleza marina. Apelando a ello, las localidades costeras de la Comarca pueden ofrecer una experiencia menos masificada y más auténtica que los núcleos del sur de la isla en los que se oferta esta temática.

Coger olas en un entorno singular y poco frecuentado constituye la actividad central de estos turistas, que también suelen realizar paseos ligeros en los momentos de relax. Los surfistas con mayor destreza buscan lugares más aislados y con olas más exigentes y arriesgadas. También se encuentra entre la clientela más joven un interés secundario por las actividades recreativas y de ocio (viajan en grupo) en el destino así como por otras actividades deportivas conexas (p.e. skate, escalada). Sin embargo, cada vez es más frecuente un turista maduro con cierto poder adquisitivo, que realiza escapadas en invierno con su pareja o familia, que busca un mayor grado de confort y que alterna la práctica del surf con el teletrabajo. Si en el primer perfil encontramos cierta preferencia por fórmulas alojativas no convencionales y de bajo coste (p.e. camping, albergues, bed & breakfast), entre el segundo grupo ganan relevancia las villas turísticas y las viviendas vacacionales con estándares elevados.

Por otra parte, Bajamar y Punta del Hidalgo son las únicas zonas de surf del área metropolitana de la isla con servicios y equipamientos urbanos a pie de playa, siendo mucho más accesibles que las playas de Anaga (Almáciga, Benijos, Las Gaviotas), lo que las sitúa en una posición inmejorable para captar los flujos de practicantes locales.

Bloqueos

- El cierre de los accesos a la Playa del Arenal por desprendimientos ha privado a la zona de una de sus mejores playas para la práctica del surf. Sin embargo, hay surfistas que siguen accediendo a la playa, lo que genera riesgos importantes¹².

¹² Al respecto, el Área de Obras e Infraestructuras plantea (Expte. 2021006526): "En relación con la playa del Arenal y la consolidación de la ladera, y habilitación de accesos, se comunica que desde esta área existe un estudio de alternativas de accesos a la playa, que minimizan los riesgos dentro de la compleja situación de terreno existente, lo cual se considera, una actuación urgente a llevar a cabo, si se fomenta el deporte del surf en esta zona."

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 48/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	

- Se dan situaciones de masificación puntual en los spots más accesibles, lo que produce algunos conflictos y puede llegar a provocar accidentes.
- Hay otros *spots* a lo largo de la costa, pero no están señalizados, el acceso al mar es poco seguro y no cuentan con equipamientos (parking, basuras) ni servicios de socorrismo.
- Existe poca oferta de ocio y animación para los periodos de descanso.
- No hay alojamientos tematizados. El estatus de zona turística de Punta del Hidalgo y Bajamar en el Plan Insular de Turismo impide que se establezcan alojamientos no convencionales que tienen cierta popularidad entre los surfistas (bed and breakfast, albergues).
- Las condiciones del servicio del Camping de Punta del Hidalgo impiden el desarrollo de ofertas basadas en este tipo de alojamientos (surf camps)
- Con la actual dotación de *spots*, la capacidad de crecimiento del producto en la zona es limitada. La tendencia creciente de los últimos años puede verse truncada si los visitantes se llevan y difunden la impresión de que el destino está saturado.

Convergencia con acciones e iniciativas

- Talleres estivales de iniciación al surf en Bajamar y Punta del Hidalgo. Servicio de deportes del Ayuntamiento de La Laguna
- *Tenerife No Limits*. Marca de Turismo de Tenerife orientada a la promoción del turismo activo. Identifica tres *spots* en Punta del Hidalgo: El Roquete, Los Dos Hermanos y La Bajeta.
- *Asociación Canaria de Surf*.
- *Tenerife + Azul*. Proyecto del Área de Deportes del Cabildo de Tenerife, dirigido a impulsar el conocimiento y el tejido económico relacionado con el mar y sus usos deportivos.
- *Tenerife y el Mar*. Programa del Fondo de Desarrollo de Canarias liderado por el Cabildo de Tenerife que incluye actuaciones para la rehabilitación de las zonas costeras con potencialidades turísticas.
- *Ecoárea de Punta del Hidalgo*. El proyecto Ecoáreas Mar de Todos, impulsado por la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes del Gobierno de Canarias, busca transformar el uso y la gestión de los espacios litorales hacia un modelo que premie y promueva prácticas sostenibles y responsables y gestión horizontal. Se ha constituido un grupo en Punta del Hidalgo para desarrollar la iniciativa en la localidad en el que participan las empresas de surf.

Demandas planteadas

Museo del surf	Infraestructuras e inversiones
Guía de recursos, oferta y actividades de Surf	Promoción y comunicación
Realización de videos promocionales e informativos con surfers locales	Promoción y comunicación
Infraestructuras de acceso y servicios de socorrismo para zonas de dificultad moderada	Infraestructuras e inversiones
Playa del Arenal: Consolidación de la ladera, medidas de seguridad, habilitación de accesos por tierra y mar.	Infraestructuras e inversiones
Plan de acción para modalidades de dificultad alta (grandes olas): permisos, seguros, servicios	Normativa y regulación

Presencia en congresos y foros de turismo de surf	Promoción y comunicación	y
Sede de competiciones y encuentros regionales, nacionales, internacionales	Dinamización	

Turismo de Bienestar y Salud

Descripción

El producto apuesta por enriquecer y sofisticar la experiencia turística vacacional más convencional, el *denostado* sol y playa, impulsando actividades y eventos asociados a la mejora del bienestar personal físico y mental que contribuyan a la mejora cualitativa de la clientela y de su gasto en el destino. Contempla actuaciones de distinto calado, relacionadas con la mejora de la calidad de vida de las distintas localidades y con la captación de determinados segmentos dentro del amplio grupo que visita la Comarca para *estar* (tranquilo, relajado, descansar), y no tanto para *hacer* (actividades de distinto tipo).

Clientela y experiencia turística

El primer segmento a captar es el del **turismo de camping y caravanas**. Durante el último año se ha producido un conflicto relevante con el campismo ilegal en el Paseo de la Costa de Punta del Hidalgo que ha desembocado en la prohibición del tráfico rodado y el aparcamiento en la zona. Desde la perspectiva del Plan, las molestias denunciadas por los vecinos y las alarmas emitidas por los técnicos ambientales justifican sobradamente las medidas adoptadas, pero dejan en el limbo la solución al problema de base, que es el uso recreativo informal y descontrolado de esta zona. Dicho uso tiene una larga tradición y es, guste o no, una forma de turismo (quizás la única) accesible a determinados colectivos con capacidad adquisitiva limitada (p.e. jóvenes de clase media baja). En los últimos años la acampada ilegal ha aumentado su impacto y cambiado su perfil con la popularización de las autocaravanas, al tiempo que se reducían (por la mayor vigilancia) los espacios en la isla en los que esta práctica era viable. Pero si no se fomenta una alternativa controlada y accesible para esta forma de ocio, el problema se trasladará a otras zonas donde esta práctica ilegal tenga mayores posibilidades de quedar impune o a campings ilegales más o menos informales con impactos de difícil control. Esta misma lógica puede trasladarse a la demanda de nuevas y mejores zonas de baño en el área: la saturación o limitación actual dispersa a los bañistas locales o foráneos hacia lugares donde su acceso no está previsto ni sus impactos controlados. La incorporación de nuevas zonas públicas de baño, con servicios adecuados y un acceso sostenible, contribuirán a mejorar el turismo, pero sin duda contribuirán mucho más a la calidad de vida de la ciudadanía.

La oportunidad no pasa por expulsar a los campistas, sino por retener a aquellos que aporten mayor valor a la economía local mediante una mejora de la oferta reglada que permita no solo captar turistas foráneos adeptos a esta modalidad alojativa, sino también hacer accesible el uso y disfrute de los espacios de la Comarca a toda la ciudadanía.

Una segunda opción para cualificar el turismo vacacional pasa por el desarrollo de **servicios de bienestar y salud**. Caben aquí una serie de actividades de cuidados personales, como los tratamientos fisioterapéuticos y de rehabilitación, los tratamientos de salud que comprenden distintas actividades físicas y nutricionales, estancias de iniciación a distintas prácticas de bienestar personal (yoga, meditación, coaching, mantenimiento físico ...). No debe perderse de vista que la captación de turistas activos, ya sea en la costa o en la montaña, también puede generar negocio para estas actividades (tratamiento de lesiones, recuperación muscular, dietas

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 50/91 - Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

específicas), que también pueden encontrar clientes entre los miembros de los grupos de viaje que no sean practicantes acérrimos del turismo activo y busquen actividades alternativas.

El modelo turístico de la zona no ha producido una segregación entre espacios turísticos y residenciales, por lo que la mejora cualitativa del espacio que visitan los turistas coincide, como se ha venido insistiendo, con la mejora y renovación de los espacios urbanos que habitan los residentes. Los visitantes de la comarca no buscan espacios turistizados, uniformizados por los estándares internacionales, sino que buscan pueblos cuidados y agradables, que permiten a sus habitantes (temporales o permanentes) un estilo de vida cómodo y relajado. Intentar mejorar la experiencia de los turistas en la zona, con la esperanza de que esta mejora atraiga a más y mejores turistas, pasa en último término por mejorar la calidad integral de los espacios públicos de la zona, sus infraestructuras, dotaciones y equipamientos urbanos; algo que, además, es una demanda clara y persistente de los vecinos y empresarios.

Bloqueos

- Deficiencias en el modelo de gestión y el funcionamiento del Camping municipal de Punta del Hidalgo, así como en sus dotaciones, que dificultan su aprovechamiento turístico. Solo abre en fin de semana durante la mayor parte del año. Sus plazas resultan insuficientes en los momentos de mayor demanda y tienen una ocupación baja el resto del año.
- Apenas existe oferta complementaria de bienestar y salud establecida en las localidades con mayor número de plazas, aunque se encuentran algunos profesionales que ofrecen servicios de manera más o menos informal. El hotel Océano apuesta de forma clara por este producto, pero solo oferta estos servicios para huéspedes del hotel.
- Se manifiestan carencias en ajardinamientos y embellecimiento urbano que deterioran la calidad paisajística de la zona, en algunos casos con una patente indisciplina urbanística.
- Se demandan infraestructuras para una movilidad sostenible y, en particular, finalizar y mejorar la comunicación peatonal y en bicicleta entre los distintos núcleos.
- Las actuaciones de renovación y dinamización de los espacios turísticos del Cabildo se limitan a los grandes municipios turísticos de la isla. El Plan de Infraestructuras y Calidad Turística de Canarias, del Gobierno de Canarias, no contempla ninguna actuación en el municipio.

Convergencia con iniciativas y acciones

- *Ecoárea de Punta del Hidalgo*. El grupo ha recogido un número sustancial de demandas de los vecinos y está impulsando distintas acciones para darles respuesta.
- *Plan General de Ordenación Urbana de La Laguna*. Se trata de un documento crucial para la remodelación de los espacios urbanos que lleva pendiente de renovación desde hace décadas. El Servicio de Urbanismo del Ayuntamiento de La Laguna aborda en la actualidad el replanteamiento de la propuesta que estaba en proceso de trámite.
- *Servicio de Participación Ciudadana* del Ayuntamiento de La Laguna. Este servicio ha incrementado recientemente sus actividades en la Comarca, afrontando algunos aspectos señalados en el apartado siguiente, como la modificación de los usos

Demandas planteadas

Carril-bici en la TF-13 y la TF-16, acondicionamiento de arcenes y vías de Infraestructuras peatones e inversiones

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolalaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 51/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	

Zonas de aparcamiento en Punta del Hidalgo, Bajamar y Tejina	Infraestructuras e inversiones	
Regulación del uso del paseo de la costa en Punta del Hidalgo.	Normativa y regulación	y
Recuperación del uso público del Charco de la Arena	Normativa y regulación	y
Guía de recursos, oferta y actividades en bienestar y salud	Promoción y comunicación	y
Acondicionamiento (señalización, habilitación de accesos, aparcamientos) del Paseo de la Costa en Punta del Hidalgo.	Infraestructuras e inversiones	
Mirador en la Avda. del Sol	Infraestructuras e inversiones	
Mejora del Pavimento en la piscina de Jóver	Infraestructuras e inversiones	
Sendero de acceso peatonal a Jover por el Barranco de las Cuevas	Infraestructuras e inversiones	
Vías peatonales entre los núcleos (Tramo Bajamar-Tejina-Valle Guerra) y de estos últimos con el litoral (Jóver, La Barranquera)	Infraestructuras e inversiones	
Mejora de los accesos y entorno de la Barranquera (habilitar piscina natural)	Infraestructuras e inversiones	
Acondicionamiento y limpieza de arcones, cunetas, rotondas y jardines de todo el viario de la Comarca. Uso de especies autóctonas, erradicación de especies invasoras	Infraestructuras e inversiones	
Recuperación de fachadas y embellecimiento del entorno urbano (mobiliario urbano, ajardinamientos) de Tejina	Infraestructuras e inversiones	
Mejoras en el mantenimiento, limpieza y seguridad en las zonas de baño y de paseo.	Servicios públicos	
Mejorar la limpieza y condiciones de los servicios de las piscinas de Bajamar	Servicios públicos	
Mejoras del servicio de salud de la comarca (consultorios, consulta itinerante, atención al perfil internacional, ...)	Servicios públicos	

Selección de acciones

Durante el proceso de participación se recopilieron 65 demandas de actuación¹³. Como se aprecia en la tabla siguiente, la mayor parte de las demandas se orientan a las infraestructuras e inversiones (23 demandas, 35,4%), seguidas a cierta distancia por las acciones de promoción y comunicación (13 demandas, 20%) y los cambios en la normativa y la regulación (8 demandas, 12,3%).

Infraestructuras e inversiones	23	35,4%
Normativa y regulación	8	12,3%
Promoción y comunicación	13	20,0%
Dinamización	9	13,8%
Gobernanza	3	4,6%
Formación	2	3,1%

¹³ La mayor parte de ellas han sido recogidas en el apartado anterior. Puede consultarse el listado completo en el Anexo I

Servicios Públicos	7	10,8%
Total general	65	100,0%

Para la selección de las acciones a incluir en el plan, se ha evaluado cada una de las demandas aplicando un doble criterio. Por una parte, se ha atendido a la **idoneidad** de la acción reclamada, entendida como su capacidad para contribuir a los objetivos de la Estrategia y el Plan. Por otra parte, se ha atendido a la **viabilidad** de cada acción, entendida como sus posibilidades de ser llevada a cabo con éxito en el plazo de 2-3 años al que se orienta el Plan¹⁴. En la evaluación de cada demanda se determinaba el valor de cada criterio entre tres posibles: Alta, Media, Baja.

Criterio de idoneidad

Se consideran acciones de **idoneidad alta** aquellas que contribuyen de forma clara y relevante a los objetivos de la estrategia, actuando sobre aspectos directamente vinculados a la experiencia turística y los servicios y recursos que esta requiere. Fueron evaluadas de esta manera 38 de las 65 acciones. En particular, 14 de las 23 acciones en infraestructuras e inversiones y 8 de las 13 acciones de promoción y comunicación.

IDONEIDAD	Alta	Media	Baja	Total general
Infraestructuras e inversiones	14	9		23
Normativa y regulación	4	4		8
Promoción y comunicación	8	5		13
Dinamización	5	4		9
Gobernanza	3			3
Formación	1		1	2
Servicios Públicos	3	4		7
Total general	38	26	1	65

Se consideran acciones de **idoneidad media** aquellas que, aun teniendo repercusión en la experiencia turística o en el tejido productivo orientado a ella, persiguen resultados más amplios de forma que su impacto en el producto turístico es indirecto o se consigue a través de la mejora general de la calidad de la zona. El 40% de las acciones demandadas (26 de 65) recibieron esta consideración.

Se consideran de **idoneidad baja** aquellas acciones cuya contribución a la consecución de los objetivos estratégicos es muy reducida o inexistente. Solo una acción recibió esta consideración.

Criterio de viabilidad

Se consideran acciones de **viabilidad alta** aquellas que entran dentro del ámbito competencial del Servicio de turismo, que puede asumir el liderazgo en su ejecución y no suponen un gasto elevado. También cuentan con una oferta complementaria local mínimamente establecida o con colectivos ciudadanos activos como destinatarios o partícipes. Se han identificado 17 demandas de este tipo, la mayor parte de ellas (7) en el ámbito de la promoción y la comunicación.

¹⁴ La viabilidad ha sido revisada a la baja dado el impacto previsiblemente negativo de la crisis del COVID-19 en las arcas públicas y el margen de actuación municipal.

VIABILIDAD	Alta	Media	Baja	Total general
Infraestructuras e inversiones		3	20	23
Normativa y regulación	3	1	4	8
Promoción y comunicación	7	5	1	13
Dinamización	3	2	4	9
Gobernanza	2	1		3
Formación		2		2
Servicios Públicos	2	1	4	7
Total general	17	15	33	65

Se consideran de **viabilidad media** acciones demandadas que no entran dentro del ámbito competencial del Servicio de turismo, pero son atendidas por otros servicios del Ayuntamiento con los que existe cooperación estrecha y, en algunos casos, ya existen iniciativas municipales o de otro ámbito para darles respuesta. No suponen un gasto desmesurado y cuentan con contrapartes privadas mínimamente activas. Se incluyen aquí 15 demandas, destacando cinco acciones promocionales relativas a actividades de otros Servicios (Cultura, Medio Ambiente, etc) y 3 acciones de infraestructuras e inversiones.

Se consideran de **viabilidad baja** las demandas que tocan ámbitos en los que el Ayuntamiento no tiene competencia o es muy limitada. También aquellas en las que, habiendo competencia, existen bloqueos importantes (p.e. PGOU), suponen un coste desmesurado o presentan gran complejidad técnica. Reciben esta calificación 33 de las 65 acciones demandadas, en particular las demandas en materia de infraestructuras e inversiones (20 de las 23 propuestas)¹⁵.

Selección de acciones

A partir del cruce de ambos criterios se identifican las demandas que, sirviendo de forma significativa a los objetivos planteados, tienen posibilidades claras de ser llevadas a cabo. Las acciones que propone el Plan buscan dar respuesta a las demandas planteadas que obtienen una evaluación alta en ambos criterios (verde oscuro en la siguiente tabla, 12 demandas) o alta en uno y media en otro (verde claro, 15 demandas). Asimismo, se plantean acciones para algunas de las demandas que reciben una evaluación media en ambos criterios.

VIABILIDAD				
IDONEIDAD	Alta	Media	Baja	Total general
Alta	12	10	16	38
Media	5	4	17	26
Baja		1		1
Total general	17	15	33	65

¹⁵ En este sentido, en el proceso de información sobre el Plan, el Área de Obras e Infraestructuras planteó que *“el documento plantea acciones que llevarán muchos trámites previos de coordinación entre áreas, como la ejecución de miradores, mejoras en vías y paseos los cuales se pueden encontrar en el ámbito del Parque Rural o en DPMT, y cuyos terrenos pueden no ser de propiedad pública”*

Como resultado del proceso anterior, se proponen 25 acciones. El número es inferior al total de demandas seleccionadas ya que algunas de las acciones propuestas permiten dar respuesta a varias demandas.

Acciones

El presente apartado recoge una descripción detallada de las acciones. Para facilitar la lectura, las descripciones de cada acción se han agrupado por tipos de acción. Se recoge a continuación un cuadro sintético con todas ellas.

Tabla 4 Listado sintético de acciones del Plan

Código	Acción
A_01	Realización de un estudio preliminar para la prolongación del Sendero de la Costa hasta Valle Guerra
A_02	Apoyo a las iniciativas del Área de Cultura para la revitalización del Patrimonio de la Comarca, en particular traducción de contenidos y difusión y promoción de iniciativas
A_03	Plan de Señalización Virtual de Recursos Turísticos
A_04	Impulsar el proyecto privado de creación de un Centro Cultural (o Museo) del Surf en Bajamar
A_05	Carril-bici en la TF-13 y TF16. Realizar un estudio preliminar sobre su viabilidad técnica y fuentes de financiación.
A_06	Realizar charlas taller sobre la problemática de la Vivienda Vacacional, con expertos, técnicos y propietarios de Viviendas Vacacionales.
A_07	Elaborar un estudio sobre el impacto de las actividades turísticas en la Naturaleza en Anaga.
A_08	Ampliar los contenidos sobre las fiestas locales en los canales promocionales
A_09	Elaborar un catálogo de experiencias agroturísticas e incluirlo en la comunicación promocional del municipio
A_10	Realizar un estudio preliminar para una ruta con el queso y el gofio como temas centrales
A_11	Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Turismo Activo en la Naturaleza
A_12	Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Interpretación de la Naturaleza
A_13	Diseñar y llevar a cabo una campaña de comunicación sobre la biodiversidad de la Comarca y su conservación
A_14	Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Turismo de Surf
A_15	Elaborar y promover vídeos sobre los spots de la Comarca
A_16	Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Bienestar y Salud
A_17	Celebrar un Festival de Arte Urbano en Bajamar
A_18	Elaborar un Plan de Restauración y Gastronomía Local
A_19	Establecer mercadillos de forma periódica y regular en las localidades de la Comarca
A_20	Apoyo a la celebración y promoción de la feria Artejina
A_21	Impartir cursos de idiomas para distintos perfiles
A_22	Diseñar y ejecutar un Plan de Reorganización de las Oficinas de Información Turística
A_23	Constituir el Foro de Turismo
A_24	Poner en funcionamiento, al menos, tres Mesas de Producto
A_25	Implementar el Sistema de Información Turística

Infraestructuras e inversiones

Como se señaló en el apartado anterior, es en este ámbito de intervención en el que se registró un mayor número de propuestas. Sin embargo, dichas propuestas son las que presentan una menor viabilidad, debido al elevado coste que suponen y la necesidad de contar con el concurso de otros servicios del Ayuntamiento u otros organismos para llevarlas a efecto (Urbanismo, Obras, Seguridad Ciudadana y Movilidad, Medio Ambiente). Fruto de ello, solo se incluyen cinco acciones en la propuesta, quedando la mayor parte de las infraestructuras e inversiones demandadas pendientes del trabajo posterior del Foro de Turismo y de las Mesas de Producto.

Código Acción	A_01	Tipo de Acción	Infraestructuras e inversiones
Realización del Proyecto Preliminar para la prolongación del Sendero de la Costa desde Bajamar hasta Valle Guerra			
Descripción y justificación	<p>Los caminos y vías que discurren por el litoral de la isla son de los recursos más usados y visitados por los turistas y residentes. En el proceso participativo se demandó la prolongación del tramo actual del Sendero de la Costa entre Punta del Hidalgo y Bajamar para que recorra todo el litoral de la Comarca, llegando hasta La Barranquera en Valle Guerra (o incluso enlazando con otros municipios). Se trata de una obra que partiría de un sendero tradicional preexistente, pero que está abandonado y en desuso y que permitiría, una vez finalizada, el acceso a recursos paisajísticos, naturales, geológicos y a pequeñas calas y zonas de baño.</p> <p>La acción consistiría en la contratación, mediante concurso público, del Proyecto Preliminar para la prolongación del Sendero de la Costa. Dicho Proyecto recogería en su memoria todos los aspectos de la intervención, con especial hincapié en el marco legal, la descripción detallada de la obra y el presupuesto. El proyecto deberá permitir que se puedan solicitar las autorizaciones pertinentes (Dirección General de Costas) y cumplirá con los requisitos de los potenciales entes financiadores.</p> <p>Al respecto, el Área de Obras e Infraestructuras del Ayuntamiento, a través de su Servicio de Gestión Facultativa expone (Expte. 2021006526): <i>“es necesario encargar el estudio preliminar a un equipo multidisciplinar donde se estudie la orografía del terreno, se valoren las intervenciones para garantizar la seguridad, previa propuesta de acondicionamiento de los citados senderos en función de la titularidad de los terrenos, y solicitar posteriormente la autorización correspondiente a Gobierno de Canarias, competente en zona de servidumbre en el DPMT y/o al Servicio Provincial de Costas”</i>.</p> <p>Por su parte, el Servicio de Planeamiento y Planificación de la Gerencia Municipal de Urbanismo adelanta algunos datos que se deberán tener en cuenta para la redacción (Expte. 2021001068, 1/3/2021):</p> <p><i>“- Se deberá justificar que las obras pretendidas son conformes a las categorías de suelo de la zona (mayoritariamente suelos rústicos de protección costera y de protección agraria intensiva (RAI1). Así</i></p>		

	<p>como, donde corresponda, que son conformes con el Área de protección ambiental 3, Costera, del Plan Insular de Ordenación de Tenerife, y con las determinaciones del Plan Territorial Especial de Ordenación Turística de Tenerife.</p> <p>- Se deberá tener en cuenta lo dispuesto en la Ley y el Reglamento de Costas y pedir las autorizaciones e informes correspondientes a las Administraciones correspondientes con competencias en dicha materia.</p> <p>- Se deberá tener en cuenta la limitación que supone que la zona de Suelo Rústico de Protección Costera y su entorno delimitado por el Plan General del municipio esté remitida al desarrollo del Plan Especial del Litoral (PE3), que está sin redactar y que tiene por objeto la regulación de usos y previsión de actuaciones precisas en el ámbito costero con el objeto de compatibilizar su uso con la preservación y la potenciación de los valores naturales y patrimoniales del área.”</p>
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P02
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo, Urbanismo y Vivienda, Obras e Infraestructuras, Medio Ambiente

<i>Código Acción</i>	A_02	<i>Tipo de Acción</i>	Infraestructuras e inversiones
Apoyo a las iniciativas del Área de Cultura para la revitalización del Patrimonio de la Comarca, en particular en la traducción de contenidos y difusión y promoción de iniciativas			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>La recuperación del patrimonio material e inmaterial de la Comarca fue planteada, de una forma u otra, en todos los talleres. Habida cuenta de que se trata de un ámbito que es competencia del Área de Cultura, la acción se encamina a brindar apoyo, técnico, económico y promocional a las acciones que vaya a desarrollar la Concejalía de Cultura es este ámbito, desde proyectos de inventariado del patrimonio material o inmaterial, exposiciones temporales o permanentes, centros de interpretación, acciones de señalización, etc.</p> <p>Particularmente, el servicio de turismo podrá prestar apoyo en la traducción de contenidos y en su promoción a través de los canales a su disposición, en particular, los alojamientos y empresas adheridos a las mesas de producto.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P10		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Cultura, Patrimonio		

<i>Código Acción</i>	A_03	<i>Tipo de Acción</i>	Infraestructuras e inversiones
Plan de Señalización Virtual de Recursos Turísticos de La Laguna.			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>La señalización turística de los recursos tuvo gran protagonismo en los talleres, demandándose mejoras en la señalización existente así como la instalación de nuevos paneles informativos y marcadores en los recursos que carecen de ellos.</p> <p>Como alternativa a la señalización física, costosa de instalar y de mantener, se plantea aquí una acción de <i>señalización virtual</i> de los</p>		

	<p>recursos turísticos identificados y geolocalizados en el trabajo de actualización del Inventario de Recursos Turísticos realizado para el Plan.</p> <p>La acción pasaría por la activación de una cuenta corporativa de Turismo de La Laguna en <i>Google Maps Platform</i> que etiquete y gestione la señalización en esta plataforma, enlazando la información disponible (folletos, webs propias, servicios de transporte público) y accediendo a los reportes de actividad, valoración y comentarios como medio de monitorización del desempeño de los distintos recursos.</p> <p>Esta acción permitiría generar de forma dinámica contenidos (mapas y rutas personalizadas) para enlazar en la web de Turismo de La Laguna. De igual forma, podría servir de base, en combinación con los QR del Sistema de Información Turística, para el desarrollo de acciones promocionales y de fidelización, incentivando al mismo tiempo la cogeneración de contenidos turísticos.</p>
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P10, P29, P34, P65
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo

<i>Código Acción</i>	A_04	<i>Tipo de Acción</i>	Infraestructuras e inversiones
Impulsar el proyecto privado de creación de un Centro Cultural (o Museo) del Surf en Bajamar			
<i>Descripción y justificación</i>	y	<p>Durante el proceso participativo se contactó con un emprendedor local (Tato Surf Shop) que cuenta con una importante colección de objetos de todo tipo relacionados con la práctica del Surf (tablas, equipamiento, fotografía, libros, películas, obras de arte). Parte de dicha colección se encuentra actualmente cedida al <i>Océano Surf Museo</i>, en Valdoviño, Coruña, el único de este tipo en España. El responsable de la empresa, Jesus Dionis 'Tato', tiene un proyecto para la creación de un centro cultural o museo del Surf (<i>Tato Surf Collection</i>) en el que se muestre su colección de forma permanente y se acojan eventos culturales de todo tipo relacionados con la cultura del Surf y la Naturaleza Marina.</p> <p>La acción consiste en concretar las opciones de este proyecto, estudiando distintas modalidades de apoyo o participación del Ayuntamiento, desde la facilitación de permisos hasta la cesión de espacios públicos o la participación en el patronato del museo.</p>	
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>		P37	
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>		Turismo, Cultura	

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 58/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	

<i>Código Acción</i>	A_05	<i>Tipo de Acción</i>	Infraestructuras e inversiones
Carril-bici en la TF-13 y TF16. Realizar un estudio preliminar sobre su viabilidad técnica y fuentes de financiación.			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>La facilitación de la movilidad sostenible es clave en los ODS, constituyendo una de las metas del Objetivo 11 <i>“De aquí a 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público”</i>¹⁶. El desarrollo tecnológico en las bicicletas eléctricas ha abierto una gran oportunidad para el crecimiento del uso de este medio de transporte económico, saludable y no contaminante. Sin embargo, los viarios de la comarca no presentan las mejores condiciones para el desarrollo de esta práctica, por lo que se plantea la necesidad de implementar un carril-bici que permita la circulación segura de ciclistas por las dos carreteras (TF13 y TF16) que conectan los núcleos de la comarca. Dicha infraestructura apuntalaría de forma importante la imagen sostenible que se quiere transmitir del destino, a la vez que contribuiría a solucionar los recurrentes problemas de tráfico y aparcamiento en la zona.</p> <p>La acción contempla la elaboración de un estudio o proyecto preliminar que establezca las condiciones de viabilidad técnica y económica de la obra y permita solicitar su financiación a los organismos competentes.</p> <p>Al respecto, el Área de Obras e Infraestructuras del Ayuntamiento, a través de su Servicio de Gestión Facultativa expone (Expte. 2021006526): <i>“En cuanto a la acción A.05, ambas vías son carreteras de titularidad insular, donde el Cabildo, está realizando la redacción de ambos proyectos. En dichos documentos y en función de la sección de la vía, se han planteado generar una senda que permita facilitar la comunicación entre núcleos fuera de los carriles de circulación de vehículos, por lo que se estima que previo a la contratación de un estudio, se debe de concretar con Carreteras del Cabildo, lo que se encuentra en previsión de ejecutar en las vías TF-13 y TF-16.”</i></p> <p>Además de esta observación, el Servicio de Planeamiento y Planificación de la Gerencia Municipal de Urbanismo, añade (Expte. 2021001068): <i>“Asimismo se deberá tener en cuenta la delimitación de esos sistemas generales viarios en el PGO ya que son contiguos con suelos de otras categorías (rústicos de protección de agraria o de protección hidrológica, suelos urbanizables, suelos urbanos,...).”</i></p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P54		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo, Movilidad Sostenible, Urbanismo y Vivienda, Obras e Infraestructuras,		

¹⁶ Meta 11.2. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/>

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 59/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

Normativa y regulación

Se contemplan dos acciones en este ámbito. Algunas de las acciones planteadas durante la fase participativa que se incluían aquí han recibido ya respuesta (p.e. regulación del tráfico en el Paseo de la Costa en Punta del Hidalgo -P56-, introducción de usos recreativos y culturales en la Plaza de Valle Guerra -P18).

Código Acción	A_06	Tipo de Acción	Normativa y regulación
Realizar charlas taller sobre la problemática de la Vivienda Vacacional, con expertos, técnicos y propietarios de Viviendas Vacacionales.			
Descripción y justificación	<p>La inmensa mayoría de las plazas de alojamiento turístico de la Comarca se ubican dentro de la tipología de Vivienda Vacacional (VV). Buena parte de esta oferta alojativa se encuentra en una situación de informalidad a la que contribuye la incertidumbre y complejidad de la normativa que las regula.</p> <p>La acción consiste en la realización de una serie de charlas taller en las que técnicos de las distintas administraciones competentes (Ayuntamiento, Cabildo, Comunidad autónoma) expliquen las condiciones y requisitos para la regularización de las VV así como las ventajas asociadas. Esta charla también podría incluir referencias al estatus actual de otras modalidades alojativas no convencionales (albergues, B&B, etc) en la zona (P06).</p> <p>Es preciso destacar que la activación de los propietarios y gestores de VV es clave para el éxito del Plan, ya que su colaboración es decisiva para la promoción en destino de la oferta complementaria de los productos estratégicos. Estas charlas brindan la oportunidad de contactar con ellos, sumarlos a las Mesas de producto y recoger sus propuestas de cara a la elaboración de un Plan de Regularización de la Vivienda Vacacional.</p>		
Demanda(s) a la(s) que responde	P05, P06		
Servicio(s) responsable(s)	Turismo, Urbanismo y Vivienda		

Código Acción	A_07	Tipo de Acción	Normativa y regulación
Elaborar un estudio sobre el impacto de las actividades turísticas en la Naturaleza en Anaga.			
Descripción y justificación	<p>Se ha señalado que un problema de la tematización 'natural' del destino y de la importancia de los senderistas independientes en la demanda es el reducido volumen de negocio que generan para los servicios profesionales que complementan la actividad (guías, monitores, desplazamientos y avituallamiento, etc). Estos servicios son muy importantes, no solo porque generan empleo cualificado y presumiblemente de mejor calidad, sino también porque contribuyen de forma clara a la contención de los impactos y la racionalización del uso de los sensibles espacios naturales de la zona.</p>		

	La acción persigue la elaboración de un diagnóstico de la situación del sector de las actividades en la naturaleza en la zona, que aborde de forma detallada su problemática. identifique recursos potenciales y recoja buenas prácticas en materia de sostenibilidad. La elaboración del estudio puede formar parte del trabajo inicial de la Mesa de Turismo Activo, aunque parte del diagnóstico puede requerir servicios profesionales y técnicos especializados. De igual forma, al estar fundamentalmente orientado al uso turístico de la Reserva de la Biosfera de Anaga, podría realizarse en colaboración con el Consejo o sus integrantes.
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P27, P30, P36
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo, Medio Ambiente

Promoción y Comunicación

Se trata del ámbito en el que se contemplan un mayor número de acciones, al ser competencia directa del Servicio de Turismo. Las once acciones planteadas comparten recursos y métodos de trabajo, al integrarse dentro de la actividad regular de las Mesas de Producto y el Sistema de Información Turístico.

<i>Código Acción</i>	A_08	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Ampliar los contenidos sobre las fiestas locales en los canales promocionales			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>Las fiestas locales tienen singular importancia dentro de los recursos del turismo cultural de proximidad. Generan experiencias únicas, en contacto directo con la población local, sus tradiciones y sus formas de diversión. Constituyen eventos en los que degustar la gastronomía, escuchar actuaciones musicales y bailes, comprar artesanía y participar del ambiente festivo. En los talleres se llegó a hablar de una “industria” o “economía” de las fiestas locales, singularmente afectada por la crisis del COVID-19.</p> <p>Desde la perspectiva de los objetivos del Plan, resulta de especial interés reforzar la presencia promocional de las fiestas de la Comarca que se celebran fuera del periodo estival, de forma que se consiga extender la animación y el flujo de visitantes a la Comarca al resto del año.</p> <p>La acción contempla la localización de contenidos sobre estas fiestas y su actualización, posicionándolos posteriormente en la actividad promocional del municipio en los perfiles y momentos oportunos. En su confección intervendrá de forma decisiva la Mesa de Turismo Cultural, que identificará los eventos y recursos a promocionar y aportará contenidos.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P12		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_09	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Elaborar un catálogo de experiencias agroturísticas e incluirlo en la comunicación promocional del municipio			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>El establecimiento de vínculos entre el turismo y el sector agrícola, clave en el tejido económico y el paisaje de la Comarca, es una prioridad clara del Plan. Junto al impulso al uso de productos locales de cara al turismo gastronómico, la posibilidad de visitar explotaciones agrícolas y ganaderas y de degustar y adquirir sus productos <i>in situ</i> aporta una experiencia singularmente importante para crear estos vínculos y, al mismo tiempo, darle mayor riqueza temática al producto de Turismo Cultural de Proximidad.</p> <p>Aunque hubo algunas iniciativas de explotaciones que recibían visitas, no ha sido posible contactar con ninguna explotación que esté ofertando esta experiencia en la actualidad, aunque sí se han localizado algunas interesadas en establecerla.</p> <p>La acción contempla el contacto y captación de explotaciones agropecuarias con potencial y disposición para recibir visitas organizadas o independientes de turistas y excursionistas locales, su inclusión en el Sistema de Información Turística y la elaboración, a partir de la información registrada, de contenidos promocionales a incluir como complemento a la información gastronómica. Se plantea como una tarea a desarrollar por la Mesa del Turismo Cultural.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P15		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_10	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Realizar un estudio preliminar para una ruta con el queso y el gofio como temas centrales			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>En la misma línea de la anterior acción, se persigue vincular el sector agrario con el turístico a través de la gastronomía. Se parte de la existencia de queserías y molinos de gofio en la Comarca, articulando una ruta que incluya la interpretación del patrimonio local, la visita a explotaciones y molinos y la degustación de elaboraciones a partir de estos productos. También se ha planteado la posibilidad de incluir el ron (Destilería Cocal) en la tematización de la ruta.</p> <p>La acción consiste en localizar y obtener la colaboración de las distintas empresas, planificar los materiales necesarios para la realización de la ruta (mapas, contenidos) e identificar operadores (guías, agencias de receptivo) dispuestos a comercializarlo. En caso de que estas acciones tengan éxito, se puede pasar a la implementación y promoción. La Mesa de Turismo Cultural será la responsable de su ejecución.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P15, P16, P17		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_11	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Turismo Activo en la Naturaleza			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>La elaboración de Guías de recursos, oferta y actividades se plantea como una necesidad relevante en todos los talleres, en los que se repite la idea de que 'no se conoce lo que hay en la Comarca'. La actualización del Inventario de Recursos Turísticos constituye un primer paso en la solución de esta cuestión. Se contempla la realización de estas Guías para todos los productos estratégicos, en este caso, el Turismo Activo en la Naturaleza, tal y como se ha delimitado en el apartado de Productos.</p> <p>Las Guías van mucho más allá de la noción tradicional de una publicación impresa relativamente corta en la que se detallan los recursos y actividades de una determinada zona o temática. Se conciben como una <i>nube</i>, un repositorio dinámico e interrelacionado de enlaces, contenidos de texto, imágenes y vídeo, mapas y documentación digitalizada que es elaborado por y para los integrantes de la Mesa de Turismo Activo en la Naturaleza.</p> <p>De esta forma, la Guía sirve de base y vehículo para la ejecución de las actividades promocionales de las Mesas de Producto: establece qué recursos integran el producto y marca los establecimientos y negocios que lo sirven, delimitando quién accede a los bonos o incentivos que ofrecen dichas campañas y aparece en los recursos informativos del portal de promoción.</p> <p>La elaboración de las Guías debe seguir un procedimiento abierto e inclusivo, en el que se contacte de forma directa con la oferta y se recabe su cooperación para la recogida de información y contenidos estáticos (características del negocio, ubicación, etc.) como dinámicos (eventos, promociones, cierres temporales, etc).</p> <p>Por último, constituyen la estructura básica del Sistema de Información Turística, al alimentar la base de datos de recursos sobre la que este despliega su actividad. De igual forma, sirven a las actividades de monitorización de la actividad online del SIT, identificando los lugares y empresas sobre los que se recopila información.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P29		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_12	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Interpretación de la Naturaleza			
<i>Descripción y justificación</i>	Se plantean el mismo tipo de acción, justificación y método de trabajo que para la A_11, pero en este caso referido a la Interpretación de la Naturaleza, tal y como ha quedado definida en el apartado de Productos Estratégicos.		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P34		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_13	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Diseñar y llevar a cabo una campaña de comunicación sobre la biodiversidad de la Comarca y su conservación			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>Al hilo de la acción A_07, Estudio sobre el impacto de las actividades turísticas en Anaga, se plantea la realización de una campaña dirigida a concienciar a la población local sobre la importancia de la biodiversidad de la Comarca -Anaga, pero también la flora y fauna del litoral.</p> <p>Aparte de comunicar los valores ambientales de la zona e incentivar la visita, se incluirán mensajes que difundan prácticas sostenibles al visitarlas.</p> <p>Los materiales elaborados para la campaña podrán añadirse como contenidos para el portal de promoción.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P34		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_14	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Turismo de Surf			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>Se plantean el mismo tipo de acción, justificación y método de trabajo que para la A_11, pero en este caso referido al Turismo de Surf, tal y como ha quedado definido en el apartado de Productos Estratégicos.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P34		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_15	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Elaborar y promover vídeos sobre los spots de la Comarca			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>Los <i>spots</i> (o <i>canchas</i>) son los lugares de la costa en los que se práctica el surf. Las características de los spots de la Comarca (fondo de rocas, acceso relativamente difícil, fuertes corrientes) y la heterogeneidad de sus usuarios (desde surfers locales con un elevado nivel de destreza hasta principiantes foráneos que desconocen las particularidades y dificultades del mar de la zona) hacen que la información sobre los spots, la forma de entrar y salir del mar, las corrientes y los usos para establecer la prelación para coger las olas tenga gran importancia. Se trata de un conocimiento que los practicantes locales adquieren de forma informal, a medida que se introducen en el surf y van conociendo cada spot, pero al que los visitantes foráneos no tienen oportunidad de acceder, con el consiguiente riesgo.</p>		

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 64/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

	La acción consiste en la realización y puesta en circulación de pequeños videos explicativos (máximo 5 minutos) sobre las peculiaridades de los spots más relevantes, cómo acceder a ellos, qué características tienen sus olas y qué medidas de seguridad es preciso tener en cuenta. Una realización esmerada, con la participación de surfers locales adscritos a empresas y clubs de la zona, permitiría que estos vídeos no solo tengan una función informativa (cómo acceder y comportarse en cada spot, qué precauciones tomar) sino también sirvan para despertar el deseo de surfear en la zona, mostrando la experiencia visual y paisajística de los spots, el ambiente surfer local u otros recursos relevantes.
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P42
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo

<i>Código Acción</i>	A_16	<i>Tipo de Acción</i>	Promoción y Comunicación
Elaborar una Guía de recursos, oferta y actividades de Bienestar y Salud			
<i>Descripción y justificación</i>	Se plantean el mismo tipo de acción, justificación y método de trabajo que para la A_11, pero en este caso referido al Turismo de Bienestar y Salud, tal y como ha quedado definido en el apartado de Productos Estratégicos.		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P58		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

Puede considerarse que la A_25 'Implementar el Sistema de Información Turística' pertenece a este ámbito de la Promoción y Comunicación, pero se recogerá en el apartado de Acciones Transversales.

Dinamización

Se proponen cuatro acciones de dinamización turística:

<i>Código Acción</i>	A_17	<i>Tipo de Acción</i>	Dinamización
Celebrar un Festival de Arte Urbano en Bajamar			
<i>Descripción y justificación</i>	A lo largo de los talleres se recogieron numerosas demandas de mejora y embellecimiento de los espacios urbanos en las distintas localidades. La satisfacción de estas demandas va mucho más allá de las competencias y responsabilidades municipales en materia turística. Sin embargo, entre estas propuestas se planteó una que sí servía de forma mucho más clara a los objetivos del Plan: la realización de un Festival de Arte Urbano.		

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 65/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

	<p>La propuesta parte de la presencia en la zona, desde hace décadas, de una comunidad relativamente numerosa de creadores y artistas locales y foráneos en el campo de las artes visuales (pintura, fotografía, escultura, instalaciones, graffiti). Por otra parte, se detecta una percepción negativa de los entornos urbanos de la zona especialmente focalizada en Bajamar, cuya imagen algunos turistas y vecinos no dudan en tildar de 'cutre' o 'decadente'. No debe olvidarse que, tal y como se apunta en el diagnóstico, esta localidad concentra más de la mitad de las plazas de viviendas vacacionales de la Comarca.</p> <p>La acción consiste en la realización, fuera de la temporada estival, de un Festival de Arte Urbano bianual en el que artistas locales o foráneos planteen y lleven a cabo acciones de embellecimiento urbano de la zona: murales, instalaciones, remodelación de espacios, etc. El evento tendría una duración de varios días y podría ir acompañado de otras manifestaciones de <i>arte en la calle</i>: espectáculos musicales, de teatro y danza, actividades gastronómicas y talleres sobre la mejora del entorno urbano y natural de la zona. Contaría con actividades previas (convocatoria, selección de propuestas, trabajos previos) y posteriores al evento (visitas a las obras instaladas, exposición permanente) que mejorarían el flujo de visitantes a la zona.</p> <p>La consolidación de la iniciativa y su extensión a otras localidades de la Comarca, aparte de su impacto en la calidad visual del entorno urbano, podrían resultar decisivas para apuntalar la imagen de sostenibilidad del destino.</p>
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P14
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Cultura, Turismo

<i>Código Acción</i>	A_18	<i>Tipo de Acción</i>	Dinamización
Elaborar un Plan de Restauración y Gastronomía Local			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>En el apartado de Productos estratégicos ya se justificó la importancia turística de la gastronomía y la restauración, tanto por tratarse de un consumo casi obligado para los turistas que tiene un peso creciente en su experiencia turística, como por sus posibilidades para reforzar la tematización cultural de las visitas a la Comarca e impulsar la producción agrícola local.</p> <p>Todos estos aspectos fueron planteados en los talleres participativos, en los que se demandó una mayor promoción de la oferta gastronómica local y acciones en pro de su mejora cualitativa, particularmente a través de la incorporación de productos y recetas locales.</p> <p>Durante el periodo de elaboración de este Plan y al tiempo que se recogían estas demandas, el Ayuntamiento ha puesto en marcha distintas iniciativas para impulsar este sector: Rutas de la Tapa, Acciones formativas sobre productos locales, Food trucks, medidas para paliar los efectos del COVID-19, Plan Estratégico de Comercio (en redacción), etcétera.</p>		

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 66/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

	La acción propone elaborar un Plan de Restauración y Gastronomía local, en colaboración con el sector y otras entidades, en el que se aborden estas iniciativas de forma integrada, se planteen objetivos compartidos y se identifiquen nuevas acciones para la mejora del sector y la incorporación de prácticas más sostenibles. Dicho plan debe prestar especial atención a la clientela dual -locales y foráneos- que atienden estos establecimientos, fomentando iniciativas que concilien sus expectativas y activen los efectos de arrastre que puede tener esta actividad.
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P17
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Comercio, Turismo, Desarrollo Rural

<i>Código Acción</i>	A_19	<i>Tipo de Acción</i>	Dinamización
Establecer mercadillos de forma periódica y regular en las localidades de la Comarca			
<i>Descripción y justificación</i>	y	La instalación, esporádica o regular, de mercadillos de diversa índole (artesanía, alimentación, textil, etc) en las áreas turísticas es una acción de dinamización de los destinos ampliamente utilizada y con contrastados efectos positivos, cuando se consigue ejecutar con éxito. Se ha recogido la demanda de mercadillos en las localidades de la zona, aunque no orientados hacia el turismo e instalados en zonas de gran afluencia de turistas sino hacia la población local. Existe una iniciativa en desarrollo a este respecto en el marco del Plan Estratégico de Comercio, aún en fase de redacción, por lo que la acción a desarrollar desde el Plan Director de Turismo sería dar apoyo a la iniciativa a través de su difusión por los canales de información y promoción turística.	
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P20		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Comercio, Turismo		

<i>Código Acción</i>	A_20	<i>Tipo de Acción</i>	Dinamización
Apoyo a la celebración y promoción de la feria Artejina			
<i>Descripción y justificación</i>	y	La feria Artejina, que en 2019 celebró su XX edición, es una iniciativa impulsada por Artejina, una asociación de artesanos de la localidad. Se trata de una actividad que contribuye claramente a los objetivos del Plan, al ofrecer una actividad de ocio a los turistas que enriquece su estancia, realizarse fuera de los meses de mayor ocupación estival (en mayo o principios de junio) y servir de impulso al tejido económico de la comarca. Se plantea dar un apoyo decidido a esta iniciativa, suspendida este año debido al Covid-19, para que se pueda volver a celebrar cuanto antes. De igual forma, se plantea la posibilidad de virtualizar la celebración de este año, creando un escaparate virtual en el que se comercialicen los productos de los artesanos que no han podido venderse en esta edición.	

<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P20
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Comercio, Turismo

Formación

Se plantea una única acción en este ámbito. Se detectan carencias relevantes en materia de uso de las TIC entre la oferta, que deberían tener respuesta mediante las oportunas acciones formativas para la Transición Digital del sector. No obstante, se considera que las necesidades concretas y la forma de responder a ellas deben ser identificadas por las Mesas de Producto.

<i>Código Acción</i>	A_21	<i>Tipo de Acción</i>	Dinamización
Impartir cursos de idiomas en para distintos perfiles			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>La competencia en idiomas es esencial para cualquier destino turístico que quiera captar turistas internacionales. En la fase de participación se plantearon críticas a este respecto, demandándose acciones decididas de distinto alcance, desde la educación obligatoria hasta la formación continua de los trabajadores en activo.</p> <p>Se plantea el desarrollo de cursos en la zona para los idiomas más relevantes entre la demanda -alemán, francés, italiano e inglés- para distintos perfiles de alumnado: iniciación o refuerzo, desempleados, profesionales en activo. Los contenidos y niveles variarán para cada perfil, pero los dos últimos adoptarán una perspectiva netamente turística. Estos cursos deberán coordinarse y complementar las acciones formativas ya en marcha en la zona.</p>		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P07		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Desarrollo Local, Turismo		

Acciones transversales

Finalmente, se incluyen aquí cuatro acciones de carácter transversal, que atañen en general a la gobernanza turística, coincidiendo tres de ellas con el despliegue de los distintos Instrumentos del Plan.

<i>Código Acción</i>	A_22	<i>Tipo de Acción</i>	Transversal
Diseñar y ejecutar un Plan de Reorganización de las Oficinas de Información Turística			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>La Comarca cuenta una Oficina de Información Turística en Punta del Hidalgo y tuvo otra en Bajamar que está actualmente cerrada. Su horario de atención al visitante es de lunes a viernes de 9 a 13.30, lo que fue ampliamente criticado en la fase participativa.</p>		

	<p>Si en términos generales el impacto de las nuevas tecnologías en el turismo ha sido considerable, pocos aspectos se han transformado más radicalmente que el acceso a la información turística. El alcance de estos cambios lleva a reconsiderar el papel de estas oficinas como meros proveedores de información a los usuarios que las visitan.</p> <p>No se desdeña con esto el papel que tiene la atención personal y presencial a los turistas que, por distintas circunstancias, recurren a ellas en lugar de a las ingentes cantidades de información accesible en la red. Lo que se quiere apuntar es que esta no puede ser la única función de estos espacios ni la única actividad de su personal.</p> <p>Al hilo de las distintas iniciativas del Plan, se plantea una reorganización de estas oficinas, de forma que incorporen:</p> <ol style="list-style-type: none"> Atención telemática, en directo, en un horario más amplio que el actual. Captación de visitantes voluntarios para participar en encuestas online. Realización de entrevistas en profundidad. Captación de turistas para los programas de fidelización Contacto directo con la oferta de la zona para la distribución de material promocional y la difusión de las iniciativas de promoción y dinamización Espacios de exposición y acceso a contenidos informativos y de interpretación Espacio de trabajo para las actividades de las Mesas de Producto <p>La elaboración del Plan de reorganización puede ser asumida por el Servicio de Turismo, pero se considera oportuno contar con asesoramiento de profesionales en materia de recursos humanos y organizaciones que aborden la reorganización de manera integral (diseño de puestos y perfiles, plan de formación, manuales de procedimientos).</p>
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P62
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo

<i>Código Acción</i>	<i>A_23</i>	<i>Tipo de Acción</i>	Transversal
Constituir el Foro de Turismo			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>Ya se ha detallado y justificado en el apartado de Instrumentos esta iniciativa, que contribuye de forma directa al objetivo de horizontalizar la gobernanza turística.</p> <p>La acción se refiere únicamente a la fase de constitución del Foro, en la que se prevén las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un borrador de Reglamento de funcionamiento del Foro - Consulta a los integrantes potenciales y recogida de propuestas de modificación - Aprobación del Reglamento y constitución formal del Foro por parte del Ayuntamiento. 		

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 69/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

	<ul style="list-style-type: none"> - Organización y celebración del Primer Encuentro Anual del Foro <p>Para ello se considera que puede ser necesario recabar informes jurídicos externos, mientras que las tareas de consulta y organización de los encuentros serían asumidas por el servicio de Turismo, que deberá incorporar estas tareas a su flujo de trabajo.</p>
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P63
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo

<i>Código Acción</i>	A_24	<i>Tipo de Acción</i>	Transversal
Poner en funcionamiento, al menos, tres Mesas de Producto			
<i>Descripción y justificación</i>	<p>Ya se ha detallado y justificado en el apartado de Instrumentos esta iniciativa, que contribuye de forma directa a los objetivos de horizontalizar la gobernanza turística y racionalizar la promoción.</p> <p>La acción se refiere únicamente a la fase de constitución y puesta en marcha de las mesas, para la que se proponen las siguientes tareas, a realizar en 6 meses:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaboración de un manual de procedimientos que regule la actuación de las Mesas - Designación y formación inicial del personal al cargo de cada mesa. - Contactación y captación de los agentes locales que participarán en la mesa. - Actividad 1: Complimentación de las fichas de recursos, empresas y eventos para el Sistema de Información Turística necesarias para la elaboración de la Guía del producto - Actividad 2: Revisión y ampliación del diagnóstico de cada producto. Identificación y priorización de acciones a realizar. - Actividad 3: Diseño y puesta en marcha de la acción priorizada. <p>Se contempla que cada mesa cuente con un técnico a tiempo completo con formación superior en materia de turismo. Se procurará asignar personal del Servicio ya en plantilla. Asimismo, se contará con becarios en formación a tiempo parcial para apoyar las distintas actividades.</p> <p>En las condiciones actuales, se considera factible implementar las siguientes mesas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mesa de Turismo de Surf • Mesa de Turismo de Naturaleza Activa (a dividir, si se alcanza suficiente masa crítica, en Turismo Activo en la Naturaleza e Interpretación de la Naturaleza) • Mesa de Turismo Cultural de Proximidad. 		
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P63		

<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo
-----------------------------------	---------

<i>Código Acción</i>	A_25	<i>Tipo de Acción</i>	Transversal
Implementar el Sistema de Información Turística			
<i>Descripción y justificación</i>	y	<p>Ya se ha detallado y justificado en el apartado de Instrumentos esta iniciativa, que contribuye de forma directa al objetivo de racionalizar la promoción.</p> <p>La acción se refiere a la primera fase de implementación del SIT, en la que se prevén las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la infraestructura actual de datos y aplicaciones. Propuesta de integración y estándares. - Desarrollo de la base de datos de recursos, empresas y eventos turísticos. Incorporación de registros ya existentes. - Desarrollo de la aplicación que conecte la base de datos de recursos con el sistema de contenidos del canal promocional y que permita generar automáticamente las Guías de producto. - Puesta en marcha de la Encuesta Continua a los Visitantes del municipio, a realizar durante todo el año, de forma presencial u online. - Realización de informes periódicos de seguimiento de la actividad en los canales promocionales y su impacto en el posicionamiento online del destino turístico. <p>La ejecución de la acción puede seguir distintas vías alternativas de coste muy diferente, dependiendo del parque de aplicaciones actual del Servicio de Turismo, la capacitación tecnológica de su personal, las iniciativas en marcha para la reestructuración de la página web u otros canales promocionales y las acciones transversales en materia de informatización que desarrolle el Ayuntamiento. Se recomienda el recurso a empresas o profesionales de servicios informáticos con experiencia en el tema para la elaboración de un proyecto inicial de implementación, que permita iniciar las acciones y concrete las alternativas tecnológicas a medio plazo y su coste.</p>	
<i>Demanda(s) a la(s) que responde</i>	P65		
<i>Servicio(s) responsable(s)</i>	Turismo		

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 71/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

Conclusión

El Plan Director de Turismo de la Comarca del Nordeste plantea un modelo turístico que, en su propuesta temática básica, da continuidad a la propuesta turística que ya planteaban planes anteriores: experiencias de relax en un entorno tranquilo, seguro y natural, desde el que se realizan distintas actividades más o menos intensas en estrecha relación con los recursos y paisajes naturales circundantes. El objetivo principal del Plan es que estas experiencias transcurran mayormente en los espacios de la Comarca y tengan a sus variados recursos como foco, de forma que el tejido económico local pueda captar un mayor volumen del gasto que generan las actividades lúdicas, deportivas o recreativas que llevan a cabo los visitantes.

Es una apuesta por captar turistas que contraten en origen o en destino servicios complementarios a los componentes básicos del viaje, que pasa por impulsar un conjunto de productos estratégicos (actividades, recursos, empresas) que activen las *sinergias* con aquel tejido productivo local, turístico o no, que contribuye en mayor medida a la creación de empleo, a la calidad de vida local y a la imagen de la Comarca como destino sostenible y diferenciado de la oferta turística convencional de la isla.

El Plan pretende reorientar o dirigir el turismo en la Comarca, asumiendo que se trata una necesidad urgente pero compleja. La información recogida en el diagnóstico describe una zona económicamente deprimida dentro del municipio, con problemas de envejecimiento y baja cualificación. La limitada capacidad de arrastre del turismo que se recibe hoy por hoy, unido a otros problemas relevantes como el abandono de las actividades agrícolas, hacen que la zona corra el riesgo de convertirse progresivamente en una zona dormitorio, sin actividad en el territorio, pero con problemas relevantes de conexión (congestión en la TF-13 y en la TF-5) tanto para los residentes como para las empresas de la comarca. A esto se une un poblamiento relativamente disperso (Valle Guerra y Tejina) o concentrado de escasa entidad (Bajamar, Punta del Hidalgo) que conlleva una escala insuficiente para distintos servicios públicos (salud, educación) o privados (banca, comercio).

En este ámbito, las múltiples demandas planteadas por vecinos y empresarios de una mejora en las infraestructuras, equipamientos, servicios y apariencia de los espacios, urbanos o no, de la zona tienen todo el sentido desde una perspectiva turística: un espacio seguro, cómodo, agradable y sostenible para sus residentes ganará indudablemente atractivo para los turistas. Sin embargo, darles respuesta está completamente fuera del alcance de las competencias turísticas municipales, requieren un compromiso mucho más amplio por parte de las distintas instituciones.

Para impulsar las actividades complementarias, se cuenta con una gran cantidad de recursos turísticos para temáticas muy variadas, pero no se cuenta con medios para activar, promocionar y dinamizarlos a todos. Es por ello que se propone un conjunto reducido de productos estratégicos, que permitan racionalizar y optimizar los esfuerzos públicos y privados que el Plan pretende movilizar. Se trata de conjuntos relativamente homogéneos de recursos, actividades y empresas que cuentan con una demanda potencial relevante, para los que ya hay cierto tejido empresarial local activo y en los que la satisfacción de las experiencias turísticas puede impulsar, al mismo tiempo, el ocio y la calidad de vida de la ciudadanía. Se busca activar un círculo virtuoso por el que se impulsen actividades turísticas que contribuyan a la sostenibilidad social,

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 72/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



económica y ambiental de la zona, de forma que esto revierta en la imagen del destino, mejorando su atractivo para unos turistas que cada vez dan más importancia a esta cuestión. Estos productos son el Turismo Cultural de proximidad, el Turismo de Naturaleza Activa, el Turismo de Surf y el Turismo de Bienestar y Salud. Para cada uno de ellos, el Plan contempla acciones de distinta índole, orientadas a articular la propuesta, optimizar las actividades promocionales y activar redes de cooperación entre empresas y administraciones.

La aportación fundamental del Plan va más allá de esta propuesta de productos y actuaciones concretas, que puede verse condicionada por multitud de factores internos y externos. El Plan plantea una transformación radical en la forma en que se conciben estos productos y actuaciones, incorporando a la forma de gestionar el destino instrumentos y dinámicas de trabajo más horizontales, abiertas y flexibles.

Se dispone la creación de Mesas para cada producto estratégico, de forma que la oferta relacionada y la ciudadanía interesada cuenten con recursos técnicos y humanos para articular el producto, identificar acciones que lo mejoren cualitativamente y llevar a cabo actividades coordinadas para su promoción y comercialización. A un nivel más amplio, se propone la puesta en marcha de un Foro del Turismo que evalúe el Plan, plantee nuevos objetivos y elabore consensos que orienten a medio y largo plazo la política turística municipal.

Esta apuesta por horizontalizar la gobernanza turística marca el reto más importante para el éxito del Plan: conseguir la participación de las empresas y ciudadanos en estos órganos de consulta y gestión. Por muchas inversiones que se realicen en obras y campañas promocionales, será imposible alcanzar el modelo de turismo deseado por todos si los alojamientos no colaboran con la oferta complementaria, si esta no participa en las acciones de dinamización o si la población no cuida los equipamientos y el entorno. Más allá de las limitadas competencias, las escasez de recursos económicos o las incertidumbres derivadas de la pandemia, el principal bloqueo al que se enfrenta el Plan es la falta de ilusión que han generado décadas de demandas desatendidas, políticas erráticas y acciones poco consensuadas.

El Plan recoge un total de 26 acciones, que pueden implementarse en un periodo temporal de dos a tres años y de las que se esperan efectos apreciables en los indicadores cualitativos y cuantitativos del turismo de la Comarca. Sin embargo, buena parte de su éxito dependerá del trabajo que comienza ahora, sumando apoyos, movilizandolos recursos y despertando la ilusión de los profesionales y la ciudadanía de la zona. La situación en que se encuentra la actividad turística por el Covid-19 no es la más deseable para comenzar esta tarea y ya ha incidido en el Plan, obligando a reservar las acciones más ambiciosas para cuando pase este paréntesis. Pero también hace más necesarias que nunca las respuestas colectivas que impulsa este plan, para poder aprovechar las oportunidades que se presenten a medida que remita la alerta sanitaria.

La Laguna, 30 de julio de 2020

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 73/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



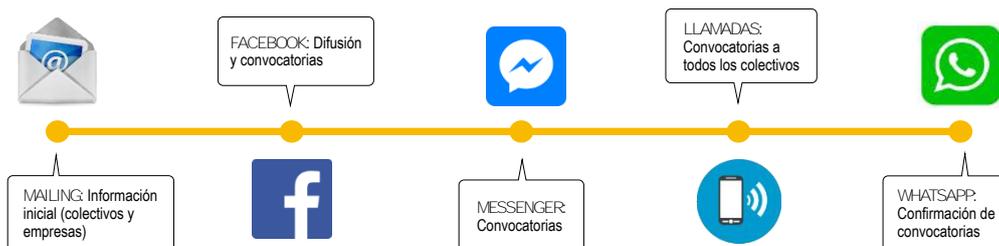
ANEXOS

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 74/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	

DATOS DE DIFUSIÓN Y CONVOCATORIAS

Actividades de participación ciudadana para la elaboración del Plan Director del Turismo de la Comarca del Nordeste

TALLERES PARTICIPATIVOS CON LA CIUDADANÍA



MAILING	FACEBOOK			MESSENGER	LLAMADAS	WHATSAPP
	PROPIAS	COMPARTIDAS	GRUPOS en los que se comparten			
120	15	5	5 - 6	49	118	12

TALLERES PARTICIPATIVOS CON LAS EMPRESAS



MAILING	FACEBOOK		MESSENGER	LLAMADAS	WHATSAPP
	PUBLICACIONES	GRUPOS en los que se comparten			
99	4	6	47	36	10

DOCUMENTACIÓN GRÁFICA

Imágenes de las actividades de participación ciudadana para la elaboración del Plan Director del Turismo de la Comarca del Nordeste



Foto 1 Taller participativo con la ciudadanía en Valle Guerra



Foto 2 Demandas recogidas en el Taller de Valle Guerra

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 76/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03





Foto 3 Taller participativo con la ciudadanía en Tejina



Foto 4 Demandas recogidas en el Taller de Tejina

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 77/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03





Foto 5 Taller participativo con la ciudadanía en Bajamar



Foto 6 Demandas recogidas en el Taller de Bajamar

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 78/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03





Foto 7 Taller participativo con la ciudadanía en Punta del Hidalgo

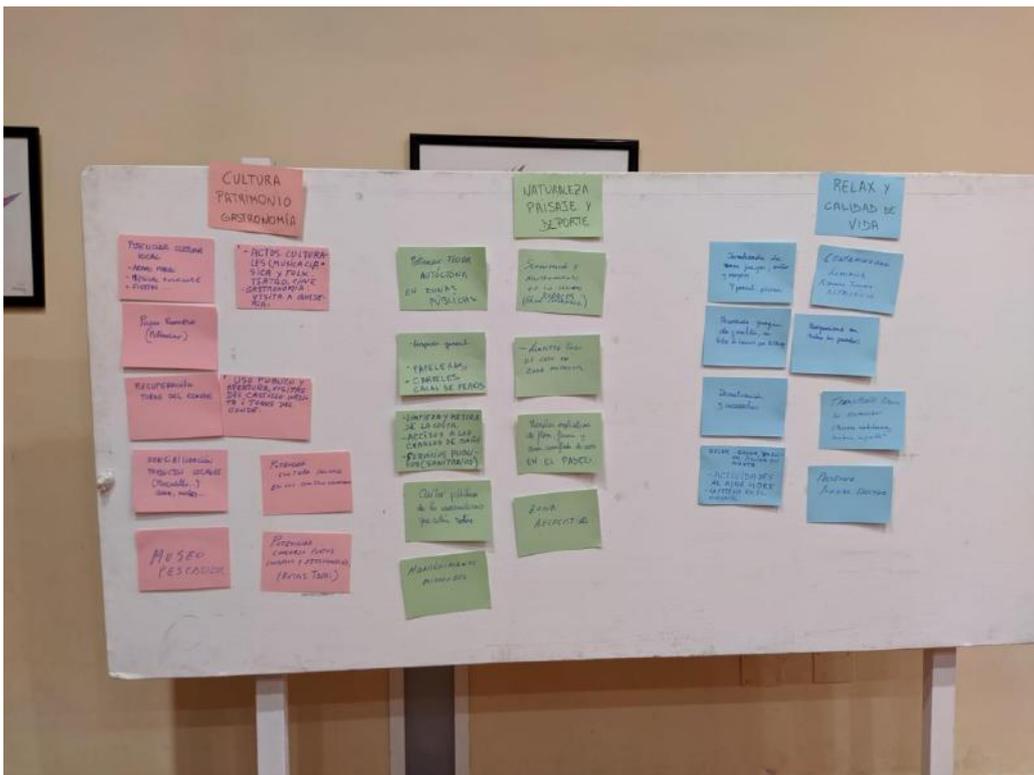


Foto 8 Demandas recogidas en Punta del Hidalgo

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 79/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



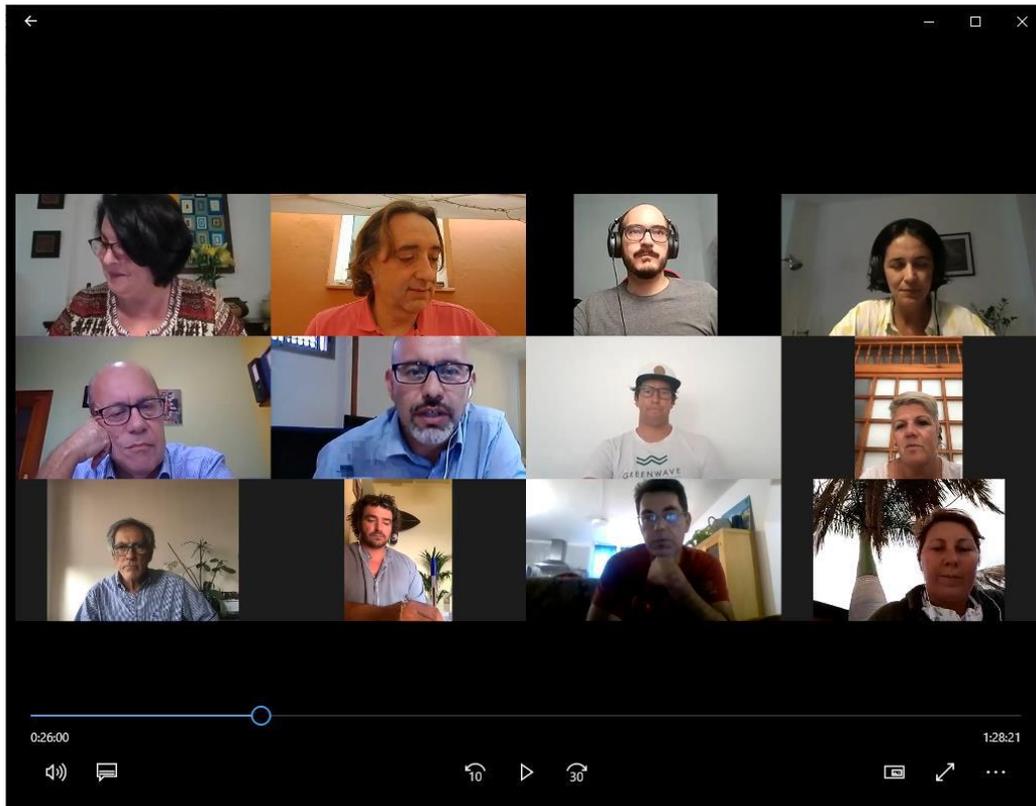


Foto 9 Taller participativo con los empresarios/

- Primer museo de Canarias y segundo de España de Surf
- Problema con el acceso a la costa debido a desprendimientos
- Problemática fundamental, estudio en profundidad y soluciones a los desprendimientos
- Protección de las festividades y vincular las tradiciones a la gastronomía de kilómetro 0
- Guía de casas rurales emblemáticas. Promover los servicios de negocios que se ofrecen en la comarca
- Centro de información turística de la punta, horario poco adaptado a la actividad turística
- Inventariar mejor el patrimonio de la comarca

CULTURA PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA

- Aprovechar mejor el patrimonio cultural recogido relacionado con el SURF (mayor colección de Europa)
- Potenciar rutas gastronómicas temáticas. Colaboración municipal.
- Apoyar al comercio, formar al comercio local.
- Baremo de escala de servicio, qué aportamos, qué falta (servicios)
- Acotar la zona donde no se puede acceder y una exención de responsabilidad al Ayuntamiento y posibilidad de contratar servicios de socorrismo
- Creación de bolsas de aparcamiento para facilitar la cercanía al recurso litoral
- Dar más visibilidad al surf
- Poner en valor la agricultura como nicho generador de empleo y con muchas sinergias

- NATURALEZA, PAISAJE Y DEPORTE**
- Participación de otras administraciones públicas en los procesos participativos
 - Colocar cartelería sobre el potencial del Deporte en la comarca en el aeropuerto de los Rodeos
 - Cartel de bienvenida a la entrada de cada localidad
 - Introducir artículos en las revistas disponibles en el avión
 - Vídeo promocional de la costa, la pesca, el surf
 - Es fundamental solucionar el acceso
 - Carteles informativos con las "leyes no escritas"/normas cívicas del surf
 - Referencia de playas del norte de la península y costa Francesa
 - Participación del área de Desarrollo Rural dada la importancia en materia agrícola de la comarca

- RELAX Y CALIDAD DE VIDA**
- Turismo de salud, cubrir las necesidades de este tipo de turista
 - Potenciar la zona de San Juanito/Charco de la Arena en Punta del Hidalgo
 - Colaboración de las administraciones públicas en las estructuras de cooperación entre empresas de la comarca
 - Dar más relevancia al sector de restauración
 - Principio de equidad para las terrazas
 - Adaptar el destino a lo que los turistas esperan encontrar (viviendas vacacionales, calidad, etc.)
 - Toma de medidas estructurales, generales, que vayan más allá de lo inmediato
 - Fiestas como motor económico importante que urge mantener

Foto 10 Demandas planteadas en el taller participativo con el empresariado

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 80/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



SÍNTESIS DE LAS DEMANDAS PLANTEADAS

Demandas planteadas por la ciudadanía. En algunos casos se han incorporado demandas que sintetizan varias planteadas en distintos talleres

ÁMBITO	ID	DEMANDA	TIPO DE ACCIÓN REQUERIDA
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	P01	Recuperación del Casco histórico de Bajamar	Infraestructuras e inversiones
TRANSVERSAL	P02	Sendero de la Costa (de Los Troches al Roquillo)	Infraestructuras e inversiones
TRANSVERSAL	P03	Mejora de la calidad de la señal de Internet en la Comarca (fibra óptica y red móvil).	Infraestructuras e inversiones
TRANSVERSAL	P04	Transporte público: Acondicionamiento de las paradas de guaguas (050, 051, 105).	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P05	Clarificación del estatus legal de la Vivienda Vacacional y plan de apoyo a su regularización	Normativa y regulación
TRANSVERSAL	P06	La declaración de Zona turística supone una imitación para el desarrollo de alojamiento no convencional (albergues, bed & breakfast, Vivienda vacacional compartida...)	Normativa y regulación
TRANSVERSAL	P07	Mejora en la formación en idiomas: cursos de formación, sistema educativo	Formación
TRANSVERSAL	P08	Necesidad de formación en asistencia domiciliaria.	Formación
TRANSVERSAL	P09	Transporte público: Ajustes y cambios en la frecuencia de las líneas de guagua.	Servicios Públicos
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	P10	Red de espacios de memoria en cada localidad: historia oral, recuperación de material gráfico y piezas de los vecinos, exposición, recuperación de edificios y lugares, rutas, demostraciones de deportes autóctonos, elaboración artesanal, enfoque no idealizante (dark tourism) [Síntesis de varias aportaciones]	Infraestructuras e inversiones
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	P11	Acondicionamiento del mirador de La Tejinetilla	Infraestructuras e inversiones

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 81/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P12	Promoción de fiestas locales, más allá de las principales: finados en Tejina, Librea y romería en Valle Guerra,	Promoción y comunicación
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P13	Propuesta de ruta en Valle Guerra: Casa de Carta, Espectáculo de Lucha Canaria, Visita a explotaciones agrarias (plátano y ornamentales), Comida en el pueblo	Promoción y comunicación
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P14	Actuaciones de embellecimiento urbano mediante artistas locales (graffittis, instalaciones...), Festival de Arte Urbano en Bajamar	Dinamización
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P15	Identificación de explotaciones agrícolas y ganaderas con potencial para el agroturismo: Finca ICIA, Quesería de La Punta, Alquiler de huertos, ...	Promoción y comunicación
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P16	Ruta del gofio y el queso: microproducto que incorpora explotaciones agrarias, molinos (Tejina), centro de interpretación y restauración (espectáculos)	Promoción y comunicación
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P17	Plan de restauración y gastronomía local (Rutas de la tapa, Guía de establecimientos, Plan de promoción, Sello Km0, Acciones formativas, ...) [Síntesis]	Dinamización
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P18	Uso recreativo y cultural de los espacios en la plaza de Valle Guerra	Normativa y regulación
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P19	Circuito de actuaciones musicales	Dinamización
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P20	Promover mercadillos en la comarca	Dinamización
CULTURA, PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA	Y P21	Apoyar a la Feria de Artesanía ARTEJINA	Dinamización

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 82/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



CULTURA, PATRIMONIO GASTRONOMÍA	Y	P22	Concurso de arreglos florales y jardinería (oportunidad para desestacionalizar e impulsar el sector de agricultura ornamental)	Dinamización
RELAX Y CALIDAD DE VIDA		P23	Festival de Invierno (gastronomía, naturaleza, espectáculos,...)	Dinamización
CULTURA, PATRIMONIO GASTRONOMÍA	Y	P24	Incorporación de usos culturales al espacio de la cafetería de las Piscinas de Bajamar (Museo del Surf)	Servicios Públicos
NATURALEZA DEPORTES	Y	P25	Desarrollo de variantes a los senderos de Anaga a Bajamar y Punta del Hidalgo	Infraestructuras e inversiones
NATURALEZA DEPORTES	Y	P26	Sendero Rural La Laguna - Valle Guerra (Caminos Reales)	Infraestructuras e inversiones
NATURALEZA DEPORTES	Y	P27	Estudio de usos y conflictos entre actividades y entre estas y la conservación del medio	Normativa y regulación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P28	Revisión de los planes de contingencia para riesgos y accidentes	Normativa y regulación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P29	Guía de recursos, oferta y actividades en la Naturaleza	Promoción y comunicación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P30	Identificación de nuevos recursos: vías de escalada, circuitos, puntos de despegue y aterrizaje	Promoción y comunicación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P31	Acogida de competiciones o encuentros regionales o nacionales de deportes al aire libre	Dinamización
NATURALEZA DEPORTES	Y	P32	Conexión de los circuitos y recursos de turismo activo con el sistema de movilidad municipal	Infraestructuras e inversiones
NATURALEZA DEPORTES	Y	P33	Señalización de hitos naturales y lugares de avistamiento	Infraestructuras e inversiones
NATURALEZA DEPORTES	Y	P34	Guía de recursos, oferta y actividades de interpretación de la Naturaleza	Promoción y comunicación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P35	Campaña de concienciación sobre la biodiversidad de la Comarca	Promoción y comunicación

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolalaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C	
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



NATURALEZA DEPORTES	Y	P36	Recursos frágiles: concertación público-privada en torno a prácticas sostenibles de uso turístico de los espacios naturales	Gobernanza
NATURALEZA DEPORTES	Y	P37	Museo del surf	Infraestructuras e inversiones
NATURALEZA DEPORTES	Y	P38	Infraestructuras de acceso y servicios de socorrismo para zonas de dificultad moderada	Infraestructuras e inversiones
TRANSVERSAL		P39	Playa del Arenal: Consolidación de la ladera, medidas de seguridad, habilitación de accesos por tierra y mar.	Infraestructuras e inversiones
NATURALEZA DEPORTES	Y	P40	Plan de acción para modalidades de dificultad alta (grandes olas): permisos, seguros, servicios	Normativa y regulación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P41	Guía de recursos, oferta y actividades de Surf	Promoción y comunicación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P42	Realización de videos promocionales e informativos con surfers locales	Promoción y comunicación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P43	Presencia en congresos y foros de turismo de surf	Promoción y comunicación
NATURALEZA DEPORTES	Y	P44	Sede de competiciones y encuentros regionales, nacionales, internacionales	Dinamización
RELAX Y CALIDAD DE VIDA		P45	Cambio en las condiciones de servicio del camping de Punta del Hidalgo: captación del <i>turismo de autocaravanas y campistas</i> , apertura todo el año, área de servicio para campistas y visitantes [Síntesis]	Servicios Públicos
RELAX Y CALIDAD DE VIDA		P46	Acondicionamiento (señalización, habilitación de accesos, aparcamientos) del Paseo de la Costa en Punta del Hidalgo.	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA		P47	Mirador en la Avda. del Sol	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA		P48	Mejora del Pavimento en la piscina de Jóver	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA		P49	Sendero de acceso peatonal a Jover por el Barranco de las Cuevas	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA		P50	Vías peatonales entre los núcleos (Tramo Bajamar-Tejina-Valle Guerra) y de estos últimos con el litoral (Jóver, La Barranquera) [Síntesis]	Infraestructuras e inversiones

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 84/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P51	Mejora de los accesos y entorno de la Barranquera (habilitar piscina natural)	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P52	Acondicionamiento y limpieza de arcenes, cunetas, rotondas y jardines de todo el viario de la Comarca. Uso de especies autóctonas, erradicación de especies invasoras. [Síntesis]	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P53	Recuperación de fachadas y embellecimiento del entorno urbano (mobiliario urbano, ajardinamientos) de Tejina	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P54	Carril-bici en la TF-13 y la TF-16, acondicionamiento de arcenes y vías de peatones	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P55	Zonas de aparcamiento en Punta del Hidalgo, Bajamar y Tejina	Infraestructuras e inversiones
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P56	Regulación del uso del paseo de la costa en Punta del Hidalgo.	Normativa y regulación
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P57	Recuperación del uso público del Charco de la Arena	Normativa y regulación
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P58	Guía de recursos, oferta y actividades en bienestar y salud	Promoción y comunicación
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P59	Mejoras en el mantenimiento, limpieza y seguridad en las zonas de baño y de paseo.	Servicios Públicos
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P60	Mejorar la limpieza y condiciones de los servicios de las piscinas de Bajamar	Servicios Públicos
RELAX Y CALIDAD DE VIDA	P61	Mejoras del servicio de salud de la comarca (consultorios, consulta itinerante, atención al perfil internacional, ...)	Servicios Públicos
TRANSVERSAL	P62	Extender el horario de apertura y mejorar las funciones de los centros de información turística	Servicios Públicos
TRANSVERSAL	P63	Apuesta política clara y duradera para impulsar la economía de la zona, en la que el turismo contribuya a la calidad de vida y la sostenibilidad [Síntesis]	Gobernanza
TRANSVERSAL	P64	Mayor coordinación y cooperación entre empresas y entre estas y el Ayuntamiento para el desarrollo de acciones de mejora y promoción del destino [Síntesis]	Gobernanza
TRANSVERSAL	P65	Mejorar la información a los turistas y la población sobre las actividades y recursos turísticos de la zona [Síntesis]	Promoción y comunicación

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 85/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	21-07-2022 09:52:03



Anexo II. Relación de la información aportada en soporte electrónico

Carpeta “1-Inventario de Recursos”

- **Subcarpeta “Mapas_RecursosTurísticos”**: contiene las imágenes en formato PNG extraídas del Sistema de Información Geográfica referentes a los Recursos Turísticos identificados en las diferentes localidades de la Comarca Nordeste.
- **Archivo “PDTComarcaNordeste_InventarioValoración_RecursosTurísticos”**: Hoja de Cálculo de Excel que contiene el inventariado y la valoración de los Recursos Turísticos de la Comarca Nordeste.

Carpeta “2-Demografía y Renta”

- **Subcarpeta “Mapas_Renta”**: contiene las imágenes en formato PNG extraídas del Sistema de Información Geográfica referentes a la Renta Media por Persona por sección censal de 2017.
- **Subcarpeta “Población Mayor de 60”**: contiene las Hojas de Cálculo de Excel con datos y gráficos sobre la población mayor de 60 años en las diferentes localidades de la Comarca Nordeste.
- **Archivo “PDTComarcaNordeste_PiramidesPoblacion_Localidades”**: Hoja de Cálculo de Excel con las pirámides de población de las localidades de la Comarca Nordeste para los años 2000, 2005, 2010, 2015 y 2019.
- **Archivo “PDTComarcaNordeste_RentaMedia_SecCensales”**: Hoja de Cálculo de Excel con datos de Renta Media por persona para cada Sección Censal del Municipio.

Carpeta “3-Comercios”

- **Subcarpeta “Mapas_Comercios”**: contiene las imágenes en formato PNG extraídas del Sistema de Información Geográfica referentes a la geolocalización de los datos sobre comercios en la Comarca Nordeste.
- **Archivo “PDTComarcaNordeste_Comercios_Tipo_Localidades”**: Hoja de Cálculo de Excel con los datos de Comercios con columna añadida haciendo referencia a la localidad.

Carpeta “4-Vivienda Vacacional”

- **Subcarpeta “Mapas_ViviendaVacacional”**: contiene las imágenes en formato PNG extraídas del Sistema de Información Geográfica referentes a la geolocalización de los datos sobre Vivienda Vacacional en la Comarca Nordeste.
- **Archivo “PDTComarcaNordeste_ViviendasVacacionales”**: Hoja de Cálculo de Excel que contiene los datos de Vivienda Vacacional y los cálculos de las variables utilizadas para el análisis.

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 86/91 -	

Carpeta “5-Archivos de Trabajo de Mapas”

- **Subcarpeta: “Geoloc_RecursosTurísticos_Google Earth”:** contiene los archivos de Google Earth con la geolocalización de los Recursos Turísticos de cada localidad de la Comarca Nordeste, así como de los recursos por temáticas.
- **Subcarpeta “SIG”:** contiene los archivos y documentos de trabajo (*shapefiles, layers, gbd's, outputs, etc.*) generados a través del proceso de utilización del software de SIG.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C				
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 87/91 -	Fecha de emisión de esta copia:	

Anexo III. Relación de recursos etnográficos y arqueológicos de la Comarca.

El siguiente listado ha sido elaborado desde el área de Patrimonio Histórico del Ayuntamiento, en informe con fecha de 18 de febrero de 2021. Se incluye literalmente el contenido del informe relativo a los recursos:

A- En relación con el epígrafe dedicado al Inventario de Recursos Turísticos, de un total de 71 recursos distribuidos por las distintas localidades de la Comarca (Valle de Guerra, Tejina, Bajamar y Punta del Hidalgo), se enuncian 26 como susceptibles de valoración desde el punto de vista patrimonial: 19 del ámbito Patrimonial/Cultural, 3 del ámbito Arqueológico/Naturaleza y 4 del ámbito Senderismo. A saber:

PATRIMONIO HISTÓRICO.

1. MHA Casa de Carta
2. Iglesia de Nuestra Señora del Rosario
3. Librea y Romería de Valle Guerra
4. Ermita de San Roque de Valle de Guerra
5. Lucha Canaria en Valle Guerra
6. Romería de San Isidro de Valle de Guerra
7. Iglesia de San Bartolomé de Tejina
8. Corazones de Tejina
9. Iglesia del Pico Bermejo
10. Teatro Unión de Tejina
11. Reyes Magos en Tejina
12. Molinos de Gofio en Tejina
13. Ermita del Gran Poder de Dios de Bajamar
14. Puente Barranco de San Juan
15. Ermita de San Juan
16. Iglesia de San Mateo Punta del Hidalgo.
17. Faro de Punta del Hidalgo
18. Torre de Doña Inés Peraza de Ayala (réplica de Torre del conde de La Gomera)
19. Ermita de San Juanito
20. Caminos Reales en Valle Guerra
21. Sendero Jover-La Barranquera
22. Sendero Bajamar - Punta del Hidalgo
23. Sendero Cruz del Carmen – Bajamar
24. Cuevas de El Calabazo de Valle de Guerra.
25. Yacimiento de la Duna Fósil de La Mancha de La Laja
26. Cazoletas Guanches en el Pico Bermejo

Se trata de hitos patrimoniales reconocidos por la comunidad residente en las cuatro localidades objeto de estudio, pero que no se revalorizan lo suficiente, ni se gestionan transversalmente por la administración municipal, ni por iniciativa privada (con la única salvedad de la Casa de Carta, como Museo de Historia y Antropología de Tenerife, por el Cabildo Insular de Tenerife). Son recursos patrimoniales tangibles (22) e intangibles (4), con una función social puntual, y/o escasamente utilizados en el tiempo (Librea y Romería de Valle de Guerra, Lucha Canaria en

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolalaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 88/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	

Valle de Guerra, Romería de San Isidro de Valle de Guerra y Corazones de Tejina), lo que no contribuye a mejorar la situación económica, social y ambiental de la comarca por si solos.

De la relación que antecede se detectan importantes ausencias de otros recursos de importancia etnográfica y arqueológica, que relacionamos a continuación:

PUNTA DEL HIDALGO:

- Lugares relacionados con actividad hidráulica. Pozo de las Fajanas (ficha 20 de IPHI y ET001 del IAE); Estanque (ET003); Canal El Peladero (ET014); Lavadero del Tanque (ET015), Estanque Camino los Tabaibales (ET016), la Máquina de Aguadulce (ficha 23 del IPHIA).
- Inmuebles de interés patrimonial. La Percuna (ET002); Casas referenciadas con las signaturas ET004, ET007, ET009; Almacenes de empaquetado/Finca el Millo (ET05); la Casa Sabanda (ET010), Casa La Barca (ET011), Torre de los Peraza de Ayala (ET012), Casa El Homicián (ET018). Así como otros recogidos en el Catálogo de edificaciones protegidas, inserto en el documento del Plan General del municipio.
- Cortavientos (ET017)
- Devocionales. Calvario (ET006), Capilla de la Hoya de la Virgen del Carmen (ET008)
- Sitios de interés arqueológico. Cuevas del Rey o de Zebenzui (AR070); Tagoro (ET013 y AR071); Estación rupestre La Pedrera (AR082); Estación cazoletas y canales Los Dos Hermanos (AR083).

BAJAMAR:

- Lugares relacionados con la extracción de áridos. Canteras en el Barranco de San Juan (ET019); Canteras de los Zamorano (ET025)
- Lugares relacionados con actividad hidráulica. Tanquilla en la Finca Los Ascanio (ET021); Estanque de los Zamoranos (ET025); Charcas Porlier (ET028); Tomadero del Barranco Perdomo (ET031); Charco El Riego 1 y 2 (ET035, ET036)
- Inmuebles de interés patrimonial. Casa los Ascanio (ET024); Casas en el Barranco Perdomo (ET026); Salones de empaquetado (ET033), Casas referenciadas con las signaturas ET034, ET037, ET039 y ET040; La Fonda (ET038). Así como otros recogidos en el Catálogo de edificaciones protegidas, inserto en el documento del Plan General del municipio.
- Caminos y senderos. Instalaciones viarias. Camino de la Goleta-Perdomo (ET029); Puente sobre el Barranco de San Juan (ET030); Puente del Barranco Perdomo (ET032)
- Sitios de interés arqueológico. Cuevas en el Barranco Perdomo (AR072, AR073); Cueva de Las Goteras (AR074)

TEJINA:

- Lugares de extracción de áridos. Canteras –y estanque- de Polier (ET027, Mesa de Tejina); Cantera de Arena de Milán (ET054, Caleta de Milán)
- Lugares relacionados con la actividad hidráulica. Cubo de Agua (ET041, El Puente); Depósito de la Avda. de Milán (ET043, desde el Camino El Cardón); Estanque del Barranco Agua de Dios (ET047, Calle La Fuente); Presa el Manisero (ET048), Calle José Rodríguez Amador); Fuente de Tejina (ET049, cerca calle La Fuente); Galería del Barranco de Milán (ET050); Fuente de Milán (ET051, entre vvdas. 106 y 108 de la Avda. Milán); Tapia (presa) (ET052, idem.); Pozo Las Tapias (ficha 19 IPHI, Bco. Las Tapias);

Firmado por: PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C		
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 89/91 -	

- Pozo de las Rosas (ET053); Fuentes de Chavique (ET057, Jover); Fuente del Palomo (ET058, Jover); Estanque El Pico (ET072, cerca Urbanización Las Rías)
- Inmuebles de interés patrimonial. Molino de Gofio Doñana (ficha 6 IPHI, Plz de Cádiz, 2); Molino de Gofio de Raúl (ficha 7 IPHI y ET042 Calle Arriba, 24); Casa (ET044, Avda. Milán); Casas (ET059 y ET060, Pasaje La Espina 7 y 9); Destilerías San Bartolomé de Tejina (ficha 1 IPHI y ET061, Camino de la Costa de Tejina, 66); Casa (ET063, Camino La Cruz); Conjunto habitacional (ET065, Camino Pico Bermejo), Casa (ET066, Camino Pico Bermejo) Conjunto habitacional (ET067, Camino Pico Bermejo) ; Casa (ET068, Camino Pico Bermejo); Casa (ET069, Calle Felipe Castillo). Así como otros recogidos en el Catálogo de edificaciones protegidas, inserto en el documento del Plan General del municipio.
 - Relativo a Sitios de interés Arqueológico. Barranco de las Cuevas (AR048), Cueva Funeraria Punta del Fraile (AR049), Cueva en la Caleta de Méndez (AR050); Múltiples cuevas de habitación en el Barranco de Milán (AR075, AR076, AR077, AR078, AR079) ; Múltiples cuevas en el Barranco de Agua de Dios (AR080, AR081)
 - Lagar (ET045, Avda. Milán)
 - Devocionales. Cruz (ET046, Avda. Milán); Capilla de la Virgen del Carmen (ET056, Jover); Cruz (ET064, Camino de La Cruz)
 - Abrigo de pastoreo (ET055, desembocadura Bco. Milán)
 - Salinas (ET062, por la Finca Las Lucana)

VALLE DE GUERRA:

- Lugares relacionados con la actividad hidráulica. Fuente (ET080, manantial); Pozo del Pino (ficha 18 IPHI, El Calvario); Pozo Pascuales (ficha 21 IPHI, Calle los Pascuales); Pozo La Noria (ficha 22 IPHI, Camino La Barranquera); Pozo Barranco del Horno (ET076, Camino de El Guincho)
- Inmuebles de interés patrimonial. Conjunto habitacional (ET070, en el Camino Real del Boquerón); Finca San Miguel (ET081, Camino Real del Boquerón); Casa de Montemayor (ET082, Camino Viejo del Boquerón); Fincas Los Collazos I y II (ET084 y ET085), Casa (ET086, Camino Solís); Casa (ET087, Calle El Clavel); Conjunto habitacional (ET089, Camino Viejo del Boquerón); Conjunto habitacional (ET090, Camino de los Frailes y Camino Lomo Solís); Casas I y II (ET092 y ET093, Calle El Moral); Antigua Escuela (ET094, Calle El Moral); Panadería La Peregrina (ficha 10 PHI , Calle El Moral , 62); Molino de Gofio de los López (ficha 8 PHI, Calle El Moral, 74); Molino de Gofio de D. Ramón (ficha 9 PHI, Ctra. Valle Guerra a Tejina, 151); Fonda de Chiclana (ET095, Ctra., Valle Guerra-Tejina); Centro Social y Cultural “Némesis” (ET096, Crta. Tejina - Tacoronte); Casa (ET111, Crta. El Boquerón, 60); Almacén de Empaquetado de Plátanos de Catesa (ficha 11 IPHI, Crta. Valle de Guerra a Tejina); Panadería (ficha 24 IPHI, Cmno La Barranquera esquina Cantillo). Así como otros recogidos en el Catálogo de edificaciones protegidas, inserto en el documento del Plan General del municipio.
- Relativo a Sitios de Interés Arqueológico. Cueva en La Caleta (AR051); 4 cuevas de habitación en la Punta de la Barranquera (AR052); 2 cuevas en la Punta del Guincho (AR053); Cuevas en el Barranco del Horno (AR054, AR055); Conjunto de cuervas en el Roquillo y asentamiento (AR056, AR057); Cuevas en Punta del Jurado (AR058, AR059, AR060); Complejo habitacional y sepulcral El Calabazo (AR061); Cueva en el Barranco de las Cuevas (AR062); Cuevas en el Barranco Chamorro (AR063); Estación de canales y cazoletas en Pico Bermejo (AR064), Cazoletas y canales en el Lomo del Cardón (AR065);

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha:	14-07-2022 08:54:00
Nº expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico:	15-07-2022 09:31:08	- 90/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03



Cueva en el Pico Bermejo (AR066); Restos de materiales guanches e históricos en Punta de la Romba (AR067); Cuevas funerarias en la Punta de la Romba (AR068); Cuevas en la Punta de la Baja (AR069)

- Caminos y Senderos. Camino Real El Boquerón (ET088); Callejón de la Iglesia (ET091, a partir del Camino de Los Frailes); Portada Finca Los Pinos (ET097, Camino Viejo del Boquerón); Embarcadero de La Barranquera (ET074)
- Devocionales. Hornacina al Sagrado Corazón de Jesús (ET071); Hornacina Virgen de Candelaria (ET073, Calle Camino La Caleta); Hornacina Virgen del Carmen (ET075, Camino El Guincho)
- Salinas antiguas (ET079, en la Punta de la Romba)

Nota: Información extraída del Inventario Arqueológico y Etnográfico de La Laguna (signaturas referenciadas con AR y ET) de la Gerencia de Urbanismo , y el Inventario del Patrimonio Histórico Industrial de Tenerife (1900-1960)(signaturas IPHI), aportado por el Gobierno de Canarias.

Firmado por:	PEREZ ROJAS LUIS ROBERTO - Jefe/A de Servicio	Fecha: 14-07-2022 08:54:00	
N° expediente administrativo: 2022-042146 Código Seguro de Verificación (CSV): A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C Comprobación CSV: https://sede.aytolaguna.es/publico/documento/A6207414D6FF32C81CCEC6F8614E678C			
Fecha de sellado electrónico: 15-07-2022 09:31:08	- 91/91 -	Fecha de emisión de esta copia: 21-07-2022 09:52:03	