

LA APARICIÓN DEL TURISMO DE CRUCEROS EN DESTINOS MADUROS. LA RECONVERSIÓN DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Ainhoa Amaro García.

Escuela de Arquitectura de la Universidad de Alcalá de Henares, Madrid, España.
ainhoa.amaro.garcia@gmail.com

Beneficiaria de la beca para investigadores canarios: CANARIAS INNOVA 2020. Financiada por el M.I. Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria y La Fundación Universitaria de Las Palmas. (2016).

Doctoranda en el programa de Doctorado en Arquitectura por la Universidad de Alcalá de Henares en colaboración con la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad de Sassari (Italia). Líneas de investigación de arquitectura, urbanismo y turismo. (2015-2018).

Máster Universitario en planificación urbana, especialidad en intervención en la ciudad por la Universidad de Alcalá de Henares, Madrid, España. (2014-2015).

Seminario de proyecto Final de carrera, “Ecobarrio en Le Palmerié”, por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. (2012- 2013).

Arquitecta colaboradora en el Programa POCTEFEX- TAKATOKA II (desplazamiento hasta Tagmoute, Marruecos) Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) e Instituto Tecnológico de Canarias (ITC), Tagmoute, Región de Sous Massa Drâa. (Marruecos) (2012).

Beca *LLP/Erasmus* (Programa universitario de intercambio académico) por la Universidad Politécnica de Turín, Italia. (2011- 2012).

Licenciada en arquitectura por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Canarias, España. (2007-2013).

Resumen: El turismo es uno de los segmentos socioeconómicos con mayor crecimiento en la última década, llegando a aportar más del 31% del P.I.B. en el caso del archipiélago canario. Éste se ha caracterizado siempre por ser un destino maduro basado en el turismo de sol y playa; sin embargo, el municipio de Las Palmas de Gran Canaria -isla de Gran Canaria- busca reposicionarse en el sector, atrayendo nuevas prácticas turísticas y generando una confluencia de dos tipos de turismo de idiosincrasia antagónica; por un lado, el turismo urbano que busca alejarse de la sobreexplotada oferta de sol y playa; y por otro, el turismo de cruceros. En este sentido, el artículo aquí presente analiza la convergencia entre los dos tipos de turismo que se dan cita en la ciudad capitalina y plantea, a través de métodos de análisis cualitativos y cuantitativos, los puntos de oportunidad y de conflicto que tienen o podrían tener sobre la configuración y gestión de la ciudad.

Palabras clave: destino maduro, Las Palmas de Gran Canaria, turismo de cruceros, turismo urbano.

Abstract: Tourism is one of the most important socioeconomic segments with highest growth during last decade, contributing on 31% G.D.P of the Canary Islands. This community has been characterized by being a mature destination based on beach & sun tourism. However, the local government of Las Palmas de Gran Canaria –on the island of Gran Canaria- struggles to get established in the sector as an urban tourism destination, being able to catch new tourism practices and generating a confluence of two opposite types of tourism; on one hand, urban tourism which moves away from beach & sun tourism; on the other hand, cruise tourism. In this sense, this article analyzes the convergence between two types of tourism which take part in the capital city and suggests through quantitative and qualitative analysis methods, the opportunity and conflict points which could impact the configuration and management of the city.

Key words: mature destination, urban tourism, Las Palmas de Gran Canaria, cruise tourism.

1. INTRODUCCIÓN

El crecimiento exponencial del turismo en el archipiélago canario es uno de los fenómenos socioeconómicos más significativos de las últimas décadas, suponiendo casi un 31% del P.I.B. Frente al urbanismo tradicional, centrado en las necesidades de los residentes, el impacto económico del turismo lleva a que los asentamientos turísticamente importantes se gestionen y desarrollen potenciando las aspiraciones de los visitantes, aunque éstos sean sólo de carácter temporal. En este sentido, la convocatoria del “Congreso Internacional: perspectivas y retos de los destinos insulares” invita a reflexionar sobre alguna de las múltiples modificaciones que ha experimentado el archipiélago canario desde principios del siglo XXI, más concretamente sobre los desafíos político-urbano-sociales que arrostra la ciudad capitalina de la isla de Gran Canaria, Las Palmas de Gran Canaria, debido al auge que está teniendo un nuevo tipo de turismo -el de cruceros- en coexistencia con el turismo tradicional.

Las Palmas de Gran Canaria ha experimentado un crecimiento del 300% en los últimos ocho años en la llegada de turismo de cruceros, consolidándose como una de las tres ciudades con mayor crecimiento en la llegada de cruceros a nivel nacional, detrás de Barcelona y Mallorca, octava a nivel europeo y vigésimo primera a nivel mundial, compitiendo de esta manera con destinos tan icónicos como Miami, Grecia o Venecia. Esto, sumado a la reciente tendencia del resto de los visitantes de la isla - nacionales e internacionales - en buscar experiencias únicas y exclusivas, genera nuevos desplazamientos internos de la isla que han terminado transformando muchos aspectos de la configuración y oferta de la ciudad, así como la forma de habitarla.

En los últimos años, los temas estudiados en la industria de cruceros han sido varios, especialmente centrados en: la oferta, experiencia y consolidación en el mercado (Andriotis y Agiomirgianakis, 2010; Dwyer y Forsyth, 1998; Montero, 1996; Murias, 2002; Paniagua, 2005); historia, observación de los procesos de concentración e internacionalización (Hall y Braithwaite, 1990; Capacci, 2000; Esteve, 1998; Lawton y Butler, 1987; OMT, 2003, 2008, 2013; Weaver, 2005; Yepes et al., 2000); el impacto económico y social de los destinos (Butler, 2001; Castejón, 1998; Dwyer et al., 2004; Kester, 2003; Marusic et. al., 2009; Page 2014); y las implicaciones medioambientales de su desarrollo (Johnson, 2002). Sin embargo, la literatura académica respecto a este nuevo segmento turístico es aún muy escasa en el caso del Atlántico, lo que en parte tiene su explicación debido a que su despegue ha sido reciente y su peso en relación a otros destinos resulta incipiente. Pese a ello, a nivel autonómico, es necesario destacar la existencia de las únicas publicaciones que abordan el fenómeno del turismo de cruceros en el archipiélago canario desde un punto de vista meramente socio-económico y de satisfacción del crucerista: (Edei consultores, 2005, 2009, 2012; Hernández et al., 2015).

La comunicación aquí propuesta surge precisamente a raíz de la creciente importancia del turismo de cruceros y la poca investigación que se ha realizado sobre éste. En este sentido, el artículo se propone como continuación del trabajo concluido en julio de 2015 dentro del Máster universitario en Proyecto avanzado de Arquitectura y Ciudad, de la Escuela de Arquitectura de la Universidad de Alcalá de Henares, que planteaba el análisis del impacto del turismo de cruceros en Las Palmas de Gran Canaria. En consonancia con los resultados obtenidos en 2016, durante la primera etapa del programa de Doctorado en Arquitectura, promovidos por esta misma universidad y en colaboración con La Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad de Sassari (Italia).

El objetivo principal de esta comunicación es estudiar la transformación que ha experimentado la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria en la última década debido, principalmente, al manifiesto y creciente fenómeno del turismo de cruceros en la ciudad capitalina, pero también a la consolidación del cambio de conducta de los turistas tradicionales de sol y playa (Richards, 1996). Analizar con una perspectiva urbano- arquitectónica un campo que está estudiado prioritariamente por economistas y desde el punto de vista de satisfacción del cliente o gasto medio, en ningún caso –salvo ínfimas excepciones-, se abordan otras problemáticas asociadas a la capacidad de carga, ordenación y planificación del territorio, así como confluencia de perfiles turísticos que se dan cita en la ciudad y demandan dinámicas temporales, funcionales y de movilidad distintas. Se trata, en definitiva, de evaluar la situación actual de la ciudad de Las Palmas, para descubrir los puntos de oportunidad y de

conflicto entre estas nuevas prácticas turísticas. Y de establecer una capacidad de anticipación de las demandas sociales y de los problemas que se generen en torno a los nuevos modelos de ciudad. Además, por supuesto, de servir como modelo a otras ciudades que estén experimentando el reciente fenómeno del turismo de cruceros.

Para lograr este objetivo, se estudió el origen del turismo de cruceros en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria y se evaluó su confluencia actual con el turismo tradicional desde tres perspectivas, cuya finalidad y metodología fue la siguiente: a) ECONÓMICA, destinada a evaluar las inversiones tanto públicas como privadas que se han generado a raíz de la aparición del turismo de cruceros y su repercusión en la ciudad, a través de publicaciones en el Boletín Oficial de Canarias, proyectos realizados y artículos académicos y de prensa. b) FUNCIONAL, destinada a evaluar la oferta turística propuesta, los equipamientos y los medios de transporte utilizados en la ciudad capitalina en función del segmento turístico, a través de análisis de normativas, planimetrías, organismos públicos, reportajes fotográficos, cuestionarios a tour-operadores y turistas, artículos de prensa y entrevistas con los responsables de las oficinas de turismo de los principales puntos de información turística que ofrece la ciudad. c) TEMPORAL, destinada a evaluar el número de horas que permanecen en la ciudad los turistas en función de sus necesidades, así como el tiempo medio de desplazamiento entre puntos de interés de la zona, a través de artículos de prensa, instituciones públicas y privadas, mapas, planimetrías, reportajes fotográficos, cuestionarios a turistas y entrevistas con los encargados del autobús turístico City Sightseeing de Las Palmas de Gran Canaria y taxistas de la zona.

2. ANTECEDENTES DEL TURISMO EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

La incorporación definitiva de Gran Canaria a la Corona de Castilla a finales del siglo XV, generó un tejido político, social y económico inexistente hasta la fecha. La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria creció hasta convertirse en centro administrativo del Archipiélago con el Obispado de Canarias, el Tribunal de la Santa Inquisición y la Real Audiencia de Canarias. Sin embargo, no sería hasta principios del siglo XIX cuando la ciudad experimente un renacer económico. Un mejor tiempo que llegaría con la instauración de los puertos francos, un régimen económico nacido para apoyar las relaciones comerciales del archipiélago. Las exenciones fiscales y las facilidades otorgadas al libre comercio se convirtieron en el mejor atractivo, para que gran número de barcos ingleses y compañías navieras recalen y se establecieran en la isla.

Ese tráfico incesante de buques conllevó al nacimiento de la actividad turística en Gran Canaria. Una actividad económica que con el transcurrir de los años se convertiría en la principal fuente de ingresos de la isla y la colocaría como uno de los principales destinos del continente. En la segunda mitad del siglo XIX, los viajeros que hacen escala en Gran Canaria se topan de pronto con una isla con un clima muy benigno, excepcionalmente bueno durante el invierno. Pronto el viaje a Gran Canaria comienza a popularizarse como destino de descanso y salud. Las compañías navieras se adaptaron enseguida a la nueva oportunidad y acomodaron camarotes para los viajeros que seguían la ruta a Ciudad del Cabo. Fueron estas compañías las que impulsan la creación de los primeros hoteles. Entre ellos el Hotel Santa Catalina (1890), un establecimiento ubicado en la capital y que aún hoy permanece abierto.

A mediados del siglo XX, en la Navidad de 1957, ocurría algo de importancia para la consolidación de la isla como gran destino de vacaciones. Aterrizaba en el aeropuerto de Gran Canaria –Gando- un avión de la compañía aérea sueca Transair AB, con sus 54 plazas ocupadas. Ese fue el primero de los numerosos vuelos chárter que llegaron a la isla a partir de entonces. Una larga época que ha ido consolidando la isla como uno de los principales destinos de Europa. Un largo ciclo que aún hoy, muchos años después de la llegada de los primeros barcos de vapor, continúa.

Sin embargo, esta entrada continuada de turistas se convirtió en una situación con efectos contrarios a los esperados, la competencia de las funciones residenciales y la diversificación geográfica de la oferta

hotelera en el sur de la isla explican la pérdida de protagonismo turístico de Las Palmas de Gran Canaria. Se suceden desde entonces importantes cambios urbanísticos y sociales en el sur de la isla, aquellas áreas donde se había concentrado la oferta turística.

En la ciudad capitalina de Las Palmas de Gran Canaria surge una situación más diversa, determinada por la sustitución de la oferta hotelera por la residencial, el deterioro de algunos sectores y la revalorización de las actividades turísticas. Como consecuencia, ante la incapacidad financiera y gestora de los empresarios para hacer frente a la crisis del sector, se inició un proceso de reducción de la oferta turística en la capital con una notable disminución del número de camas y una conversión de las instalaciones hosteleras en viviendas y oficinas. A principios del siglo XXI, en el año 2001, la cifra de camas alcanzó su valor más bajo, con tan sólo 5.690 hoteleras y algo más de dos mil extrahoteleras. Este proceso de desmantelamiento de la función turística afectó especialmente a los apartamentos, hoteles y pensiones de baja categoría, sobre todo, a los de segunda línea de la playa de Las Canteras y áreas adyacentes.

A partir de entonces, Las Palmas de Gran Canaria experimentó un declive continuado y pasó a estar a la sombra en términos turísticos.

3. LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Y SU REPOSICIONAMIENTO

Será a partir de la primera década del siglo XXI, concretamente en el año 2008, con la aparición y consolidación del turismo de cruceros en el puerto de La Luz y de Las Palmas, cuando la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria inicie su resurgir turístico. Se establecieron nuevas políticas turísticas, que buscaban fidelizar al crucerista y atraer a nuevos segmentos a la capital, a través de iniciativas orientadas hacia la calidad turística y la competitividad de la oferta. Ésto generó una transformación del modelo turístico de la capital, Las Palmas de Gran Canaria pasó de ofrecerse como destino maduro a destino urbano. La capital se postula como una ciudad que ofrece algo más que sol y playa y se erige como un destino cultural, patrimonial, deportivo, gastronómico, de congresos y asociado a la naturaleza (Vera y Dávila, 1995).

3.1 El auge del turismo de cruceros en Las Palmas de Gran Canaria

La historia del turismo de cruceros en Las Palmas de Gran Canaria sigue derroteros similares a los experimentados a escala global, pero con algún desfase temporal. El Puerto de Las Palmas –conocido también como Puerto de La Luz o Puerto de La Luz y de Las Palmas– fue durante años escala obligada en las rutas de los grandes trasatlánticos de las navieras británicas, en las que apellidos como Miller o Elder forman parte de la historia de las longevas relaciones comerciales entre la isla y las compañías marítimas inglesas. En estas relaciones, cabe destacar la presencia de los buques de la Cunard, naviera fundada en 1840 como concesionaria del transporte del correo entre el Reino Unido y Estados Unidos. Durante la década de 1960, la llegada de sus legendarios Queen Elizabeth y Queen Elizabeth 2 al actual muelle de León y Castillo constituyeron auténticos acontecimientos sociales, repetido en enero de 2004, cuando acompañada de fuegos artificiales la silueta del Queen Mary 2, en pleno viaje inaugural, se recortó en la bahía capitalina.

Esta visita significó la entrada, por la puerta grande, de Las Palmas en las rutas de los cruceros más importantes que actualmente surcan el Atlántico. El hecho es significativo porque, como recordó hace un año José Rodríguez - presidente de la Asociación Canaria de Coleccionistas Marítimos- en la inauguración de la exposición “175 aniversario Cunard”, la relación de esta naviera con Canarias tuvo su época dorada en la segunda mitad del pasado siglo, cuando la naviera había apostado fuerte por la resurrección de uno de los nombres más gloriosos de la historia de la navegación. Emplearon casi 500 millones de euros en la segunda versión del legendario *Queen Mary*: un espectacular buque de 311 m

de eslora, 36 m de manga y capacidad para más de 2.139 pasajeros, repartidos en camarotes en distintas gamas de lujo. Cuando llegó a Las Palmas era el mayor crucero del mundo. Nadie había trasladado nunca a tantos turistas juntos. Y la ciudad experimentó un singular *déjà vu*, (Otero, 2014), recordando aquel otro Queen Mary que había amarrado en el puerto casi 40 años antes. Fue en diciembre de 1963, momento en que la capital grancanaria era una de las ciudades más cosmopolitas del Atlántico europeo, pese a que entonces la gran mayoría de turistas que visitaban la isla se decantaban por la oferta hotelera del sur: Maspalomas, Playa del inglés, Puerto Rico y Mogán.

Desde la primera visita del Queen Mary 2 ha transcurrido más de una década; diez años en los que la imagen de este buque, junto a la del Queen Victoria y el Queen Elizabeth, se han convertido en parte del paisaje de una ciudad acostumbrada de nuevo a formar parte de la ruta de los principales cruceros del Atlántico Medio. Estos barcos, considerados los mayores trasatlánticos del mundo, visitan la ciudad al menos ocho veces en la temporada de cruceros, que va de septiembre a mayo. A ellos hay que sumar la afluencia constante de diversos barcos de menor tamaño de las navieras que tienen convenio con el Puerto de la Luz: MSC, Aida, Costa cruceros, Royal Caribbean y Tui. La afluencia es tal, que está siendo habitual que lleguen a coincidir varios cruceros en un mismo fin de semana.

El crecimiento del puerto de La Luz se debe en gran medida a: su privilegiada posición como punto estratégico del atlántico, ya que ejerce de charnela entre tres continentes (América, Europa y África); la inestabilidad de los países del Este; la seguridad que proporciona el archipiélago canario (en todos los aspectos: aeroportuaria, hotelera, portuaria, urbana, sanitaria, social, entre otras); la calidad de sus servicios e infraestructura; la climatología; y su oferta cultural, haciendo que se consolide, año tras año, como un referente internacional en la práctica crucerística.

Como destino turístico de cruceros, las islas canarias superaron en 2014 la cifra de 1.900.000 turistas (1.382.969 en escala con la propia ruta del crucero y 524.944 en puerto base, considerándose éstos últimos los que inician su recorrido en Canarias), lo que supone un incremento del 17,38 % respecto a 2013; año en el que llegaron 1.627.352 cruceristas (1.217.209 en escala y 410.143 en puerto base) –según datos facilitados por el viceconsejero de Turismo del Gobierno de Canarias, Ricardo Fernández de la Puente-. De hecho, para la provincia de Las Palmas atendiendo a las estadísticas de 2014 de Puertos del Estado, la cifra de turistas de cruceros que llegaron a los puertos de Las Palmas (1,1 millones) sólo las superan Barcelona (2,5 millones) y Baleares (1,6 millones).

Pese a la magnitud de estas cifras, la tendencia es aún más alcista. Es más, en abril de 2015 Las Palmas lideró el tráfico de cruceros en España con un total de 334.000 viajeros y un aumento del 12% respecto al mismo mes del año pasado. La ciudad se consolida así como puerto base de gran número de cruceros, superando incluso a ciudades como Barcelona. Que el sector vive un auge (casi) inesperado es sabido por organismos e instituciones. De hecho, la llegada de turistas de este año se está más que duplicando respecto a los mismos meses de 2015. Para hacernos una idea de lo que esto supone, cabe mencionar que durante los 31 días de mayo de 2015 pasaron por las instalaciones portuarias de Las Palmas 9.951 cruceristas, lo que supone 4.203 turistas más que en el mismo mes del año pasado.

Además el puerto de La Luz y de Las Palmas, ya se ha estrenado como puerto base, fuera de temporada de cruceros, albergando 42.000 cruceristas en los meses de julio y agosto. Lo cual no es significativo por el número de turistas, pero sí porque se trata de una iniciativa pionera en el archipiélago canario, con el atraque fuera de temporada.

Imagen 1. Llegada simultánea de cuatro cruceros al Puerto de La Luz: Aída Stella, MSC, Braemar y Thomson Celebration.



Fuente: Fotografía de la autora, enero de 2016).

3.2 Las Palmas de Gran Canaria, de destino maduro a destino urbano

La capital fue, en los años 60 y 70 del siglo pasado, el principal punto turístico de la Isla. Todos los extranjeros visitaban la capital a disfrutar de la playa de Las Canteras, y se hospedaban en los grandes resorts de la capital, hoteles como el Hotel Cristina o el Reina Isabel. Sin embargo, la construcción descontrolada de hoteles en las, por aquel entonces, plataneras y tomateras de Maspalomas (sur de la isla), hizo que el polo turístico se trasladara a San Bartolomé de Tirajana, y poco a poco a barrancos como los de Puerto Rico o Mogán.

La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria pasó un tiempo a la sombra para la visita turística. Desde el Sur, que tenía gran éxito de visitantes, apenas se conocía que a 30 minutos estaba una capital con atractivo turístico, histórico y patrimonial. Conscientes de que millones de personas se iban de Gran Canaria sin pasar por la ciudad, el Ayuntamiento comenzó a hacer una campaña en el Sur con publicidad en mupis (publicidad vertical en farolas y vallas) y online (LPAVISIT) para atraer a visitantes.

Desde entonces, como se ha mencionado en párrafos anteriores, la administración ha llevado a cabo una estrategia de potenciar las fortalezas y ventajas competitivas que presenta la ciudad frente a otros destinos; su excelente clima, ser la capital de un destino líder en el mundo, ser un destino comercial, su gastronomía, patrimonio, festivales y variedad de eventos durante todo el año. El Plan de Marketing que establece el reposicionamiento de la ciudad capitalina se ha referenciado en modelos de gestión de ciudades ya consolidadas (Van der Berg et al., 1995). Las líneas de actuación propuestas se centran en los siguientes elementos:

a) Ciudad de compras: el nombramiento de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria como Zona de Gran Afluencia Turística posibilita la apertura, en temporada de cruceros,

de áreas y centros comerciales durante toda la semana (lunes a domingo), frente al cierre en el resto de municipios.

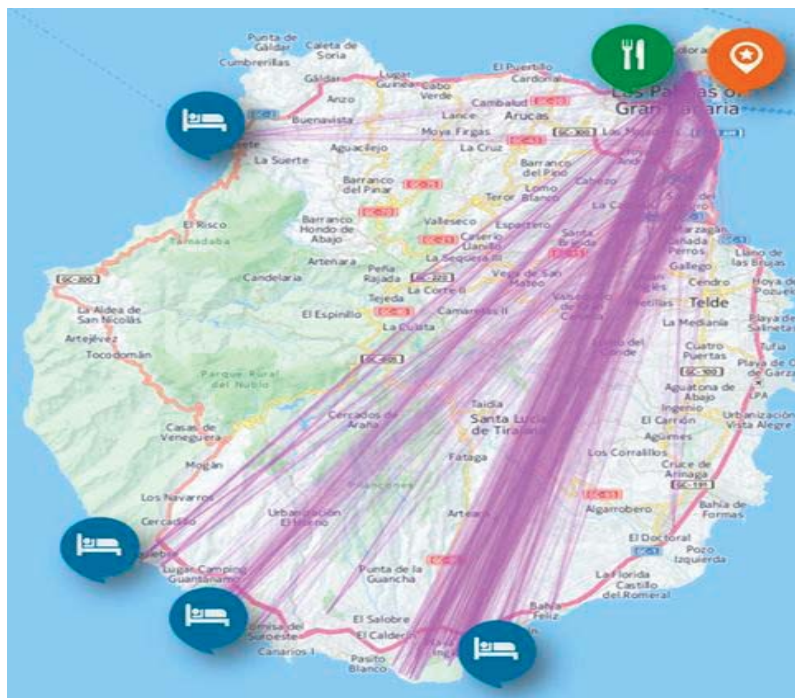
b) La cultura: a través de la mejora de los equipamientos culturales del Castillo de la Luz y el Castillo de Mata. Y la puesta en valor de los centros históricos de Vegueta y Triana, auténticos patrimonios canarios, que hablan de la fundación de la ciudad y de su historia. La ciudad se convierte en una ciudad de festivales durante todo el año; ciudad de eventos con el Carnaval como evento indiscutible de su multiculturalidad, fiestas populares y romerías, eventos deportivos y celebraciones.

c) La gastronomía: a través de la especialización de los profesionales y la creación de centros de enseñanza de alto nivel que fomentan la excelencia de la gastronomía ofrecida en la capital.

d) La naturaleza: focalizada en el entorno de las playas urbanas de Las Canteras y El Confital, en el Paisaje de la ciudad en su conjunto, configurando parques y escenografías, en el que destaca el Jardín Botánico Canario “Viera y Clavijo”, así como en actividades y acontecimientos asociadas al mar (vela, submarinismo, surf, snorkel, etc.).

Actualmente, la oferta turística ofrecida por la ciudad capitalina atrae a nuevos segmentos turísticos, aquellos que, cansados de la tradicional oferta de sol y playa, buscan experiencias únicas. De los más de tres millones de turistas que visitan el sur de la isla de Gran Canaria cada año, cerca del 21% llega al norte de la isla para disfrutar de la capital (aproximadamente unos 609.135 visitantes en el año 2015). Además de otros muchos que deciden hospedarse en la capital para poder disfrutar al máximo de su oferta, de hecho, el sector hotelero y extrahotelero sumó el año pasado 376.598 pernотaciones, lo que supone un total (entre los que visitan y pernотan), de casi 1 millón de personas que visitaron Las Palmas de Gran Canaria en 2015, sin tener en cuenta los cruceristas.

Imagen 2. Mapa de nodos del origen de los turistas que han visitado restaurantes y atractivos turísticos de Las Palmas de Gran Canaria, pernотando en poblaciones de la isla fuera de la capital.



Fuente: Vivential Value y Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, junio 2016.

4. COEXISTENCIA DE SEGMENTOS: TURISMO DE CRUCEROS Y TURISMO URBANO.

Se podría decir, según párrafos anteriores, que la transformación y consolidación turística- urbano-paisajística que ha experimentado la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria en la última década está íntimamente relacionada con; por un lado, el aumento exponencial del turismo de cruceros que año tras año se consolida como un puerto base referente, tanto a nivel nacional como internacional. Pasando de 432.215 cruceristas en el año 2007, a más de 1.252.052 en 2015, lo que supone un incremento del 300% en apenas ocho años (Según datos de Puertos del Estado); y por otro, a las inquietudes socio-políticas de reconvertir a Las Palmas de Gran Canaria en un destino urbano, distinguido y pionero en el sector, ya que muchos turistas pese a que se hospeden en el sur de la isla buscan experiencias únicas y diferenciadoras respecto al resto de destinos, alejándose de la sobreexplotada oferta de sol y playa.

Han pasado casi diez años desde el inicio de la reconversión de Las Palmas de Gran Canaria como nuevo referente turístico en la isla y la estrategia de gestión y promoción turística de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria sigue siendo muy clara, según la hoja de ruta de la concejalía de turismo 2014-2018, se centrarán en el afianzamiento definitivo del sector del turismo de cruceros a nivel europeo y la potenciación de Las Palmas de Gran Canaria como destino urbano mundial. Para ello, establecerán estrategias conjuntas de planificación turística: ofreciendo una mirada distinta y diferenciada del sol y playa (creando campañas de marcas, como “Las Palmas de Gran Canaria 2010 ciudad de mar y cultura”), mejorando la ocupación hotelera/extrahotelera en temporada baja, (en Canarias la temporada baja corresponde a los meses de verano) y colaborando con la Autoridad Portuaria para establecer nuevos lazos entre el Puerto de La Luz y de Las Palmas y el corredor del Atlántico, proponiendo nuevos itinerarios a las compañías de cruceros hacia el Este y el Oeste.

Ahora bien, es necesario tener en cuenta que las actividades conjuntas desarrolladas para obtener los resultados deseados y, al mismo tiempo, satisfacer las exigencias de los turistas que visitan la ciudad - independientemente de si son turistas, cruceristas o turistas que pernoctan- pueden generar el efecto contrario. De este modo, hay que tener claro que la promoción turística exige dos intervenciones. La estratégica y de largo plazo, que define lo que se va a promocionar; y la operativa, de corto plazo, que establece las acciones a realizar desde el inicio, con la única finalidad de aumentar la captación de turistas (Brida et al., 2012).

Siguiendo con lo planteado en la introducción, en los próximos apartados se analizan las confluencias entre estas nuevas prácticas turísticas que se dan cita en la capital, abordándolo desde tres perspectivas: económica, funcional y temporal.

4.1 Económica

La actividad de cruceros es un elemento dinamizador del turismo y la economía nacional, aportó más del 12% del P.I.B. nacional y alrededor de 1.323 millones de euros en 2015. Hoy el turismo de cruceros no sólo se ha posicionado como el sector predominante en la economía nacional, sino también en la gran canaria, consolidándose como el responsable, en gran medida, del mantenimiento de la actual estructura productiva, el empleo, el consumo y el nivel de vida de la población de la isla en los actuales años de crisis. En este sentido, debido a la rapidez con la que han crecido el número de cruceristas desembarcados y la afluencia de turistas que deciden visitar la ciudad capitalina, ha sido necesario llevar a cabo una serie de actuaciones para ampliar y mejorar la infraestructura existente.

Las instituciones y organismos públicos, a través de planes de desarrollo europeo, nacional y local, han invertido en la adecuación y restauración de equipamientos y áreas de gran afluencia turística tales como: equipamiento público del Parque de Santa Catalina, la apertura dominical de la Casa del turismo, La Casa Fataga, la adecuación de terrazas y zonas verdes en el propio Parque y su entorno y las labores de planificación y ordenación territorial a través del P.G.M.O de L.P.G.C. (Plan General Municipal de Ordenación de Las Palmas de Gran Canaria), el P.I.O. de Gran Canaria 2003(Plan

Insular de Ordenación) y los P.T.P 1-2-3 de Las Palmas de Gran Canaria (Planes Territoriales Parciales: 1 Frente Marítimo de Levante, 2 Frente portuario, 3 Regeneración turística de Las Canteras) (Ginés y Hernández, 2006).

Imagen 3. Actuación del plan parcial del frente portuario, inicio de las obras del parque marítimo, salida de la terminal de cruceros del puerto de La Luz y de Las Palmas.



Fuente: Fotografía de la autora, abril de 2015.

Imagen 4. Actuación del plan parcial del frente portuario, resultado de las obras del parque marítimo, salida de la terminal de cruceros del puerto de La Luz y de Las Palmas.



Fuente: Fotografía cedida por el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria, mayo de 2016.

Este resurgir turístico ha atraído, por otro lado, al inversor privado que busca posicionarse como un referente en la capital. Un claro ejemplo es el proyecto del futuro acuario en la capital, que llevará la evocadora denominación de *Poema del mar*.

El proyecto del acuario *Poema del Mar* está promovida por familia Kiessling, propietaria de Loro Parque ¹, uno de los mayores referentes turísticos de la isla. Se construirá sobre una superficie de 10.000 m² y, según los promotores, se convertirá en un hito económico, turístico y social, y será un reclamo importante para los visitantes que se alojen en el sur de la Isla, así como un complemento a la

(1) Santamaría, P. (05/08/2014). "Un zoo español, considerado el mejor de Europa y tercero del mundo" Periódico ABC Madrid. Recuperado de: <http://www.abc.es/viajar/20140805/abci-premio-loroparque-201408051131.html>

playa de Las Canteras y al turismo de cruceros. Cabe destacar que pese a su aprobación administrativa, generó mucha controversia entre los ciudadanos.

Imagen 5. Fachada este del Acuario Poema del Mar.



Fuente: Página web oficial del Acuario Poema del Mar.

Otro ejemplo en el ámbito privado es el reciente anteproyecto del teleférico en Santa Catalina, en pleno corazón de la ciudad capitalina, publicado en los medios de comunicación el pasado 9 de agosto de 2016. La idea surgió de un grupo de empresarios canarios que plantearon instalar, con una inversión de 10,5 millones de euros, un teleférico en Las Palmas de Gran Canaria para unir el istmo de Santa Catalina y la Montaña del Vigía, uno de los tres volcanes desconocidos que se ubican en la zona militar de La Isleta. (Aún no se ha aprobado y carece de viabilidad legislativa y urbanística).

Imagen 6. Infografía de una de las terminales del teleférico en el parque de Santa Catalina.



Fuente: Periódico Canarias 7, agosto de 2016.

4.2 Funcional

Actualmente, Las Palmas de Gran Canaria tiene una estrategia a corto plazo clara: aumentar el número de visitantes, pero sin tener en cuenta las necesidades de los diferentes perfiles – cruceristas y turistas tradicionales- que demandan recursos e intereses distintos.

4.2.1 Oferta generalizada

Independientemente del tiempo medio de estancia o de las inquietudes particulares del visitante, se ofrece un mismo mapa turístico para todos, en el que aparecen los puntos de interés más importantes y los atractivos turísticos a visitar se solapan. Por consiguiente, se promueve un posible desequilibrio turístico-urbano-social que genera una llegada descontrolada de visitantes que demandan equipamientos y espacios públicos a la misma hora y el mismo día, en coexistencia con los residentes de la zona.

Imagen 7. Mapa turístico que se ofrece de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.



Fuente: Oficina de turismo del parque de Santa Catalina, Las Palmas de Gran Canaria, mayo de 2016.

En la contra-potada ofrecen un listado con las rutas urbanas de carácter turístico que componen la ciudad, entre las que destacan:

a) Ruta Barrio de Arenales: 1. Casa África 2. Plaza de la Feria 3. Comandancia de Marina 4. Fuente Luminosa 5. Centro Insular de Deportes.

b) Ruta Puerto-Canteras: 1. Puerto de La Luz y de Las Palmas 2. Castillo de La Luz 3. Mercado del Puerto 4. Edificio Woermann 5. Museo Elder de la Ciencia y la Tecnología 6. Parque de Santa Catalina 7. Playa de Las Canteras 8. Avenida y zona comercial José Mesa y López 9. Auditorio Alfredo Kraus 10. Centro comercial Las Arenas.

c) Ruta Ciudad Jardín- Alcaravaneras: 1. Parque Doramas 2. Hotel Santa Catalina 3. Pueblo Canario y Ermita de Santa Catalina 4. Museo Néstor 5. Monumento Atis Tirma 6. Muelle Deportivo 7. Parque Romano 8. Playa de Las Alcaravaneras 9. Mercado Central.

d) Ruta Barrio de Vegueta: 1. Catedral de Santa Ana 2. Museo Diocesano de Arte Sacro 3. Plaza de Santa Ana 4. Obispado 5. Casas Consistoriales 6. Plaza del Espíritu Santo 7. Museo Canario 8. Plaza e Iglesia de Santo Domingo 9. Iglesia de San Agustín - Audiencia Provincial - Colegio de Abogados 10. Real Sociedad Económica de Amigos del País de Gran Canaria 11. Centro Atlántico de Arte Moderno (CAAM) 12. Plaza del Pilar Nuevo 13. Casa de Colón 14. Plaza y Ermita de San Antonio Abad 15. Mercado de Vegueta 16. Calle Mendizábal.

e) Ruta Barrio de Triana: 1. Teatro Pérez Galdós 2. Biblioteca Insular 3. Plaza Hurtado de Mendoza 4. Plaza Cairasco 5. Hotel Madrid 6. Gabinete Literario 7. Iglesia de San Francisco y Alameda de Colón 8. Centro de Iniciativas Culturales de la Caja de Canarias (CICCA) 9. Calle Mayor de Triana 10. Casa Museo Pérez Galdós 11. Palacete Rodríguez Quegles 12. Parque de San Telmo y Ermita de San Telmo 13. Cabildo Insular de Gran Canaria 14. Castillo de Mata.

f) Ruta Barrio de Tafira: 1. Jardín Botánico Viera y Clavijo 2. Real Club de Golf de Las Palmas 3. Caldera de Bandama 4. Zona vitivinícola.

g) Ruta Barrio de San Cristóbal: 1. Torre de San Pedro Mártir 2. Lady Harimaguada.

4.2.2 Capacidad de carga en entredicho

Desde inicio de 2005, las actuaciones comentadas en los apartados anteriores han modificado en mayor o menor medida el uso e imagen de la ciudad capitalina. Las infraestructuras, la imagen proyectada por los empresarios y la administración en la publicidad turística, la relación vecino-cruceiro, la liberación de horario comercial², son iniciativas que repercuten en los hábitos de residentes y han convertido espacios originalmente degradados y/o en desuso en nuevas centralidades urbanas.

En la actualidad, Las Palmas de Gran Canaria asume la llegada de excursionistas, viajeros móviles y estacionales, a los que deben sumarse los turistas tradicionales (los que pernoctan) y, durante los fines de semana, los visitantes de otros municipios de la isla. Todo ello lleva a que la ciudad acoja un enorme volumen de personas de distinta procedencia confluyendo en los mismos espacios públicos, los mismos sitios patrimoniales y las mismas zonas comerciales.

Imagen 8. Cruceiros haciendo cola para acceder al autobús turístico en el intercambiador del parque de Santa Catalina, Las Palmas de Gran Canaria.



Fuente: fotografía de la autora, marzo 2015.

(2) Boletín Oficial de Canarias (25/08/2014) “Declaración de estas zonas especiales como áreas de Gran Afluencia Turística”. Gobierno de Canarias. Recuperado de: <http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2014/163/004.html>

Aunque algunos vecinos hablan de saturación, lo cierto es que Las Palmas no tiene aún un problema de masificación turística equivalente a los principales destinos europeos (Barcelona, Venecia, Malta...). Sin embargo, el ritmo de crecimiento del turismo de cruceros, sumado a las recientes estrategias de captación turística del ayuntamiento de la capital, está llevando a que los residentes opten por no acudir a los espacios que visitan los excursionistas y cruceristas –algo habitual en las ciudades más consolidadas.

Imagen 9. Turistas y cruceristas esperando para recibir información en la oficina de turismo, Las Palmas de Gran Canaria.



Fuente: Fotografía de la autora, mayo 2016

4.2.3 Transporte turístico: funciones y uso

Las Palmas de Gran Canaria se reafirma como destino de gran atractivo urbano para los turistas y cruceristas, según datos de la Concejalía de Turismo el pasado agosto de 2016. Durante el primer semestre, los hoteles y establecimientos extrahoteleros de la capital alojaron a 220.258 visitantes, frente a los 188.604 alojados que se registraron durante el mismo periodo del año anterior, un 12,41% más. Los datos reflejan que el turismo continúa creciendo en Las Palmas de Gran Canaria, que vive en 2016 uno de los mejores momentos de su historia reciente en el sector. Según el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) y el Observatorio Turístico de la Concejalía de Turismo, la ciudad registró un incremento de un 12,41%, de los viajeros alojados en hoteles y nada menos que un 54,87% en lo que atañe a los apartamentos. Esto, sumado al récord de cruceristas en el primer semestre de 2016 con respecto a cifras del año anterior convierten a Las Palmas de Gran Canaria en un referente indiscutible. En este sentido, se produce una confluencia de usos y transportes que se dan cita en la ciudad para albergar la demanda de los turistas, que pretender recorrer la ciudad de una manera global, rápida y eficaz. Instituciones y organismos, tanto públicos como privados, han creado una infraestructura de transporte, que facilita la movilidad de los turistas en la ciudad.

El autobús turístico, por ejemplo, es una alternativa para recorrer la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria en un día. Cada 30 minutos, parte una unidad desde el Parque Santa Catalina. Su presencia en la salida del Muelle Santa Catalina es, además, puntual en cada jornada de cruceros. En estos días, sus vehículos aumentan su frecuencia, que pasa a ser de 20 minutos. Cada guagua tiene capacidad para 64

Imagen 12. Parada de taxi ubicada en la salida de la terminal de cruceros del puerto de La Luz y de Las Palmas.



Fuente: Fotografía de la autora, septiembre de 2015.

Otro servicio ofrecido por el Ayuntamiento son los paseos en tartanas en la zona Puerto – Canteras para dinamizar la actividad turística en la capital. Este nueva oferta, con salida y llegada en la trasera de los edificios Elder y Miller en el Parque Santa Catalina, funciona todos los días de la semana entre las 10.00 y las 18.00 horas. Las tres tartanas hacen el recorrido de ida por la calle Eduardo Benot, en dirección al Mercado del Puerto, Poeta Agustín Millares Sall, Pérez Muñoz, Juan Rejón y Tenerife hasta el Paseo de Las Canteras, y regresan por Albareda hasta el punto de partida, en el Parque Santa Catalina. El paseo se podrá complementar también con un recorrido más corto por el entorno del Parque Santa Catalina y se está valorando la posibilidad de que los coches de caballo lleguen al Castillo de La Luz.

Imagen 13. Parada de tartanas en el parque de Santa Catalina, Las Palmas de Gran Canaria.

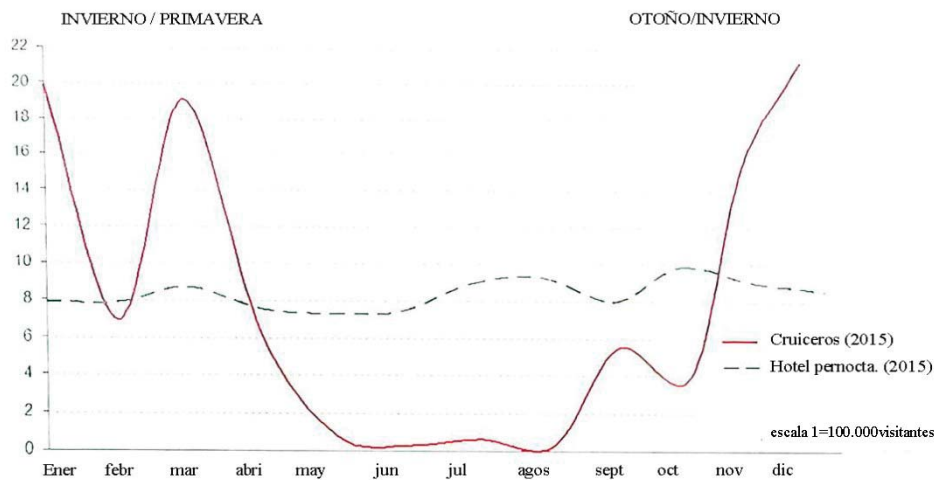


Fuente: Fotografía de la autora, mayo 2016.

4.3 Temporal

Una de las principales características del turismo de cruceros en el archipiélago canario es su estacionalidad, es decir, su carácter temporal –denominada temporada de cruceros- que, salvo excepciones puntuales, constituye los meses que van de septiembre a abril.

Gráfico 1. Estacionalidad de la temporada de cruceros frente a la demanda de pernотaciones en hoteles de las islas canarias durante el año 2015.



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) y CLIA (Cruises Line Association). Elaboración propia.

Frente a esta situación, el turismo tradicional se consolida como un turismo más estable en el tiempo, pues su visita a la capital no está condicionada por el itinerario concreto de un buque/crucero. En este sentido, los turistas visitan la capital durante todo el año.

Siendo conscientes de esta situación de temporalidad, es necesario tener claro el tipo de visitante que acude a la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria y sus características asociadas a tiempo y espacio (tiempo medio estimado de desplazamientos, de espera y de estancia en la ciudad).

Por diversos motivos –falta de personal, horarios inadecuados o estructura funcional– suele suceder que las oficinas de información turística y los equipamientos culturales no abren cuando los turistas las requieren, por ejemplo: los sábados, domingos y festivos a partir de las 14:00 horas, justo cuando muchos cruceristas o el resto de visitantes pretender iniciar su ruta por la ciudad. Es curioso ver la contradicción que se produce en la capital. Ésta se publicita como una alternativa completa e innovadora frente al turismo sobreexplotado de sol y playa, atrayendo a turistas y cruceristas que acuden a la ciudad en busca de experiencias únicas y atractivas, sin tener en cuenta que muchos de éstos sólo pueden visitar la ciudad los domingos (por calendario de los cruceros o planificación de ruta), por lo que los turistas/cruceristas se ven obligados a regresar a sus hoteles o, en su defecto, al barco antes de lo previsto.

Imagen 14. Cartel informativo de los horarios de la oficina de información turística del parque Santa Catalina, Las Palmas de Gran Canaria.



Fuente: Fotografía de la autora, septiembre de 2015.

5. CONCLUSIONES

El archipiélago canario se ha caracterizado desde sus orígenes por ser un destino turístico monoespecializado en la oferta de sol y playa; sin embargo, la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, tras sus múltiples altibajos en el sector turístico, ha sabido ser capaz de anteponerse a dicha situación y replantear su situación frente a las nuevas prácticas turísticas, siendo conscientes de las ventajas de la diversificación de su producto, al ampliar las posibilidades para el visitante cuando éstas irrumpen con fuerza y son capaces de modificar la trama urbana y los hábitos existentes (André y Artis, 2009).

El aumento del turismo de cruceros y el interés, sobre todo a nivel político, de mejorar el sistema turístico de la capital a través del turismo urbano, han hecho que Las Palmas de Gran Canaria se consolide como un referente no sólo a nivel nacional, sino incluso a nivel Europeo³, afianzando su posición como destino turístico seguro y diverso.

Ahora bien, las estrategias de captación de turistas deben ser pensadas con detenimiento teniendo en cuenta los objetivos a corto y largo plazo, para evitar generar desequilibrios (urbanos, sociales, económicos e incluso medioambientales) en la sociedad. Si bien es cierto que es difícil encontrar un destino en el que la población perciba sólo los efectos positivos y asuma, sin crítica, los negativos –aunque esta percepción local debe ser la meta final de la sostenibilidad de un destino (Sancho y García, 2006).

Las Palmas de Gran Canaria se sitúa entre las diez primeras ciudades del país en volumen demográfico y afluencia de turistas, por lo que el papel de la planificación y el urbanismo son claves. De hecho, la imbricación del turismo en el urbanismo de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria data de principios del siglo XX. La peatonalización de calles, las actuaciones del frente marítimo, la rehabilitación paisajística de los entornos urbanos más visitados y la adecuación y mejora de la zona de Las Canteras son un claro ejemplo.

Partiendo de estas consideraciones generales, las conclusiones específicas obtenidas en nuestro estudio en cada una de las perspectivas estudiadas son, en resumen, las siguientes:

5.1 Económica

El aumento del turismo de cruceros, en coexistencia con el turismo urbano, genera una sinergia que promueve la inversión económica en la ciudad capitalina, los últimos equipamientos y la infraestructura se consolidan como nuevos focos de captación turística (Law, 1992). Los esfuerzos realizados en la construcción de determinadas infraestructuras especializadas y directamente relacionadas con el turismo de ocio es notable, tanto en el ámbito público como el privado. El ocio parece convertirse en un elemento central en las estrategias de marketing de los espacios y compite por atraer inversiones, residentes de elevados ingresos, profesionales muy cualificados y/o acontecimientos de impacto internacional (competiciones deportivas, eventos culturales, equipamientos singulares, etc.). Esta situación ofrece ventajas no sólo a los visitantes, sino también a los residentes que pueden hacer uso de dichas áreas en cualquier momento.

Se produce un proceso simbiótico entre prácticas turísticas. El turismo urbano está potenciado por el turismo de cruceros y a su vez el turismo de cruceros se consolida en la capital porque éste se promociona como un destino cultural, patrimonial, deportivo y gastronómico alternativo a la oferta de sol y playa. Ha sido la consolidación de la temporada de cruceros, a principios de 2009, lo que ha generado el principal motor de cambio de la ciudad. Facilitando a los organismos e instituciones, tanto públicas como privadas, el impulso económico necesario para abordar con mayor perspectiva la reconversión urbana de la capital.

3 Puertos del Estado (17-03-2015). "Ports of Spain despliegan su alfombra azul". Ministerio de Fomento. Recuperado de: <http://www.puertos.es/es-es/Paginas/Newsletter/Espana-se-consolida-como-segundo.aspx>

Sin embargo, frente a los nuevos proyectos presentados por inversores privados se ha generado un movimiento ciudadano, que rechaza este tipo de iniciativas al considerar que los impactos medioambientales, perceptivos y sociales van a ser mayores que el beneficio económico reportado a la ciudad. En este sentido se ha de tener en cuenta que la reorientación económica de las ciudades no siempre genera sinergias positivas; puede crear nuevos procesos de polarización y de exclusión social (Lungo, 2005).

En ciudades con estructuras complejas, donde el desarrollo urbano convive con una industria turística en crecimiento, como es el turismo de cruceros, es clave entender que se requieren nuevos estándares de infraestructuras y servicios si se quiere ser competitivo en un mercado cada vez más internacional. A la vez, el ciudadano local también busca mejores equipamientos y nuevas formas de relacionarse con su hábitat inmediato, pero suelen ser demandas que chocan con las turísticas. Ante ello, resulta imprescindible un pacto social que permita compatibilizar ambas posturas (López et al., 2006). La aceptación de cualquier proyecto turístico debería ser lo más consensuada posible, tomando en consideración los intereses públicos y privados, así como los de los vecinos y turistas (Vargas, 2014).

En ciudades como Las Palmas de Gran Canaria, las autoridades portuarias, las municipalidades y la ciudadanía deben sincronizar sus intereses y planes de desarrollo considerando dimensiones sociales, políticas, medioambientales y económicas. Se recomienda llevar a cabo un proceso de urbanismo colaborativo, a través de consejos público-privados, en el que se desarrollen modelos de gestión de participación ciudadana frente a todos esos nuevos proyectos que surjan en torno al nuevo modelo turístico de la ciudad. Para ser capaces de detectar y enmendar los puntos de conflicto y proponer, si se consensua la viabilidad del proyecto, alternativas que satisfagan a ambas partes.

5.2 Funcional

Los cruceristas son turistas que se encuentran, en el caso del puerto de La Luz y de Las Palmas, a un minuto del centro de la ciudad capitalina. Y tienen la posibilidad de desembarcar, o no, para visitarla durante un número de horas determinadas. En el caso de Las Palmas, los residentes del área de influencia del puerto (aproximadamente unos 236.768 habitantes) han percibido cómo en apenas diez años llegan de septiembre a abril cada fin de semana entre tres y cinco cruceros simultáneamente, con una media de 3300 ocupantes entre pasajeros y tripulación. Considerando que desembarca una media de 2000 personas por buque, esto puede suponer que alrededor de 10.000 personas descienden a la misma vez rigiéndose por los mismos intereses y horarios.

Es evidente que la ciudad capitalina está experimentando un proceso de transformación acelerada, que puede ser controlado, o no, en función de los criterios objetivos de las estrategias propuestas. La llegada descontrolada de turistas puede provocar inestabilidad urbano-social, colapso de calles, vías, equipamientos, etc. (Legoupil, 2013). Las políticas turísticas de publicidad y marketing de Las Palmas se deben abordar desde diversas perspectivas, evitando centrarse únicamente en el factor de captación, pues resulta incomprensible atraer visitantes si no se tiene una oferta especializada para cada perfil, en la que se adecúen sus intereses y recursos. Las Palmas debe ser consciente del panorama internacional y saber leer la situación para evitar cometer los mismos errores (Chibás, 2014). Una ciudad colapsada es sinónimo de muerte en vida (Hernández, 2008).

Se recomienda diversificar la oferta a través de rutas que promuevan atractivos específicos y de diverso interés, pues no se entiende que aún no exista un tour específica para cruceristas en la ciudad. En este sentido, sería interesante analizar con detenimiento la oferta y la promoción turística de Las Palmas con el fin de detectar posibles carencias y proponer nuevas maneras de entender, percibir y recorrer la ciudad. Propuestas de realidad aumentada, redes sociales, espacios con Internet libre, digitalización de contenidos, ampliación de la oferta deportiva, recuperación del patrimonio industrial y rural, diversificar la oferta cultural, y similares, pueden ser algunas acciones que permitirían lograr estos objetivos abarcando a un gran abanico de perfiles socioculturales y temporales.

5.3 Temporal

La estacionalidad del turismo de cruceros modifica exponencialmente la afluencia de turistas a la capital durante los meses de septiembre a abril. Éstos demandan unas necesidades temporales diversas al resto de turistas, ya que es una forma particular de turismo, pues permite viajar entre distintos puertos y países, con itinerarios predefinidos y una oferta en régimen de “todo-incluido”, de modo que en el mismo espacio físico se fusionan transporte, alojamiento y ocio (Jiang, 2013). En este sentido, se ha detectado que las características temporales y de desplazamiento divergen en función del tipo de turismo. Se ha realizado un cuadro comparativo (tabla 1) en el que se sintetizan las peculiaridades de cada segmento y evidencias las características temporales y de movilidad de los principales segmentos turísticos.

Tabla 1. Características temporales y de movilidad de los turistas y cruceristas que visitan Las Palmas de Gran Canaria.

	Características de los turistas (se hospedan en el sur y visitan la capital)	Características de los cruceristas (el puerto de La luz y de Las Palmas es puerto base)
<i>Días habituales de visita</i>	De lunes a domingo- todo el año	viernes a lunes- septiembre a abril
<i>Estancia media de visita en la ciudad</i>	10-12 horas	4 -6 horas
<i>Flexibilidad de ruta</i>	Ruta abierta y flexible	Ruta cerrada y fija. Sin contratiempos
<i>Movilidad</i>	Alquiler coche + bus +ruta de taxi + a pie	Bus turístico + a pie+ ruta taxi
<i>Tiempo medio de desplazamiento hacia Las Palmas de Gran Canaria</i>	30-40 minutos en coche alquiler/ taxi ó 100 minutos en bus (pernoctando en el sur de la isla)	5-10minutos a pie (el crucero atraca en el Puerto de La Luz, en la capital)
<i>Tiempo de desplazamiento dentro de la ciudad</i>	10-20 minutos en coche alquiler 90minutos en bus turístico	90 minutos bus turístico
<i>Tipo de pensión en la capital</i>	Ninguna.	Pensión completa (en crucero)
<i>Tipos de ruta</i>	De corta y larga duración	De corta duración
<i>Posibilidad repetir visita</i>	Si	No- fijada a horario del crucero

Fuente: Tour operadores que colaboran con las navieras MSC y Aida, Instituto Canario de Estadística (ISTAC), City-sightseeing, CICAR, cooperativa de taxi de Las Palmas de Gran Canaria y Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria. Elaboración propia.

Es evidente que la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria está en un punto clave, en el umbral entre la estabilidad e inestabilidad ocasionada por el aumento progresivo de la llegada de cruceros en coexistencia con el turismo tradicional. En síntesis, la capital se enfrenta a la disyuntiva de desarrollar con criterios objetivos las estrategias a seguir y evitar centrarse sólo en el turismo de cruceros, intentando vigilar y controlar su volumen, sino también en el modelo turístico en general.

Se recomienda evaluar con detenimiento las estrategias a seguir (Delás, 1995). Si sería conveniente ampliar la temporada de cruceros durante todo el año, como ocurrió el verano de 2016 en el puerto de La Luz y de Las Palmas con la llegada de 42.000 cruceristas o, por el contrario, sería necesario limitar el número de buques que atracan en la ciudad así como el número de turistas que visitan la capital para no caer en problemas propios del turismo de masas (Fernández, 1991). Algunas instituciones canarias se han percatado de las posibles consecuencias del descontrol de estas tendencias turísticas y empiezan a hacerle frente. Así, el actual presidente del Gobierno de Canarias, Fernando Clavijo, considera que la administración no debe centrarse sólo en el turismo de cruceros, intentando vigilar y distribuir su volumen, sino también en el modelo turístico en general.

Por otro lado, el trabajo de campo realizado muestra que los principales puntos de información turística permanecen cerrados justo en la mayor oleada de cruceristas (los fines de semana). Se recomienda adaptar los horarios de los equipamientos culturales y las oficinas de turismo a la demanda del turista, sin que supongan rupturas radicales con las costumbres locales.

6. BIBLIOGRAFÍA

ANDRÉ, M^a. & ARTIS, M. (2009): “*El turismo urbano, recursos especificidad y estrategias. Una aproximación a la modelización del grado de repetición en las visitas a la ciudad de Barcelona*”. Barcelona. Universidad de Barcelona. Recuperado de: <http://docplayer.es/5719520-Turismo-recursos-y-estrategias-turismo-cultural-andre-romero-ma-encarnacion-artis-ortuno-manuel-universidad-de-barcelona.html>

ANDRIOTIS, K. & AGIOMIRGIANAKIS, G. (2010): “*Cruise visitors’ experience in a Mediterranean port of call*”. International Journal of Tourism Research, n° 12, vol.4, pp. 390-404.

BOLETÍN OFICIAL DE CANARIAS (BOE). (25/08/2014) “*Declaración de estas zonas especiales como áreas de Gran Afluencia Turística*”. Gobierno de Canarias. Recuperado de: <http://www.gobiernodecanarias.org/boc/2014/163/004.html>

BRIDA, J., RIAÑO, E. & ZAPATA, S. (2012): “*Percepciones de los residentes acerca de los impactos del turismo de cruceros en la comunidad: un análisis factorial y de clústeres*”. Cuadernos de Turismo, n° 29, pp.79-107.

BUTLER, M. (2001): “*Análisis económico y oportunidades para España en el mercado de los cruceros turísticos*”. Madrid, Universidad Politécnica de Madrid, tesis doctoral E.T.S. de ingenieros navales, departamento de sistemas oceánicos y navales.

CAPACCI, A. (2000): “*El mercado de cruceros mediterráneo*”, en *Papers de Tourisme*, n° 27, pp. 7-23.

CASTEJÓN, R. (1998): “*El tráfico de grandes cruceros en Barcelona. Un nuevo elemento de relación entre el puerto y la ciudad*”. Barcelona, publicacions Universitat de Barcelona D.L. dentro del libro “*Professor Joan Vilà Valentí: el seu mestratge en la geografia universitària*”, pp. 1447- 1466.

CHIBÁS, E. (2014): “*Bye Bye Barcelona*”. Documental, Recuperado de: <http://www.byebyebarcelona.com/>

- CLIA (Cruises Line Association) (2014): "CLIA 2014 State of the Cruise Industry Report". E.E.U.U, CLIA, Fort Lauderdale.
- DELÁS, I. (1995): "*El Turismo Metropolitano en Europa. Una iniciativa innovadora de promoción turística local: el caso de Barcelona*". Estudios Turísticos, nº126, número monográfico: "*El Turismo Metropolitano en Europa*" pp. 151-160.
- DWYER, L. & FORSYTH, P. (1998): "*Economic significance of cruise tourism*". Annals of Tourism Research, nº. 2, vol. 25, pp. 393-415.
- DWYER, L., FORSYTH, P. & SPURR, R. (2004): "*Evaluating tourism's economic effects: new and old approaches*". Tourism Management, nº.3, vol. 25, pp. 307-317.
- EDEI Consultores (2005): *Inteligencia Competitiva Cruises in the Atlantic Islands 2004-2005*, Las Palmas de Gran Canaria (inédito).
- EDEI Consultores (2009): "*Estudio cuantitativo y cualitativo del turismo de cruceros en las Islas Canarias*" Las Palmas de Gran Canaria (inédito).
- EDEI Consultores (2012): "*Estudio del mercado del turismo de cruceros en Canarias*", Las Palmas de Gran Canaria (inédito).
- ESTEVE, R. (1998): "*El turismo de cruceros*". Actividad Turística Española (VV. AA.). Madrid, Asociación Española de Expertos Científicos, pp. 627-636.
- FERNÁNDEZ, L. (1991): "*Historia general del turismo de masas*". Madrid. Alianza Editorial.
- GINÉS, C. & HERNÁNDEZ, S. (2006): "*El espacio litoral y la ciudad. Relaciones territoriales en Las Palmas de Gran Canaria*". Investigaciones geográficas nº 41, pp. 105-119.
- HALL, J. & BRAITHWAITE, R. (1990): "*Caribbean cruise tourism: A business of transnational partnerships*". Tourism Management, nº 4, vol. 11, pp. 339-347.
- HERNÁNDEZ, J. (2008): "*El turismo de masas. Evolución y perspectivas*". Madrid, Síntesis, pp. 32, 40 y 67.
- HERNÁNDEZ, J., DEL CHIAPPA, G. & BATTINO, S. (2015): "*Percepción de los residentes de las Palmas de Gran Canaria ante el turismo de cruceros*" Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia, nº15, pp. 287-316
- JIANG, Y. (2013): "*Performance evaluation of cruise listed company based on factor analysis*". Foreign Trade, nº 7, pp. 104-106
- JOHNSON, D. (2002): "*Environmentally sustainable cruise tourism: a reality check*". Marine Policy, nº 26, vol.4, pp.261-270.
- KESTER, J. (2003): "*Cruise Tourism*", Tourism Economics, nº 3, vol.9, pp.337-350.
- LAW, CH. (1992): "*Urban Tourism and its contribution to Economic Regeneration*". Urban Studies, nº 3-4, vol. 29, pp. 599-618.
- LAWTON, L. & BUTLER, R. (1987): "*Cruise ship industry -patterns in the Caribbean 1880- 1986*". Tourism Management, pp. 329-343.
- LEGOUPIL, T. (2013): "*Los conflictos que genera el turismo de cruceros en Barcelona y otros puertos mediterráneos*". Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. nº 1049, vol. 18, capítulo13.

- LPAVISIT. “*Visitar Las Palmas de Gran Canaria*”. Recuperado de: <http://lpavisit.com/es/>
- LÓPEZ, G., VÁZQUEZ, G. & SANCHO, E. (2006): “*Nuevas herramientas de cooperación al desarrollo. El turismo comunitario*”. Boletín Económico de ICE. nº. 2893. 31–40. Recuperado de: http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_2893_3142__B1CDFAF6BCA2D0C43BF31025084FDC71.pdf
- LUNGO, M. (2005): “*Suelo y grandes proyectos urbanos: La experiencia latinoamericana*” Recuperado de: http://www.lincolninst.edu/pubs/1633_Suelo-y-grandes-proyectos-urbanos-La-experiencia-latinoamericana
- MARUSIC, Z., HORAK, S. & TOMLJENOVIC, R. (2009): “The socioeconomic impacts of Cruise Tourism. A Case Study of Croatian Destinations”, *Tourism in Marine Environments*, nº 2-3, vol. 5, pp. 131-144.
- MONTERO, L. (1996): “*Estrategias de los puertos base de cruceros en el Mediterráneo*”. Boletín de Puertos del Estado, nº 35, pp. 16-20.
- MURIAS, R. (2002): “*La industria del crucero en el siglo XXI. Implicación en los puertos españoles y perspectivas de futuro*”. Barcelona. Universidad Politécnica de Cataluña.
- OMT (2003): “*La actividad de los cruceros turísticos en el mundo*”. Madrid. Organización Mundial del Turismo.
- OMT (2008): “*Turismo de cruceros: situación actual y tendencias*”. Madrid. Organización Mundial del Turismo.
- OMT (2013): “*Turismo de cruceros: situación actual y tendencias*”. Madrid. Organización Mundial del Turismo.
- OTERO, I. (2014): “*El resurgir turístico de Las Palmas de Gran Canaria*”. Periódico online El Diario. Recuperado de: http://www.eldiario.es/canariasahora/premium_en_abierto/resurgir-turistico-Palmas-Gran-Canaria_0_248825117.html
- PAGE, D. (2014): “*El boom del turismo impulsa la recuperación de España: inyecta 2.700 millones extra al PIB en dos años*”. Recuperado de: <http://www.expansion.com/2014/01/15/empresas/transporte/1389800630.html>.
- PANIAGUA, A. (2005): “*El mercado de los cruceros en España. Una perspectiva histórica (1994-2004)*”. *Estudios turísticos*, nº 165, pp.131-160.
- PUERTOS DEL ESTADO (17-03-2015). “*Ports of Spain despliegan su alfombra azul*”. Ministerio de Fomento. Recuperado de: <http://www.puertos.es/es-es/Paginas/Newsletter/Espana-se-consolida-como-segundo.aspx>
- RICHARDS, G. (1996): “*Cultural tourism in Europe*”. Wallingford, CAB International.
- SANCHO, A & GARCÍA, G. (2006): “*¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos*”. *Revista de Análisis Turístico*, nº2, pp. 69-85.
- SANTAMARÍA, P. (05/08/2014). “Un zoo español, considerado el mejor de Europa y tercero del mundo” Periódico ABC Madrid. Recuperado de: <http://www.abc.es/viajar/20140805/abci-premio-loroparque-201408051131.html>

VAN DEN BERG, L., VAN DER BORG, J. & VAN DER MEER, J. (1995): “*Gestión del turismo en las grandes ciudades*”, Estudios Turísticos, nº126, número monográfico: “El Turismo Metropolitano en Europa”, pp. 33-61.

VARGAS, A. (2014): “*Una nueva teoría de la estrategia para el siglo XXI (También para el turismo)*”. Huelva: Servicio de publicaciones, Universidad de Huelva. Recuperado de: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/8842/Una_teor%C3%ADa_de_la_estrategia.pdf?sequence=4

VERA, J. & DÁVILA, J. (1995). “*Turismo y patrimonio histórico y cultural*”. Instituto de estudios turísticos, Secretaría general del estado: Estudios turísticos nº 126, pp. 161-177.

VIAJE A LA SOSTENIBILIDAD (2013). 7ª Conferencia de Turismo, Conferencia Internacional sobre Turismo Responsable en Destinos: Barcelona-Cataluña. Recuperado de: <http://turismo-sostenible.net/2013/09/02/conferencia-internacional-sobre-turismo-responsable-en-destinos-barcelona-cataluna/>

WEAVER, A. (2005): “La tesis de la macdonalización y el turismo de cruceros”, en *Annals of Tourism Research en Español*, nº 32, vol. 2.

YEPES, V., ESTEBAN, V. & SERRA, J. (2000): “*Tráfico de cruceros en el mercado turístico mediterráneo*”, en Colomer, J.V. y García, A. (Eds.): *Calidad e innovación en los transportes*. Actas del IV Congreso de Ingeniería del Transporte, vol. 3. Valencia. Recuperado de: <http://personales.upv.es/vyepesp/YepesEstebanSerra.pdf>