

# LA LOCALIZACIÓN DE LOS HOTELES URBANOS. EL CASO DEL DISTRITO PUERTO-CANTERAS EN LA CIUDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Jorge Sainz de Aja Curbelo (jorgesainzdeaja@gmail.com)

*Estudiante de Programa de doctorado,*

*Doctorado en Desarrollo Integral e Innovación de Destinos Turísticos, FEET*

*(Facultad de Economía Empresa y Turismo),*

*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*

Eduardo Manuel Cáceres Morales (ecaceres@dact.ulpgc.es)

*Catedrático de Urbanística y Ordenación del Territorio (Profesor Emérito),*

*Sección de Urbanística (Departamento de Arte, Ciudad y Territorio),*

*Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*

## RESUMEN

Las ciudades turísticas, y en especial aquellas que consideramos como destinos maduros, están inmersas en procesos estratégicos de renovación, que les permitan volver a posicionarse y adquirir competitividad dentro de sus respectivos mercados. La ciudad de Las Palmas de Gran Canaria y en concreto su industria turística, se encuentran en un momento de renovación, por medio de la hiper-especialización de alguno de sus barrios y distritos, con el fin de posicionarse como destino urbano dentro del mercado Canario, a este respecto se estudiarán las relaciones existentes entre la trama urbana y sus procesos de conformación, y como está afectada a la localización de los hoteles y a la estructura comercial asociada a la industria turística y a los recursos turísticos que la sustentan.

## PALABRAS CLAVE

Localización de hoteles, Aglomeraciones comerciales, Trama urbana, Destinos urbanos.

## ABSTRACT

*The tourist cities, and specially the ones that we consider as mature destinations, are immersed in strategic renewal processes, allowing them to gain a new position and to become more competitive in their respective markets. The city of Las Palmas de Gran Canaria and specially its tourist industry, is involved such renewal process by the hyperspecialization of some of their neighborhoods and districts, with the purpose of positioning as an urban destination within the Canary market. With this in mind, we will study the existing relations between the urban scene and its conformation process, and how this affects the hotel localisation and the retail agglomeration associated to the tourist industry and to its tourist resources.*

## KEYWORDS

*Hotel location, Retail agglomerations, Urban scene, Urban destination.*

## INTRODUCCIÓN

---

La actividad turística en las Islas Canarias comienza en el siglo XIX, cuando empieza a desarrollarse en ellas un turismo ligado a la rama sanitaria, conocida como los “Health Resorts”. Este tipo de actividades se localiza en las Canarias gracias al benigno clima, que propicia el tratamiento de las enfermedades respiratorias. Surge también como consecuencia de las políticas expansionistas de los países europeos, que generan la aparición de nuevos puertos en la cara atlántica del continente africano, como vía principal de conexión con Europa. Dichas infraestructuras portuarias y polos de actividad económica producen un aumento en la frecuencia de paso

de los buques y líneas de conexión entre Europa y África, permitiendo al Puerto de la Luz y de Las Palmas establecerse como puerto de apoyo para estas rutas y, en última instancia, propiciando la llegada de turistas a través de las citadas líneas.

El incremento de turistas y, por tanto, el desarrollo de la “industria turística” en las islas continúa hasta el comienzo de la primera guerra mundial que supone, para Canarias, la suspensión de un gran número de líneas de pasajeros, la reducción de la población extranjera residente y la desaparición de varias infraestructuras hoteleras en las islas. Y, si bien se registra un pequeño repunte de los números durante los años 30, la guerra civil española se encargará de acabar con él.

A pesar de que en Canarias desde los años 20 ya existía una cierta tradición turística, generada por la sociedad inglesa, para una población de edad avanzada, no es hasta los años 50 cuando este fenómeno alcanza una trascendencia urbana. Entre los factores que determinaron este cambio cabe destacar el fuerte impulso económico que generan los países del Mercado Común, al permitir una inversión directa de capital excedente en países subdesarrollados, libre de impuestos. Pero además, a este impulso le acompaña una nueva revolución de los transportes, en este caso aéreos, que consiguen, en un tiempo muy reducido (un radio de 3,5 a 4 horas desde cualquier capital europea), transportar masas de turistas (en modalidad «packet travel») en pleno invierno a un lugar como Canarias, donde las temperaturas no descienden nunca de los 14° o 15° C en época invernal, y a un precio relativamente moderado.

Por otro lado, hay que señalar que la localización de esa población turística se ha ido repartiendo progresivamente. Así, en 1967, la ciudad de Las Palmas absorbía el 92,3% de la población turística, mientras que en 1971, ésta se reducía al 76% y, en 1976, solo al 36,5%. No obstante, en números totales, la capital grancanaria ha pasado de soportar una población de 272.549 turistas en 1967, a 426.255 en 1976, cifra que se ha estabilizado desde entonces. En 1976, la ciudad de Las Palmas contaba con prácticamente el 50%, 14.084 para ser exactos, de las plazas hoteleras de las islas.

Estos datos evidencian la importancia que el fenómeno turístico ha tenido sobre la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, no solo como capital

provincial, donde se centralizaban las operaciones de gestión, sino sopor-tando directamente la localización y los consiguientes servicios que la ac-tividad turística requiere, en una magnitud del 40%.

Esta primera fase, se podría decir “de iniciación”, del desarrollo turístico en Las Palmas de Gran Canaria comprende el período que va desde 1960 hasta 1974, y constituye una serie de grandes cambios en el enfoque de la industria del turismo en este territorio. Por un lado, se relocalizan las infraestructuras hoteleras. Si bien en los años 30 éstas se ubican en el “centro ciudad” y en parajes de alto valor paisajístico, la llegada del tu-rismo de masas a Canarias provoca que estas infraestructuras se despla-cen a la costa, aunque sin salir del entorno urbano, donde ya se dispone de los recursos y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad. En el plano normativo, durante esta primera etapa se desarrolla en Las Pal-mas de Gran Canaria un Plan Especial de Ordenación de Alojamientos Ho-teleros y Extra-hoteleros, que permite la transformación urbana del mayor recurso turístico de la ciudad: la playa de Las Canteras. Este marco regu-lador permite pasar de un frente marítimo de casas terreras, de una o dos plantas, a otro en el que las alturas de los edificios aumentan para satis-facer la demanda alojativa y, asimismo, favorecer la industria de servicios asociada a la actividad turística, lo que conllevará, posteriormente, al ori-gen de la especulación con el valor del precio del suelo en el enclave.

## **LA ESTRUCTURA HOTELERA EN LA CIUDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA**

---

Como hemos visto en el apartado anterior, los procesos de conformación turística en Las Palmas de Gran Canaria tienen lugar desde los inicios del turismo en el archipiélago y hasta mediados de la década de los 70. A par-tir de ahí se produce un proceso de abandono de las áreas urbanas por parte de la actividad asociada al turismo en Las Palmas de Gran canaria, debido a la falta de suelo, en favor de los terrenos no urbanizados del sur de la isla.

A día de hoy, la estructura alojativa de Las Palmas de Gran Canaria viene siendo la siguiente:

Notas de la categoría:

- **Indicadores: Establecimientos hoteleros abiertos**  
Establecimientos hoteleros abiertos: se entiende por establecimiento hotelero abierto aquel que ha prestado servicios de alojamiento de pago algún día del mes de referencia.
- **Indicadores: Plazas ofertadas**  
Plazas ofertadas o número de camas: el número de plazas estimadas por la encuesta de los establecimientos hoteleros abiertos en el mes de referencia.

**TABLA 1. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS ABIERTOS Y PLAZAS OFERTADAS SEGÚN CATEGORÍAS POR MUNICIPIOS DE ALOJAMIENTO Y PERIODOS**

	Las Palmas de Gran Canaria							
	2013 Abril	2013 Marzo	2013 Febrero	2013	2012	2011	2010	2009
Establecimientos hoteleros abiertos								
<b>TOTAL CATEGORÍAS</b>	45	45	45	45	45	45	45	46
Plazas ofertadas								
<b>TOTAL CATEGORÍAS</b>	6110	6110	6110	6110	6081	5997	6096	6093

Fuente: Instituto Canario de Estadística

Como vemos en la tabla superior el número de establecimientos turísticos en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria no ha sufrido modificaciones sustanciales en los últimos años, y aunque podemos observar que sí se ha producido un aumento del número de plazas alojativas, no se puede considerar que éste sea significativo, con respecto al número de plazas totales.

El grueso de establecimientos hoteleros de Las Palmas de Gran Canaria se sitúa en el distrito Puerto-Canteras, y se corresponde con los barrios anexos al gran recurso turístico de la ciudad, la playa de Las Canteras. El resto de establecimientos hoteleros de la ciudad se sitúa en el barrio de Vegueta, casco antiguo de Las Palmas, respondiendo a la demanda de turismo cultural.

En este artículo se procederá al estudio de la oferta alojativa en el Distrito Puerto-Canteras, por ser, como ya se ha dicho, el que absorbe la mayor parte de la actividad turística en la ciudad de Las Palmas. Para ello, se ha procedido a la recopilación de una serie de datos acerca de los establecimientos turísticos existentes en el área, que se exponen en la siguiente tabla, lo que permitirá un análisis en profundidad del estado actual de dicha oferta.

**TABLA 2. ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS DISTRITO PUERTO-CANTERAS**

NOMBRE	TIPO	CATEGORÍA	UNIDADES	PLAZAS	M2_plt	M2_const	Plt_number	Ext_Serv	Prior_1	Prior_2	AÑO	ZONA
Deportivo	0	3	64	128	436	3007	8	1	0	3	1965	2
BEST WES	0	4	114	230	577	5246	10	0	0		1960	3
REINA IS	0	4	231	411	4514	19764	11	1	0	1	1965	2
EUROSTAR	0	4	115	227	711	4550	10	0	0	2	1966	2
IDAFE	0	2	34	64	220	1557	10	1	1		1969	2
HOSTAL K	0	1	17	24	88	1363	4	1	1		1930	2
NH IMPER	0	4	142	278	731	8088	12	0	0	1	1969	3
CONCORDE	0	4	124	236	406	3016	10	0	0		1966	2
AC HOTEL	0	4	227	432	725	14370	26	1	2	0	1968	3
HOTELCRI	0	5	312	596	2913	29272	7	1	0		1965	3
HOTEL PL	0	3	67	133	308	2657	9	0	1		1960	3
ASTORIA	0	3	168	304	1287	5879	7	1	0	3	1967	2
FAYCAN	0	3	61	119	382	3109	8	1	1	3	1965	2
LANZAS	0	3	31	58	441	3169	9	1	1		1950	2
ALOE CAN	0	3	43	86	144	1875	9	0	1		1972	3
MAJORICA	0	2	34	48	174	1290	8		0		1966	2
OLYMPIA	0	2	40	78	287	1703	7	0	1		1965	2
BAJAMAR	0	2	19	37	87	522	6	0	1		1969	2
IGRAMAR	0	3	61	122	340	2590	7	0	1	3	1960	2
PUJOL	0	2	48	92	220	2000	8	1	1		1960	3
CANTERAS	0	1	15	45	124	1433	8	1	1		1980	3
CASTILLO	0	1	24	48				0	1			3

LA LOCALIZACIÓN DE LOS HOTELES URBANOS.  
EL CASO DEL DISTRITO PUERTO-CANTERAS EN LA CIUDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

NOMBRE	TIPO	CATEGORÍA		UNIDADES	PLAZAS	M2_plt	M2_const	Plt_number	Ext_Serv	Prior_1	Prior_2	AÑO	ZONA
DON CARL	0	1	24	48	125	4580	9	1	1			1979	3
LUZ PLAY	0	2	34	82	138	2044	9	1	1			1970	3
TINOCA	0	2	49	98	241	1855	8	0	1	3		1967	3
LANZA RO	0	1	16	32	377	2659	8	1	1			1975	2
MAYPE	0	2	18	37	216	2107	7	1	1			1970	2
SAN ANTO	0	2	51	132	237	2489	8	1	1			1975	2
COLON PL	0	2	38	75	244	2587	8	1	1			1969	2
BRISAMAR	0	2	42	84	333	2556	8	1	1	3		1970	2
GOLETA	0	1	12	33	208	662	4	1	1	3		1960	2
RIVIERA	0	2	49	98	323	2355	8					1975	2
PLAYA DO	0	2	66	172	981	6070	8	1	1			1966	2
MARMORAL	0	2	44	97	319	2354	8		1			1973	2
MANNIX	0	2	24	72	142	925	8		1			1969	2
VEROL	0	3	43	86	134	1098	7	0	1			1967	2
TEJEDA	0	2	27	54	168	1293	8	1	1	3		1975	2
HOTEL EL RINCON	0	4	300	600	3500	16281	5	0	3	0		2015	1

Fuentes: Patronato de Turismo de Gran Canaria

([http://www.grancanaria.com/patronato\\_turismo/](http://www.grancanaria.com/patronato_turismo/)), Sede Electrónica del Catastro (<http://www.sedecatastro.gob.es/>), trabajo de campo, estudio de viabilidad para un hotel en el área del Rincón, Las Palmas de Gran Canaria. Anna Bassa Sanabra (2011)

Como podemos ver en la tabla 2, el período de construcción de la mayoría de los establecimientos hoteleros se sitúa entre los años 60 y los 70. Un 55% de los establecimientos pertenecen a la categoría hotelera y el resto a la categoría extra-hotelera. Uno de los datos relevantes en la presente tabla son los referentes a la columna Ext\_Serv, que se refiere a si los establecimientos, hoteleros o extra-hoteleros, disponen de servicios, que, por norma general, se sitúan fuera de los mismos, exteriorizados. Este fenómeno se debe a la excesiva atomización del parcelario del distrito Puerto-Canteras, que se ha detectado en otros estudios relacionados. En

la tabla 3 se exponen los datos relativos al tamaño de las parcelas dentro del ámbito de estudio, que corroboran lo dicho anteriormente.

**TABLA 3. CUADRO RESUMEN DATOS SUP. PARCELARIA**

SUP. PARCELA (m <sup>2</sup> )	Nº PARCELAS	%
≤ 250	3543	81,82
250 m <sup>2</sup> ≤ SUP. ≤ 500 m <sup>2</sup>	460	10,62
250 m <sup>2</sup> ≤ SUP. ≤ 1500 m <sup>2</sup>	241	5,56
1500 m <sup>2</sup> ≤ SUP. ≤ 2500 m <sup>2</sup>	48	0,58
2500 m <sup>2</sup> ≤ SUP. ≤ 5000 m <sup>2</sup>	7	0,16
5000 m <sup>2</sup> ≤ SUP. ≤ 10.000 m <sup>2</sup>	6	0,14

Elaboración propia a partir de datos de descarga masiva de sede electrónica del catastro.

Como consecuencia del escaso margen de espacio para construir que esta fragmentación del parcelario acarrea, el número de plazas o camas pasa a ser la prioridad en la gestión de la oferta hotelera, muy por encima de los servicios complementarios ofrecidos, lo que da lugar a la aparición de servicios externos, ligados al hotel pero no exclusivos del mismo, como son el servicio de parking y servicios de moda, estética o relax, que aparecen en zonas cercanas al hotel y se vinculan al mismo mediante acuerdos entre empresarios hoteleros y de servicios, como pueden ser los descuentos sobre el precio de los servicios a los huéspedes del establecimiento, a cambio de la promoción del servicio concreto por parte del hotel.

### **SOBRE LA LOCALIZACIÓN DE LOS HOTELES EN LOS CENTROS URBANOS**

Las teorías geográficas han sido utilizadas ampliamente con anterioridad, para determinar la localización de hoteles y otros usos dentro de la ciudad (Nield, K. Egan, J. 2000; Shoval, N. 2006), así como las teorías económicas (Kalnis, A. Chung, W. 2004) o las teorías de marketing (Baum, J, A, C. Havelman, H, A. 1997; Urtsasun, A. Gutiérrez, I. 2006).

En este sentido, la regresión geográfica es un modelo relativamente reciente de análisis espacial, propuesto por Fotheringham y su equipo en una serie de artículos académicos (Brudson, C. Fotheringham, A, S. 1998

a, b, 1999; Fotheringham, A, S. Brundson, C. 1997 a, b, 2002). El modelo de regresión geográfico estima coeficientes de regresión locales usando pesos espaciales dependientes. El peso de cada punto (dato) está determinado por la distancia desde cada punto a un número específico de localizaciones posibles.

Dicho método ha sido utilizado en diferentes estudios y presentado en numerosos artículos relevantes, como son el realizado por Yang, Y. Wong, K, F. Wang, T (2012), bajo el título ¿Como eligen los hoteles su localización?, o los de Zhang, H. Zhang, J. Lu, S. Cheng, S Y Zhang, J (2011). Estos autores demuestran la validez del modelo en cuanto a su aplicación en el ámbito de la localización de los hoteles.

Tanto en estos artículos como en muchos otros, ya mencionados en líneas superiores, encontramos resultados que respaldan una serie de conclusiones, que se repiten en la mayoría de los casos. Por lo que se puede constatar que en lo que respecta a la localización de los hoteles son de importancia factores tales como:

## **CONDICIONES ESPACIALES**

### **Accesibilidad**

Siendo los establecimientos alojativos parte de la industria del sector servicios, la localización preferente de los hoteles será la que se encuentre próxima a sus mercados potenciales, ya que se busca una mayor demanda por parte de los clientes potenciales. En sus estudios, Barros (2005) concluye que los hoteles situados cerca de un mercado potencial, superan a sus homólogos de difícil acceso en términos de eficiencia. Lo que concuerda con las investigaciones de Yokeno (1968), donde los hoteles tienden a elegir una ubicación espacial de centralidad, en modelos monocéntricos, asimismo Nield, K y Egan, J (2000), concluyen que los beneficios disminuyen en la misma medida en que aumenta la distancia al centro de la ciudad, ya que si asumimos los costes derivados del terreno como constantes en el espacio, entonces los ingresos potenciales determinarán las pujas máximas por el terreno. Por su parte Weaver (1993) determina

que los turistas prefieren la elección de hoteles en localizaciones donde la cantidad de elecciones posibles es mayor, es decir, localizaciones con el mayor número de servicios disponibles.

## Clustering

Los hoteles tienden a formar *clusters*. Los *clusters* permiten al conjunto de hoteles acceder a recursos a los que un hotel en solitario no podría acceder, como proveedores líderes o servicios y relaciones especiales, por lo que este será un parámetro decisivo en cuanto a su localización.

## Servicios

Las investigaciones realizadas por Rigall-I-Torrent y Fluvià (2007, 2011) indican que la oferta de bienes y servicios públicos puede influir en el precio de las habitaciones de hotel, y, por lo tanto, en la producción de unos mayores ingresos en hoteles cercanos a zonas o áreas con mayor cantidad de servicios públicos (infraestructuras, equipamientos, servicios, así como calidad ambiental etc.)

## Desarrollo urbano

Es propia del desarrollo urbano de las ciudades la tendencia a crear nuevas zonas especializadas a medida que pasa el tiempo, por lo que las preferencias de localización de los hoteles tiende a modificarse también como consecuencia de este desarrollo. Así, por ejemplo, en un primer momento la mayoría de los establecimientos hoteleros se localizaba en la zona histórica de la ciudad, y una vez la estructura urbana se desarrolla y aparecen las citadas zonas especializadas, como las de negocio-empresa o nuevas zonas turísticas, los hoteles tienden a re-localizarse para satisfacer las nuevas demandas surgidas de estos desarrollo urbanos.

## CARACTERÍSTICAS PROPIAS

### Tamaño de parcela

Diferentes tamaños suponen diferentes precios o costos derivados del solar. Por lo que los hoteles de mayor envergadura tienden a localizarse generalmente lejos del centro ciudad, ya que los niveles de renta se reducen en la misma medida en que se alejan del centro de la ciudad. (Nield, K. Egan, J. 2000).

### Categoría

Diferentes categorías, implican diferentes demandas, clientes y mercados. Así, por ejemplo, hoteles de alta categoría, 4 o 5 estrella, tienden a atraer clientes que viajan por negocios (Yang, Y. Wang, T. 2012). Por este motivo, estos hoteles buscan una localización central en la ciudad.

### Diversificación

Lee y Yang (2007) argumentan que la diversificación dentro del mercado mejora las condiciones de estabilidad del negocio, en función de la reducción de riesgos potenciales para el mismo. En este caso podemos ver como los estudios de Yokeno (1968), demuestran que hoteles sin diversificación alguna, es decir aquellos que solo ofrecen alojamiento, tienden a localizarse en el centro de la ciudad, ya que son capaces de pagar precios de renta más alto, mientras que los hoteles que diversifican su actividad buscan localizaciones diferentes del centro ciudad de acuerdo con su curva de renta.

Junto a estos aspectos espaciales y característicos, Harvey (1966), detecta un factor condicionante a añadir en la cuestión de la localización de un hotel. Tendencias dinámicas, factores influyentes como los cambios en el estilo de vida, gustos de los consumidores, etc. ejercen una influencia en la viabilidad y la localización de los hoteles.

## EL ESTADO ACTUAL DE LA INDUSTRIA HOTELERA EN EL DISTRITO PUERTO CANTERAS DE LA CIUDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.

Como hemos visto anteriormente, el distrito Puerto-Canteras, dispone de un total de 37 hoteles construidos más 1 proyectado, de los cuales 22 corresponden al tipo hotelero y 16 a extra-hotelero:

**TABLA 4. TIPOLOGÍA HOTELERA EN EL DISTRITO PUERTO-CANTERAS**

	TIPO			
	Frecuency	Percent	Valid percent	Comulative percent
Valid Hotelero	22	57,9	57,9	57,9
Extra Hotelero	16	42,1	42,1	100
Total	38	100	100	57,9

Fuente: Patronato de turismo

**TABLA 5. CATEGORÍA EN BASE A TIPOLOGÍA HOTELERA**

	Categoría			
	Frecuency	Percent	Valid percent	Comulative percent
1*	4,50%	1	31,25%	5
2*	22,72%	5	68,75%	11
3*	36,36%	8		
4*	31,81%	7		
5*	4,50%	1		

Fuente: Patronato de Turismo

Como se puede observar en las tablas 4 y 5, existe una predominancia de tipología hotelera frente a la extra-hotelera y una tendencia en cuanto a categoría, dentro de la tipología predominante, de hoteles de 3 y 4 estrellas (categorías media y alta).

Además de estos datos, para el estudio objeto de este artículo, es relevante la información relativa a los conceptos expuestos anteriormente.

En el siguiente cuadro se exponen las características de los establecimientos hoteleros del distrito Puerto- Canteras, relativas su capacidad alojativa, tamaño, localización con respecto a los recursos turísticos, y ubicación dentro de la estructura de la trama urbana.

**TABLA 6. CUADRO RESUMEN ESTRUCTURA HOTELERA DISTRITO PUERTO-CANTERAS**  
**ESTADÍSTICAS DESCRIPTIVAS**

	N	Mínimo	Máximo		Media	Desviación Stándar	Varianza
<b>Estadísticas</b>							
Plazas	38	24	600	147,26	23,763	146,482	21457,118
m2_const	37	522,00	29272,00	4550,6757	981,41393	5969,70785	3,564E7
Año	37	1930	2015	1967,89	1,914	11,642	135,54
Dist_Playa	38	1,00	459,78	138,3197	17,29565	106,61753	11367,297
Dist_Negocios	38	204,73	1228,99	686,1501	44,69288	275,50541	75903,233
Dist_Convenciones	38	1,00	3248,60	2250,6354	101,97964	628,64472	395194,181
Dist_Cultura	38	1,00	3248,60	2217,6516	113,58958	700,21323	490298,565
Dist_Centro_focal	38	1,00	366,95	160,1559	15,67975	96,65646	9342,472
Dist_Zona_Comercial	38	1,00	1005,52	378,0562	38,29158	236,04514	55717,306
Dist_Deportivo	38	1,00	2241,98	1270,0765	89,15657	549,59801	302057,969
Dist_Naturaleza	38	946,44	2900,54	2004,9946	83,32687	513,66134	263847,971
Valor_PPMCC	38	,14	,38	,2621	,00909	,05606	,003
Nivel_Accesibilidad	38	4521,00	8279,00	5735,0789	160,28936	988,08995	976321,750
Nivel_Conectividad	38	2,00	4,00	3,2105	,09359	,57694	,333
Valid N (listwise)	37						

Fuentes: Elaboración propia, Patronato de turismo, Sede electrónica del Catastro.

En la tabla 7 se exponen los resultados obtenidos del análisis comparativo entre los valores de accesibilidad y conectividad de la totalidad de la trama urbana, y los correspondientes a la localización de cada uno de los hoteles estudiados. Antes de proceder a la interpretación de dichos resultados, hay que explicar que el concepto de accesibilidad antes mencionado, es un tanto genérico en cuanto a la estructura vial se refiere. Este

parámetro puede desglosarse en dos elementos, accesibilidad pura y conectividad, procedentes de las teorías gráficas y estudios topológicos:

**TABLA 7. CUADRO RESUMEN DATOS ACCESIBILIDAD, CONECTIVIDAD Y PPMCC, CORRESPONDIENTE A LA TOTALIDAD DE NODOS QUE COMPONEN LA ESTRUCTURA VIARIA DEL DISTRITO PUERTO-CANTERAS**

	N	Mínimo	Máximo	Mean	Desviación Standard
Accesibility_Index_X	341	4521,00	10038,00	6068,3724	1169,48829
Connectivity_Index_Y	341	1,00	5,00	3,4106	,68711
Valor_PPMCC	341	,11	,51	,2933	,07259
Valid N (listwise)	341				

La configuración espacial de una red, puede estudiarse de tres maneras diferentes: mediante los índices de conectividad, los índices de accesibilidad y los valores de compactación, estos índices son inherentes a la red estudiada, y su análisis puede proporcionar valores mensurables de cada uno de los nodos que conforman la red estudiada, derivados de las matrices de conectividad y accesibilidad, que analizan las conexiones entre nodos de una misma red. (Cole and King, 1968; Hay, 1973; Hodder and Lee, 1982; Rallis, 1988; Olawande 2007).

Si observamos la red vial en una escala inter / intra-barrios, encontramos que las vías de máxima accesibilidad reparten el flujo viario entre los barrios, permitiendo un rápido acceso a los mismos mediante viales que atraviesan, circunscriben o se acercan de manera tangencial a los mismos. Estos viales son viales de primera categoría, o, lo que es lo mismo, viales primarios y, en algunos casos, secundarios (dentro de la escala establecida). Se trata, en definitiva, de viales que conectan con el mayor número posible de otras calles, para dar una máxima accesibilidad a las zonas a las que sirven. Por otro lado, disponemos de los puntos de máxima conectividad, estos puntos reparten el flujo de la red vial a una escala intra-barrio, son puntos centrífugos o centrípetos del barrio, reparten o atraen flujos gracias a las máximas conexiones de las que disponen con el resto de

viales interiores. Estos viales suelen ser, generalmente, de índole secundaria o terciaria, pues su función no es la de agilizar el flujo de las vías, sino la de repartir dicho flujo dentro del barrio.

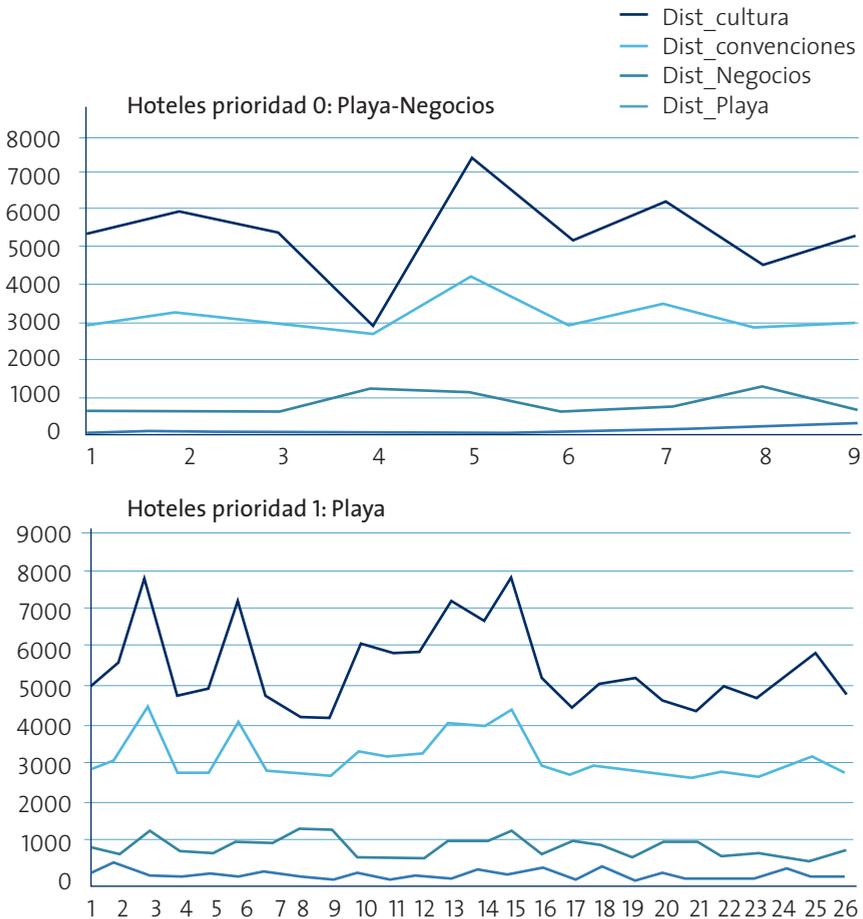
Como podemos ver, a partir del estudio de las tablas anteriores, y, en concreto, de los resultados de los valores de los índices de accesibilidad, conectividad y PPMCC, los valores PPMCC hacen referencia a la correlación existente entre los valores de accesibilidad-conectividad (Olawande. 2007), podemos comprobar que existe una tendencia a la localización de hoteles en nodos urbanos con mayor índice de conectividad. Esto indica que los hoteles urbanos, en el caso del Distrito Puerto-Canteras, prefieren una localización central en el barrio, con mayor conectividad entre las calles, permitiendo mejores conexiones con los elementos de su ámbito más cercano, lo cual se corresponde con la teoría de Yokeno (1968), donde los hoteles tienden a elegir una ubicación espacial de centralidad, en modelos monocéntricos, y de Weaver (1993) sobre la preferencia de localizaciones con mayor número de elecciones y servicios posibles. Esta preferencia de conectividad frente a accesibilidad se debe, en primer lugar, a que todos los hoteles del distrito tienen como recurso primario o secundario la playa de las Canteras, y los nodos de máxima conectividad aseguran un fácil acceso tanto a este recurso como a el resto de sub-recursos o recursos complementarios de la zona. En segundo lugar, los puntos de máxima conectividad son los puntos de concentración de un mayor número de flujos y, por tanto, de actividades, lo que supone un complemento o atractivo a la hora de elegir hotel para los consumidores / turistas.

Otro aspecto a destacar es la relación existente entre la prioridad, referida el recurso turístico o no, de la que depende cada hotel y la distancia a la que se encuentra cada hotel de su prioridad. Se encontraron cuatro prioridades primarias en los hoteles del distrito:

**TABLA 8. EQUIVALENCIA DE VALORES UTILIZADOS EN ANÁLISIS ESTADÍSTICOS PARA DATOS DE PRIORIDAD**

VALOR	EQUIVALENCIA
0	Playa-Negocios
1	Playa
2	Negocios
3	Convenciones

**GRÁFICA 1. GRÁFICA COMPARATIVAS ENTRE DISTANCIA (SHORTEST WALK) DE HOTELES A RECURSOS Y PRIORIDADES 0 Y 1**



Los recursos presentes en las equivalencias descritas (tabla 8), corresponden a la playa de Las Canteras, la zona portuaria (tanto el puerto de La Luz y de Las Palmas como su estructura industrial y de servicios anexa, que es la generadora del tejido empresarial del distrito y, probablemente, uno de los más importantes de la isla) y, por último, el espacio de convenciones y eventos construido junto al auditorio y la sede filarmónica de Las Palmas de Gran Canaria, en la zona del Rincón. Expuestas estas prioridades principales de los hoteles, cabe decir que se encontraron como prioridades secundarias o de apoyo, por un lado, las mismas que las principales, pues cuando un hotel dispone de una prioridad principal cualquiera de las otras 3 puede pasar a ser secundaria, y, por otro, prioridades puramente secundarias, como son las vinculadas al área de cultura, o al *shopping*. Con respecto al área de cultura, señalar que los hoteles promocionan eventos culturales que se producen tanto en el parque Santa Catalina como en el auditorio. Las zonas comerciales de influencia para los turistas del distrito Puerto-Canteras son Mesa y López, Santa Catalina y los centros comerciales anexos.

Como podemos ver en las gráficas 1, que estudian comparativamente las distancias de los hoteles con prioridad 0 (playa-egocios) y 1 (playa), respecto al resto de recursos turísticos, el recurso más valorado, y, por tanto, el de menor distancia, es la Playa de las Canteras. Esto sugiere que son correctas las afirmaciones de Yang y Wang (2012), que defienden que los hoteles de alta categoría tienden a atraer viajeros de negocios, ya que, al estudiar más detenidamente los hoteles que responden a la prioridad playa-negocios, observamos que más de un 60% de los mismos corresponden a hoteles de categoría igual o superior a las 4 estrellas. Así mismo Shoval, Mc Kercher, Erica y Amit (2011), demuestran en su estudio sobre la localización de los hoteles y de las actividades turísticas en la ciudad, que el tiempo dedicado, por parte de los turistas, a actividades propias es mucho mayor en distancias próximas al hotel, o, lo que es lo mismo, cuanto más lejos del hotel se encuentre el turista menos tiempo invertirá en las actividades de la zona. Es por esto que los hoteles buscan una localización lo más próxima posible al recurso del que dependen, ya que el turista busca la cercanía de dicho recurso, para disponer de la posibilidad de invertir el máximo tiempo posible en el mismo.

## LA ESTRUCTURA HOTELERA Y SU RELACIÓN CON LA ESTRUCTURA COMERCIAL

---

Mientras que ir de compras rara vez se menciona como la razón principal para viajar, tal vez sea la más universal de las actividades turísticas y de gran importancia económica para los comerciantes locales. La creación de zonas comerciales confortables y emocionantes puede atraer a los turistas y prolongar su estancia en una región. Ir de compras es una de las actividades más antiguas y comunes asociada con los viajes y se está convirtiendo, cada vez más, en una actividad fundamental para el turismo, en términos de consumo real de los bienes adquiridos y como fuente de disfrute y satisfacción (Tozun, Temizkan, Timothy & Fyall, 2007).

En las últimas décadas se han escrito gran cantidad de informes y estudios sobre el turismo urbano, debido a la aparición y conformación de distritos hiper-especializados en el turismo cultural y comercial en las grandes ciudades. Las relaciones generadas entre el turismo y las aglomeraciones comerciales en forma de actividad de disfrute, han sido estudiadas por Stanfield and Rickert (1970) y posteriormente por Wall y Sinnott (1980). Ambos estudios coinciden en la existencia de una interrelación espacial entre las actividades comerciales, culturales y turísticas en áreas que se pueden considerar o describir como “distrito recreativo y de negocios” o “distrito turístico cultural”. Esta definición se correspondería con una área de la ciudad dotada de una alta concentración de servicios y tiendas, enfocadas tanto a turistas como a la población local, que propicia y posibilita actividades recreativas y culturales. En esta misma línea existen estudios sobre la relación entre el turismo y la regeneración económica en áreas urbanas (Law, 1992. Page 1993. Murphy, Moscardo, Benc-kendorff, 2011).

Heung y Cheng (2000) observaron que las compras no esenciales son percibidas por los consumidores como parte de las actividades de ocio. Howard (1990), añadió que los consumidores valoran positivamente una mayor posibilidad de elección en los espacios donde realizan estas compras no esenciales o *shopping*, por lo que los comerciantes pueden atraer consumidores mediante la creación o localización de actividades de ocio

en las mismas áreas. El objetivo de combinar ocio y comercio es la creación de sinergias, generando ventajas específicas a los comerciantes y planificadores del turismo, como la atracción de consumidores, mayores tiempos de duración de las actividades de compra y ocio, clientela más específica, ventajas competitivas e imagen de marca asociada.

En el análisis de la relación existente entre la estructura comercial y la industria turística, hay que señalar la influencia de dos factores diferenciados. Por una lado, la diversificación de las actividades del hotel, y, por otro lado, el desarrollo urbanístico llevado a cabo en conjunto con el desarrollo de la industria del turismo en el distrito Puerto-Canteras. Como se ha comentado al comienzo de este artículo, la excesiva atomización del distrito Puerto-Canteras ha obligado a la mayoría de hoteles a externalizar servicios, subcontratándolos en entornos cercanos al hotel, lo que coincide con la teoría de Yokeno (1968):

“hoteles sin diversificación alguna, es decir aquellos que solo ofrecen alojamiento, tienden a localizarse en el centro de la ciudad, ya que son capaces de pagar precios de renta más alto, mientras que los hoteles que diversifican su actividad buscan localizaciones diferentes del centro ciudad de acuerdo con su curva de renta”.

Con respecto al desarrollo urbanístico que ha sufrido la zona desde su punto álgido en la década de los 60, cabe decir que en el distrito Puerto-Canteras de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria encontramos dos zonas de identidades ampliamente diferenciadas, por un lado, el barrio de Santa Catalina y, por otro, los dos barrios laterales: el barrio de la Isleta y el barrio de Guanarteme. Como se expone en la introducción, la actividad turística se origina en Las Palmas de Gran Canaria en el siglo XIX, y es en la década de los 60 y 70 cuando alcanza su mayor esplendor, desarrollándose en la zona del barrio de Santa Catalina, debido a la presencia del mayor reclamo turístico de la ciudad, las playas de Las Canteras. Durante esos años se construye prácticamente la totalidad de los hoteles que existen en la actualidad en la zona. Los primeros establecimientos turísticos que se abrieron en la playa, en la década de los 50, fueron antiguas viviendas de la zona de La Puntilla (La Isleta), reconvertidas en residencias, que

sumaban unas cuatrocientas camas (Dominguez Mujixa, J. Gonzalez Perez, J. Parreño Castellano, J.M. 2008). Posteriormente, el turismo se desplazó a la zona sur de la isla, creándose desarrollos urbanos específicos para esta actividad. No es hasta la década de los 60 cuando se intenta una recuperación de la industria turística en el área de Las Canteras. Se lleva a cabo la ampliación del Paseo de Las Canteras hacia el Oeste, que integra el barrio de Guanarteme, y culmina con el paseo con el actual Auditorio y Plaza de la Música, y hacia el Este, se incorpora el barrio de La Isleta, con la creación de la plaza Saulo Torón y la intervención en el paisaje protegido de La Isleta, mediante operaciones paisajistas y de recuperación en la playa del Confital. Estas operaciones de renovación y ampliación del ámbito turístico relacionado con la playa de Las Canteras han generado la adquisición y posterior renovación de Hoteles por parte de grandes compañías hoteleras, pero no la generación de un nuevo tejido hotelero en las zonas de Guanarteme y La Isleta.

**GRÁFICO 2. DISTRITO PUERTO-CANTERAS. 1966. INFRAESTRUCTURA DE DATOS ESPACIALES DE CANARIAS. GOBIERNO DE CANARIAS. REF: ITRF93**



---

**GRÁFICO 3. ESTRUCTURA COMERCIAL Y HOTELERA DEL DISTRITO  
PUERTO-CANTERAS**

---



Como podemos ver en las imágenes superiores, de 1966 (Barrio de Santa Catalina, parte inferior del barrio de La Isleta a la izq. y barrio de Guanarteme a la dcha.), el Paseo de Las Canteras no existía a la altura del barrio de Guanarteme. Dicho barrio había sido promovido, como respuesta a la fuerte presión demográfica existente en los años 20, por parte del Ayuntamiento de San Lorenzo, y, posteriormente, pasó a formar parte de los límites administrativos de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, conformándose, en base a la Ley de Casas Baratas de 1911, como ciudad satélite con el fin de alojar a obreros portuarios y sus familias (Álvarez, D. 2011), ya que estaba dotado de un fuerte tejido industrial que derivaría en la posterior aparición de pequeños talleres en el barrio (Ginés de la Nuez, C. Hernández Torres, S. 2006). Es a partir de la década de los 70 y principio de los 80, coincidiendo con la crisis turística que afectó a la zona, debido

a la relocalización de la industria en el sur de la isla, cuando los pequeños comercios pierden su carácter aglutinador y, sobre todo, su condición de foco de atracción en el momento en que el nuevo eje comercial de la Avda. Mesa y López (tramo que en la imagen superior de 1966 no se encuentra finalizado) altera dicha función, rompiendo las relaciones sociales y económicas de la urbe y dejando un conjunto costero desestructurado (Ginés de la Nuez, C. Hernández Torres, S. 2006).

Vemos en la imagen superior que en la actualidad existe una clara aglomeración de hoteles en el barrio Santa Catalina como resultado de los procesos de *cluster* propios de la industria hotelera, pero a pesar de los sucesivos proyectos de revitalización de la zona, no ha aparecido un nuevo tejido hotelero en la zona de Guanarteme. Lo mismo ocurre con la estructura comercial ligada al turismo, existen dos aglomeraciones comerciales en la zona de estudio, claramente identificadas, por un lado el primer tramo de de la Avda. Mesa y López, y por otro, el área del parque Santa Catalina. Ambas aglomeraciones se encuentran interrelacionadas por flujos de actividad a través de los viales de máxima accesibilidad de la zona, lo mismo ocurre con la zona del paseo de Las Canteras dedicado casi en exclusiva a la restauración donde vemos como el número de locales comerciales dedicados pierde fuerza en la misma mediada que se aleja del cluster hotelero. Esto evidencia que los desarrollos urbanos, y procesos históricos de conformación de ciudad tienen un peso importante a la hora de la conformación de la ciudad turística. Y puede indicar que en el caso de la exteriorización de servicios de la industria hotelera de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, este proceso tiende a crear o a reforzar la estructura comercial compartida propia de los distritos hiper-especializados.

## **CONCLUSIONES**

---

Como hemos ido viendo a lo largo del presente artículo, las teorías estudiadas acerca de la localización de los hoteles en zonas urbanas se aplican claramente en el caso del distrito Puerto-Canteras de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria. Parece bastante aclaratorio el estudio de las distancias

a las que se localizan los productos turísticos de los que dependen los hoteles, y la importancia de la elección de un nodo urbano, con claras tendencias de preferencia de altos valores de conectividad frente a accesibilidad, así como la tendencia de ciertos hoteles a posicionarse mediante el aumento de categoría, consiguiendo ampliar sus nichos de mercado. En definitiva, se detecta que la localización de un hotel no es una cuestión meramente geográfica, sino que contempla una serie de parámetros que responden a varias condiciones, tanto propias como espaciales, o intrínsecas y externas, y que, por lo tanto, el hotel debe lidiar con cada uno de estos parámetros y buscar el ajuste adecuado que más le convenga en función del mercado al que aspira.

Por otra parte, han salido a la luz datos muy interesantes sobre la exteriorización de servicios por parte de los hoteles y cómo esta exteriorización parece ayudar a conformar y consolidar la estructura comercial ligada a la industria del turismo, y a su vez cómo, tanto la estructura comercial como la hotelera, se ven influenciadas por los desarrollos urbanos y futuros que pueden sufrir los enclaves turísticos dentro de la ciudad.

### **LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES**

Si bien parece claro que las hipótesis demostradas en los estudios mencionados, se cumplen en el caso de la industria hotelera y turística del distrito Puerto-Canteras. Existen ciertas limitaciones a tener en cuenta para futuras investigaciones o referencias, si bien podemos confiar en los datos obtenidos y presentados en este artículo, como datos veraces y fiables, se recomienda la obtención de una mayor cantidad de datos en cuanto a tiempo se refiere, de modo que se puedan establecer relaciones y obtener resultados a lo largo del tiempo y que corroboren los resultados iniciales, en tanto en cuanto la estructura de la trama urbana que contiene la aglomeración vaya cambiando, de manera que se puedan constatar resultados iniciales con otras franjas de tiempo de la misma estructura urbana.

Asimismo se recomienda la indagación y profundización en los estudios sobre la posibilidad comentada, de que los servicios exteriorizados ayudan a conformar la estructura comercial de la ciudad turística, si bien

los datos obtenidos parecen esperanzadores en este sentido, es necesaria la realización de un estudio en profundidad para demostrar la hipótesis aquí planteada.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez Suárez, D, Y. 2011. Los procesos de conformación de las ciudades de condición periférica. Tesina Inedita. ULPGC.
- Barros, C.P., 2005. Measuring efficiency in the hotel sector. *Annals of Tourism Research* 32 (2), 456-477.
- Baum, J.A.C., Haveman, H.A., 1997. Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990. *Administrative Science Quarterly* 42 (2), 304-338.
- Brunsdon, C., Fotheringham, A.S., Charlton, M., 1998a. Spatial nonstationarity and autoregressive models. *Environment and Planning A* 30, 957-974.
- Brunsdon, C., Fotheringham, A.S., Charlton, M., 1999. Some notes on parametric significance tests for geographically weighted regression. *Journal of Regional Science* 39 (3), 497-524.
- Cole, J.P. and King, C.A.M. (1968). *Quantitative Geography Techniques and Theories in Geography*. London: John Wiley & Sons.
- Dominguez Mujica, Josefina. Gonzalez Perez, Jesús. Parreño Castellano, Juan Manuel. Transformaciones recientes de barrios turísticos maduros. Los casos de Palma de Mallorca y Las Palmas de Gran Canaria, España. *Scripta Nova. Revista Electronica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de Agosto de 2008, Vol. XII, num 270 (93).
- Fotheringham, A.S., Brunsdon, C., Charlton, M., 2002. *Geographically Weighted Regression: The Analysis of Spatially Varying Relationships*. Wiley, Chichester.
- Fotheringham, A.S., Charlton, M., Brunsdon, C., 1997a. Measuring spatial variations in relationships with geographically weighted regression. In: Fischer, M.M., Getis, A. (Eds.), *Recent Developments in Spatial Analysis*. Springer, Berlin, pp. 60-82.

- Fotheringham, A.S., Charlton, M., Brunsdon, C., 1997b. Two techniques for exploring non-stationarity in geographical data. *Geographical Systems* 4, 59-82.
- Ginés de la Nuez, C. Hernández Torres, S. 2006. El espacio litoral y la ciudad. Relaciones territoriales en Las Palmas de Gran Canaria. *Investigaciones Geográficas*. 41. 105-119.
- HARVEY, J. (1996) *Urban Land Economics*. Basingstoke: Macmillan.
- Hay, A. (1973). *Transport for the Space Economy. A Geographical Study*. London: The Macmillan Press Limited.
- Heung, V., Cheng, E., 2000. Assessing tourists' satisfaction with shopping in the Hong Kong Special Administrative Region of China. *Journal of Travel Research* 38, 396-404.
- Hodder B. W. and Lee, R. (1982). *Economic Geography*. London: Methuen & Co. Limited.
- Howard, JA. 1990. Consumer-Behavior in Marketing Strategy. *Journal of the Marketing Strategy*. 32. 281-282.
- Kalnins, A., Chung, W., 2004. Resource-seeking agglomeration: a study of market entry in the lodging industry. *Strategic Management Journal* 25 (7), 689-699.
- Law, Christopher M. 1992. Urban Tourism and Its Contribution to Economic Regeneration. *Urban Studies* 29(3/4): 599-618.
- Lee, M.J., Jang, S., 2007. Market diversification and financial performance and stability: a study of hotel companies. *International Journal of Hospitality Management* 26 (2), 362-375.
- Murphy, L, Moscardo, G, Beckendorff et al. P. 2011. Evaluating Tourist Satisfaction with the Retail Experience in a Typical Tourist Shopping Village. *Journal of Retailing and Consumers Services*. 18 (4). 302-310.
- Nield, K, Egan, J. 2000. Towards a Theory of Intraurban Hotel Location. *Urban Studies*. 37 (3). 611-621.
- Olawande, O. A. (2007). A Study of the Accessibility and Connectivity of Ikeja Arterial, 3(1), 109-123.
- Page, Stephen. 1993. *Urban Tourism*. London and New York: Routledge.
- Rallis, T. (1988). *City Transport in Developed and Developing Countries*. London: The Macmillan Press Limited.

- Rigall-I-Torrent, R., Fluvià, M., 2007. Public goods in tourism municipalities: formal analysis, empirical evidence and implications for sustainable development. *Tourism Economics* 13 (3), 361-378.
- Rigall-I-Torrent, R., Fluvià, M., 2011. Managing tourism products and destinations embedding public good components: a hedonic approach. *Tourism Management* 32 (2), 244-255.
- Shoval, N., 2006. The geography of hotels in cities: an empirical validation of a forgotten model. *Tourism Geographies* 8 (1), 56-75.
- Shoval, N. Mc Kercher, B. Erica, N, G. Amit, B. 2011. Hotel location and tourist activity in cities. *Annals of Tourism Research*. 38(4). 1594-1612.
- Stansfield, Charles A. Jr. and Rickert, John E. 1970. The Recreational Business District. *Journal of Leisure Research* 2(4): 213-25.
- Tosun, C., Temizkan, P., Timothy, D., Fyall, A., 2007. Tourist shopping experiences and satisfaction. *International Journal of Tourism Research* 9, 87-102.
- Urtasun, A and Gutiérrez, I. 2006. Hotel Location in Tourism Cities. Madrid 1936-1998. *Annals of Tourism Research*. 33 (2): 382-402.
- Wall, Geoffrey and Sinnott J. 1980. Urban Cultural and Recreational Facilities as Tourist Attractions. *Canadian Geographer* 24(1): 50-9.
- Weaver, D.B., 1993. Model of urban tourism for small Caribbean islands. *Geographical Review* 83 (2), 134-140.
- Yang, Y. Wong, K, F. Wang, T. 2012. How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing. *International Journal of Hospitality Management*. 31 (3). 675-685.
- Yokeno, N., 1968. La localisation de l'industrie touristique: application de l'analyse de Thunen-Weber. In: Paper Presented at the Cahiers du Tourisme, Aix-en-Provence. C.H.E.T.
- Zhang, H. Zhang, J. Lu, S. Cheng, S. Zhang, S. 2011. Modeling hotel room price with geographically weighted regression. *International Journal of Hospitality Management*. 30 (4). 1036-1043.