

## MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO

# Propuesta de app turística para el municipio de San Miguel de Abona



Autora: D<sup>a</sup> Rita Medina Páez

Tutor: D. Isaías Leopoldo Naranjo Acosta

Grado en Turismo

Curso 2017/2018

Fecha de defensa: 15 de Junio de 2018

## ÍNDICE:

RESUMEN/ ABSTRACT.....	3
1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. OBJETIVOS.....	4
3. METODOLOGÍA.....	5
4. INTRODUCCIÓN AL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE ABONA.....	6-7
4.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS.....	6
4.2. ORÍGENES.....	6
4.3. ACTUALIDAD.....	7
5. CONSIDERACIONES PREVIAS.....	7-19
5.1. INVENTARIO DE RECURSOS.....	7
5.2. BENCHMARKING.....	17
5.3. MÉTRICA SOCIAL.....	17
5.4. DAFO.....	18
6. PROPUESTA DE APP: “ABÓNATE A LA AVENTURA”.....	20-26
6.1. VALOR DE LA APP Y BENEFICIOS.....	20
6.2. APLICACIONES SIMILARES.....	21
6.3. CONTENIDO DE LA APP.....	22
7. CONCLUSIÓN.....	26-27
8. BIBLIOGRAFÍA.....	28-29
9. ANEXO.....	30-31

## ÍNDICE DE MAPAS, TABLAS, FICHAS Y GRÁFICOS.

MAPA 1: LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO.....	6
TABLA 1: BENCHMARKING.....	17
TABLA 2: MÉTRICA SOCIAL.....	18
TABLA 3: ANÁLISIS DAFO.....	19
FICHA 1: MUSEO CASA EL CAPITÁN.....	8
FICHA 2: EL CALVARIO.....	9
FICHA 3: BIBLIOTECA MUNICIPAL.....	10
FICHA 4: PARROQUIA MATRIZ DE SAN MIGUEL ARCÁNGEL.....	11
FICHA 5: CASA DEL ILUSTRE JUAN BETHENCOURT ALFONSO.....	12
FICHA 6: LA CASA AZUL.....	13
FICHA 7: SALA “EL ALJIBE”.....	14
FICHA 8: CASERÍO DE LA HOYA.....	15
FICHA 9: MIRADOR DE LA CENTINELA.....	16

## **ÍNDICE DE IMÁGENES:**

IMAGEN 1: PANTALLA PRINCIPAL.....	22
IMAGEN 2: MENÚ.....	23
IMAGEN 3: CATEGORÍA <i>DEPORTES</i> .....	24
IMAGEN 4: SUBCATEGORÍA GOLF.....	25
IMAGEN 5: SUBCATEGORÍA GOLF DEL SUR.....	26

## **ÍNDICE DE ANEXOS:**

DELIMITACIÓN DEL BIEN DE INTERÉS CULTURAL EN EL CASCO.....	30
TENDENCIAS Y PROYECCIONES 1950-2030.....	31

## **RESUMEN:**

El presente proyecto se centra en potenciar el incremento del turismo en San Miguel de Abona, un municipio sureño de la isla de Tenerife. Para ello, se ha realizado previamente un pequeño análisis del municipio para conocer sus recursos, así como sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. A su vez, se ha realizado una comparación con dos destinos turísticos importantes en la isla a fin de conocer qué diferencia a San Miguel de Abona de ellos. Finalmente, para potenciar el incremento del turismo en dicho destino, se realizó una propuesta de app turística para hacer uso de la tecnología (y no perderse nada durante la estancia) y disfrutar de la experiencia al completo. Dicha aplicación recoge todos los puntos de interés, dónde practicar los diferentes deportes que se ofrecen, dónde alojarse y comer, etc. para incluir a la población local en el desarrollo turístico y promocionar el destino en el sector turístico.

- Palabras clave: San Miguel de Abona, turismo, tecnología, app, población local.

## **ABSTRACT:**

This project focuses on boosting tourism growth in San Miguel de Abona, a southern municipality in the island of Tenerife. To do so, a preliminary analysis of the municipality has been conducted to identify its resources as well as its weaknesses, threats, strengths and opportunities. At the same time, a comparison with two important tourist destinations has been carried out with the aim of learning what makes San Miguel de Abona different from them. Finally, to boost tourism growth in the already mentioned destination, a tourist app proposal has been made to leverage technology (and not miss a thing during the stay) and to enjoy the experience to the fullest. This app gathers all points of interest, in addition to where to practise the different sports offered, where to stay and eat, etc. to involve the local population in tourism development and promote the destination in the tourism sector.

- Key words: San Miguel de Abona, tourism, technology, app, local population.

## **1. JUSTIFICACIÓN**

Este tema de investigación se ha escogido debido a la importancia de la tecnología en pleno siglo XXI y a los esfuerzos del municipio de San Miguel de Abona por hacerse un hueco en la oferta turística de la isla.

Con respecto al primer motivo, a la importancia de la tecnología en pleno siglo XXI, vemos que ya desde 1950 se aplican herramientas tecnológicas en el turismo (Álvarez, C., 1998). Este sector, al igual que la tecnología, ha ido cambiando a lo largo de los años y con él sus definiciones, ya que podemos encontrar varias a través del tiempo.

En 1942, Hunziker y Krapf definían el turismo como “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”. Cuarenta años más tarde, nos encontraríamos con otra definición: “movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (Mathieson y Wall, 1982). Doce años después de esta última definición, llegaría la de la OMT. Ésta recopila partes de otras definiciones (Sancho, A. 1998) y aclara que el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (OMT, 1994).

Actualmente, el turismo es importante para San Miguel de Abona, que tiene la suerte de contar con turistas repetidores, aunque no alcanza las cifras de municipios como Adeje, Arona o Santiago del Teide. Cuenta con una buena oferta alojativa, con campos de golf pioneros en el sur y con puerto deportivo, pero no destaca tecnológicamente hablando.

Es por ello, que unir tecnología y turismo en forma de app turística puede ser relevante para el municipio, ya que permitiría dar a conocer un poco más todo lo que tiene para ofrecer.

## **2. OBJETIVOS**

El objetivo principal de este proyecto es incluir la tecnología en el ámbito turístico del municipio. A su vez, este proyecto cuenta con otros objetivos:

1. Conocer los recursos con los que cuenta el municipio de San Miguel de Abona. Esto es, para saber cómo explotarlos y cómo introducirlos en la app de manera que resulten aún más atractivos.
2. Diseñar una app turística que se ajuste a la oferta del municipio.
3. Implicar a la población local en la aplicación y, por tanto, en el desarrollo y crecimiento turístico.
4. Aumentar la calidad de San Miguel de Abona como municipio turístico.

### 3. METODOLOGÍA

Para este proyecto se han empleado diferentes métodos de investigación en mayor o menor medida. Se ha hecho uso de revisión bibliográfica, de observaciones, de análisis de datos y de trabajo de campo.

La metodología llevada a cabo ha sido la siguiente:

1. Búsqueda de información y referencias bibliográficas. Este primer punto se ha repetido a lo largo del proyecto según avanzaba su desarrollo.
2. Breve análisis del municipio de San Miguel de Abona. Para realizarlo, fue necesaria la ayuda del INE (Instituto Nacional de Estadística) para conocer a grandes rasgos la evolución demográfica en los últimos 17 años del municipio.
3. Trabajo de campo para el inventario de recursos. Se llevó a cabo una salida para reconocer los diferentes puntos del casco de San Miguel. Además, para dicho inventario, se utilizó la herramienta Grafcan para la ubicación exacta y Turismo de Tenerife para imágenes e información, además del Ayuntamiento y el libro *San Miguel de Abona y su historia*, de Miguel Ángel Hernández González y Pedro Pablo Pérez Torres (1998).
4. Realización de benchmarking y métrica de redes sociales. Para ello, se comparó a San Miguel de Abona con los municipios de Adeje y Arona con el fin de conocer las diferencias y similitudes entre el primero y los otros. Para la métrica se comparó los perfiles de Facebook con la herramienta Likealyzer.
5. Análisis DAFO. De esta forma ha sido posible conocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del municipio. Para ello se hizo uso de la observación durante los tres meses de prácticas externas realizadas en la Oficina de Turismo de Golf del Sur y de revisión bibliográfica.
6. Búsqueda de aplicaciones similares y la aceptación de éstas en el mercado. En este punto se hizo uso de un artículo de Hosteltur y de Google Store. De este modo, fue posible conocer qué uso tenía cada una de las aplicaciones similares, además de su aceptación. Para esto último, se tuvo en cuenta la puntuación (de un máximo de 5 puntos) y el número de descargas general que ha tenido esa aplicación desde su incorporación a la plataforma de Google.
7. Puntualización del valor de la aplicación y sus beneficios y utilidades.
8. Desarrollo y diseño de la propuesta de app turística. Para ello fue necesario conocer toda la oferta del municipio a diferentes niveles (tanto alojativo como deportivo y de ocio) por medio de salidas de campo. Además, se hizo uso de Piktochart para el diseño de la interfaz de la aplicación.

#### 4. INTRODUCCIÓN AL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL DE ABONA

Este municipio, con una superficie de 42'04 km<sup>2</sup> y más de 46 hectáreas de Espacios Naturales Protegidos (Delgado Gómez, 2006), se sitúa al sur de la isla de Tenerife.

Cabe destacar que el casco urbano del municipio fue declarado en 2013 Bien de Interés Cultural, en la categoría de Conjunto Histórico (Decreto 51/2013). La extensión de éste se recoge en el anexo.

##### 4.1. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

Se trata de un municipio que se extiende desde el monte a la costa (Hernández González y Pérez Torres, 1998) y que limita con Vilaflor de Chasna, Granadilla y Arona.

Geomorfológicamente, destacan en su relieve los apilamientos pumíticos, los conos volcánicos y las coladas basálticas, sufriendo éstas últimas numerosas transformaciones por la acción humana (Hernández González y Pérez Torres, 1998).

Finalmente, con respecto al clima y la hidrografía, se puede decir que ambas están relacionadas. El motivo de esta relación es que, al tratarse de un clima árido con escasas lluvias (Martín Martín, V. 1991), los recursos hídricos del municipio son escasos.



Mapa 1: Localización del municipio. Fuente: Símbolos de Canarias.

##### 4.2. ORIGEN

Su origen se remonta al Menceyato de Abona. El rey único de Tenerife, llamado Axerax o “El Grande” (Martínez de la Peña, 1991), dividió la isla en menceyatos. El de Abona se fundaría en cuarto lugar hacia 1445 y hacia 1560 surgen dos lugares importantes: Adeje y Chasna, incluyendo este último a San Miguel como un pago de la misma (Viera y Clavijo, 1951).

En un principio se denominaba “San Miguel de Vilaflor”, pero una vez conseguida la autonomía pasaría a llamarse “San Miguel de Abona”. Sin embargo, en algunos documentos oficiales del Ayuntamiento a veces podía apreciarse “San Miguel de Tenerife” durante la primera mitad del

siglo XIX y, durante la primera del siguiente siglo, solo se hacía referencia a San Miguel (Hernández González y Pérez Torres, 1998).

### **4.3. ACTUALIDAD**

Hoy en día, San Miguel de Abona es un municipio turístico. Cuenta con dos campos de golf pioneros en el sur y una amplia oferta de alojamiento, tanto apartamentos como hoteles.

En cuanto a la amplia oferta de alojamiento, cabe destacar los 50 millones de euros que el Grupo Piñero invierte actualmente para la construcción de un hotel de 5 estrellas con capacidad para más de 700 camas, con la creación de unos 500 puestos de trabajos directos (Hosteltur, 2017). Sin embargo, no es el único hotel de 5 estrellas en el municipio, ya que éste cuenta con el Sandos San Blas en su oferta alojativa.

Además, se trata de una zona en auge, aumentando su población año tras año. Según el Instituto Nacional de Estadística, se ha pasado de 7.315 habitantes en el año 2000 a 18.887 en el pasado año 2017. Esto puede deberse quizás a su localización y buen clima durante todo el año.

En lo referente a los visitantes, la estancia media del turista en San Miguel de Abona es de 7'05 días en la actualidad (INE, 2018). Por tanto, tiene tiempo suficiente para disfrutar de esa naturaleza y ocio que caracterizan al municipio.

En cuanto a naturaleza se refiere, cuenta con una Reserva Ambiental, la de San Blas, y numerosos senderos para cautivar a cualquier persona. Entre ellos destacan Las Lajas, La Fuente de Tamaide, Montaña Amarilla y Aldea Blanca.

A su vez, tiene mucho que ofrecer en el campo del ocio. Aquí no solo se debe hacer mención a los campos de golf, sino también al compromiso con la música. El Hoyo 11 de Amarilla Golf lleva años acogiendo festivales como el Greenworld Festival o Ritmos del Mundo. Además, su puerto deportivo permite realizar numerosos deportes acuáticos para todos los gustos y edades. Estas actividades se ven complementadas por los restaurantes disponibles a lo largo del paseo marítimo.

## **5. CONSIDERACIONES PREVIAS**

Antes de entrar de lleno en el desarrollo de un producto o servicio turístico se hace indispensable analizar tanto el destino en el que se va a implementar dicho producto o servicio, como los destinos competidores más próximos.


San Miguel de Abona es un municipio turístico muy pintoresco en el sur de la isla, pero no es el único. Debido a esto, además de un inventario de recursos del municipio para conocer los puntos de interés, se realizará un benchmarking y métrica social de Facebook para ver qué diferencia a San Miguel del resto, escogiendo a Adeje y Arona para ello. Finalmente, se llevará a cabo un análisis interno y externo para conocer las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del municipio chasnero.

### **5.1. INVENTARIO DE RECURSOS**


Para realizar el inventario de recursos se ha elaborado una ficha basada en la metodología de CICATUR-OEA y en la del profesor Eduardo Parra. Cada ficha contiene el nombre, la categoría,




tipo y subtipo del recurso, la ubicación, el potencial turístico, características y una fotografía. A continuación se muestran las fichas del inventario de recursos:

<b>Recurso</b>	<b>Museo Casa El Capitán</b>	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Museos y manifestaciones culturales	
	Museos	
	-	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'48,00" N <b>Lon:</b> 16°37'14,15" O <b>X:</b> 340.789,23 <b>Y:</b> 3.108.971,39 <a href="http://grafcan.es/jYwMTEG">http://grafcan.es/jYwMTEG</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	J = 2 Recurso de jerarquía 2. Capaz de motivar una corriente de visitantes locales. Equivalente a un recurso único en una localidad, atractivo de interés local
<b>Características</b>	Se trata de una casa construida en el primer tercio del siglo XIX, por lo que tiene una antigüedad de más de 100 años. Fue casa de D. Miguel Alfonso Martínez, capitán de milicias y alcalde de San Miguel entre los años 1805 y 1825. El Ayuntamiento adquirió esta casa de estilo tradicional canario y típica de los más pudientes en 1998. Actualmente ha sido transformada en museo.	
<b>Fotografía</b>		


### 1. Ficha de recursos: Museo Casa El Capitán

<b>Recurso</b>	El Calvario	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Museos y manifestaciones culturales	
	Obras de arte y técnica	
	Arquitectura	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'47,00" N <b>Lon:</b> 16°37'13,32" O <b>X:</b> 340.811,45 <b>Y:</b> 3.108.940,37 <a href="http://grafcan.es/zA2ODgG">http://grafcan.es/zA2ODgG</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p>J = 1</p> <p>Recurso de jerarquía 1. Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos</p>
<b>Características</b>	<p>Construida, según cálculos, a finales del siglo XIX, se trata de una muestra representativa de la arquitectura religiosa. Se sitúa frente al Museo de La Casa Capitán y lo más destacable, según Miguel Ángel Hernández González y Pedro Pablo Pérez Torres en el libro <i>San Miguel de Abona y su historia</i>, es el predominio de las líneas rectas sobre las curvas.</p>	
<b>Fotografía</b>		


## 2. Ficha de recursos: El Calvario

<b>Recurso</b>	Biblioteca Municipal	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	
	Obras de arte y técnica	
	Arquitectura	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'55,61" N <b>Lon:</b> 16°36'58,00" O <b>X:</b> 341.233,17 <b>Y:</b> 3.109.199,70 <a href="http://grafcan.es/jcwMjcG">http://grafcan.es/jcwMjcG</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p>J = 1</p> <p>Recurso de jerarquía 1. Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos</p>
<b>Características</b>	<p>Se trata de un edificio que cuenta con más de doscientos años de antigüedad. Debido quizás a su edad, podemos decir que se trata de un edificio polifacético: fue la primera sede del Ayuntamiento del municipio de San Miguel de Abona, Escuela de niños, cárcel, Academia de Enseñanzas Medias y finalmente biblioteca desde 1979.</p>	
<b>Fotografía</b>		


### 3. Ficha de recursos: Biblioteca Municipal

<b>Recurso</b>	Parroquia matriz de San Miguel Arcángel	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Museos y manifestaciones culturales	
	Obras de arte y técnica	
	Arquitectura	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'55,00" N <b>Lon:</b> 16°36'56,58" O <b>X:</b> 341.271,79 <b>Y:</b> 3.109.180,31 <a href="http://grafcan.es/TcwMTQT">http://grafcan.es/TcwMTQT</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p style="text-align: center;">J = 1</p> <p>Recurso de jerarquía 1. Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos</p>
<b>Características</b>	<p>Parroquia contruida sobre la antigua ermita de San Miguel. Los vecinos de este municipio debían desplazarse a Vilaflor a través de un complicado camino y, tras rogar al obispo D. Antonio Tavira que convierta la ermita en parroquia, lo consiguen en 1796 y la amplian en el siglo XIX, inaugurándose el templo en 1870.</p>	
<b>Fotografía</b>		


#### 4. Ficha de recursos: Parroquia matriz de San Miguel Arcángel

<b>Recurso</b>	Casa del Ilustre Juan Bethencourt Alfonso	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	
	Obras de arte y técnica	
	Arquitectura	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'54,43" N <b>Lon:</b> 16°36'57,63" O <b>X:</b> 341.242,71 <b>Y:</b> 3.109.163,31 <a href="http://grafcan.es/DUzNDIG">http://grafcan.es/DUzNDIG</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p>J = 1</p> <p>Recurso de jerarquía 1. Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos</p>
<b>Características</b>	<p>Casa en la que nació Juan Bethencourt Alfonso, considerado como el hijo más ilustre de San Miguel. Destacó como antropólogo, etnógrafo e historiador. Además, se implicó en la cultura guanche y su trabajo es de importancia internacional, terminando poco antes de su muerte <i>Historia del Pueblo Guanche</i>. ¶</p>	
<b>Fotografía</b>		


### 5. Ficha de recursos: Casa del Ilustre Juan Bethencourt Alfonso

<b>Recurso</b>	La Casa Azul	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Museos y manifestaciones culturales	
	Lugares históricos	
	-	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'48,81" N <b>Lon:</b> 16°36'57,54" O <b>X:</b> 341.243,09 <b>Y:</b> 3.108.990,11 <a href="http://grafcan.es/zEzMzIG">http://grafcan.es/zEzMzIG</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p>J = 2</p> <p>Recurso de jerarquía 2. Capaz de motivar una corriente de visitantes locales. Equivalente a un recurso único en una localidad, atractivo de interés local</p>
<b>Características</b>	Actual sede del Ayuntamiento de San Miguel de Abona desde 1974. Llama la atención su arquitectura brasileña de los años 20, ya que fue hogar de D. Antonio Alonso González, un emigrante a Brasil. Para sus visitas a Tenerife construyó dicha casa y aquí se usó el primer cemento que llegó al municipio.	
<b>Fotografía</b>		

## 6. Ficha de recursos: La Casa Azul


<b>Recurso</b>	<b>Sala "El Aljibe"</b>	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Museos y manifestaciones culturales	
	Obras de arte y técnica	
	Arquitectura	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'47,92" N <b>Lon:</b> 16°36'57,42" O <b>X:</b> 341.245,92 <b>Y:</b> 3.108.962,67 <a href="http://grafcan.es/iQ3NTYG">http://grafcan.es/iQ3NTYG</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p>J = 2</p> <p>Recurso de jerarquía 2. Capaz de motivar una corriente de visitantes locales. Equivalente a un recurso único en una localidad, atractivo de interés local</p>
<b>Características</b>	Sala de exposiciones albergada en La Casa Azul, actual sede del Ayuntamiento. Esta sala se encuentra en lo que era un depósito de agua dentro de la vivienda. Se reconstruyó tras casi treinta años sin uso y actualmente acoge exposiciones abiertas al público.	
<b>Fotografía</b>		

### 7. Ficha de recursos: Sala "El Aljibe"

<b>Recurso</b>	Caserío de La Hoya	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Folklore	
	Arquitectura popular espontánea	
	-	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°05'06,00" N <b>Lon:</b> 16°37'58,71" O <b>X:</b> 339.555,82 <b>Y:</b> 3.107.694,74 <a href="http://grafcan.es/DQ5NDcT">http://grafcan.es/DQ5NDcT</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p>J = 2</p> <p>Recurso de jerarquía 2. Capaz de motivar una corriente de visitantes locales. Equivalente a un recurso único en una localidad, atractivo de interés local</p>
<b>Características</b>	<p>Primer asentamiento humano del municipio. Debemos remontarnos, como mínimo, al siglo XVII, aunque anteriormente existió un asentamiento guanche. Actualmente, estas casas tradicionales canarias están siendo rehabilitadas y algunas están destinadas al turismo rural.</p>	
<b>Fotografía</b>		

### 8. Ficha de recursos: Caserío de La Hoya



<b>Recurso</b>	Mirador de la Centinela	
<b>Categoría, tipo y subtipo</b>	Sitios Naturales	
	Lugares de observación de flora y fauna	
	-	
<b>Ubicación</b>	San Miguel de Abona, Tenerife, Islas Canarias, España, Europa	<b>Lat:</b> 28°04'41,28" N <b>Lon:</b> 16°38'21,94" O <b>X:</b> 338.911,53 <b>Y:</b> 3.106.942,63 <a href="http://grafcan.es/TlxODIG">http://grafcan.es/TlxODIG</a>
<b>Potencial turístico</b>	$J = \frac{(X+Y)}{50} \times 5$	<p style="text-align: center;">J = 3</p> <p>Recurso de jerarquía 3. Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas, o capaz de motivar corrientes turísticas locales, equivalente a recurso único en región</p>
<b>Características</b>	<p>Mirador con vistas del Valle San Lorenzo y de San Miguel que actúa como frontera con el término municipal de Arona. Se encuentra en el Roque de Jama, un espacio natural protegido catalogado como Monumento Natural.</p>	
<b>Fotografía</b>		

### 9. Ficha de recursos: Mirador de la Centinela

## 5.2. BENCHMARKING

Nace en 1979 un proceso denominado “benchmarking” en la compañía Xerox. Según su director general, David T. Kearns, el benchmarking es “el proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra los competidores más duros o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria”.

A continuación se muestra la tabla comparativa con los destinos elegidos:

	POBLACIÓN ACTUAL	Nº DE TURISTAS (2016)	ESTANCIA MEDIA (2016)	PÁGINA WEB PROPIA/ ANCLADA	VISIBILIDAD
<b>SAN MIGUEL DE ABONA</b>	18.887	310.818	7,04	PROPIA	Sí
<b>ADEJE</b>	46.833	1.899.547	8,27	PROPIA	Sí
<b>ARONA</b>	78.930	1.552.463	8,7	PROPIA	Sí

### 1. Tabla comparativa de San Miguel, Adeje y Arona

Empezando por la población actual, vemos que San Miguel de Abona no es el que más habitantes alberga a pesar de aumentarlos cada año. El más poblado es Arona, seguido de Adeje.

No obstante, a pesar de ser Arona el municipio más poblado de los tres, no es el que más turismo tiene. La primera posición corresponde a Adeje al contar con 347.084 turistas más que Arona y 1.588.729 más que San Miguel de Abona.

En cuanto a estancia media, el turista medio pasa 7,04 días en San Miguel. Sin embargo, a pesar de ser Adeje el municipio con más turistas, no posee la mayor estancia media. Esto corresponde a Arona y a su media de 8,7 días por turista.

Entrando en páginas webs, los tres municipios tienen página propia en lo que a turismo se refiere, ya que existen puntos como La Orotava cuya parte turística se encuentra anclada en la web del ayuntamiento

## 5.3. MÉTRICA SOCIAL

Facebook, fundada en 2004, es una de las redes sociales con mayor número de usuarios, llegando a los 2.070 millones en 2017 (The Social Media Family, 2018). Por ello, ser activos en esta plataforma es casi indispensable para el éxito hoy en día.

Para el análisis se han escogido los perfiles de los destinos de San Miguel de Abona, Adeje y Arona, empleando como herramienta Likealyzer.

En la siguiente tabla comparativa se puede observar los resultados de los análisis realizados:

	FRONTPAGE	ACTIVIDAD	RESPUESTA	LIKES	PERSONAS HABLANDO DE ELLO	ENGAGEMENT
<b>San Miguel de Abona</b>	78%	58%	100%	729	4	1%
<b>Adeje</b>	100%	83%	44%	26.201	233	1%
<b>Arona</b>	83%	100%	100%	10.345	379	4%

## 2. Tabla comparativa de San Miguel, Adeje y Arona

Empezando con el front-page o portada, las tres resultan atractivas a primera vista aunque hay posibilidad de mejorar como en el caso de San Miguel, a la que le faltaría un nombre de usuario.

Siguiendo con la actividad, vemos que aunque todos los destinos están aprobados, San Miguel vuelve a estar en último lugar. Con una media de 0 posts al día, resulta complicado dar a conocer lo que el municipio ofrece y promocionarse. Sin embargo, tanto en Adeje como sobre todo en Arona se preocupan bastante por las publicaciones. En este último, se publica una media de 5,4 posts al día con una longitud media de 348 caracteres.

En cuanto a respuesta, Adeje suspende. Los tres destinos permiten que el usuario pueda publicar en la página, pero solo San Miguel y Arona responden al 100%.

Entrando en el número de likes, se puede observar una gran diferencia entre aquel perfil con menos y más likes. Adeje se pone en cabeza seguido de Arona y éste es a su vez seguido por San Miguel. La diferencia entre el primero y el tercero es de más de 25.000 likes, por lo que llevar a cabo una buena campaña de promoción y marketing es la clave.

En lo que al número de personas hablando de los perfiles se refiere, San Miguel vuelve a quedar en último lugar. En este caso, es Arona quien lleva la delantera y Adeje pasa a un segundo lugar, aunque en ambos casos las cifras son buenas

Por último, si bien resulta complicado calcular el engagement en perfiles públicos, la herramienta Likealyzer lo intenta y, de entre todos los destinos, Arona es el que cuenta con un porcentaje mayor de engagement. Este término, en palabras de Tristán Elósegui, es “la capacidad que tienen las empresas de generar relación con su audiencia” (200X). Por tanto, a pesar de que ningún destino está creando compromiso a gran escala, el municipio de Arona lleva la delantera.

### 5.4. DAFO

Tras la realización del benchmarking y la métrica social, se ha llevado a cabo un análisis DAFO. En la parte interna se recogen las debilidades y fortalezas de San Miguel de Abona, mientras que en la parte externa se recogen las amenazas y las oportunidades con las que cuenta o puede contar.

A continuación se muestra una tabla con dicho análisis y se desarrollan los puntos más importantes de cada apartado.

DAFO	
ANÁLISIS INTERNO	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
Poca promoción del municipio en internet	Casco urbano declarado Bien de Interés Cultural
Escasa actividad en redes sociales	Cuenta con campos de golf pioneros en el sur
Concentración de recursos en el centro	Hoteles de lujo en su oferta alojativa
Mal conectado en cuanto a transporte público	Numerosos senderos ideales para el turismo de senderismo
Algunos alojamientos están obsoletos	Destino turístico que no está explotado a niveles de masificación
OIT (Oficina de Información Turística) de Golf del Sur alejada del núcleo turístico	Compromiso: con el turismo, la igualdad, la diversidad, etc.
	Existencia de dos OIT
ANÁLISIS EXTERNO	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Recuperación de destinos como Egipto o Turquía	Población en crecimiento
Existencia de municipios con mejores cifras en cuanto a turistas	Creación de un hotel de 5 estrellas en Golf del Sur
Hay destinos con planes de promoción y marketing más agresivos	Celebración de más festivales como el Greenworld
Municipios mejor ubicados y conectados con guaguas que van directas a la capital de la isla, sin necesidad de transbordo	Tantear segmento de turismo LGBT gracias al compromiso del Ayuntamiento con la libertad y la diversidad
Colaboración público-privada muy adecuada en otros municipios	Fiestas y tradiciones que se pueden promocionar para atraer a turistas culturales
No ofrece el turismo de sol y playa que sigue predominando en la isla	

### 3. Tabla de análisis DAFO

Empezando con el análisis interno, en las debilidades es importante destacar la poca promoción del municipio en internet y la escasa actividad en redes sociales, ya que internet se ha vuelto una herramienta clave para dar a conocer los destinos turísticos y su oferta.

En cuanto a fortalezas, que sea un destino turístico que no está explotado a niveles de masificación es crucial. Durante las Prácticas Externas en la Oficina de Turismo, con una duración de tres meses, era común la satisfacción del turista por encontrarse en una zona “tranquila” alejada de la masificación de puntos como Playa de Las Américas, además de pedir expresamente lugares para visitar alejados de zonas turísticas, por lo que considero esta fortaleza muy importante.

Siguiendo con el análisis externo, una amenaza importante es la recuperación de destinos como Egipto o Turquía (Diario de Avisos, 2018). La inestabilidad política en esos destinos trajo consigo un aumento turístico histórico en el Archipiélago, pero como consecuencia de la recuperación de los destinos antes nombrados y de otros como Túnez, el número de llegadas amenaza con disminuir. Por tanto, resulta imprescindible enfocarse al turismo de calidad.

Finalmente, en oportunidades, nos encontramos con el tanteo del segmento LGTB. En fechas recientes se celebraban en el municipio las III Jornadas de la Diversidad, convirtiéndolo en un destino comprometido con la identidad sexual de la población.

## **6. PROPUESTA DE APP TURÍSTICA PARA SAN MIGUEL DE ABONA**

En pleno siglo XXI una app turística no resulta descabellada.

Con el nombre “San Miguel de Abona: ¡Abónate a la aventura!”, recogería todo tipo de información para que, como se ha dicho anteriormente, los turistas disfruten del municipio. Por tanto, la aplicación contaría con diferentes apartados: un resumen de la historia desde sus inicios hasta la actualidad, puntos de interés, tradiciones, calendario de fiestas, restaurantes, alojamientos, senderos...y golf, por supuesto.

### **6.1. VALOR DE LA APP Y BENEFICIOS**

Teniendo en cuenta el mundo globalizado en el que vivimos actualmente, el valor de una aplicación es muy alto, sobre todo si se trata de una aplicación turística. Este alto valor en el caso de una aplicación turística se debe a que, en el año 2016, el sector generó ingresos de 1.220.000 millones de dólares estadounidenses y un total de 1.235 millones de llegadas internacionales. Además, se espera que éstas últimas aumenten en los próximos años y se llegue a un total de 1.800 millones para 2030 (OMT, 2017).

Por tanto, considero atractiva esta propuesta de aplicación. El turista de hoy día está cada vez más informado y no siempre las oficinas de turismo tienen disponible toda la información del municipio o de la comunidad autónoma.

En cuanto a beneficios, las aplicaciones tienen varios de ellos:

- Rapidez de acceso a la información. Las apps son más rápidas que las páginas webs, ya que éstas tardan más en cargar.
- Sistema de geolocalización para ubicarse en cualquier momento. De esta forma es posible conocer dónde se encuentra el turista en cada momento y qué puntos de interés tiene a su alrededor.
- Posibilidad de acceder a mapas y a información sobre el municipio off-line. Por tanto, no es necesario estar conectado a internet para usar ciertas categorías de la app.
- Recoge todos los puntos de interés para que el turista no se pierda nada. Además, incluye historia e información (dirección, teléfono, etc.) de esos puntos.
- Reserva de productos o servicios directamente desde la plataforma.
- Permite puntuar alojamiento, restaurantes, etc. para el conocimiento de otros usuarios, ya que hoy en día se tiene muy en cuenta las opiniones de otros usuarios a la hora de visitar lugares.
- Promoción del municipio en plataformas como Google Play, ya que dicha plataforma cuenta con 900 millones de usuarios al mes y más de 48.000 millones de descargas (Yeeply).

- Posibilidad de fidelización del turista a través de ofertas y promociones. También pueden llevarse a cabo concursos con premios como estancias gratis o a mitad de precio, experiencias en el puerto deportivo, etc.
- Canal de comunicación bidireccional. Esto permite conocer las opiniones de los usuarios para mejorar la aplicación y hacerla lo más personalizada posible.

## 6.2. APLICACIONES SIMILARES

Existen numerosas aplicaciones hoy en día relacionadas con el turismo, desde aquellas que permiten organizar un viaje, hasta las que sirven como guía turística. Esta propuesta de app consiste en una aplicación que permite conocer a fondo el municipio de San Miguel y todo lo que tiene para ofrecer, tanto puntos de interés como restaurantes y campos de golf. Sin embargo, no es la única app destinada a conocer mejor una ciudad, municipio o país.

Gracias a Google Play se ha podido ver una aproximación del número de descargas y la puntuación de cada una.

La primera que cabe destacar es Minube. Cuenta con más de un millón de descargas y una puntuación de 4'3 sobre 5. Esta app, elegida durante tres años consecutivos (2013-2015) como una de las mejores apps del año de Google, permite conocer los destinos en su máximo esplendor. En ella es posible encontrar más de dos millones de ciudades y países con información sobre dónde comer, rutas, etc.

La segunda, con más de 100.000 descargas y un 4 de puntuación, es Barcelona Guía Oficial. Permite descubrir los mejores lugares de la ciudad y cuenta con mapas offline.

Con más de 10.000 descargas y una puntuación regular de 2'9, le sigue Guachapp, una aplicación que nace en Canarias y que permite localizar los mejores guachinches para disfrutar de la comida típica canaria.

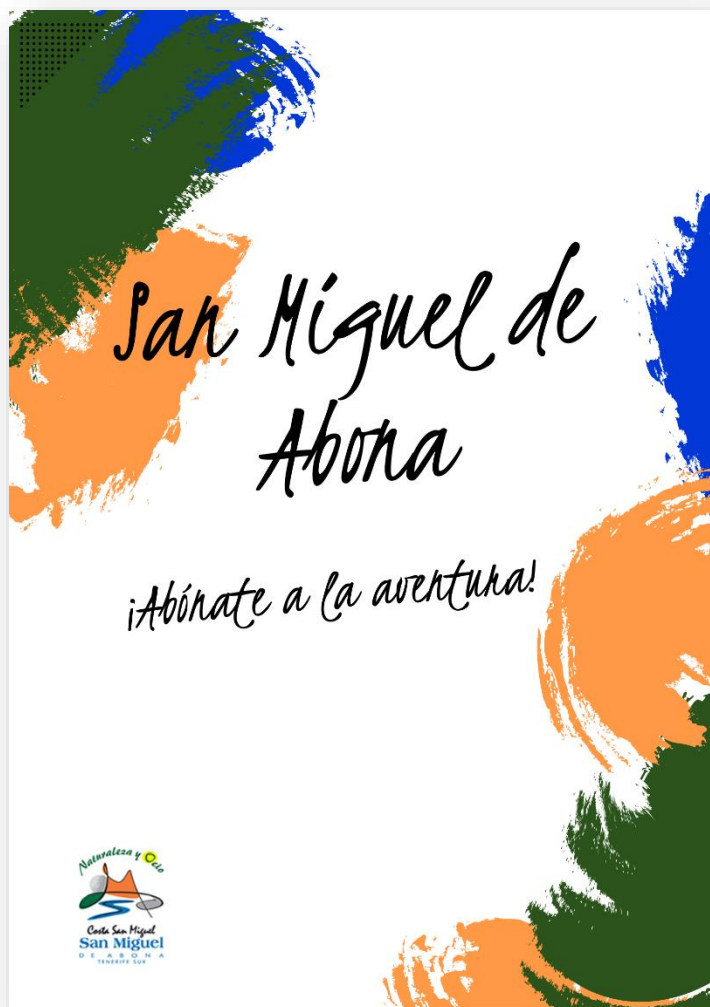
Otra aplicación similar es la de Guía Madrid 5D. Cuenta con más de 5.000 descargas y una puntuación de 4'2. Tiene la ventaja de contar con contenido off-line.

Finalmente, nos encontramos con dos aplicaciones que “comparten” número de descargas (ambas más de 1.000), pero una tiene una puntuación mayor que la otra. Xátiva Turismo Guía Oficial, ganadora del premio a la categoría “Guía de destino” en los App Tourism Awards 2018 (Hosteltur, 2018), permite orientarse por las calles de la ciudad y ser notificado al aproximarse a cualquiera de los 82 puntos de interés. Cuenta con una puntuación de 4'7 sobre 5. La última, cinco décimas por debajo de la anterior en cuanto a puntuación, se llama Turismo Asturias y con ella es posible diseñar un viaje a medida.

### 6.3. CONTENIDOS

El contenido de la app, con el fin de ser lo más accesible posible, cuenta con un diseño muy intuitivo sin mucha complicación.

En la siguiente portada pueden verse los colores dominantes en la app, que además se muestran en el logo turístico del municipio.



#### 1. Imagen de pantalla principal realizada con Piktochart. Elaboración propia

En esta segunda imagen se puede apreciar el menú, que está formado por diferentes categorías:

- *San Miguel*: estaría formado por historia, lugares de interés como los descritos en el inventario de recursos del apartado anterior y tradiciones, cuyas fiestas tienen un apartado para ellas solas. Estas celebraciones vendrían distribuidas en un calendario, en el que el turista podría ver si durante su estancia o paso habría alguna fiesta que disfrutar, como aquéllas en honor a San Miguel Arcángel o San Roque.

- *Dónde quedarse:* en este apartado sería posible encontrar tanto hoteles como apartamentos del municipio para todos los públicos y edades, como por ejemplo el Hotel Aguamarina, Sandos San Blas, Vincci...
- *Dónde comer:* aparecerían diferentes cafeterías, bares, restaurantes, tascas y guachinches desde el casco hasta la costa para el disfrute del usuario.
- *Ocio:* El contenido de esta categoría consistiría, por ejemplo, en mercadillos y mercados como el Mercado del Agricultor, spas o el Castillo San Miguel, entre otros.
- *Deportes:* Aquí se encontrarían todos los deportes disponibles en el municipio, cuya categoría se mostrará el menú.
- *Oficinas de Turismo:* Las que existen actualmente en el municipio son El Puente (en el casco) y El Caracol (en Golf del Sur). El turista encontraría dentro de esta categoría la dirección, el número de teléfono y el correo electrónico de cada una.



2. Imagen de menú realizada con Piktochart. Elaboración propia



Para mostrar un poco más la interfaz de la aplicación, a continuación se muestra el interior de la categoría *Deportes*.

Como en otras pantallas, en la esquina superior izquierda estaría el acceso al menú, y el resto estaría dedicado a los deportes que pueden practicarse en el municipio, como buceo, pádel, motocross o senderismo.



### 3. Imagen de categoría “Deportes” realizada con Piktochart. Elaboración propia

En el caso del golf y en muchos otros, los deportes pueden practicarse en diferentes localizaciones.

Por tanto, al seleccionar un deporte, aparecerían todos aquellos lugares y/o empresas disponibles para la realización de dicha actividad. En este caso se ha seleccionado el golf:



#### 4. Imagen de subcategoría realizada con Piktochart. Elaboración propia

Para la siguiente imagen se ha seleccionado, como ejemplo, Golf del Sur. Entrando en dicha subcategoría pueden verse tres apartados diferentes: *Info.*, *Fotos* y *Reserva*.

En el apartado *Info.* se puede acceder a información Golf del Sur como los hoyos con los que cuenta, las tarifas, los servicios que ofrece, etc.

Siguiendo con el apartado *Fotos*, ahí pueden encontrarse fotos de las instalaciones, del campo de golf y de diferentes torneos.

Continuando con el apartado *Reserva*, aquí se redirigiría a la página oficial para completar el período de reserva.

Finalmente, la información de contacto. En la imagen puede verse el número de teléfono, la página web, el correo electrónico y la dirección.



## 5. Imagen de contenido de subcategoría realizada con Piktochart. Elaboración propia

Fuera de estas categorías, encontramos tres apartados. Entrando en el primero se podría contactar con la policía local, con emergencias y bomberos. Tanto el segundo como el tercer apartado son enlaces directos. El primero de ellos llevaría a la página oficial de Titsa, mientras que el segundo llevaría a "1TAXI!". Esta app fue presentada hace unos meses por el municipio y está presente en numerosas comunidades autónomas, permitiendo al usuario solicitar un taxi desde cualquier lugar (El Digital Sur, 2017).

## 7. CONCLUSIÓN

Como bien se indicó al principio del proyecto, el objetivo principal era incluir la tecnología en el ámbito turístico del municipio. Además, se contemplaban otros objetivos importantes como implicar a la población local y aumentar la calidad como municipio turístico. Cantidad no siempre equivale a calidad, pero San Miguel de Abona es un destino con oferta suficiente para aumentar la cantidad de turistas y la calidad de éstos sin llegar a masificarse como otros puntos sureños de la isla. Esto es debido, en parte, a que los turistas que visitan este municipio no son los típicos de sol y playa. Ellos buscan algo más. Buscan golf, senderismo, restauración. Buscan arte y cultura. Buscan San Miguel.

Según se iba desarrollando el proyecto, se iban conociendo más datos sobre el municipio y sobre sus competidores más próximos. La conclusión principal es que ningún destino turístico es perfecto, pero unos llevan a cabo acciones mejores que otros. En este sentido, el municipio que nos compete no invierte el tiempo que debería en redes sociales para promocionarse, pero su nivel de respuesta es bueno.

Tras conocer más el municipio, solo quedaba desarrollar la idea y diseñarla. Se intentó crear una interfaz que fuera lo más sencilla, atractiva e intuitiva posible para poder llegar a todos los públicos. Además, cada categoría y subcategoría venía marcada por la inclusión de la población local en el desarrollo turístico. Permite promocionar y dar voz a los negocios que forman parte del municipio.

Antes de involucrarme en este municipio, lo veía como uno más. Poco sabía de la belleza de sus calles, de la riqueza histórica y cultural de sus edificios, y de la cercanía de su gente. No fue hasta que empecé mi período de prácticas en una de las oficinas de turismo que fui consciente de todo lo que es y puede ser San Miguel de Abona.

Supe que debía enfocar mi proyecto a este municipio, y a pesar de ser solo un proyecto académico, confío en que algún día la colaboración público-privada pueda darle vida a una idea que se ha desarrollado con mucho mimo desde el principio.

Si algo me ha quedado claro tras los meses de investigación es que San Miguel de Abona embruja y no te deja ir. Y esto lo ha hecho siempre. Ya lo decía Pedro García Cabrera, en su poema "San Miguel" (1968): *Que no, que no sigo más, que aquí en San Miguel me quedo.*

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- **Referencias bibliográficas**

- **Referencias de libros o manuales**

Álvarez, C. (1998). Turismo y nuevas tecnologías., *Revista Valenciana De Estudios Autonómicos* 25, 135-150.

Delgado Gómez, J.F. (1978). *El Menceyato de Abona*. Santa Cruz de Tenerife, Ed. Centro de la Cultura Popular Canaria.

Delgado Gómez, J.F. (2006). *Canarias, Islas y pueblos*. Santa Cruz de Tenerife, Juan Francisco Delgado Gómez, D.L.

García Cabrera, P. (1968). *Vuelta a la isla*. Santa Cruz de Tenerife, Caja General de Ahorros y Monte de Piedad.

Hernández González, M.A. y Pérez Torres, P.P. (1998). *San Miguel de Abona y su historia*. San Miguel de Abona, Ilustre Ayuntamiento de San Miguel de Abona.

Hunziker, W. y Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeine Fremdemverkehrslehre*. Zürich, Poligraphischer Verlag.

Martín Martín, V. (1991). *Agua y agricultura en Canarias. El Sur de Tenerife*. La Laguna, Ed. Bencomo.

Martínez de la Peña y González, D. (1991). *Historia de Arico*. Arico, Ilustre Ayuntamiento de la Villa de Arico. pág. 17.

Mathieson, A. y Wall, G. (1982), *Tourism: economic, physical and social impacts*. Londres, Longman House.

Organización Mundial del Turismo (1995). *Concepts, Definitions, and Clasifications for Tourism Statistics: a Technical Manual*. Madrid. OMT.

Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid, OMT.

Viera y Clavijo, J. (1951). Noticias de la Historia General de las Islas Canarias. Santa Cruz de Tenerife, Ediciones Goya. pág. 778.

Viera y Clavijo, J. (1978). Noticias de la Historia de Canarias. Madrid, Cupsa Editorial. pág. 307-310.

- **Referencias de prensa o similares**

Diario de Avisos (6 de febrero de 2018). La recuperación de destinos como Egipto amenaza al Archipiélago. *Diario de Avisos*. Recuperado de <https://diariodeavisos.lespanol.com/2018/02/la-recuperacion-destinos-egipto-amenaza-al-archipiélago/>

El Digital Sur (22 de diciembre de 2017). San Miguel de Abona presenta la app "1Taxi" y la nueva uniformidad del sector. *El Digital Sur*. Recuperado de <http://eldigitalsur.com/tenerifetur/sanmiguel/san-miguel-abona-presenta-la-app-1taxi-la-nueva-uniformidad-del-sector/>

Elósegui, T. (15 de junio de 2015). ¿Qué es el engagement y para qué sirve? Recuperado de <https://tristanelosegui.com/2015/06/15/que-es-el-engagement/>

Hosteltur. (10 de agosto de 2017). Grupo Piñero invertirá 50 M € en un 5 estrellas en Tenerife. *Hosteltur*. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/123484\\_grupo-pinero-invertira-50-m-5-estrellas-tenerife.html](https://www.hosteltur.com/123484_grupo-pinero-invertira-50-m-5-estrellas-tenerife.html)

Hosteltur. (29 de enero de 2018). Las seis aplicaciones turísticas ganadoras de The App Tourism Awards 2018. *Hosteltur*. Recuperado de [https://www.hosteltur.com/126292\\_seis-aplicaciones-turisticas-ganadoras-the-app-tourism-awards-2018.html](https://www.hosteltur.com/126292_seis-aplicaciones-turisticas-ganadoras-the-app-tourism-awards-2018.html)

Organización Mundial del Turismo (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. UNWTO eLIBRARY, Edición 2017.

The Social Media Family. (6 de febrero de 2018). IV Estudio sobre los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en España. *ABC*. Recuperado de [http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/Informe\\_RRSS\\_2018\\_The\\_Social\\_Media\\_Family.pdf](http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/internacional/Informe_RRSS_2018_The_Social_Media_Family.pdf)

Yeeply. (28 de agosto de 2013). ¿Cuál es el beneficio económico de las apps? También depende del sistema operativo. Recuperado de <https://www.yeeply.com/blog/beneficio-economico-de-las-apps/>

- **Bibliografía**

De la Rosa Olivera, L. (1978). *El siglo de la conquista*. Santa Cruz de Tenerife, Mancomunidad Provincial Interinsular.

Fernández Fuster, L. (1985). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid, Alianza.

Hernández González, M.A. y Pérez Torres, P.P. (1998). San Miguel de Abona y su historia. San Miguel de Abona, Ilustre Ayuntamiento de San Miguel de Abona.

Macías Hernández, A.M. (1994). *Gran Enciclopedia Canaria*. La Laguna, Ediciones Canarias.

- **Webgrafía**

<https://www.publicdomainpictures.net/en/>

[http://www.tenerife.es/bancodatos/estadisticas\\_turismo\\_2016.pdf](http://www.tenerife.es/bancodatos/estadisticas_turismo_2016.pdf)

[http://costasanmiguel.com/es/portada\\_turismo/](http://costasanmiguel.com/es/portada_turismo/)

<https://sanmigueldeabona.es/>

<https://piktochart.com/>

<https://www.webtenerife.com/>

<https://likealyzer.com/>



## TENDENCIAS Y PROYECCIONES 1950-2030 (OMT, 2017).

