

TFM de Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de La Laguna

Estudio de la creación del producto de astroturismo en la isla de La Palma
desde la perspectiva de los promotores locales

*Study of the creation of astrotourism product of La Palma from the perspective of
local promoters*

Autor: Jordi Gorrín León

Tutor: Dr. Carlos Fernández Hernández

Curso: 2017/2018

AGRADECIMIENTOS

A Carlos Fernández Hernández, director de este Trabajo de Fin de Máster por el apoyo y entusiasmo prestado.

También al profesor Pablo Rodríguez González, por haberme atendido en sus horas de tutorías.

Al Cabildo Insular de La Palma, especialmente a Ana Castañeda, por su implicación en este proyecto.

También, agradecer a los miembros del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma que mostraron interés y cumplieron el cuestionario que se les proporcionó, así como a los ponentes y profesionales interesados en este proyecto y a Ana Morales, que colaboró en el desarrollo de este proyecto durante mi estancia en La Palma.

Además, agradecimientos especiales a los miembros de la Mesa para el Desarrollo del Producto “Turismo de Estrellas La Palma”, que han participado en este estudio aportando su punto de vista sobre algunos aspectos importantes.

RESUMEN

La Palma es referente en Astroturismo, un producto que diversifica la oferta turística de esta isla y de Canarias. Debido a la importancia que tiene, se hace cada vez más necesario innovar para que este producto siga desarrollándose acorde con las necesidades actuales y con visión a futuro. El papel del Cabildo Insular de la isla y de un grupo de emprendedores involucrados ha sido fundamental para el buen posicionamiento de La Palma. En este documento se realiza un análisis de la situación actual del producto astroturístico desde una visión global, utilizando para ello, técnicas cualitativas como realización de cuestionarios y entrevistas en profundidad. Después de conocer la amplia propuesta de formación seguida para el desarrollo de este nuevo producto de astroturismo, la creación de innovadoras experiencias y la articulación integral del producto a partir de la gestión del cielo nocturno como un recurso turístico, se considera un pilar fundamental del proceso seguido en La Palma el liderazgo de las instituciones en su impulso; y la necesidad de elaboración de un plan estratégico para el turismo de estrellas y de implicación de los agentes y población local en su consolidación como algunas de las conclusiones más importantes que se han extraído tras el estudio realizado.

ABSTRACT

La Palma is an example of Astrotourism, a product that diversifies the touristic offer of this island and the whole of the Canaries. Due to the importance of this activity, there is an increasing need to innovate in this field, so that it continues to develop in keeping with the current needs, as well as a vision for the future. The role of the inter-island council and an interested group of entrepreneurs in astrotourism, have been fundamental in promoting the profile of La Palma. In this report, you will find an analysis of the current situation of the astrotouristic product from a global perspective, featuring qualitative techniques such as surveys or in-depth interviews. After learning about the broad training proposal for the development of this new astrotourism product, the creation of innovative experiences and the integral articulation of the product from the management of the night sky as a tourist resource, is considered a fundamental pillar of the process followed in La Palma. The leadership of institutions, the need for the development of a strategic plan for astrotourism and the involvement of local people, are just some of the most important conclusions that have been drawn from this study.

Palabras Clave: Turismo, La Palma, Astroturismo, Grupo de Emprendedores de Astroturismo.

Key words: Tourism, La Palma, Astrotourism, Group of entrepreneurs of astrotourism.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. ASTROTURISMO, DEL RECURSO CIELO AL DESARROLLO DE UNA ACTIVIDAD TURÍSTICA	7
2.1. EL ASTROTURISMO UN PRODUCTO DE INNOVACIÓN INSULAR	7
2.2. EMPRENDIMIENTO COMO BASE PARA EL DESARROLLO ASTROTURÍSTICO	11
3. EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO DE ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA.....	13
3.1. SECUENCIA DE ACCIONES PARA LA CREACIÓN DEL PRODUCTO DE ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA.....	14
3.2. LOS AGENTES DEL PRODUCTO DE ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA.....	23
3.3. GRUPO DE EMPRENDEDORES DE ASTROTURISMO DE LA ISLA DE LA PALMA.....	25
4. METODOLOGÍA.....	26
5. RESULTADOS.....	28
5.1. MOTIVACIONES PARA EMPRENDER EN ASTROTURISMO	29
5.2. IMPORTANCIA Y DESEMPEÑO EN EL ASTROTURISMO DE LA ISLA DE LA PALMA.....	30
5.3. OPINIÓN SOBRE EL GRUPO DE ASTROEMPRENDEDORES.....	34
5.4. VISIÓN GLOBAL Y DESAFÍOS DEL ASTROTURISMO EN LA PALMA.....	35
5.5 DESAFÍOS Y CONSIDERACIONES PARA EL FUTURO DEL ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA	39
6. CONCLUSIONES	42
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
8. WEBGRAFÍA	45
9. ANEXO	47
ANEXO I: Universo del estudio	47
ANEXO II: Cuestionario.....	49
ANEXO III: Entrevista en profundidad	57
ANEXO IV: Transcripción de las entrevistas en profundidad y de la mesa redonda de expertos en astroturismo de la isla de La Palma.....	58
Transcripción de la entrevista 1	58
Transcripción de la entrevista 2	62
Transcripción de la entrevista 3 (vía correo electrónico).....	65
Transcripción de la mesa redonda “Retos y oportunidades del astroturismo en la isla de La Palma”	68
ANEXO V: Información complementaria de los resultados obtenidos	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales actividades tematizadas en astroturismo en La Palma.....	10
Tabla 2. Participación en el estudio	27
Tabla 3. Motivaciones para emprender en astroturismo	29
Tabla 4. Valoración de la importancia en el astroturismo de la isla de La Palma	31
Tabla 5. Valoración del desempeño en el astroturismo de la isla de La Palma	32
Tabla 6. Brecha importancia y desempeño de elementos de astroturismo en la isla de La Palma.....	33
Tabla 7. Opinión sobre el Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma	35
Tabla 8. Análisis DAFO sobre el astroturismo en la isla de La Palma	38
Tabla 9. Necesidades formativas.....	40
Tabla 10. Consideraciones para el futuro del astroturismo en la isla de La Palma.....	41

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Representación de las variables de importancia y desempeño de los elementos de estrategia de implantación del astroturismo en la isla de La Palma.....	34
---	----

1. INTRODUCCIÓN

La isla canaria de La Palma es un referente en el ámbito del astroturismo, ya que desde las instituciones públicas, en particular el Cabildo Insular de La Palma, los agentes de dinamización socioeconómico insulares, el Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC) y algunos promotores individuales, han apostado en los últimos años por esta oferta de turismo complementaria al tradicional de masas. Una especialización que ha conseguido que la *Isla Bonita* sea un destino atrayente no solo para científicos, astrónomos o cualquier persona que trabaje en el estudio del cielo y de las estrellas, sino que ha conllevado un aumento de la llegada de los turistas, que busca principalmente admirar el cielo y los cuerpos celestes, como son las estrellas.

Turistas no iniciados en la astronomía, aficionados o expertos, en los últimos años han estado demandando actividades y productos relacionados con el cielo. Es por ello por lo que, para cohesionar el producto y dar una imagen de destino, un grupo de empresas relacionadas con actividades turísticas que utilizan como base la cultura del cielo y el conocimiento astronómico fue impulsado a partir del año 2011. Este grupo de empresas y profesionales en el que cada cual aporta diferenciación y sustentado en fortalezas específicas tratan de atraer a un público interesado por sus actividades. Es el conocido “Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma”. Se han sucedido encuentros (espacios de formación, capacitación, dinámicas de evaluación y fortalecimiento de producto, etc.) en torno a este grupo, sin embargo, en los últimos años la actividad conjunta en parte ha decaído en intensidad aunque la demanda parece seguir creciendo, hasta el punto de que no se advierte un funcionamiento autónomo sin el soporte institucional público.

Son varios los objetivos que se proponen con la elaboración de esta investigación.

- En primer lugar, realizar un análisis de la evolución del astroturismo en la isla de La Palma desde la perspectiva de la creación de producto, identificando los hitos principales de este proceso.
- Como segundo objetivo, identificar de las actividades relacionadas con el astroturismo que se prestan en la isla de La Palma, llevadas a cabo el Grupo de Emprendedores tanto en el pasado como en el presente. Este objetivo se abordará a través de una metodología consistente en el diseño, realización y análisis de un cuestionario estructurado dirigido a los miembros de este Grupo. Además, a través de entrevistas en profundidad realizadas a varios miembros de la Mesa para el Desarrollo del Producto “Turismo entre Estrellas” de la isla de La Palma, se consigue tener una visión global de la situación actual y de las perspectivas para el futuro del astroturismo.

- En tercer lugar, evaluar la percepción del desarrollo del astroturismo en la isla de La Palma por parte de sus promotores, considerando las principales necesidades futuras.

En este informe se abordarán los temas del turismo de estrellas y del emprendimiento, utilizando este conocimiento como base para la confección de un cuestionario que miembros del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma han cumplimentado con el fin de cumplir con los objetivos propuestos.

2. ASTROTURISMO, DEL RECURSO CIELO AL DESARROLLO DE UNA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El astroturismo, turismo astronómico o turismo de estrellas es aquel tipo de actividad turística cuya motivación principal del viaje es la observación del cielo y los componentes de ese universo celeste, en el que no solo profesionales y expertos que se dedican a la astronomía o ciencias afines realizan este tipo actividad, sino también personas ajenas a este ámbito que desean tener nuevas sensaciones, emociones o conocimientos.

El concepto del astroturismo ha ido evolucionando con el paso del tiempo. En principio el turismo de estrellas se concebía como “actividades de ocio de viajeros que pagan por viajar a través del espacio por motivos de recreo”, pasando a una perspectiva más amplia, considerando el astroturismo como un “turismo que usa recursos naturales de cielos oscuros no contaminados y conocimientos científicos apropiados para desarrollar actividades astronómicas, culturales y medioambientales” (Fayós-Solá et al., 2014).

De esta forma, el producto astroturístico se ha convertido en un referente estratégico para la preservación del cielo, educativo y lúdico, en el que además del turista la población local tiene acceso a estos servicios y productos.

2.1. EL ASTROTURISMO UN PRODUCTO DE INNOVACIÓN INSULAR

A medida que han pasado los años, junto a las preferencias y motivaciones de los turistas, los productos, servicios y actividades de astroturismo han ido evolucionando, innovándose y transformándose combinadamente con otras actividades turísticas y culturales como la gastronomía o la arqueología. Un sinfín de actividades relacionadas a esta modalidad de turismo se encuentran: desde aquella idea del “turismo espacial” de mitad del siglo XX, a visitas a observatorios astronómicos, tanto con finalidad turística como educativa, observación del cielo a través de instrumentos como

telescopios, prismáticos, etc., hasta senderismo nocturno, astrofotografía, eventos relacionados con la astronomía y el producto de G-Astronomía, combinando cultura gastronómica y astronomía. Es decir, con el conocimiento científico, la cultura popular del cielo y la noche estrellada, las instituciones, organismos y empresas han percibido el cielo como un recurso explotable turísticamente, y para ello no es necesario llegar hasta el espacio interestelar con cohetes y artefactos, puesto que en un cierto tipo de experiencias es posible experimentar y disfrutar desde la tierra.

Fayós-Sola et al (2014) explican que para que la actividad de astroturismo pueda hacerse efectiva, no se puede dar en todas las zonas, únicamente en aquellas en las que se evidencie una alta calidad en el cielo nocturno. Desde la Revolución Industrial, la sociedad ha emitido con mayor frecuencia gases y elementos tóxicos hacia la atmósfera, dañándola y contaminándola. La gran cantidad de luminarias que se ubican en zonas turísticas y residenciales provocan un gran impacto de contaminación lumínica, que no permite observar nítidamente el cielo y todos sus elementos. A ello hay que añadir que el proceso de urbanización genera graves problemas, ambientales especialmente, con congestión de tráfico, alto uso de electricidad, gas y agua, etc., provocando una alta contaminación ambiental cuyas consecuencias se traspasan a la atmósfera dificultando la contemplación de un cielo impoluto, nítido y transparente.

Es por ello por lo que solo existen algunos puntos muy concretos donde se puede realizar actividades de astroturismo con unas condiciones de excelencia en el cielo nocturno. La Palma y Tenerife (Islas Canarias), la Región de Coquimbo en Chile, Hawái, Baja California en Estados Unidos o el oeste de Australia son, entre otros, algunos de los principales lugares para disfrutar del cielo nocturno.

El caso estudiado, la isla canaria de La Palma se ha convertido en uno de los lugares por excelencia donde desarrollar actividades de astroturismo. Desde la protección del cielo a finales de la década de los ochenta mediante una Ley¹, el desarrollo de un turismo alternativo no masivo como es el rural, las singulares condiciones climatológicas y la colaboración público-privada, liderada por el Cabildo Insular de La Palma, se ha propiciado la estrategia de promocionar el cielo y atraer no solo a turistas de motivación generalista sino también de intereses especiales como científicos, expertos, personajes célebres de la astronomía como Stephen Hawking².

¹ Ley 31/1988, de 31 de Octubre, sobre Protección de la Calidad Astronómica de los Observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias, conocida como "Ley del Cielo".

² Stephen Hawking, recientemente fallecido, ha sido un apasionado de la tierra canaria y palmera, donde estuvo en junio de 2016 participando en el Festival Internacional Starmus, celebrado en Tenerife y La Palma, y fue reconocido con la colocación de la primera estrella del Paseo de Estrellas de la Ciencia ubicada en Santa Cruz de La Palma. (R. Medina, E., 11/06/2016)

La isla de La Palma es notablemente conocida entre el público motivado por la práctica del senderismo, y en los últimos años, también se ha popularizado para científicos, profesionales y curiosos de todo lo relacionado con el cielo, especialmente, el nocturno. Aun así, para llegar a la Isla Bonita, muchos de los visitantes han de hacer escala previa en Tenerife o Gran Canaria, ya que el Aeropuerto de La Palma no conecta con todos los países de origen de estos individuos, hecho que limita la llegada de estas personas curiosas. Es cierto que, Tenerife, al tener uno de los observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias, comparte ese atractivo, pero cada vez más, los turistas buscan ir a La Palma, no solo por tener enclavado el mejor telescopio óptico del Hemisferio Norte (el Gran Telescopio de Canarias) y una de las mejores infraestructuras para la observación del cielo, sino también por encontrarse declarada la isla como Reserva Starlight, Destino Turístico Starlight y Reserva Mundial de la Biosfera, con escaso impacto desde la perspectiva del turismo de masas, ya que un importante volumen de alojamientos y camas turísticas están implantados en áreas rurales. La tranquilidad, la naturaleza pura y el cielo son elementos importantes para los turistas que visitan esta isla. Aquellas personas con interés en el astroturismo suelen elegir ambientes rurales y alejados de contaminación lumínica, por lo que en gran medida la planta alojativa desarrollada y el interés de estos nuevos turistas se alinean fortaleciendo una relación positiva entre alojamientos aislados, fuera del alcance de la contaminación lumínica, entorno rural y experiencia vacacional.

Siguiendo a Fernández Hernández et al. (2017), el astroturista que visita La Palma suele tener una edad media entre los 35 y 45 años, con un perfil socioeconómico medio-alto (siendo funcionarios públicos o desempeñando un empleo de responsabilidad en su mayoría). Una parte de estos turistas son del propio del archipiélago canario y en general del mercado nacional. Internacionalmente, los alemanes son los más interesados en esta novedosa tipología de turismo. Además, tal y como se ha mencionado anteriormente, La Palma es un espacio idóneo para hacer senderismo, lo que conecta con los turistas alemanes que son, por excelencia, las personas a las que más le atrae este tipo de actividades. Pero el astroturismo suele ser en sí mismo un conjunto de actividades que se complementan con el llamado “turismo rural”, ya que el turista no solo llega a La Palma para la observación del cielo, sino que además realiza otras actividades, de gastronomía y disfrute de la cultura y productos locales, de naturaleza como el senderismo u otras de turismo activo. Por otro lado, los turistas llegados a la isla palmera vienen mayoritariamente acompañados por su pareja. Las personas que realizan actividades de astroturismo suelen tener formación universitaria superior y se muestran concienciados con el medio ambiente.

Bien es cierto que la actividad de astroturismo en la isla de La Palma ha evolucionado con bastante rapidez aunque no alcance el potencial de otras zonas como es el caso de la Región de Coquimbo en el norte de Chile, tomado como referencia de caso de éxito (Fernández Hernández et al., 2017). No

obstante, ofrece numerosas actividades muy interesantes, singulares y auténticas con la posibilidad de observación de astros visibles en el Hemisferio Norte y parte del cielo del Hemisferio Sur al encontrarse relativamente cercana al ecuador terrestre, distintos eventos y festivales con temática de astroturismo, etc.

La Palma debe atender muchas necesidades para el desarrollo futuro del astroturismo. Ya no solo es necesario mejorar las infraestructuras, y la creación de algunas de ellas, como es el caso de un Centro de Visitantes de astroturismo o una Oficina de Información de astroturismo en las que se pueda recibir a los expertos, curiosos, turistas y locales que deseen conocer o se interesen por las actividades de astroturismo que se ofrecen, seguir diversificando e innovando los productos y servicios astroturísticos o la elaboración y ejecución de un Plan de comunicación y promoción del producto del turismo de estrellas, entre otras. La Palma se ha posicionado como referente en la oferta de productos astroturísticos en Canarias y en el estado español, con un proceso cualificado por el intercambio de conocimientos y buenas prácticas institucional habido entre agentes de la isla canaria y la Región de Coquimbo en Chile desde 2010 orientado a compartir experiencias y a contribuir a mejorar la oferta.

A continuación, se muestran las principales actividades tematizadas en astroturismo que se ofrecen en La Palma.

Tabla 1. Principales actividades tematizadas en astroturismo en La Palma

Actividades tematizadas predominantes	
Alojamiento	Casas rurales, hoteles rurales y otros tipos de alojamiento han apostado por la tematización en astroturismo adquiriendo instrumental y material básico para que el huésped disfrute de la observación del cielo.
Empresas especializadas	Existe un conjunto de organizaciones especializadas en ofertar servicios relacionados con el astroturismo como la observación del cielo con instrumentos más específicos, tours y paseos astronómicos, etcétera, así como a la divulgación de los conocimientos del turismo de estrellas.
Restaurantes (G-Astronomía)	Los restaurantes también se han atrevido a diferenciarse del resto ofreciendo una oferta gastronómica vinculada a los astros con platos innovadores, atractivos y curiosos con nombres de planetas, satélites u otros astros del universo.

Senderos, miradores y relojes astronómicos	La isla de La Palma cuenta con numerosos senderos tematizados a lo largo de toda la isla, además de miradores astronómicos en cada uno de los municipios.
Venta de productos asociados al astroturismo	Diversas tiendas y empresas ofrecen productos vinculados al turismo de estrellas como joyerías, souvenirs, artesanías, queserías, bodegas, etc.
Visita al Observatorio Astrofísico del Roque de los Muchachos (ORM)	La visita al Observatorio del Roque de los Muchachos es uno de los servicios más demandados por los turistas que llegan a la Isla Bonita.

Fuente: Elaboración propia a partir de Patronato Insular de Turismo del Excmo. Cabildo Insular de La Palma (s.f.).

En definitiva, el desarrollo turístico y los deseos de los turistas son dos aspectos que ha provocado el impulso del astroturismo, en el que el recurso cielo se ha transformado en oportunidad de negocio, y en La Palma se ha trazado una línea de acción continuada en los últimos años, consiguiendo ser uno de los referentes en el turismo de estrellas. Probablemente, hoy no se estaría hablando de astroturismo en la isla de La Palma sin la presencia de los emprendedores que han decidido incorporarse al mercado astroturístico. El emprendimiento, junto a lo anteriormente mencionado, y la acción decidida desde el Cabildo insular, ha sido el factor determinante para el desarrollo del turismo de estrellas.

2.2. EMPRENDIMIENTO COMO BASE PARA EL DESARROLLO ASTROTURÍSTICO

Se habla de emprendimiento cuando una persona tiene un sueño, un objetivo o una iniciativa y la convierte en realidad, donde el factor principal es la actitud, y en la que no importa fracasar. Greg Dees (1988) lo define como “Perseguir una oportunidad sin tener aún controlados los recursos necesarios para ello”. El emprendimiento comienza desde que a una persona o a un grupo de personas se les ocurre una idea empresarial, determinada por las necesidades de esa misma persona o de un conjunto de personas y donde se da cuenta de que tiene una oportunidad de negocio.

Para comprender la evolución del astroturismo en La Palma así como la diversidad y cantidad del tejido empresarial del sector es importante señalar el concepto de la figura del emprendedor, cuya palabra llega al español tras el término francés *entrepreneur*, entre los siglos XVII y XVIII, y que hacía referencia al concepto de “pionero”, que a su vez deriva de la palabra latina “*prendere*” (intentar).

En el artículo *The Meaning of Social Entrepreneurship* (J. Gregory Dees, 1998), el autor analiza profundamente el concepto del emprendedor social hasta la figura de la que se habla hoy en día. El concepto de emprendimiento ha ido modificándose a lo largo del tiempo. Aunque desde la mitad siglo XVIII comienza a hablarse de la figura del empresario, no fue hasta un siglo más tarde cuando uno de los economistas más célebres de su tiempo, Jean-Baptiste Say, comenzó a hablar de la creación de valor en los productos³. Joseph Schumpeter, a mediados del siglo XX, en su obra *Capitalismo, socialismo y democracia*, introdujo el término de “destrucción creativa”, en que explicaba que detrás del crecimiento económico de la sociedad estarían las innovaciones que se generen en las empresas. Peter Drucker, en la década de los 80, amplía la definición de Say incorporando el concepto de oportunidad como recurso para la creación de valor. Además, Drucker, expone que “no todas las nuevas pequeñas empresas son emprendedoras o representan emprendimiento”, ya que el emprendimiento no solo es la creación de una empresa, si no debe haber innovación o estar orientado al cambio y no ser un negocio tradicional. También señala que para emprender no es necesario que la principal motivación sea la obtención de beneficios como expresaban los primeros economistas, y tal como se podrá observar a lo largo de este documento, hay otras motivaciones que realmente han generado una mayor persuasión para emprender, como es el caso de poder desempeñar un puesto de trabajo, tener independencia, ofrecer un producto innovador que no se encuentra en el mercado de la zona, el desarrollo de nuevos productos, participar en el desarrollo del sector, generación de empleo, cumplir un sueño, etcétera.

Fernando Álvarez⁴, en una entrevista ofrecida a Cadena Ser Madrid profundiza en la idea de perseverancia y pasión al decir que “cuando emprendes tienes que dedicar muchísimo tiempo, mucho esfuerzo, muchos momentos de desánimos cuando las cosas no salen como estaban previstas, y al final te vienes abajo muchas veces y tienes que tener el empuje para seguir hacia adelante. En ese sentido cuando tú estás persiguiendo un sueño hay algo muy profundo dentro de ti que es lo que te mueve y te da la energía para seguir hacia adelante. Yo creo que esa es la clave de un emprendedor de éxito, el que realmente esté persiguiendo un sueño”. (Cadena Ser Madrid Sur 94.4 FM, 2011). También aconseja que no es bueno emprender cuando la principal motivación es tener una subvención pública, ya que el dinero invertido no es 100% del emprendedor, es un procedimiento agotador, lento y a veces no es suficiente para afrontar la actividad emprendedora. Tener esa pasión por conseguir ser emprendedor, por cumplir los sueños es el factor principal para este experto, mientras que la vertiente

³ Greg Dees (1998) expone en su artículo la definición que dio el economista Say: “El emprendedor saca los recursos económicos de un área de poca productividad y los coloca en una de alta productividad y mayor rendimiento. Los emprendedores crean valor”.

⁴ Coach, docente y ponente en varias universidades sobre temas vinculados a la motivación y la modificación del comportamiento humano. Apuesta por la divulgación de sus conocimientos en diversos medios de comunicación.

financiera no debe ser el eje exclusivo del emprendimiento. A través de la experiencia y del aprendizaje el emprendedor contemplará mejor la situación y dará más valor al camino que ha recorrido y que le queda por seguir luchando. Otro factor que tiene importancia son las habilidades. Álvarez clasifica dos tipos de habilidades: *Hard skills*, que son aquellas técnicas más profesionalizadas como el marketing, informática, etcétera, aunque se concentra especialmente en las *soft skills*, que son aquellas más blandas, como liderazgo, autogestión, y aquí aparecen las motivaciones. Según expone, estas últimas, las blandas, son las más importantes y aparecen en los estudios de herramientas para la gestión empresarial.

El principal reto así identificado al que se enfrenta un emprendedor es la gestión emocional debido a que es necesario trabajar con varias personas con diferentes intereses (clientes, empleados, proveedores, acreedores, socios, etc.), saber cambiar los estados emocionales propios y tener aquel que se decide tener y no el que se posee ese día. También hace referencia a la gestión técnica y emocional, señalando que la gestión financiera está influenciada por ambas vertientes, debido a que se debe tener una base teórica y técnica sobre la gestión de los gastos, inversiones, etc., y por otra parte, hay que saber estimular las emociones frente a las adversidades y riesgos que supone emprender. Una de esas dificultades es la pérdida de dinero debido a mala gestión técnica que tendrá consecuencias en la parte emocional, ya que aparecerá la sensación de estrés, que puede acabar con el emprendimiento (Pérez, 2018).

Según un estudio de Kantis (2004), los principales factores motivacionales en los emprendedores de España para emprender inicialmente son el poder realizar un sueño, vocación, objetivo o aspiración; tener independencia en la actividad empresarial; aumentar los ingresos; contribuir a la sociedad mediante la creación de empleo, el lanzamiento de un nuevo producto o desarrollo del sector; enriquecimiento; poseer un estatus social; tener un rol y continuar con una tradición familiar. Así señala que el aspecto más importante de una persona emprendedora es la actitud, complementada por la creatividad, innovación y diversas motivaciones que puede tener para la materialización en hechos reales de una idea empresarial.

3. EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO DE ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA

Para conocer el producto de astroturismo actualmente existente en La Palma nos adentramos a explicar el camino que recorrido para su configuración⁵.

⁵ Para el estudio de la secuencia se ha dispuesto de documentación inédita de los diversos eventos realizados facilitados por integrantes de la Mesa para el Desarrollo del Turismo de Estrellas de La Palma.

3.1. SECUENCIA DE ACCIONES PARA LA CREACIÓN DEL PRODUCTO DE ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA

La isla de La Palma, integrada en el grupo de las islas verdes del archipiélago canario por la Ley 6/2002, de 12 de junio, sobre medidas de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma, ha seguido las determinaciones consideradas por esta normativa y, a pesar de que el turismo de sol y playa tiene, aunque escasa, presencia, lo cierto es que todas las actividades relacionadas con el medio rural, los recursos naturales y la culturales genuinos locales (integrados éstos como producto en la referencia de “volcanes” en el sello de producto generado por parte de la sociedad de promoción turística canaria PROMOTUR) y la observación de estrellas constituyen una sólida referencia siendo creciente la demanda y la oferta con el paso de los años. Que La Palma cuente con una serie de volcanes, como el de Teneguía, último que ha tenido actividad eruptiva sobre la superficie terrestre española, con un Parque Nacional como es el de La Caldera de Taburiente, y con el cielo protegido tras la aprobación de la Ley 31/1988, de 31 de octubre⁶, sobre Protección de la Calidad Astronómica de los Observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias, o de una Reserva Marina, hace de esta isla un lugar donde se ofrecen una amplia variedad de productos, experiencias y sensaciones que pocos lugares en el planeta pueden ofertar en tan limitado territorio.

Esa dualidad, la acepción señalada para “volcanes” y astronomía, ha dado lugar a que desde el Cabildo de La Palma se apueste por estos dos conceptos para imprimir carácter turístico y convertirlos en productos turísticos. Esta estrategia llega con el plan “La Palma: Volcanes bajo estrellas”, enmarcado en el *Plan de Competitividad Islas Canarias: Una experiencia volcánica II*⁷, cuyo fin es, a nivel regional, crear nuevos productos turísticos a través de la diferenciación y especialización, siendo sostenible y rentable en el tiempo, con el fin de mejorar la competitividad turística del archipiélago canario. En este Plan de Competitividad, el Cabildo Insular de La Palma apostó decididamente por el astroturismo.

Por ello, aprovechando los singulares recursos naturales y culturales, la riqueza de la identidad volcánica de la isla, el amplio abanico de infraestructuras y equipamientos turísticos (museos, miradores, senderos, lugares de interés paisajístico, etc.), el patrimonio inmaterial local (fiestas, actividades tradicionales, etc.) junto con la reconocida fortaleza a nivel mundial como es la alta calidad

⁶ La Ley 31/1988 regula cuatro aspectos esenciales para el cuidado del cielo: La contaminación lumínica, la contaminación radioeléctrica estableciendo los niveles de radiación permitida, la contaminación atmosférica con el control de las actividades y la regulación del tráfico aéreo sobre los observatorios.

⁷ *Resolución de 14 de enero de 2011, de la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior, por la que se publica el Convenio de colaboración con la Comunidad Autónoma de Canarias, los Cabildos de La Palma, Fuerteventura y El Hierro, la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro y la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Fuerteventura conjuntamente para el desarrollo del Plan de Competitividad Turística «Islas Canarias. Una experiencia volcánica II».*

del cielo para la observación de estrellas el Cabildo ha creado un conjunto de acciones de dinamización en el referido plan “La Palma: Volcanes bajos estrellas”. Con ello, se pretendía atraer a segmentos de turistas definidos, siendo el de naturaleza el principal.

Entre las acciones diseñadas y promovidas se encuentran jornadas de sensibilización, creación de equipamientos como miradores astronómicos, señalización de lugares de interés, creación de una marca para la tematización del turismo de estrellas, promoción en las páginas webs oficiales, eventos internacionales cuyo eje principal es la puesta en valor cielo nocturno como recurso turístico, formación a profesionales y emprendedores que se dedican al astroturismo, desarrollo de eventos de puesta en valor y visibilización de atractivos y productos, y apoyo a la obtención de certificaciones y distinciones como el caso de aquellas que reconocen la calidad del cielo nocturno, bajo las rubricas de Reserva Starlight y Destino Turístico Starlight⁸, obtenidas por la isla en 2012.

Plan de Marketing turístico

El Cabildo palmero, con el objetivo de orientar la acción turística promovió un plan de marketing plurianual, con los objetivos de incidir en la excelencia, eficiencia y una mayor rentabilidad de las acciones turísticas a través de las identidades del agua, los paisajes y los cielos de La Palma. Una de las líneas de acción abordada fue sobre el astroturismo, con el fin de atraer a los futuros visitantes y dar a conocer que La Palma cuenta con un cielo donde se puede aprender y estudiar a través de actividades como son la observación de determinados eventos cósmicos como son la lluvia de estrellas o eclipses, o, en ausencia de fenómenos, con actividades que se podrían hacer por el día o por la noche, o la organización de eventos más personalizados, individuales o familiares, como bodas bajo las estrellas o concursos de astrofotografía. Con todo ello, La Palma se posicionaría como referente para turistas especializados, además de desarrollar una oferta en congresos, seminarios o reuniones con índole astronómico y astrofísico, y la creación de experiencias y cursos de astronomía a medida de cualquier ciudadano interesado.

⁸ La Fundación Starlight crea y fomenta un número de certificaciones que acreditan la calidad del cielo nocturno en diferentes puntos del mundo con el propósito de unificar ciencia y turismo, para ello, la observación de estrellas se integra dentro del patrimonio natural, cultural y científico de cada lugar. Estas certificaciones están respaldadas por la UNESCO, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Unión Astronómica Internacional (IAU). Las modalidades de certificaciones que existen en la actualidad son: las Reservas Starlight, los Destinos Turísticos Starlight, las casas y hoteles Starlight, los parques estelares y estelarios, los parajes Starlight, los campamentos Starlight, y los restaurantes Starlight, entre otras posibles modalidades a estudiar en cada caso (Extraído de: <https://fundacionstarlight.org/>. Recuperado el 4 de junio de 2018).

La Conferencia Internacional Starlight

La isla de La Palma, el 19 y 20 de abril de 2007, acogió bajo la organización del Instituto de Astrofísica de Canarias, la Conferencia Internacional en Defensa del Cielo y el derecho a ver las Estrellas “Starlight”⁹ en que fue suscrita la Declaración Starlight, conocida como Declaración de La Palma, en Defensa del Cielo y el Derecho a ver las Estrellas.

Proyecto “Naturaleza, paisaje nocturno y turismo de estrellas”

Entre 2007 y 2008, tras la Conferencia Starlight, desde la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita llevaron a cabo el proyecto “Naturaleza, paisaje nocturno y turismo de estrellas”, donde, a través de un proceso de benchmarking, se analizaron varios destinos nacionales e internacionales donde se contaba con iniciativas de astroturismo y a partir de los mismos, se realizaron diversas propuestas para poner en valor la actividad de turismo de estrellas, entre las que destacaba la dotación de equipamiento y servicios de soporte a este tipo de turismo, así como el rediseño de espacios para su conversión en parques estelares o creación de sitios temáticos astronómicos.

Seminario: Senderismo bajo las estrellas

El 16 de septiembre de 2009 se celebró un seminario bajo la temática “Senderismo bajo las estrellas”, desarrollado por la Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma (ADER-La Palma) y el Cabildo Insular en que se trata de establecer las bases de la creación de un producto de astroturismo como *spin-off* del senderismo.

Estudio “La Palma producto turístico de observación del cielo”

En 2010, el turismo de estrellas en la isla palmera encuentra una “hoja de ruta” inicial tras un estudio impulsado por el Consorcio de la Reserva Mundial de la Biosfera de La Palma bajo el nombre de “La Palma, producto turístico de observación del cielo”. En el mismo se realiza un benchmarking interno, donde se analiza cómo es el turismo en general en la isla, desde la conectividad, infraestructuras, viabilidad económica o la posibilidad de desarrollo del turismo de estrellas. La segunda parte de este estudio la conformaría la integración del astroturismo, así como de las características y configuración

⁹ La conferencia contó con la colaboración de entidades nacionales e internacionales tales como la UNESCO, la Organización Mundial del Turismo (OMT) o la Unión Astronómica Internacional (IAU) considerando la participación total de 26 países.

del producto, a través de la coordinación en la integración de las actividades complementarias a la tradicional observación de estrellas, como es el caso de los senderos o el turismo activo. Contó también con un inventario de las principales infraestructuras e instalaciones, que son la base para la creación del nuevo producto, proponiendo un programa de acción orientado a los canales de distribución y promoción.

Intercambio institucional en turismo de estrellas La Palma - Chile

Este año fue importante porque se produjo un intercambio institucional entre varios agentes de la isla de La Palma y de la región de Coquimbo en Chile, a través de la Dirección Regional del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) de Chile, en sendas ocasiones al inicio y al final del año. Unas Jornadas Divulgativas sobre Intercambio de Experiencias en el Ámbito Institucional y el Sector Privado en el Turismo de Estrellas: Chile – La Palma, que se desarrolló entre los días 25 y 28 de enero de 2010, en las que varios agentes relevantes del sector turístico de Chile asistieron a la Isla Bonita durante 4 días a compartir experiencias, exponer proyectos de relevancia, identificar áreas de cooperación, conocer la isla así como las actividades que se desarrollan para favorecer acciones de mentoría y colaborar en un seminario divulgativo público. Estas jornadas fueron organizadas por el Patronato de Turismo del Cabildo Insular de La Palma, la Asociación Insular de Turismo Rural Isla Bonita y Astrotour Isla Bonita, y coorganizadas por la Viceconsejería de Turismo del Gobierno de Canarias. A final de año, entre el 27 de noviembre y el 2 de diciembre, varios agentes de La Palma viajaron a la región de Coquimbo en Chile, en una visita de conocimiento *in situ* para conocer los recursos, la estructuración del producto y fortalecer los vínculos institucionales orientados a la cooperación. Fruto de estos intercambios se ha establecido una sólida relación de cooperación materializada en diversos encuentros bilaterales en ambos territorios.

Las acciones del Plan “La Palma: Volcanes bajo Estrellas”

2011 fue el año donde más acciones de dinamización e impulso del astroturismo se realizaron. Sin duda alguna, el hecho más destacado es la importancia adquirida por el Plan “La Palma: Volcanes bajo Estrellas”, cuya vigencia temporal fue el período 2011-2013, ya que se configuró como el plan marco de las acciones de impulso de astroturismo que dio como fruto relevante la formación del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma. Tres seminarios tuvieron lugar, en primera instancia en 2011, dirigidos a captar la atención de potenciales emprendedores y a establecer unas coordenadas básicas de formación.

El primero de ellos, bajo el nombre de “Oportunidades para emprender” tuvo lugar en dos sesiones los días 26 y 27 de enero de 2011, en el que se pretendía mostrar las oportunidades que tiene el astroturismo en la isla y la estrategia para alcanzar un posicionamiento tan singular. Así mismo, se anima a la promoción de emprendeduría en astroturismo a través de un club de producto de astroturismo, que unos meses más tarde dispondría de un embrión, con el propósito de unificar la oferta de turismo de estrellas, y aportar una herramienta de gestión, planificación, comercial y de promoción de este tipo de turismo para el medio rural y natural de La Palma. Con esta iniciativa embrionaria se consiguió diversificar los productos y servicios ofertados, potenciar la calidad, construir redes de negocios entre las empresas, incrementar el intercambio de información entre los partícipes y estimular las asociaciones entre los actores del turismo a través de sesiones de formación, la elaboración del Manual de Productos donde se establece los requisitos para entrar, desarrollo del itinerario para la implantación del club de producto, así como el de un modelo de gestión por parte de los agentes y entes implicados.

Los días 5 y 6 de abril de 2011 tuvo lugar el segundo seminario, bajo el lema “Tematización de empresas turísticas”, en el que participaron empresas de alojamientos turísticos, restauración y productos locales y servicios culturales, con el objetivo de detectar productos y/o servicios susceptibles de tematizar en torno al tema astronómico e incorporar esos productos y servicios al grupo de oferta singularizada de astroturismo en la isla de La Palma.

El 17 de junio de 2011 se celebró el tercer seminario, bajo el nombre de “Astroturismo y generación de experiencias”, en el que se trabajó en la creación de una historia para cada empresa, así como en la capacitación a los asistentes para transmitir la información necesaria que conlleva cada experiencia diseñada. En el proceso de participación y adhesión se forjó el que se denominaría Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma.

Segundo intercambio de experiencias en el ámbito institucional y del sector privado en el turismo de estrellas: Chile - La Palma

Entre el 22 y 29 de noviembre de 2011 se celebró el 2º intercambio de experiencias en el ámbito institucional y del sector privado en el turismo de estrellas: Chile - La Palma. Un encuentro similar al que se produjo en 2010, en el que agentes del astroturismo de la región chilena de Coquimbo, acudieron a la isla palmera, conociendo los avances realizados, las infraestructuras relacionadas, ofreciendo intercambio de experiencias y continuando con el trabajo de mentoría. Este intercambio tuvo especial relevancia con la celebración, el día 24 de noviembre de 2011, en el Seminario Espacio de Encuentros FYDE, del Seminario “El turismo de estrellas entre los turismos emergentes de intereses

especiales”, en el que se efectuó una amplia exposición del potencial del astroturismo, con ponencias de expertos nacionales y de Chile.

Seminarios de consolidación de productos de astroturismo y del destino

En 2012 la formación en el turismo de estrellas continuó teniendo importancia capital, con la celebración de cuatro seminarios.

El primero de ellos, bajo el nombre de “Encuentro de empresarios de nuevos productos turísticos en zonas de montaña”, con especial atención al astroturismo, celebrado los días 7 y 8 de mayo de 2012. Este encuentro propició el intercambio de regiones con desarrollo de productos de turismo estelar en el ámbito español. Se incidió en las capacidades de los territorios que era necesario desarrollar para contar con un producto competitivo.

El segundo seminario tuvo lugar en 4 sesiones entre junio y julio de 2012, bajo la temática de “Asistencia técnica para el manejo de instrumentos astronómicos y equipos para interpretar el cielo”. La primera sesión tuvo lugar el 6 de junio, en el que se desarrolló una introducción a la Astronomía. Una semana más tarde, el 13 de junio, se trató el tema del Sistema Solar. La sesión del 27 de junio abarcaría los objetos celestes y las constelaciones, mientras que la última sesión, celebrada el 4 de julio, trataría sobre el manejo de instrumentos.

El tercer seminario formativo se celebró en octubre de 2012, con 3 sesiones prácticas. La primera de ellas tuvo lugar el 8 de octubre, en el que se desarrolló la metodología para la creación y diseño de la Constelación de Valor de las experiencias turísticas. Al siguiente día, el 9, la sesión abarcaría sobre el testaje de producto de astroturismo, mientras que el día 15 se produjo el cierre de los libretos con el argumentario y el *storytelling* de los productos de astroturismo.

El cuarto y último seminario se celebró el 28 de noviembre, a través de un taller de consolidación del producto astroturismo, donde las empresas participantes trabajaron conjuntamente identificando elementos de valor que fueran susceptibles de introducir en el proceso de la experiencia turística, así como la comprobación de esas actividades en las distintas fases de creación del producto y sus componentes.

El diseño de las incipientes actividades contó con la realización del Estudio del producto de astroturismo en la isla de La Palma, impulsado por la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita con la colaboración del Instituto TIDES de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, en el cual se estudió el potencial de siete actividades prototípicas.

El año 2012, además, fue un año destacado para el astroturismo, ya que La Palma fue declarada la primera Reserva Starlight del mundo y Destino Turístico Starlight, lo que llevaba a referenciar definitivamente el astroturismo de la isla.

Abordando la comercialización

La comercialización de los productos de astroturismo se abordaron con los participantes del Grupo de Emprendedores de astroturismo en un taller continuo celebrado entre junio y octubre de 2013, centrado en la comercialización online y en el desarrollo de habilidades de manejo de herramientas de marketing digital.

El 28 de octubre de 2013 se celebró un seminario de evaluación final del desarrollo del proyecto “Volcanes bajo estrella” con representación de autoridades del Cabildo Insular de La Palma, de los empresarios implicados y de los socios de evaluación procedentes de Coquimbo en Chile.

En cada ejercicio del trienio 2011-2013, se redactó una memoria anual para la evaluación del Plan de Competitividad Turística: *Islas Canarias. Una experiencia volcánica II*, en el que se recogieron las principales acciones desarrolladas y logros alcanzados tras dicho Plan, tomando referencia del presupuesto invertido y de los agentes implicados en las distintas acciones.

Fortalecimiento de la red de emprendedores y mejora de la visibilidad

Con la finalidad de proyectar exteriormente la imagen del astroturismo que se ha ido creando se celebró el 20 de mayo de 2014 la Jornada Técnica Internacional de Astroturismo sobre Experiencias y Comercialización de productos astroturísticos. En ella se dieron cita experiencias nacionales e internacionales, se abordó el papel de las agencias de viajes especializadas y se presentó un panel de ocho productos astroturísticos insulares.

El 30 de septiembre, se presenta y tiene lugar un primer encuentro del proyecto CluStars, proyecto que con financiación de la Unión Europea se dirige al fortalecimiento de la competitividad de clústeres de distintas temáticas en el espacio europeo. La iniciativa, liderada por el Instituto Tecnológico de Canarias (ITC), lleva a la red de emprendedores de astroturismo de La Palma y al producto de astroturismo generado como iniciativa representativa de Canarias en España, conjuntamente con otras regiones como Molise en Italia, la región este de Mármara en Turquía y el noroeste de Rumania. El objetivo, fortalecer la competitividad de las empresas de astroturismo de la isla de La Palma,

conociendo sus necesidades y demandas, analizando la cadena de valor, pretende fortalecer el producto, identificar los gaps existentes e identificar vías que permitan atraer a los turistas a través de una estrategia elaborada juntamente con las empresas. El trabajo seguido en seminarios *online* articulado a través de diversas mesas (infraestructuras y equipamiento, experiencias y comercialización) concluye con la formulación final de un plan de acción y la realización de una propuesta de recomendaciones dirigidas al sector y a las instituciones implicadas. El 24 de febrero de 2015 tuvo lugar la sesión de cierre y presentación de resultados de CluStars.

Acciones de consolidación de producto y eventos de proyección exterior, 2015

En 2015, se celebró un taller de desarrollo de producto experiencial en astroturismo los días 23 y 24 de marzo y 13 y 14 de abril, con el objetivo de diseñar un producto experiencial basado en una metodología de 5 pasos con el fin de crear más valor en la experiencia y activar propuestas de negocios híbridos.

El 20 de abril de dicho año se conmemoró el VIII Aniversario de la Iniciativa Starlight “Declaración Starlight de La Palma”, con diversos eventos por el mismo. Entre el 25 de septiembre y el 8 de octubre tuvo lugar la primera edición del Astrofest La Palma, un evento que reunió un importante elenco de profesionales del astroturismo, astronomía y astrofotografía, en un programa que durante dos semanas reunió diversos eventos (Conferencia Internacional de Astroturismo, Conferencia Internacional de Paisaje Nocturno, AstroMaster de fotografía nocturna) y diversos talleres y actividades orientados a públicos diversos.

El 14 de julio de este año 2015, la isla de La Palma fue galardonada por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Gobierno de España con la placa al mérito turístico en destinos emergentes por haber liderado en el país el turismo de estrellas, integrando en él además del rural y activo.

Acciones de consolidación de producto y eventos de proyección exterior, 2016-2018

El 20 de abril de 2016 se conmemoró el IX Aniversario de la Declaración Starlight de La Palma, y organiza al igual que el año anterior la celebración de varios eventos. Un año más tarde, entre los días 18 y el 22 de abril de 2017, con motivo del X Aniversario de la Declaración Starlight de La Palma, se celebró una serie de actividades en conmemoración de este acontecimiento, desarrolladas por el Cabildo Insular, el Instituto de Astrofísica de Canarias y la Fundación Starlight. Entre las actividades organizadas para tal efeméride, se distinguieron la celebración de un congreso científico internacional

sobre protección lumínica, exposición de fotografías nocturnas de los Destinos Turísticos Starlight y Reservas Starlight de todo el planeta, talleres divulgativos, ciclo de cine sobre el universo, workshop entre agentes de los Destinos Turísticos Starlight y Reservas Starlight, con el objetivo de compartir experiencias e identificar propuestas de colaboración y cooperación orientadas a la puesta en valor, consolidación de los productos y creación de una red de territorios. La realización de un “apagón nocturno” en varias zonas de los 14 municipios de la isla es una actividad emblemática con el objetivo de, apagadas las luces, realizar propuestas lúdicas e interpretativas de observación de las estrellas, este tuvo lugar entre las 22 y 23 horas del 21 de abril. En las zonas de apagón tuvieron lugar actividades de observación con telescopios y otras acciones relacionadas con la observación del cielo, combinadamente con realización de eventos astromusicales, como conciertos, recitales de grupos musicales o cuentacuentos.

Durante los días 24 y 25 de abril de 2017 se celebró un workshop con astroemprendedores, utilizando la metodología de Design Thinking con la temática de “creatividad e innovación en astroturismo”. El objetivo de utilizar las metodologías del Design Thinking y Lean Startup, se centra en mejorar la innovación y creatividad en propuestas que permitan vislumbrar nuevos productos y servicios astroturísticos.

A principios de 2018, el astroturismo en La Palma estaba de enhorabuena, ya que ese modelo de colaboración público-privada consiguió ser uno de los ganadores del XXIII Concurso al Mejor Producto de Turismo Activo, celebrado en la Feria Internacional de Turismo de Madrid (FITUR) en enero. Una distinción otorgada por la Feria FITUR y la revista AireLibre, siendo en el mes de mayo con la gala oficial, donde el astroturismo de La Palma disfrutó de una gran visibilidad.

Entre los meses de abril y mayo de 2018 se celebró la segunda edición de Astrofest La Palma, con una propuesta más ambiciosa y la incorporación de nuevas actividades. Entre ellos dos carreras extremas al aire libre como la Reventon Trail El Paso –certificada como primera carrera Starlight- o la X Ultramaratón Transvulcania Space Runners. A la par se incorpora un evento de producción cinematográfica como el Festivalito de las Estrellas y se celebran el III Seminario Internacional de Astroturismo y la VII Edición del Astromaster.

Entre el 30 de agosto y el 2 de septiembre tuvo lugar la cuarta edición de la Muestra Internacional de Cine Astronómico (MICA), un festival que se mueve al municipio de Fuencaliente, en la que tanto turistas como residentes pudieron participar asistiendo a las sesiones de cine pertenecientes a la Competición de Internacional de Cortometrajes Astronómicos Polaris, degustaciones de gastronomía, vinos y bebidas típicas de la isla tematizadas, talleres o el Astrorock, un festival de música rock versionado para el astroturismo.

En síntesis, el camino que ha recorrido el producto de Astroturismo en la isla de La Palma hasta su consolidación se corresponde a la secuencia de acciones para la creación de un producto turístico¹¹ que como metodología ha propuesto para sus productos TURESPAÑA con la Secretaría de Estado de Turismo. En la misma se distinguen 4 fases:

- La inicial, en la que se detecta y se define el producto de Astroturismo con la realización de diversos estudios, que se corresponde a los realizados en 2007-2008, 2010 y el de 2012, abordando ángulos distintos sobre las necesidades de conformación del producto.
- La fase de diseño piloto del producto turístico, con el análisis de la demanda y de los actores implicados, así como de la selección del ámbito geográfico donde se puede realizar las actividades de astroturismo en La Palma y de los servicios que se pretenden ofertar. En el caso de La Palma abarcaría a partir de 2009 y los primeros años de la nueva década.
- La fase de diseño en profundidad y puesta a punto del producto turístico, a través de la asistencia técnica a empresarios y acciones formativas, con seminarios y jornadas de formación que se produjeron especialmente entre 2011 y 2012, y en particular con la asistencia técnica del Servicio Nacional de Turismo de la Región de Coquimbo en Chile.

Finalmente, la fase de consolidación del producto de Astroturismo en La Palma, con la creación de estructuras de comercialización y con la promoción del producto de Astroturismo, a partir de 2013, una vez implantado el Plan Volcanes bajo Estrellas, cuya principal consecuencia fue la creación del Grupo de Emprendedores del producto de Astroturismo de la isla de La Palma. A partir de este momento las acciones de proyección internacional de la actividad.

3.2. LOS AGENTES DEL PRODUCTO DE ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA

En la conformación de los productos turísticos es frecuente la participación de un variado elenco de agentes, siendo éstos públicos o privados, y donde la colaboración público-privada es vital para la creación de los productos existentes.

Siguiendo a Fernández Hernández et al. (2017), los agentes que han contribuido al impulso del producto de astroturismo en la isla de La Palma son los que se mencionan a continuación.

El **Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC)** es un Consorcio público español integrado por la Administración General del Estado, la Administración Autónoma de Canarias, la Universidad de La

¹¹ Información extraída de una presentación de la asignatura Gestión Pública de los Recursos Turísticos del profesor Fernández Hernández.

Laguna y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, ubicado en dos sedes: El Observatorio del Teide en Tenerife y Observatorio del Roque de los Muchachos en la isla de La Palma. Sus principales funciones son las de realizar y promover la investigación astrofísica y difundir los conocimientos astronómicos.

La **Agrupación Astronómica Palmera** fue constituida hace más de tres décadas, cuyo fin es la divulgación de la astronomía entre la población, dirigiéndose a los más jóvenes y estudiantes, además de los turistas. Además, realizan actividades relacionadas con el astroturismo como senderos nocturnos, y también realizan trabajos de observación e investigación.

Astrotour Isla Bonita S.L. Esta empresa divulga los conocimientos de la astronomía, realiza observaciones e interpretaciones del cielo. También realizan actividades de divulgación, talleres y otras actividades para personas no profesionales, como niños o estudiantes. Eventualmente otras actividades relacionadas con la astronomía como la astrofotografía, concursos o actividades de arqueoastronomía.

En 2010 se creó la **Mesa para el Desarrollo del Producto “Turismo de Estrellas La Palma”**, un espacio de colaboración conjunto entre agentes públicos y privados con el objetivo de aunar fuerza para potenciar, consolidar y ofrecer el producto de calidad, atractivo, competitivo y sostenible de astroturismo. Esta Mesa está liderada por el Cabildo de La Palma, con el presidente del Cabildo al frente, así como las áreas de turismo, y de medio ambiente, el Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC), el Consorcio de la Reserva Mundial de la Biosfera La Palma, la Asociación para el Desarrollo Rural de La Palma (ADER-La Palma), la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita y Astrotour Isla Bonita, S. L. Una de las aportaciones más importantes que ha dado lugar esta Mesa ha sido la del intercambio institucional con Chile, comentado anteriormente. Desde el año 2016, la mesa es una de las tres mesas técnicas que forman parte del Consejo Sectorial de Turismo del Cabildo Insular de La Palma.

La **Fundación Starlight** nace tras la Iniciativa Starlight en 2009, promovida por el Instituto de Astrofísica de Canarias, con la finalidad del desarrollo de programas y acciones que, por un lado, ayuden a preservar el cielo nocturno y por otro, con la difusión de la astronomía, coordinación, gestión e impulso de los principios Starlight, así como la iluminación inteligente, el tema del ahorro energético, y el fomento del astroturismo. Además, es titular de las certificaciones Starlight, ya comentadas, respaldadas por la UNESCO, que acreditan la calidad del cielo nocturno. Otra de las potestades que tiene la Fundación Starlight es la de la formación de guías y monitores profesionales. Estas personas trabajan en los dos observatorios del Instituto de Astrofísica de Canarias, y sus funciones es la de interpretación del cielo nocturno a los visitantes. La primera promoción de **Guías Starlight** fue un éxito ya que obtuvieron el título 14 profesionales en la isla de La Palma en el 2011.

3.3. GRUPO DE EMPRENDEDORES DE ASTROTURISMO DE LA ISLA DE LA PALMA

Otro de los agentes que participan en el producto de astroturismo es el Grupo de Emprendedores de Astroturismo de La Palma comenzó a crearse en 2011 tras el tercer Seminario de Astroturismo de La Palma, donde una treintena de empresas turísticas se agruparon para ofertar un producto de astroturismo en la isla. Hoy en día, aproximadamente 60 empresas forman este peculiar grupo. Estas organizaciones o agentes se dedican a una amplia diversidad de actividades: desde restaurantes, alojamientos, guías Starlight, tiendas especializadas, empresas de ocio y turismo activo, empresas de servicios astronómicos etc., todas ellas tematizados en astroturismo.

El Grupo, que en la práctica funciona como un clúster informal, estuvo alentado por las acciones de dinamización de producto descritas anteriormente y que fueron posibles gracias a la financiación del Plan de Competitividad Islas Canarias: *Una experiencia volcánica*, mencionado anteriormente, y complementado para acciones específicas con fondos del Programa de Desarrollo Rural de Canarias. La labor de dinamización del grupo ha estado pilotada por la técnica de producto turístico del Servicio de Turismo del Cabildo Insular de La Palma y con el apoyo en propósitos específicos de personal de la Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma (ADER-La Palma).

Con el programa de dinamización y formación del Grupo de emprendedores, los miembros han podido participar en distintos encuentros y seminarios formativos, explicados anteriormente, así como formación al personal, cooperar con los empresarios en la tematización y/o adaptación de los productos y servicios que ofrecen e implicar a agentes y empresarios en el funcionamiento del grupo como red de establecimientos adheridos participando tanto en las iniciativas que se establezcan así como en el compromiso de ofrecer los productos y servicios con garantía de calidad bajo la marca *Starislandlapalma*.

El programa financiero de apoyo a los astroemprendedores para la adquisición de equipos, material interpretativo y soportes de tematización, contemplado en el Proyecto “La Palma: volcanes bajo estrellas” y cofinanciado con fondos del programa LEADER, fue el disparador que permitió materializar la red de servicios especializados. Este apoyo que se concentró en los años 2011-2013, contribuyó adicionalmente a identificar las empresas participantes en esta red.

Con el paso de los años, se han sucedido entradas y abandonos en este Grupo de Emprendedores de Astroturismo. Formaron parte Arkham Café, Bar Cosmos, Casa Rural El Níspero, Adventours La Palma, Plena Vitae, Astro Travel, AD Astra La Palma, Astro Camp La Palma, Astro La Palma, Astrotour La Palma, Elías Bienes Fernández (Guía Starlight), y Restaurante Casa Osmunda.

Con la incorporación en los últimos años de aproximadamente de una veintena de nuevos agentes, el grupo se ha mantenido estructurado. Sin embargo, desde 2015, no se ha producido tanta interacción. Estos agentes son los que están desarrollando el producto de astroturismo en la isla de La Palma, con la colaboración del Cabildo Insular, y por este motivo, una muestra de este grupo ha sido seleccionada para el análisis del turismo de estrellas desde el punto de vista de los empresarios.

4. METODOLOGÍA

La metodología seguida para el desarrollo de este trabajo va en concordancia con los objetivos presentados en el epígrafe 1. Se consideran a continuación los pasos seguidos.

- En primer lugar, se ha realizado una revisión bibliográfica sobre los temas de astroturismo y emprendimiento para situar nuestro objeto de estudio, y con el propósito de identificar elementos relevantes a incorporar en la elaboración del cuestionario dirigido a los emprendedores de astroturismo.
- En segundo lugar, se ha realizado una revisión exhaustiva de la información y documentación disponible de las actividades de implantación del astroturismo en la isla. Se trata de fuentes escritas como documentos, proyectos y memorias, suministrados por integrantes de la Mesa para el Desarrollo del Producto “Turismo de Estrellas La Palma”, utilizada con la finalidad de documentar los principales hitos que ha experimentado el astroturismo en la isla de La Palma.
- En tercer lugar, a partir del conocimiento generado tras el estudio de los dos temas mencionados anteriormente, se ha confeccionado un cuestionario administrado con la finalidad de identificar las actividades tematizadas que se llevan a cabo en La Palma tanto en el pasado como en el presente y descubrir las necesidades que desean sufragar para el futuro. (ver anexo II).
- Seguidamente, para identificar el universo de la muestra, hubo una investigación para elaborar una primera lista de los miembros del Grupo de emprendedores de astroturismo de la isla de La Palma. Tras la misma, se contrastó con la lista oficial facilitada por el Cabildo Insular de La Palma, donde aparecen delimitados los promotores que forman parte de dicho grupo. Con la comprobación, se elaboró un inventario de aquellas empresas que ya no eran miembros del Grupo (mencionadas en el apartado anterior), y a su vez se valoró que por la información disponible sobre la trayectoria del astroturismo en la isla los nuevos empresarios incorporados no fuesen objeto de estudio, considerando que gran parte de los temas abordados en la investigación tratan temas que involucran al Grupo de astroemprendedores en su desarrollo histórico, y aquellas que se han integrado recientemente carecen de este conocimiento, y no han participado en las sesiones formativas más importantes que se desarrollaron,

especialmente, entre 2011 y 2013. En total, de los 63 agentes que forman dicho grupo, y tras el descarte de aquellos que se han incorporado recientemente, el universo definitivo se estableció en 42. En el anexo I se expone una tabla en la que se refleja los agentes que forman el universo del estudio.

- En quinto lugar, se ha realizado un trabajo de campo, siendo el momento central de recogida de información un evento de astroturismo, el III Seminario Internacional de Astroturismo, celebrado en Los Llanos de Aridane y en El Paso, en La Palma, los días 4 y 5 de mayo de 2018, donde se les administró a los miembros del Grupo de astroemprendedores allí presentes el cuestionario. Para completar, en la medida de lo posible, el universo propuesto en el estudio, desde el Cabildo Insular a través de la responsable de sección de dinamización de producto turístico se colaboró enviando el cuestionario a los astroemprendedores vía online y demandando la colaboración con la investigación. Además se efectuó contacto telefónico para recabar el cuestionario cumplimentado. El trabajo de campo efectuado ha permitido llegar a 22 promotores, lo que representa más de la mitad del universo acotado. A continuación se expone una tabla explicativa de la participación en este estudio.

Tabla 2. Participación en el estudio

Tipo de empresa	Universo	Porcentaje del universo	Muestra	Porcentaje de participación en el estudio
Alojamiento turístico	20	48%	10	24%
Empresa de ocio, servicios culturales y turismo activo	4	9,5%	2	4,75%
Empresa especializada en servicios astroturísticos	4	9,5%	4	9,5%
Establecimientos e industrias agroalimentarias (bodegas, salinas, etc.)	3	7%	1	2,3%
Guías Starlight	4	9,5%	2	4,75%
Intermediador turístico / Central de reservas	1	2,4%	1	2,4%
Medios de comunicación	1	2,4%	0	0%
Restaurante	3	7%	1	2,3%
Tienda (joyería, artesanía, souvenir, etc.)	2	4,8%	1	2,4%
TOTAL	42	100%	22	52,4%

FUENTE: Propia. Elaboración propia.

- Una vez recogida toda la información, se trataron los datos en el programa estadístico SPSS, con el que se realizó el análisis de las respuestas aportadas por los astroemprendedores, exceptuando la información referida a opinión sobre el astroturismo y temas económicos y relacionados, debido a que gran parte de esta información resultó incompleta o no fue respondida. Una vez analizadas, se han extraído los principales resultados.
- Por otro lado, al objeto de completar la visión con aportaciones de agentes relevantes en el proceso de implantación del astroturismo en la isla, se siguió una metodología cualitativa recabando información de un panel integrado por miembros de la Mesa para el Desarrollo del Producto “Turismo de Estrellas La Palma” que han participado desde el comienzo del proceso en el año 2010, consistente en una entrevista con un cuestionario estructurado (ver anexo III), con la finalidad de tener una perspectiva global de la situación del astroturismo en la isla de La Palma. Las transcripciones de estas entrevistas se pueden consultar en el anexo IV de este documento. De otro lado, esta información fue complementada con el conocimiento generado a partir de las opiniones del debate de la mesa redonda “retos y oportunidades del astroturismo en la isla de La Palma” celebrados en el III Seminario Internacional de Astroturismo, cuya transcripción se dispone asimismo en el anexo IV.
- Tras recoger la información aportada por los expertos, se extraen los principales resultados, y se comprueba que tanto astroemprendedores como los miembros de la Mesa técnica, coinciden en muchos aspectos, especialmente los deseables para el futuro.
- Tras el mismo, con la síntesis de los resultados del análisis, se proponen recomendaciones de mejoras que contribuyan a la cualificación y consolidación de la oferta astroturística en la isla de La Palma.

5. RESULTADOS

El análisis realizado se ha centrado en aspectos concretos de los cuestionarios cumplimentados por 22 miembros del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma, lo que representa un 52,4% de los promotores de astroturismo de la isla. Los resultados que se presentan muestran los diversos aspectos tratados, haciendo referencia a: motivación para emprender, formación recibida, aspectos considerados importantes para el desarrollo del astroturismo por los agentes, valoración del desempeño alcanzado en el desarrollo del producto de astroturismo y opinión sobre el propio Grupo.

5.1. MOTIVACIONES PARA EMPRENDER EN ASTROTURISMO

Se analizan las motivaciones, a través de una pregunta con multirrespuesta para obtener una mayor diversidad de elementos. Las principales motivaciones por las cuales lo promotores se involucraron a emprender en astroturismo presenta dos razones principales: por un lado, ser una forma de ampliar, complementar o diversificar la oferta turística que ya venía ejerciendo (1 de cada 3 astroemprendedores); y por otro, el deseo por contribuir al desarrollo de la isla. Los aspectos relativos a motivaciones económicas directas (inversión por rentabilidad u obtener unos ingresos adicionales) no aparece entre las prioritarias. Esa realidad es interesante ya que se observa que estos agentes tienen como inquietud la contribución al mejoramiento turístico de la isla ocupando un segundo plano los aspectos económicos.

Destaca entre las opiniones la conexión entre la afición a la astronomía como elemento de motivación y la de desempeñar un puesto de trabajo o ejercer una actividad económica. La tabla 3 muestra los resultados obtenidos.

Tabla 3. Motivaciones para emprender en astroturismo

¿Cuál(es) ha(n) sido las principales motivaciones para emprender en astroturismo? (respuesta múltiple, máximo 2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Desempeñar un puesto de trabajo o ejercer una actividad económica	4	9,5	9,5	9,5
	Creación de empleo para terceras personas	2	4,8	4,8	14,3
	Una forma de inversión y de obtener beneficios	1	2,4	2,4	16,7
	Una forma de ampliar, complementar o diversificar la oferta que ya disponía	14	33,3	33,3	50,0
	Una vía de obtener unos ingresos adicionales	1	2,4	2,4	52,4
	Un medio de realización personal	3	7,1	7,1	59,5
	Deseo de contribuir al desarrollo en la isla	11	26,2	26,2	85,7

Disponer de una subvención pública	2	4,8	4,8	90,5
Afición a la astronomía	4	9,5	9,5	100,0
Total	42	100	100,0	

FUENTE: Elaboración propia

Disponer de una subvención pública resulta, en ocasiones, un incentivo relevante para el desarrollo de nuevas actividades, en particular, aquellas que no cuentan con una garantía a priori en el mercado. Los datos obtenidos evidencian que no es una de las motivaciones para emprender, pero lo cierto, por otro lado, es que esos fondos que han recibido los astroemprendedores lo ha aplicado a dotar mejoras en equipamiento de observación como telescopios (35%) y equipos y aplicaciones informáticas (22,5%), con el que poder ampliar o iniciar servicios.

5.2. IMPORTANCIA Y DESEMPEÑO EN EL ASTROTURISMO DE LA ISLA DE LA PALMA

Se estudia, en este apartado, por un lado la importancia que los emprendedores de astroturismo otorgan a un conjunto de elementos involucrados en el proceso de creación del producto de astroturismo en la isla. La lista de componentes integrada en esta pregunta resulta por un lado de los elementos generales que se consideran deben tenerse en cuenta al constituir un producto turístico, como de hitos específicos seguidos para configurar el producto en la isla de La Palma. La lista se ha querido recoja los aspectos relevantes a considerar en este destino. Las puntuaciones medias obtenidas en valoración de importancia se recogen en la tabla 4.

Los agentes dan una mayor importancia, en general, a disponer de una sólida imagen del producto en conjunto y de sus componentes. Esto es un aspecto muy destacable de la opinión de los astroemprendedores, que también se vio y discutió en el III Seminario Internacional de Astroturismo, como una de las necesidades más importante del astroturismo en La Palma, siendo una opinión generalizada que no resulta sencillo intentar comunicar un turismo de estrellas en una isla específica bajo la marca paraguas Islas Canarias, ya que, a pesar de que la política promocional ya tiene mayor atención que el solo producto de sol y playa, en La Palma los problemas como la lejanía, la conectividad o sencillamente la facilidad de confusión del nombre de la propia isla con otros destinos turísticos que venden productos muy diferentes a La Palma repercute en detrimento de su imagen.

Otras de las afirmaciones a las que se otorga más importancia es la de contar con un grupo de emprendedores involucrados, la dotación de infraestructuras y equipamientos específicos para el

desarrollo del producto astroturístico y la implicación de la población con la idea del astroturismo. Para el desarrollo del astroturismo es esencial que se establezca un grupo de empresarios sólido y que se comparta una visión y un trabajo colectivo hacia un mismo objetivo. A pesar de que actualmente se puede afirmar que dicho Grupo no cuenta con una dinámica propia, lo cierto es que tanto desde los propios empresarios como los miembros de la Mesa Técnica de Astroturismo, coinciden en que el grupo debe recuperar la ilusión, esencia e involucración, ya que a pesar de que en la actualidad hay más de sesenta astroemprendedores nominalmente, la realidad es que el número de activos en la red es sustancialmente menor.

Tabla 4. Valoración de la importancia en el astroturismo de la isla de La Palma

Valoración de la importancia	N	Media	Moda
Liderazgo institucional en la implantación de un producto de astroturismo	22	4,364	5
Disponer de un Grupo dinamizador del producto astroturístico	22	4,273	4
Contar con un grupo de emprendedores involucrados	22	4,455	5
Disponer de una estrategia definida de desarrollo del producto	22	4,364	5
Dotación de infraestructuras y equipamientos específicos	22	4,409	5
Realización de un programa de formación <i>ad hoc</i>	21	4,048	4
Disponer de una línea de financiación para el desarrollo	22	4,182	5
Generar una imagen propia del producto y sus componentes	21	4,524	5
Desarrollo de un Plan de promoción y comunicación	21	4,476	5
Desarrollo de eventos relacionados con el producto	21	4,19	5
Participación amplia de agentes sociales en la implantación	21	4,286	5
Implicación de la población con la idea del astroturismo	22	4,409	5

FUENTE: Elaboración propia

Por otro lado, se considera la valoración del desempeño de estos aspectos estudiados en el astroturismo de la isla (véase tabla 5). Los astroemprendedores valoran muy bien el papel de liderazgo de las instituciones, como es el Cabildo Insular, en el proceso de implantación del astroturismo en la isla, además de poder haber contado con una amplia planificación de jornadas, seminarios y cursos sobre astroturismo para contribuir a la formación. Sin embargo, estos agentes opinan que falta la implicación de una parte importante de la sociedad y que da soporte y contribuye de forma casi tan importante como las empresas que ofrecen los productos y servicios turísticos: se trata de la población local. Este agente al que no se le suele informar, escuchar ni valorar cuando desde las instituciones van a implantar un plan o un conjunto de acciones con el objetivo de mejorar el sector turístico, se suele dar por hecho que la población no participa del mismo, y, por lo tanto, no se le toma en consideración. Este hecho ha conllevado que los locales huyan de los principales núcleos turísticos, especialmente en aquellas zonas donde se ha producido una masificación del turismo. Por ejemplo, el consumo de los

locales en actividades características del turismo, en Canarias, como es el caso de la restauración, es mayor que la que realizan los visitantes en esas actividades características del sector turístico. Con este razonamiento, que se puede trasladar a la isla de La Palma, es muy importante tener en cuenta la opinión o punto de vista de los residentes, ya que ellos también forman parte del desarrollo turístico. Es por ello por el que tanto empresarios como instituciones deben trabajar para implicar a la sociedad y que ésta sea partícipe del producto astroturístico. Este hecho en la isla se ha tratado de corregir con la celebración de eventos astronómicos populares y festivos, jornadas divulgativas o actividades lúdicas como “*starpardies*”, pero a la vista queda la necesidad de ahondar en ello.

Tabla 5. Valoración del desempeño en el astroturismo de la isla de La Palma

Valoración del desempeño	N	Media	Moda
Liderazgo institucional en la implantación del producto de astroturismo	22	4,5	5
Disponer de la Mesa de Astroturismo como grupo dinamizador del producto astroturístico	22	4,182	4
Contar con un grupo de emprendedores involucrados	22	4,136	4
Disponer de una estrategia definida de desarrollo del producto	22	3,591	3
Dotación de infraestructuras y equipamientos astroturísticos (miradores y senderos astronómicos, etc.)	22	3,682	3
Contar con una programación de jornadas, seminarios y cursos de Astroturismo	21	4,238	4
Disponer de una línea de financiación para equipamientos y apoyo a empresas	21	3,619	4
Generar la imagen del producto <i>StarsIslandLaPalma</i>	22	4	4
Acciones de promoción y comunicación de la isla como destino de astroturismo	22	4,136	4
Desarrollo de eventos relacionados con el astroturismo (conferencias, ASTROFEST, etc.)	22	4,136	4
Participación de agentes y entidades sociales en el desarrollo del astroturismo	22	3,682	4
Implicación de la población con la idea del astroturismo en la isla	22	3,273	3

FUENTE. Elaboración propia

Si se confronta la importancia asignada a cada elemento con el desempeño que estos atributos tienen en el desarrollo del astroturismo en la isla nos resulta una imagen más clara de las brechas entre importancia otorgada y grado de realización. La tabla 6 muestra esta brecha, en la que se puede identificar que de las doce características estudiadas en solo dos presenta, en opinión de los emprendedores, un grado de realización mejor que el de importancia otorgada. Esto se refiere a “realización de un programa de formación ad hoc” y al “liderazgo institucional en la implantación de un producto de astroturismo”. En las brechas identificadas como más graves, además de la indicada de “implicación de la población con la idea de astroturismo”, aunque con menor intensidad presentan desfases importantes de casi un punto “disponer de una estrategia definida de desarrollo del producto” y “dotación de infraestructuras y equipamientos específicos”. Dos áreas relevantes que

requieren atención prioritaria, siendo la segunda, a través de la creación del Centro de Visitantes del Roque de Los Muchachos y del Observatorio Amateur de Mendo objeto de intervención por parte del Cabildo Insular.

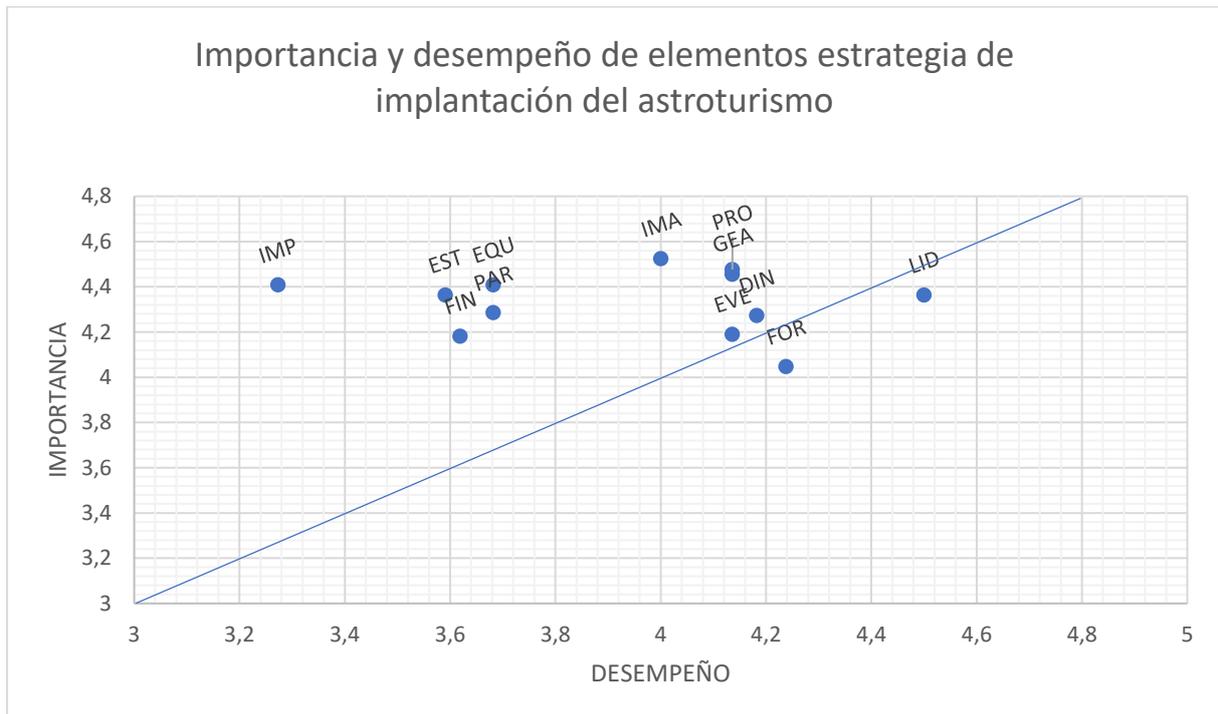
Tabla 6. Brecha importancia y desempeño de elementos de astroturismo en la isla de La Palma

Características	No mbr e	Media Importa ncia	Media Desempeño	GAP (D-I)
Liderazgo institucional en la implantación de un producto de astroturismo	LID	4,364	4,5	0,136
Disponer de un Grupo dinamizador del producto astroturístico	DIN	4,273	4,182	-0,091
Contar con un grupo de emprendedores involucrados	GEA	4,455	4,136	-0,319
Disponer de una estrategia definida de desarrollo del producto	EST	4,364	3,591	-0,773
Dotación de infraestructuras y equipamientos específicos	EQU	4,409	3,682	-0,727
Realización de un programa de formación <i>ad hoc</i>	FOR	4,048	4,238	0,19
Disponer de una línea de financiación para el desarrollo	FIN	4,182	3,619	-0,563
Generar una imagen propia del producto y sus componentes	IMA	4,524	4	-0,524
Desarrollo de un Plan de promoción y comunicación	PRO	4,476	4,136	-0,34
Desarrollo de eventos relacionados con el producto	EVE	4,19	4,136	-0,054
Participación amplia de agentes sociales en la implantación	PAR	4,286	3,682	-0,604
Implicación de la población con la idea del astroturismo	IMP	4,409	3,273	-1,136

FUENTE. Elaboración propia

El gráfico 1 muestra la situación registrada en la isla, con unos niveles asignados a importancia relativamente altos en todos los atributos, considerada una escala de 1 a 5. El liderazgo es el aspecto que mayor desempeño obtiene en la isla y la implicación de la población el menor. Como se evidencia el área que mayor intervención requiere, según este análisis, es la implicación de la población en la idea del astroturismo, por lo que una parte del liderazgo ejercido por el Cabildo Insular a conducir el proceso y de los esfuerzos destinados a formación se podrían dedicar a aquel aspecto.

Gráfico 1. Representación de las variables de importancia y desempeño de los elementos de estrategia de implantación del astroturismo en la isla de La Palma



FUENTE. Elaboración propia

5.3. OPINIÓN SOBRE EL GRUPO DE ASTROEMPREENDEDORES

La opinión por parte de los emprendedores sobre el colectivo en el que participan como agentes del producto de astroturismo es recogida en la tabla 7.

Destaca la evaluación global del grado de satisfacción por ser partícipe en el grupo alcanzando una media de 4 puntos sobre 5 posibles. Sin embargo, también parece evidente que con una mayor implicación de cada agente y de integración colectiva como grupo, impulso de las instituciones, con una propuesta de formación y con la elaboración de un Plan de desarrollo del producto los astroemprendedores tienen recorrido de mejora como agente revulsivo, en consolidación de producto y en la satisfacción alcanzada. Aun así, los astroemprendedores opinan sobre la importancia que ha tenido el Grupo de Emprendedores de astroturismo para el desarrollo del turismo de estrellas en La Palma, puntuando con un 4,2 sobre 5, por lo que ellos mismos son conscientes de la importancia que ha tenido este grupo para el desarrollo todo el proceso. Con la misma puntuación, los astroemprendedores valoran que el Grupo facilita la promoción conjunta del astroturismo, bajo la imagen común de *StarIslandLaPalma*. Con la apuesta por el astroturismo desde el Cabildo de La Palma y el trabajo que ha hecho conjuntamente con los astroemprendedores, especialmente, en el periodo

que abarca 2011 y 2014, donde el grupo tuvo su surgimiento, hubo una continuada y diversa oferta de formación y se realizaron distintas actividades con un protagonismo directo, muy posiblemente sin ese esfuerzo de todos los agentes involucrados, el producto astroturístico no se hubiera desarrollado tan rápidamente como ha sido. También consideran que la creación de este grupo ha supuesto un mejor desarrollo del turismo de la isla. Un producto diferenciado muy claramente al resto de los existentes y en particular al convencional de sol y playa, que diversifica el turismo rural de la Isla Bonita, llegando a posicionarse como referente del turismo de estrellas y de la astrofísica a nivel global.

Tabla 7. Opinión sobre el Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma

Opinión sobre el Grupo de Emprendedores de Astroturismo	N	Media	Moda
Es útil para crear nexos con el resto de las empresas de astroturismo	21	4,286	4
Facilita la integración de la oferta en astroturismo	21	3,857	3
Favorece el aumento de ingresos por venta cruzada de servicios	21	3,619	4
Favorece la innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos	21	3,905	4
Favorece la visibilidad del astroturismo en la isla	21	4,048	4
Ayuda a fortalecer la cooperación público-privada en este sector	21	4	4
Ayuda en la promoción conjunta del astroturismo	21	4,238	5
Sirve de lobby ante las instituciones públicas	21	3,857	3
Importancia que en su opinión ha tenido el Grupo de Emprendedores de Astroturismo de La Palma para el desarrollo de este producto en la isla	21	4,238	4
Grado de satisfacción por ser partícipe del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma	22	4	4
Considere la importancia que ha tenido el Grupo de Emprendedores del producto de astroturismo de La Palma para el desarrollo turístico de la isla	22	3,955	4

FUENTE: Elaboración propia

5.4. VISIÓN GLOBAL Y DESAFÍOS DEL ASTROTURISMO EN LA PALMA

Para tener una visión global del producto de astroturismo en la isla, se realizaron diversas entrevistas con varios expertos de la Mesa para el Desarrollo del Producto “Turismo de Estrellas La Palma”. Los expertos mencionan que uno de los logros que ha cosechado el astroturismo en la isla ha sido la concienciación de los agentes para el desarrollo de las diversas propuestas de actividades y servicios tematizados en el turismo de estrellas. También añaden la concienciación de la población, por un lado con las diversas actividades llevadas a cabo recientemente para adultos y jóvenes como la Transvulcania, Reventón Trail o la Full Moon Trail de Tijarafe así como otros eventos relacionados con la noche o con algún acontecimiento o efeméride astronómica. Por otra parte la concienciación sobre la cultura del cielo y el fenómeno de los astros a los niños, y tras un gran esfuerzo, opinan han

conseguido acercar el cielo a los colegios, parques y entidades diversas de toda la isla, acompañado de actividades complementarias.

Todos los entrevistados resaltan, tal y como se ha comentado en este trabajo, la determinación en la implantación del producto de astroturismo en la isla entre 2011 y 2014, un trienio que comienza con el Plan de Competitividad del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España en 2011, reforzado con el programa de formación de los emprendedores cofinanciado por el programa LEADER, así como el proyecto de desarrollo de nuevos productos que permitió dotar a las empresas de equipamientos y argumentos para la tematización en astroturismo. Durante esta etapa, mencionan algunos hitos que han sido de importancia para la consolidación del astroturismo: la creación y desarrollo de la marca "*Starsisland La Palma*", bajo la que se promocionan las empresas y agentes empresariales miembros del Grupo de astroemprendedores; la tematización y desarrollo de actividades, productos y empresas como los alojamientos turísticos con el apoyo del Cabildo Insular y la Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma (ADER-La Palma), para la adquisición de diversos instrumentos y herramientas como equipamiento, promoción y publicidad; la especialización de las empresas que ofrecen servicios y actividades de tematización en astroturismo a través de un programa de formación apoyado por el Cabildo Insular de La Palma; la creación y formación de los Guías Starlight y la creación del Grupo de Emprendedores en Astroturismo.

En cuanto al Grupo de astroemprendedores, todos los entrevistados mencionan que el papel de esta agrupación ha sido crucial para el desarrollo y consolidación del astroturismo en la Isla Bonita. Sin embargo, en la actualidad, y extraído literalmente de los entrevistados, se encuentra en un "momento de apatía". Hablan de poca motivación de los agentes involucrados, y es por ello por lo que es necesario que vuelva a haber esa ilusión y motivación que hubo tras la creación del Grupo en el menor tiempo posible ya que ellos son los auténticos protagonistas del desarrollo del astroturismo en La Palma.

Los expertos expresan que la Mesa técnica ha sido de vital importancia para el desarrollo del astroturismo, ya que en este organismo trabajan muchos agentes interesados en esta materia y son los responsables de sentar las bases para la creación, diseño, planificación y consolidación del producto a través de estrategias. También mencionan que el papel de cada uno de los agentes ha sido fundamental, ya que han aportado muchas cosas de gran valor para el desarrollo que no hubiera sido factible sin ese espacio de coordinación, consenso y trabajo interinstitucional.

Los miembros de la Mesa entrevistados mencionan que el cielo de La Palma es la imagen o característica protagonista que posee la isla y por la que consigue diferenciarse del resto del archipiélago canario. A partir de esta imagen se han desarrollado numerosos eventos deportivos y

artísticos y actividades que toman el cielo y las estrellas como referente. Esta reflexión es la que debería tener en mente las empresas que se asientan en La Palma.

Para indagar, desde el punto de vista de la Mesa, el futuro que se prevé del turismo de estrellas en la Isla Bonita, se les preguntó acerca de los retos y necesidades que presenta el astroturismo. El tema de la gestión de los recursos, tanto con los que se están trabajando actualmente como con los del futuro, es sin duda el desafío principal al que se enfrenta el turismo astronómico. La consolidación de los macroproyectos que se están realizando en varios puntos de la isla, como es el observatorio astronómico amateur de Mendo o el Centro de Visitantes del Roque de los Muchachos. Otro desafío que resaltan es la formación, especialmente de Guías Starlight, un tema que trató la emprendedora Ana García durante la mesa redonda en el III Seminario Internacional de Astroturismo, y que destacan algunos expertos, debido a la escasez de personas con dicha cualificación y la alta demanda que solicitan desde las empresas astroturísticas. La involucración y concienciación tanto del sector turístico como de la población, ante la apuesta y trabajo que se está realizando desde el Cabildo Insular y otros organismos, ya que debe ser un componente de la imagen turística de la isla, es otro de los retos que le depara el futuro al astroturismo. También añaden la consolidación de un gran Pacto por el Cielo por parte de todos los agentes insulares, incorporando instituciones, empresarios, entidades científicas, entidades sociales, entre otras con el objetivo de profundizar en la estrategia de preservación del cielo y de afianzar el papel del observatorio del Roque de Los Muchachos como uno de los iconos singulares y de futuro de la isla.

Para poder alcanzar esos retos, el astroturismo en la isla de La Palma, a día de hoy, presenta una serie de necesidades que es preciso abordar. La gestión de la iniciativa de creación del producto de astroturismo requiere recursos continuados y una acción estratégica. Es de vital importancia contar con un equipo de trabajo con dedicación específica, motivado, comprometido e involucrado, pertenecientes al mundo del astroturismo, tanto desde la perspectiva empresarial como pública, y soportarse en una base de financiación que permita desarrollar proyectos de impacto. Un organismo que plantee las actividades relacionadas con la información, divulgación y formación en astroturismo. Otra de las necesidades que aparece con insistencia es la de un programa de apoyo a la tematización a las empresas, del que no se dispone en la actualidad en el presupuesto de la principal institución insular y que es fundamental para incentivar nuevos emprendimientos. También se menciona la conformación de la oferta desde una perspectiva integral, atendiendo todos los elementos de la cadena de valor, adaptada y acorde a la demanda, en la que destaque los criterios de sostenibilidad y responsabilidad social y corporativa, con una vocación tecnológica y de futuro, con la que disminuya la dependencia institucional.

A partir de este análisis, y de lo descrito en el epígrafe 3.1. al presentar el proceso de conformación del astroturismo en la isla de La Palma, se aprecian una serie de amenazas y debilidades que limitan el desarrollo del astroturismo, a la vez que, por otro lado, se cuenta con fortalezas y oportunidades potenciales que ayudan al progreso de este tipo de turismo. El resumen se muestra en el análisis DAFO recogido en la tabla 8.

Tabla 8. Análisis DAFO sobre el astroturismo en la isla de La Palma

<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de la conectividad aérea y de la capacidad de vuelos - Escasez de Recursos Humanos cualificados con competencias y habilidades específicas - Carencia de un plan específico de financiación - Desconocimiento y limitada implicación de la población local - Formación básica de los agentes implicados - Normativa restrictiva para efectuar implantaciones - Escasa promoción en la estrategia de promoción turística de la región 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competidores consolidados tanto en astroturismo (Chile) como otro tipo de productos (otros destinos de canarias) - Nuevos productos turísticos que irrumpen en el mercado - Nuevos mercados turísticos accesibles que compiten
<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia del Observatorio Internacional del Roque de Los Muchachos liderado por el Instituto de Astrofísica de Canarias - Amplio y continuado apoyo institucional - Características naturales de la isla, con Parque Nacional y declaración de Reserva de la Biosfera - Certificaciones diferenciales como Reserva y Destino Turístico “Starlight” - Consistencia del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma - Creciente imagen ganada por el astroturismo y las condiciones de benignidad de la isla - Instalaciones científicas asentadas en la isla con un enorme prestigio internacional - Normativa de protección de la calidad de los cielos para la observación nocturna - Reconocimiento por los premios recibidos 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de atracción de nuevos nichos de mercado - Complementariedad de la oferta astroturística con otras de la isla - Expectativa de nuevas instalaciones científicas que mejoran la imagen (TMT, etc.).

FUENTE: Elaboración propia

5.5 DESAFÍOS Y CONSIDERACIONES PARA EL FUTURO DEL ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA

Uno de los grandes desafíos del astroturismo en La Palma es el tema de la formación, que con tanta dedicación ha impulsado el Cabildo Insular y los agentes involucrados en el desarrollo del astroturismo insular. El reto de facilitar una buena instrucción a los astroemprendedores es un objetivo permanente. Cabe destacar que prácticamente todos los promotores de actividades de astroturismo insular han participado en jornadas y seminarios de divulgación, en talleres de capacitación, como ha sido el caso del III Seminario Internacional de Astroturismo o sus ediciones anteriores. Ciertamente es que tanto emprendedores como miembros de la Mesa técnica de astroturismo coinciden en que es necesario que la formación que se ofrezca sea más innovadora y atractiva, planificada a la carta y flexible, ya que varios agentes, afirman que no es llamativa la oferta por excesivamente reiterativa. La idea de la Escuela de Cielo es una propuesta que desde la Mesa piensa para el impulso de acciones más innovadoras y creativas. La media de la valoración de la formación recibida en astroturismo a través de los diversos cursos, conferencias, seminarios, talleres, charlas, jornadas, etc., alcanzó 8,14 puntos, una muy buena nota a pesar del carácter pionero, experimental y novedoso con las que se realizaron las diferentes acciones de capacitación.

Pensando en el futuro, los astroemprendedores demandan especialmente, talleres o cursos de conocimiento astronómico y manejo de instrumentos, así como sesiones personalizadas de manejo de instrumentos como telescopios, cámaras fotográficas, etcétera. Las jornadas y seminarios de divulgación y los talleres y seminarios (comercialización online, gestión de la experiencia del cliente...) son otro tipo de formación que consideran prioritarias para el futuro para los agentes astroturísticos. Con este análisis se ha podido comprobar que la formación que, con más importancia, solicitan los astroemprendedores es sobre el manejo de instrumentos, un tema importante que deberá estudiar tanto el Cabildo Insular como el resto de los organismos competentes. Aparte de lo mencionado, los emprendedores demandan formación para Guías Starlight y una actualización en posicionamiento web y redes sociales y SEO, para mejorar el posicionamiento de las empresas que constituyen el Grupo. La tabla 9 presenta los resultados aportados acerca de necesidades formativas.

Tabla 9. Necesidades formativas

¿De las siguientes necesidades formativas cuáles considera prioritarias realizar en el futuro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Jornadas y seminarios de divulgación	8	19,0	19,0	19,0
	Cursos de especialización	5	11,9	11,9	31,0
	Talleres y seminarios (comercialización online, gestión de la experiencia del cliente, etc.)	9	21,4	21,4	52,4
	Talleres/Cursos de conocimiento astronómico y manejo de instrumentos	10	23,8	23,8	76,2
	Sesiones personalizadas de manejo de instrumentos (telescopios, cámaras fotográficas, etc.)	10	23,8	23,8	100,0
	Total	42	100	100,0	

FUENTE: Elaboración propia

Es indudable que el astroturismo va a seguir teniendo un papel importante en el desarrollo turístico de la isla de La Palma. Tanto los emprendedores como los expertos afirman que es importante el diseño y ejecución de un plan estratégico que refuerce y avale los objetivos que se pretendan conseguir, así como la mejora de las infraestructuras astroturísticas, como es el caso de la apertura y funcionamiento del Centro de Visitantes del Roque de los Muchachos y el centro de observación astronómica amateur en Mendo. La formación de los profesionales vuelve a ser un aspecto demandado y que los expertos reconocen que es crucial para que siga desarrollándose el producto astroturístico, siendo conscientes de que deben ampliar la oferta formativa, donde haya más innovación y diferenciación que la formación básica y generalista. Las campañas de sensibilización sobre la protección de la calidad del cielo nocturno y de promoción tanto en el ámbito nacional como internacional son otros dos aspectos que se demandan. Los expertos destacan, además, el reto de implicar a la población en el desarrollo del producto, el de la gestión de los recursos a través de un equipo de trabajo u organismo con la financiación necesaria para seguir desarrollando los proyectos, y por supuesto, la formación de nuevos Guías Starlight que consigan mejorar la experiencia del cliente y por consiguiente, aumente el valor añadido de esta modalidad de turismo. Además de lo mencionado, los emprendedores aportaron que desean que en los colegios e institutos se formen a

los estudiantes en astronomía y en las propuestas de astroturismo, ya que con ello puede haber más interés por el desarrollo de este producto y los jóvenes encuentren un tema que les motive para estudiar o desempeñar en el futuro, siendo ellos la cantera de los profesionales y usuarios del futuro. También mencionan que sería adecuado la integración del astroturismo con otros subsectores del turismo como el de naturaleza, con el objetivo de conseguir que más personas participen en el desarrollo del astroturismo en La Palma. La tabla 10 recoge las puntuaciones medias otorgadas a las consideraciones para el futuro del astroturismo evaluados por los emprendedores encuestados.

Tabla 10. Consideraciones para el futuro del astroturismo en la isla de La Palma

Consideraciones para el futuro	N	Media	Moda
Apertura y funcionamiento del Centro de Visitantes del Roque de los Muchachos	22	4,955	5
Creación del Centro de observación astronómica amateur en Mendo	22	4,727	5
Ampliar la formación de profesionales en astroturismo	22	4,545	5
Disponer de una Oficina de Información al público en Astroturismo	22	4,182	5
Realización de un plan estratégico de astroturismo para la isla	22	4,5	5
Realización de campañas de promoción nacionales e internacionales específicamente dirigidas a la demanda de esta modalidad turística	22	4,636	5
Disponer de subvenciones y ayudas para la implantación de nuevos productos y actividades de astroturismo	22	4	5
Realización de jornadas y seminarios sobre Astroturismo	21	4,238	5
Disponer de una web especializada en astroturismo	22	4,455	5
Disponer de una unidad de dinamización de los agentes y de gestión de los servicios astroturísticos	21	4,286	5
Realización de campañas de sensibilización sobre la importancia de la protección de la calidad del cielo nocturno	22	4,545	5
Disponer de una agenda de actividades astroturísticas a lo largo del año	22	4,364	5
Consolidación de un evento de referencia de astroturismo de la isla	22	4,409	5

FUENTE: Elaboración propia

6. CONCLUSIONES

El estudio realizado indica que se ha seguido un proceso intenso en la implantación del astroturismo en la isla de La Palma que abre oportunidades a un nuevo desarrollo turístico, a un posicionamiento diferencial y a un entroncamiento con recursos y valores de la isla. En este momento, según el ciclo de vida de Butler¹² (2016), el turismo de estrellas se encuentra en la isla en un camino hacia la consolidación como oferta, que, como se ha apreciado en este trabajo, tuvo una fase de inicio y desarrollo acelerada en el tiempo, en apenas una década, gracias a un intenso y decidido apoyo institucional e involucración de agentes sociales y emprendedores privados.

Una evolución marcada por el protagonismo crucial del Cabildo Insular de la isla desempeñando el liderazgo, un instrumento de coordinación como la Mesa para el Desarrollo del Turismo de Estrellas, y con la creación del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma en 2011, como núcleo aglutinante de un conjunto de promotores dispuestos a la innovación y cooperación para construir una identidad e imagen del producto astroturístico.

Si bien se ha avanzado en imagen diferenciadora de la isla y posicionamiento con la referencia del turismo astronómico, se advierte que el proceso está inacabado. Las actividades y servicios turísticos ofrecidos son básicos, de carácter estándar, y presentan síntomas de agotamiento por la rapidez y réplica con que el astroturismo se expande en muchos destinos. Se evidencia la necesidad de impulsar el desarrollo de nuevos productos más atractivos e innovadores, utilizando las enormes fortalezas y ventajas que la isla ofrece (presencia de los Observatorios astrofísicos, Ley de protección de la calidad de los cielos y certificación como Reserva y Destino Turístico Starlight).

El diseño de un plan estratégico es una herramienta necesaria para solidificar la etapa de consolidación del producto. Una mayor especialización de actividades astroturísticas, una mayor integración de componentes de productos para una oferta más integral que de satisfacción a las diversas dimensiones vividas en la estancia vacacional, requiere de diseños, productos, equipamientos, soporte técnico para ejecutarlo, equipo de desarrollo y seguimiento de imagen y una línea base de financiación. Esto conformaría las líneas de un plan de acción con la finalidad de redefinir el producto para un nuevo escenario más competitivo en el que se pueda ejercer un liderazgo de imagen. La creación de nuevos productos de astroturismo y la consolidación de un pequeño pero activo y dinámico cluster de empresarios en torno al Grupo de Emprendedores de astroturismo parecen dos metas en este propósito.

¹² Richard W, Butler es un geógrafo que en la década de los ochenta explica las fases del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos

Para reforzar la situación del astroturismo, es necesaria la cualificación y actualización tanto de nuevos astroemprendedores como de los veteranos, ofertando un programa adaptado a los intereses del colectivo. Tras el análisis realizado, los agentes precisan formación en el manejo de instrumentos astronómicos como telescopios, o programas específicos de software, y se plantea la necesidad de nuevos Guías Starlight o personal especializado en actividades astroturísticas.

La mejora de la infraestructura astroturística, se plantea como otro de los aspectos importantes en el desarrollo del astroturismo. El Centro de Visitantes del Roque de los Muchachos actualmente en construcción o el observatorio amateur de Mendo, en proyecto, son dos piezas que contribuyen a complementar la red insular de equipamientos de astroturismo (miradores y senderos, principalmente).

En síntesis, el astroturismo es una oportunidad de desarrollo turístico singular en la isla de La Palma, positivamente valorada por los promotores implicados, que habiendo dispuesto de un reconocido liderazgo ejercido por el Cabildo Insular de La Palma, requiere de un mayor compromiso de recursos económicos, técnicos y humanos, en el que el Grupo de Emprendedores de astroturismo tiene ante sí el reto de ocupar el espacio que requiere toda la cadena de valor astroturística, lo cual puede verse plasmado en el diseño de un plan estratégico del astroturismo para la isla de La Palma.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma (2011), *Club del Producto: Emprendedores en Astroturismo*. Fecha de acceso: 15/08/2018.
- Cabildo Insular de La Palma (2011), *Memoria del Plan de Competitividad 2011*. Fecha de acceso: 13/03/2018.
- Cabildo Insular de La Palma (2012), *Memoria del Plan de Competitividad 2012*. Fecha de acceso: 13/03/2018.
- Cabildo Insular de La Palma (2013), *Memoria del Plan de Competitividad 2013*. Fecha de acceso: 13/03/2018.
- Fayos-Solá, E., Marín, C. y Jafari, F. (2014): Astrotourism: No réquiem for meaningful travel, *The Tourism Intelligence Forum*, nº 4, vol. 12, pp. 663-671. Fecha de acceso: 03/03/2018.
- Fernández Hernández, C., (2012) *Preferencias del turista rural en la isla de La Palma*. Santa Cruz de Tenerife: Asociación de Turismo Rural Isla Bonita. Fecha de acceso: 15/03/2018.
- Fernández Hernández, C., Araña Padilla, J., y León González, C. J. (2017) *Estudio del producto de Astroturismo en la isla de La Palma*. Eointur. Santa Cruz de Tenerife. Fecha de acceso: 27/02/2018.
- Fernández Hernández, y C., Castañeda Pérez, A. I., *Astroturismo rural: una estrategia de innovación en destino a partir de la tematización en turismo rural en la isla de La Palma*. Fecha de acceso: 07/04/2018.
- Fernández Hernández, C., Díaz Pérez, F. M., Álvarez, J. A., Jiménez González, V., Bethencourt Cejas, y M. Y., (2008) *Análisis del mercado de turismo rural de la isla de La Palma: Estudio de la oferta*. Asociación de Turismo Rural Isla Bonita. Santa Cruz de Tenerife. Fecha de acceso: 17/03/2018.
- Patronato de Turismo del Excelentísimo Cabildo Insular de La Palma (s.f.), *Astroturismo*. Fecha de acceso: 14/05/2018

8. WEBGRAFÍA

ADER La Palma (12/11/2011), *ADER La Palma pone en marcha en la isla un Grupo de Emprendedores en Astroturismo*. Fecha de acceso 05/03/2018. Recuperado de:

<http://reder.es/es/cargarAplicacionNoticia.do;jsessionid=57DF844EE1F277D0FF59FF56C6E1C63A?identificador=23444>

Astrofest La Palma. Fecha de acceso 20/03/2018. Recuperado de: <http://astrofestlapalma.es/>

Astroturismo Chile, (abril 2016), *Estudio sobre oferta de Astroturismo en Chile*. Fecha de acceso 04/04/2018. Recuperado de <http://astroturismochile.cl/wp-content/uploads/2016/05/Estudio%20de%20Oferta%20Astroturismo%20Informe.pdf>

Astroturismo Chile, *Manual de diseño de Experiencias Astroturísticas*. Fecha de acceso 04/04/2018. Recuperado de: <http://astroturismochile.cl/wp-content/uploads/2016/04/Manual-de-Disen%CC%83o-Experiencias-Astroturi%CC%81sticas.pdf>

Butler, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications*. Ed: Channel View Publications. Fecha de acceso: 02/09/2018. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XHTxrqnn9sMC&oi=fnd&pg=PA1&dq=butler+1980+tourism+life+cycle&ots=zZaFlauSQ8&sig=eFiKaOPvD-OuGYADXsg5_iyw9aU#v=onepage&q=butler%201980%20tourism%20life%20cycle&f=false

Cabildo Insular de La Palma, *Ejemplo de sostenibilidad en competitividad turística: El astroturismo en La Palma*. Fecha de acceso 01/05/2018. Recuperado de: http://www.cienciacanaria.es/files/AFondo/2_ANEXO_3_Ejemplo_sostenibilidad_competitividad_turistica_Astroturismo_La_Palma_Ana_Castaeda.pdf

Cadena Ser [Cadena SER Madrid Sur 94.4 FM] (2011, Septiembre, 24) *Motivación y riesgo, las claves para emprender* [Archivo de vídeo]. Fecha de acceso: 23/08/2018. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=s0GOnj6Mg_M

Consejo Superior de Cámaras, (2005) *Espíritu empresarial en España, Europa y Estados Unidos*. Fecha de acceso 16/04/2018. Recuperado de: https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/esp_emp05.pdf

Dees, J. G. (1998). *The Meaning of "Social Entrepreneurship"*. Fecha de acceso 15/08/2018. Recuperado de <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>

Dees, J. G. (2011). *El significado del "emprendimiento social"*. Revista Española del Tercer Sector (17), 111-121. Fecha de acceso 18/08/2018. Recuperado de https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/rets_17_0.pdf

Dorta Rodríguez, A. (2015): *An approach to minority rural tourism activities in mature areas of the Canary Islands. An incipient and complementary offer to the "sun and beach" model*. Rotur. Revista de Ocio y Turismo, 8: 36-61. Fecha de acceso: 28/04/2018. Recuperado de <http://www.rotur.es>

Fundación Starlight. Fecha de acceso 10/03/2018. Recuperado de:

<http://fundacionstarlight.org/en/index.php>

Kantis, H., Angelelli, P., Moori Koenig, V. (2004). *Developing entrepreneurship. Experience in Latin America and Worldwide*. Nueva York, Estados Unidos. Ed: Banco Interamericano de Desarrollo. Fecha de acceso: 24/08/2018. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/442/Developing%20Entrepreneurship.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio del Gobierno de España. *Resolución de 14 de enero de 2011, de la Secretaría General de Turismo y Comercio Interior, por la que se publica el Convenio de colaboración con la Comunidad Autónoma de Canarias, los Cabildos de La Palma, Fuerteventura y El Hierro, la Asociación Hotelera y Extrahotelera de Tenerife, La Palma, La Gomera y El Hierro y la Asociación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Fuerteventura conjuntamente para el desarrollo del Plan de Competitividad Turística «Islas Canarias. Una experiencia volcánica II»*. Fecha de acceso 05/03/2018. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/2011/02/07/pdfs/BOE-A-2011-2353.pdf>

R. Medina, E. (11/06/2016). *Stephen Hawking 'estrena' el Paseo de las Estrellas de la Ciencia de La Palma*. Eldiario.es. Fecha de acceso: 07/05/2018. Recuperado de https://www.eldiario.es/lapalmaahora/sociedad/Stephen-Hawking-Estrellas-Ciencia-Palma_0_525647650.html

Pérez, G. (Productor). (16/08/2018) *La Gestión Emocional del Emprendimiento | Entrevista a Fernando Álvarez | 453*. [Audio en podcast]. Fecha de acceso: 25/08/2018. Recuperado de https://www.ivoox.com/gestion-emocional-del-emprendimiento-entrevista-a-audios-mp3_rf_27867868_1.html

Stars Island La Palma. Fecha de acceso 10/03/2018. Recuperado de: <http://www.starsislandlapalma.es/>

9. ANEXO

En esta parte del informe correspondiente al anexo se expondrán algunos temas no tratados en la parte principal. En este caso, en el primer punto se desglosa los agentes que conforman el universo del estudio, siendo 42 los seleccionados. En el anexo II se expone el cuestionario elaborado para los miembros del Grupo de astroemprendedores, con el fin de conocer la situación empresarial actual y deseable para el futuro del astroturismo, así como otras necesidades. En la siguiente parte se muestran las preguntas de la entrevista en profundidad que se les hizo a algunos expertos en astroturismo. En el anexo IV se expone la transcripción de las entrevistas en profundidad realizadas a algunos miembros de la Mesa así como la transcripción de la mesa redonda que se celebró durante el III Seminario Internacional de Astroturismo en la isla de La Palma, y finalmente, en el quinto apartado se muestran una serie de tablas complementarias a las explicaciones de los resultados extraídos tras el análisis de los cuestionarios.

ANEXO I: Universo del estudio

Tipo de empresa	Identificación
Alojamiento turístico	<ul style="list-style-type: none">- Apartamentos Adjovimar- Apartamentos El Cerrito- Casa Emblemática San Sebastián- Casa Rural Carlota- Casa Rural Celeste y Sabina- Casa Rural Claudio- Casa Rural El Colmenero- Casa Rural El Pósito- Casa Rural El Rincón- Casa Rural Fide- Casa Rural Finca La Principal- Casa Rural / Hotel Arminda- Casa Rural La Capellana- Casa Rural Los Abuelos- Casa Rural Los Llanos Negros- Casa Rural Los Nacientes

	<ul style="list-style-type: none"> - Casa Rural Medel - Casa Rural Neólida - Casa Rural Villa Asunción - Vivienda Turística Las Tías I y II
Restaurante	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurante Casa del Volcán - Restaurante La Muralla - Restaurante San Petronio
Empresa de ocio, servicios culturales y turismo activo	<ul style="list-style-type: none"> - Anima Kosmos - Ecofinca Platanológico - Ekalis S.L. - Fancy y Fantasy - Jole Charter SLU - Nuevo Rumbo Historia Viva - PalmaClub Aventura
Empresa especializada en servicios astroturísticos	<ul style="list-style-type: none"> - Astro La Palma - Cielos La Palma
Establecimientos e industrias agroalimentarias (bodegas, queserías, salinas, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - Bodegas Teneguía - Bodegas Vega Norte - Salinas de Fuencaliente
Guías Starlight	<ul style="list-style-type: none"> - Antonio Ángel Moreno González - Daniel Martín Gómez - Elena Nordio - Sheila Crosby
Intermediador turístico / Central de reservas	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo Rural Isla Bonita
Tienda (joyería, artesanía, souvenir, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> - La Molina Artesanía - Joyerías Mabel

FUENTE: Cabildo de La Palma. Elaboración propia

ANEXO II: Cuestionario

N.º CUESTIONARIO: _____

ESTUDIO DE LA EMPRENDEDURÍA DE ASTROTURISMO EN LA ISLA DE LA PALMA

Desde la Universidad de La Laguna, en el contexto de la realización de un Trabajo de Fin de Máster en Dirección y Planificación del Turismo, se aborda una investigación sobre el astroturismo en la isla de La Palma. En su calidad de emprendedor de astroturismo o representante de una entidad que lo hace, usted ha sido elegido para este estudio.

Por favor, le pedimos que responda a las preguntas a continuación. Sus respuestas serán anónimas y tratadas estadísticamente de forma global. La información será utilizada en modo confidencial y solo para este estudio. Para cualquier duda, por favor pregunte al encuestador que le ha entregado el cuestionario. Muchas gracias por su colaboración.

I. IDENTIFICACIÓN DEL/LA PROMOTOR/A

1. Nombre del/la profesional, empresa o producto.

Nombre de la iniciativa astroempresarial	
--	--

II. OPINIÓN SOBRE EL ASTROTURISMO

2. Indique en qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones acerca del astroturismo en la isla de La Palma, considerando una escala de 1 a 5 puntos. Desde 1 “nada de acuerdo”, hasta 5 “totalmente de acuerdo”.

	VALORACIÓN				
/2.1/ El astroturismo es complementario a otros productos turísticos.	1	2	3	4	5
/2.2/ La Palma cuenta con actividades astroturísticas para satisfacer cualquier motivación.	1	2	3	4	5
/2.3/ La Palma es un entorno sin contaminación lumínica.	1	2	3	4	5
/2.4/ El astroturismo es un buen negocio.	1	2	3	4	5
/2.5/ El astroturismo diversifica la oferta turística de La Palma.	1	2	3	4	5
/2.6/ La Palma se ha posicionado como un referente en astroturismo.	1	2	3	4	5
/2.7/ El astroturismo puede ser el producto de mayor referencia de la isla.	1	2	3	4	5
/2.8/ El astroturismo ayuda al desarrollo turístico de la isla.	1	2	3	4	5
/2.9/ El astroturismo tiene un alto potencial de creación de empleo en la isla.	1	2	3	4	5
/2.10/ Los turistas muestran interés por las actividades de astroturismo.	1	2	3	4	5
/2.11/ La Palma dispone de infraestructuras y equipamientos adecuados para el astroturismo.	1	2	3	4	5
/2.12/ Las actividades de astroturismo contribuyen a preservar el medio ambiente.	1	2	3	4	5

/2.13/ El astroturismo contribuye a sensibilizar sobre la necesidad de protección del cielo nocturno.	1	2	3	4	5
/2.14/ Las actividades de astroturismo son rentables.	1	2	3	4	5
/2.15/ El Observatorio de El Roque de los Muchachos es un componente esencial de la imagen del astroturismo.	1	2	3	4	5
/2.16/ Las visitas a los telescopios del Observatorio de El Roque de los Muchachos son un componente esencial de las experiencias de astroturismo.	1	2	3	4	5
/2.17/ Los astroturistas son un segmento con mayor sensibilidad ambiental.	1	2	3	4	5
/2.18/ Las certificaciones Reserva Starlight y Destino Starlight son de gran valor para promocionar el astroturismo en la isla.	1	2	3	4	5
/2.19/ Un Grupo de Emprendedores de Astroturismo cohesionado es un requisito para una buena oferta de astroturismo.	1	2	3	4	5
/2.20/ La Palma dispone claramente de turistas interesados en el astroturismo.	1	2	3	4	5
/2.21/ El astroturismo ha supuesto un incremento de los ingresos de mi actividad.	1	2	3	4	5
/2.22/ La participación en el producto de astroturismo me ha compensado la inversión realizada.	1	2	3	4	5

III. MOTIVACIÓN

3. ¿Cuál(es) ha(n) sido las principales motivaciones para emprender en astroturismo? Marcar solo dos respuestas.

/3.1/ <input type="checkbox"/> Desempeñar un puesto de trabajo o ejercer una actividad económica. /3.2/ <input type="checkbox"/> Creación de empleo para terceras personas. /3.3/ <input type="checkbox"/> Una forma de inversión y de obtener beneficios. /3.4/ <input type="checkbox"/> Una forma de ampliar, complementar o diversificar la oferta que ya disponía. /3.5/ <input type="checkbox"/> Una vía de obtener unos ingresos adicionales. /3.6/ <input type="checkbox"/> Un medio de realización personal. /3.7/ <input type="checkbox"/> Deseo de contribuir al desarrollo en la isla. /3.8/ <input type="checkbox"/> Disponer de una subvención pública. /3.9/ <input type="checkbox"/> Afición a la astronomía. /3.10/ <input type="checkbox"/> Otro. Especificar: _____
--

IV. FORMACIÓN Y APOYO PÚBLICO

4. ¿Ha recibido formación específica relacionada con el astroturismo o ha participado en encuentros de análisis y debate (cursos, seminarios, jornadas, etc.)?

- /4.1/ Sí
 /4.2/ No

En caso de respuesta negativa pase a la pregunta 7.

5. Si la respuesta ha sido afirmativa, ¿Podría indicar en qué tipo de formación ha participado?

- /5.1/ Jornadas y seminarios de divulgación.
 /5.2/ Cursos de especialización.
 /5.3/ Talleres y seminarios (creación de productos, comercialización, etc.)
 /5.4/ Talleres/Cursos de conocimiento astronómico y manejo de instrumentos.

/5.5/ Sesiones personalizadas de manejo de instrumentos (telescopios, cámaras fotográficas, etc.)

/5.6/ Charlas o conferencias de divulgación de la astronomía.

/5.7/ Astrofotografía.

/5.8/ Otras: (Especificar) _____

6. ¿Cómo valora usted la formación recibida? Valore de 1 a 10 puntos (desde 1 “nada adecuada”, hasta 10 “muy adecuada”).

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	-----------------------------

7. ¿De las siguientes necesidades formativas cuáles considera prioritarias realizar en el futuro?

/7.1/ Jornadas y seminarios de divulgación.

/7.2/ Cursos de especialización.

/7.3/ Talleres y seminarios (comercialización online, gestión de la experiencia del cliente, etc.)

/7.4/ Talleres/Cursos de conocimiento astronómico y manejo de instrumentos.

/7.5/ Sesiones personalizadas de manejo de instrumentos (telescopios, cámaras fotográficas, etc.)

/7.6/ Otras: (Especificar) _____

8. ¿Ha recibido subvención o ayuda pública específica para el inicio o desarrollo de su iniciativa de astroturismo?

/8.1/ Sí

/8.2/ No

En caso de respuesta negativa pase a la pregunta **10**.

9. En caso afirmativo, ¿A qué ha dedicado en su emprendimiento la(s) subvencione(s) o ayuda(s) pública(s) recibida(s)?

/9.1/ Equipamiento de observación (telescopios, prismáticos, etc.)

/9.2/ Equipos y aplicaciones informáticas (ordenadores, proyectores, pantallas, iPAD, etc.)

/9.3/ Material y soporte de tematización (cuadros, posters, relojes solares, elementos de decoración, etc.)

/9.4/ Soportes de promoción (folletos, diseños de web, vídeos time-lapse, fotos, etc.)

/9.5/ Diseño de guías, manual de producto, libretos de experiencia, etc.

/9.6/ Otras: (Especificar) _____

V. ACTIVIDAD

10. ¿Cuánto personal trabaja en su iniciativa vinculada a actividades de astroturismo? Indique el número de personas equivalente a tiempo completo: _____ personas.

11. Indique por favor el número de personas que están implicadas en su actividad de astroturismo.

/11.1/ 1

/11.2/ De 2 a 3

/11.3/ De 4 a 5

/11.4/ De 6 a 10

/11.5/ De 11 a 20

/11.6/ Más de 20

12. ¿Desde cuándo comercializa actividades de astroturismo?

- /12.1/ 2010 o antes
 /12.2/ 2011-2013
 /12.3/ 2014-2016
 /12.4/ De 2017 en adelante

13. ¿Podría decirnos el ingreso (anual) aproximado que factura su entidad procedente del astroturismo?

- /13.1/ De 0 € a 3.000 €
 /13.2/ De 3.001 € a 6.000 €
 /13.3/ De 6.001 € a 12.000 €
 /13.4/ De 12.001 € a 25.000 €
 /13.5/ De 25.001 € a 50.000 €
 /13.6/ De 50.001 € a 100.000 €
 /13.7/ De 100.001 € en adelante

14. Si no se dedica como profesional/empresa con exclusividad a actividades de astroturismo, ¿Podría decir con qué otro sector de actividad compatibiliza?

- /14.1/ Agrícola, ganadero.
 /14.2/ Industria.
 /14.3/ Servicios.
 /14.4/ Construcción.
 /14.5/ Otras situaciones: (Especificar) _____

VI. VALORACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE IMPLANTACIÓN DEL ASTROTURISMO EN LA PALMA

15. A continuación, se presentan una serie de características a considerar en el diseño e implantación de un nuevo producto de astroturismo. ¿Podría indicar qué importancia le concede usted a cada elemento a fin de lograr un producto de éxito, en una escala de 1 a 5, donde 1 es “Nada importante” y 5 es “Muy importante”?

	VALORACIÓN				
/15.1/ Liderazgo institucional en la implantación de un producto de astroturismo.	1	2	3	4	5
/15.2/ Disponer de un Grupo dinamizador del producto astroturístico.	1	2	3	4	5
/15.3/ Contar con un grupo de emprendedores involucrados.	1	2	3	4	5
/15.4/ Disponer de una estrategia definida de desarrollo del producto.	1	2	3	4	5
/15.5/ Dotación de infraestructuras y equipamientos específicos.	1	2	3	4	5
/15.6/ Realización de un programa de formación <i>ad hoc</i> .	1	2	3	4	5
/15.7/ Disponer de una línea de financiación para el desarrollo.	1	2	3	4	5
/15.8/ Generar una imagen propia del producto y sus componentes.	1	2	3	4	5
/15.9/ Desarrollo de un Plan de promoción y comunicación.	1	2	3	4	5
/15.10/ Desarrollo de eventos relacionados con el producto.	1	2	3	4	5
/15.11/ Participación amplia de agentes sociales en la implantación.	1	2	3	4	5
/15.12/ Implicación de la población con la idea del astroturismo.	1	2	3	4	5

16. A continuación, se presentan una serie de elementos que han tenido lugar en el proceso de implantación del astroturismo en la isla de La Palma. ¿Podría usted valorar el grado de desempeño de cada uno de ellos? Medido en una escala entre 1 y 5, siendo 1 “Bajo desempeño” y 5 “Alto desempeño”.

	VALORACIÓN				
/16.1/ Liderazgo institucional en la implantación del producto de astroturismo (Cabildo de la isla, etc.)	1	2	3	4	5
/16.2/ Disponer de la Mesa de Astroturismo como grupo dinamizador del producto astroturístico.	1	2	3	4	5
/16.3/ Contar con un Grupo de Emprendedores de Astroturismo involucrados.	1	2	3	4	5
/16.4/ Disponer de una estrategia definida de desarrollo del producto.	1	2	3	4	5
/16.5/ Dotación de infraestructuras y equipamientos astroturísticos (miradores y senderos astronómicos, etc.).	1	2	3	4	5
/16.6/ Contar con una programación de jornadas, seminarios y cursos de Astroturismo.	1	2	3	4	5
/16.7/ Disponer de una línea de financiación para equipamientos y apoyo a empresas.	1	2	3	4	5
/16.8/ Generar la imagen del producto <i>StarsIslandLaPalma</i> .	1	2	3	4	5
/16.9/ Acciones de promoción y comunicación de la isla como destino de astroturismo.	1	2	3	4	5
/16.10/ Desarrollo de eventos relacionados con el astroturismo (conferencias, ASTROFEST, etc.)	1	2	3	4	5
/16.11/ Participación de agentes y entidades sociales en el desarrollo del astroturismo.	1	2	3	4	5
/16.12/ Implicación de la población con la idea del astroturismo en la isla.	1	2	3	4	5

VII. OPINIÓN SOBRE EL GRUPO DE EMPRENDEDORES DE ASTROTURISMO DE LA ISLA DE LA PALMA

17. Indique en qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones acerca del Grupo de Emprendedores de Astroturismo en la isla de La Palma, considerando una escala de 1 a 5 puntos. Desde 1 “nada de acuerdo”, hasta 5 “totalmente de acuerdo”.

	VALORACIÓN				
/17.1/ Es útil para crear nexos con el resto de las empresas de astroturismo.	1	2	3	4	5
/17.2/ Facilita la integración de la oferta en astroturismo.	1	2	3	4	5
/17.3/ Favorece el aumento de ingresos por venta cruzada de servicios.	1	2	3	4	5
/17.4/ Favorece la innovación en el desarrollo de nuevos productos turísticos.	1	2	3	4	5
/17.5/ Favorece la visibilidad del astroturismo en la isla.	1	2	3	4	5
/17.6/ Ayuda a fortalecer la cooperación público-privada en este sector.	1	2	3	4	5
/17.7/ Ayuda en la promoción conjunta del astroturismo.	1	2	3	4	5
/17.8/ Sirve de lobby ante las instituciones públicas.	1	2	3	4	5
/17.9/ Importancia que en su opinión ha tenido el Grupo de Emprendedores de Astroturismo de La Palma para el desarrollo de este producto en la isla.	1	2	3	4	5

/17.10/ Grado de satisfacción por ser partícipe del Grupo de Emprendedores de Astroturismo de la isla de La Palma.	1	2	3	4	5
/17.11/ Considere la importancia que ha tenido el Grupo de Emprendedores del producto de astroturismo de La Palma para el desarrollo turístico de la isla.	1	2	3	4	5

VIII. CONSIDERACIONES PARA EL FUTURO DEL ASTROTURISMO EN LA ISLA

18. Valore la importancia de los siguientes elementos y aspectos de cara a la consolidación futura del astroturismo en la isla de La Palma. Desde 1 “nada importante” hasta 5 “muy importante”.

	VALORACIÓN				
/18.1/ Apertura y funcionamiento del Centro de Visitantes del Roque de los Muchachos.	1	2	3	4	5
/18.2/ Creación del Centro de observación astronómica amateur en Mendo.	1	2	3	4	5
/18.3/ Ampliar la formación de profesionales en astroturismo.	1	2	3	4	5
/18.4/ Disponer de una Oficina de Información al público en astroturismo.	1	2	3	4	5
/18.5/ Realización de un plan estratégico de astroturismo para la isla.	1	2	3	4	5
/18.6/ Realización de campañas de promoción nacionales e internacionales específicamente dirigidas a la demanda de esta modalidad turística.	1	2	3	4	5
/18.7/ Disponer de subvenciones y ayudas para la implantación de nuevos productos y actividades de astroturismo.	1	2	3	4	5
/18.8/ Realización de jornadas y seminarios sobre astroturismo.	1	2	3	4	5
/18.9/ Disponer de una web especializada en astroturismo.	1	2	3	4	5
/18.10/ Disponer de una unidad de dinamización de los agentes y de gestión de los servicios astroturísticos.	1	2	3	4	5
/18.11/ Realización de campañas de sensibilización sobre la importancia de la protección de la calidad del cielo nocturno.	1	2	3	4	5
/18.12/ Disponer de una agenda de actividades astroturísticas a lo largo del año.	1	2	3	4	5
/18.13/ Consolidación de un evento de referencia de astroturismo de la isla (tipo ASTROFEST La Palma).	1	2	3	4	5
/18.14/ Otros: (especificar) _____	1	2	3	4	5

IX. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

19. Indique por favor el sector de actividad

/19.1/ <input type="checkbox"/> Alojamiento turístico
/19.2/ <input type="checkbox"/> Bar – cafetería
/19.3/ <input type="checkbox"/> Restaurante
/19.4/ <input type="checkbox"/> Empresa de ocio, servicios culturales y turismo activo
/19.5/ <input type="checkbox"/> Empresa especializada en servicios astroturísticos
/19.6/ <input type="checkbox"/> Establecimientos e industrias agroalimentarias (bodegas, queserías, salinas, etc.)
/19.7/ <input type="checkbox"/> Guía Starlight
/19.8/ <input type="checkbox"/> Intermediador turístico / Central de reservas
/19.9/ <input type="checkbox"/> Medio de comunicación

/19.10/ Tienda (joyería, artesanía, souvenir, etc.)
/19.11/ Otros: Especificar: _____

20. Municipio donde se encuentra su empresa

/20.1/ Barlovento
/20.2/ Breña Alta
/20.3/ Breña Baja
/20.4/ El Paso
/20.5/ Fuencaliente
/20.6/ Los Llanos de Aridane
/20.7/ Puntagorda
/20.8/ Puntallana
/20.9/ San Andrés y Sauces
/20.10/ Santa Cruz de La Palma
/20.11/ Tazacorte
/20.12/ Tijarafe
/20.13/ Villa de Garafía
/20.14/ Villa de Mazo

21. Cargo que ocupa en la empresa

/21.1/ Empresario individual
/21.2/ Director/a
/21.3/ Técnico/a
/21.4/ Operario/a
/21.5/ Auxiliar
/21.6/ Otro: (Especificar) _____

22. Sexo

/22.1/ Hombre /22.2/ Mujer

23. Edad

/23.1/ Menos de 25 años
/23.2/ 26-35
/23.3/ 36-50
/23.4/ 51-65
/23.5/ Más de 65

24. ¿Cuál es su nivel de estudios?

/24.1/ Sin estudios o estudios primarios incompletos.
/24.2/ Estudios primarios.
/24.3/ Estudios secundarios (bachiller y formación profesional).
/24.4/ Estudios universitarios.
/24.5/ Estudios de posgrado (máster y doctorado).

X. DATOS DE LA PERSONA ENCUESTADA

- Nombre:
- Domicilio personal.....
- Teléfono:
- E-mail:
- Fecha de la Entrevista.....

Muchas gracias por su colaboración atendiendo nuestro cuestionario. En el siguiente apartado se recogen las observaciones y/o sugerencias que estime oportunas manifestarnos.

OBSERVACIONES _____

ANEXO III: Entrevista en profundidad

Con el objetivo de conseguir un diagnóstico global y tener el punto de vista de expertos en astroturismo, se propone la realización de una entrevista en profundidad a algunos miembros de la Mesa para el Desarrollo del Producto “Turismo de Estrellas La Palma”, vía telefónica o a través de correo electrónico.

A continuación, se expone las principales preguntas que se les hace referencia en la entrevista.

1. Desde su punto de vista, como miembro de la Mesa Técnica de Astroturismo de la isla de La Palma, ¿Cuáles son los logros más importantes que ha conseguido el astroturismo en la Isla Bonita?
2. ¿Qué aspectos destacaría en el proceso de creación y consolidación del astroturismo en el periodo 2011-2014?
3. ¿Qué papel ha tenido el Grupo de Emprendedores de Astroturismo y cuál es, desde su punto de vista, la situación actual del mismo?
4. ¿Cuál es el protagonismo que ha tenido la Mesa Técnica de Astroturismo en la creación, desarrollo y consolidación del producto astroturístico?
5. ¿Cuál le parece que es el papel del producto de astroturismo en el turismo de la isla?
6. ¿Cuáles son los retos futuros que debe plantearse el astroturismo en La Palma? ¿Y las necesidades?

ANEXO IV: Transcripción de las entrevistas en profundidad y de la mesa redonda de expertos en astroturismo de la isla de La Palma

Transcripción de la entrevista 1

Entrevistador: Como te dije ayer para reforzar el estudio, hemos decidido hacerle una pequeña entrevista de 6 preguntas a los miembros de la Mesa Técnica de Astroturismo, y así tener una visión más global, no solo de la parte más empresarial, sino también de la parte institucional. Como miembro de la Mesa Técnica, nos gustaría saber, para usted, cuáles son los logros más importantes que ha cosechado el astroturismo en La Palma durante estos años.

Persona entrevistada 1: Son muchos. De los más importantes es la concienciación del empresariado turístico, bueno no solo turístico, en general, del empresariado, porque hay muchas pequeñas empresas como joyerías, bodegas, las salinas, restaurantes, tiendas de souvenirs... que también han tematizado. Y han tematizado algunas de ellas porque hemos colaborado económicamente en la tematización, pero las últimas que han entrado en el Grupo de Emprendedores ha sido por interés propio, sin financiación de por medio.

Entrevistador: Entonces, la concienciación general es lo que más destacaría.

Persona entrevistada 1: Sí, bueno, y ciudadana también, porque también se ha hecho una gran labor con los niños pequeños, con los colegios, se han hecho actividades como un concurso infantil, como el Taller del astrónomo, en el que se les involucra en actividades... La Caixa, por ejemplo, también tiene un planetario y también se hacen actividades con el planetario y hay distintos ayuntamientos que están relacionando las actividades deportivas y culturales con las estrellas.

Entrevistador: Como la Transvulcania y Rally....

Persona entrevistada 1: Sí, y la carrera... La subida de las estrellas de la Reventón Trail o la Full Moon Trail de Tijarafe. Se está haciendo cada vez más actividades por la noche relacionadas con algún evento astronómico... Y en los colegios cada vez se está hablando más de la temática, y se va encontrando más afinidad con el observatorio de astrofísica Hace unos años, la relación población-científicos era tensa. No entendían muy bien qué hacían esos señores allá arriba y poco a poco... Ya hacen jornadas, visitas de colegios a partir de 3º ESO. En fin, poco a poco, la isla en su conjunto... La población va teniendo más claro la importancia de tener el control de la contaminación lumínica, el tener unos cielos limpios, de lo que eso nos puede proporcionar científicamente y ahora en el nivel turístico también.

Entrevistador: Lo último que acaba de decir, sobre la población, me parece muy interesante.

Persona entrevistada 1: Yo creo que es lo más destacable porque en la mesa estamos unas cuantas instituciones, que estamos relacionadas con el tema, somos conscientes, pero poco a poco ves que los niños saben interpretar en los dibujos, fíjate que son de primaria. Y lo relacionan casi siempre, no solo con el universo y objetos estelares sino también el observatorio, actividades observación... En muchos dibujos hay gente tumbada bajo las estrellas, telescopios... Poco a poco se ve que va creciendo el interés por la temática...

Entrevistador: Desde mi punto de vista, se ha visto que la población ya está un poco más concienciada con la participación en la celebración del seminario.

Persona entrevistada 1: Sí, y con el ASTROFEST.

Entrevistador: Sí, totalmente cierto.

Persona entrevistada 1: Que tuvo no solamente el seminario sino muchos actos que tienen una temática de estrellas o de cielo...

Entrevistador: Hablando un poco más sobre el astroturismo, ¿Qué aspecto podría destacar en el proceso de creación y consolidación del producto astroturístico entre el periodo 2011-2014?

Persona entrevistada 1: Pues el 2011 es cuando se empieza a implantar, con un programa de competitividad turística del Ministerio, se comienza a trabajar la temática de forma expresa, porque hasta ese momento no había financiación específica para el astroturismo. A partir de ese momento se empieza a desarrollar este proyecto. Se crean rutas, se crean los miradores astronómicos, se hacen cursos de financiación para interesados del sector turístico, se involucran las empresas astroturísticas, que hoy en día son... Hablamos sobre 70, número redondo... Pero fue en el 2011 cuando se comenzó a trabajar la tematización de las empresas... Y en el 2014 se concluyó el Plan de Competitividad, bueno, a finales de 2013, y luego hemos seguido haciendo eventos, formación para el Grupo de Astroemprendedores. Es la fase del desarrollo del producto.

Entrevistador: Ahora que ha nombrado al Grupo de Emprendedores, ¿Cuál es el papel que considera que ha tenido este Grupo a lo largo del 2011 que es cuando se crea hasta la situación actual?

Persona entrevistada 1: 2011 es cuando empieza a crearse y el papel que ha tenido es primordial. Sin el papel de las empresas no hubiésemos podido todas las demás actividades. Hoy por hoy estamos en una fase... Ya viste con las pocas respuestas que hemos tenido, no sé cómo decirlo, no es apatía, falta de estímulo quizás. Hay que buscar formas para seguir involucrando a más empresas en la temática. En eso estamos ahora, a ver qué hacemos para motivarlos.

Entrevistador: Hablando de la Mesa Técnica de astroturismo, ¿Cuál ha sido el protagonismo de esa Mesa para el desarrollo y consolidación del producto astroturístico?

Persona entrevistada 1: Máximo. Sin la aportación de todas las organizaciones que están dentro de la Mesa no se habría podido haber desarrollado el proyecto. Porque cada uno ha tenido un papel fundamental en el desarrollo. Tanto el IAC que ha abierto las puertas de los Observatorios para visitas turísticas, se han creado, con la Fundación Starlight, el curso de Guía Starlight. Por otro lado, ADER ha desarrollado diversos proyectos específicos de la temática, ha colaborado con empresas que se han tematizado también con proyectos con fondos europeos. Las empresas de astroturismo que forman parte de la Mesa, las empresas que hacen observación del cielo, aportan un montón de ideas, necesidades... Con ellos coordinamos el desarrollo de todas las actividades que hacemos... La Reserva de la Biosfera con sus proyectos, fue, en su momento, crucial porque ellos se encargaron del estudio previo al desarrollo del producto... Y hoy por hoy, ahí están también aportando ideas... Todos tienen un papel importante.

Entrevistador: Desde mi punto de vista, es una pena que la Mesa esté trabajando por seguir consolidando el producto, mientras que el Grupo está un poco dispersado.

Persona entrevistada 1: Sí, por eso hemos de conseguir ilusionar al Grupo...

Entrevistador: Sí, totalmente. Y, ¿Cuál le parece que es el papel del astroturismo dentro del turismo general de la isla?

Persona entrevistada 1: Yo creo que es crucial, es un papel diferenciador el astroturismo de La Palma dentro del destino turístico Canarias. La Palma no es, desde luego, un producto convencional de sol y playa y el producto más destacable y que hace que La Palma tenga un carácter propio es las magníficas características que tiene para la observación astronómica para el desarrollo del astroturismo. Yo creo que es fundamental el astroturismo para que La Palma tenga una imagen diferenciadora dentro del común de los destinos de sol y playa y no ya solamente de Canarias si no en general, a nivel internacional, es la característica primordial que tendría que tener la isla y que todas las empresas turísticas deberían tener esto claro.

Entrevistador: Totalmente de acuerdo. Para ir finalizando, hablemos un poco del futuro del astroturismo, qué retos y necesidades debe plantearse el turismo al porvenir. Es un tema que ya se habló en el seminario pero que me gustaría resaltar.

Persona entrevistada 1: Lo primero, desde mi punto de vista, consolidar y concretar los macroproyectos que se están desarrollando de infraestructuras turísticas como es el Centro de Visitantes del Roque de los Muchachos, el observatorio astronómico de Mendo, contar con la caseta

de observación astronómica... Y otro de los retos es seguir involucrando al sector turístico y conseguir concienciar a todo el sector de la importancia que tiene el astroturismo para La Palma. Y también que sea, lo que comentaba Carlos, crear un Pacto por el cielo para preservar nuestra limpieza del cielo sin contaminación lumínica, para el cual tenemos que involucrar a las administraciones, a todos los ayuntamientos, a parte del Cabildo.

Entrevistador: ¿Y alguna necesidad concreta, que sea interesante para el futuro o en la actualidad?

Persona entrevistada 1: Hay muchas necesidades. Una de ellas más importantes que yo tengo directamente es crear un equipo de trabajo dentro de la Administración, con un presupuesto bien dotado para seguir trabajando este proyecto porque sin dinero no vamos a ningún sitio, y sin gente que colabore pues tampoco se puede desarrollar, solo un porcentaje pequeño de lo que realmente se podría hacer.

Entrevistador: Espero que con las aportaciones tanto de usted como de otros miembros de la Mesa técnica de astroturismo, más o menos todos están coincidiendo en lo mismo y creo que es bastante interesante todo lo que usted ha dicho y lo que han dicho sus compañeros también.

Persona entrevistada 1: Pues genial. Me alegra que todo el mundo tenga más o menos el mismo criterio. Eso quiere decir que estamos trabajando en la misma dirección.

Entrevistador: Sí, eso es muy importante. [...]

Transcripción de la entrevista 2

Entrevistador: Antes de comenzar me gustaría solicitarle permiso para la grabación de esta llamada y así poder así utilizar todos los datos que usted nos proporcione para mejorar el desarrollo del estudio.

Persona entrevistada 2: De acuerdo

Entrevistador: Bueno, todas las preguntas o respuestas van a ser de manera de manera anónima y confidencial, por supuesto. Y como miembro de la Mesa Técnica nos gustaría saber que, para usted, cuáles han sido los logros más importantes que ha conseguido el astroturismo en La Palma.

Persona entrevistada 2: ¿Los logros?

Entrevistador: Sí

Persona entrevistada 2: Vale, bien. Yo diría que lo principal ha sido la creación de un producto turístico que no ha existido en esta isla... El logro más importante de la Mesa técnica ha sido la de poner de acuerdo a distintos agentes de distintos ámbitos, de ámbito público, el ámbito empresarial, el ámbito institucional, incluso el ámbito científico, en la necesidad de aprovechar ese recurso que es el cielo y crear un producto turístico, que hasta ahora no existía. La Palma cuenta con un recurso que hace muchos años que está disponible. Desde los años 80 se está aprovechando desde el punto de vista científico, pero nunca se había aprovechado desde el punto de vista turístico. Yo creo que la función de esa Mesa ha sido básicamente esa, el de colaborar con... apoyar el desarrollo del producto turístico.

Entrevistador: Y, ¿Qué aspectos destacaría en el proceso de creación y consolidación del astroturismo entre el periodo 2011 y 2014?

Persona entrevistada 2: ¿2011 y 2014? Ese fue el momento en el que se dio el mayor empuje. Yo diría que, como aspectos a destacar, la creación de... bueno, más que la creación... la agrupación de un grupo de empresarios, a lo que hemos llamado el Grupo de Emprendedores de Astroturismo, la formación que esa gente ha adquirido durante ese tiempo para desarrollar o tematizar sus empresas. Y lo tercero sería el programa de apoyo del Cabildo de La Palma y de ADER a la tematización de empresas, es decir, que las empresas se incorporaran al producto turístico a través de la adquisición de equipamiento, de elementos de promoción, de acciones de publicidad. Por lo tanto, formación, tematización de empresas y creación del Grupo de Emprendedores.

Entrevistador: Respecto al Grupo de Emprendedores del que estábamos hablando ahora, desde su punto de vista, ¿Cuál cree que es la situación actual?

Persona entrevistada 2: Yo creo que el Grupo de Emprendedores actualmente está teniendo una posición un poco “valle”. En su momento creció bastante, de la nada surgieron 50 empresas que se incorporaron al grupo, pero ahora mismo diría que hay un momento de cierta apatía, que necesitaría un revulsivo importante para que se reactivara. Hay mucha gente, pero la participación ya no es tan intensa como fue al principio. Al principio había mucha más ilusión, mucha más participación, en todo tipo de actividades que se organizaban con el tema del astroturismo. Ahora se ha quedado en unos pocos que son los que siguen batallando y bastante ilusionados con el producto. Ya no es tan general, diríamos. Le hace falta una inyección de adrenalina.

Entrevistador: En este trabajo también estoy analizando la evolución del astroturismo y una de las cosas que destaco es eso que usted comenta sobre el Grupo comenzó siendo bastante fuerte y con bastante ilusión, y ahora, desde 2014 más o menos, se ha ido diluyendo y eso se ha visto en la participación de los miembros del Grupo de Astroemprendedores en el evento del Seminario que era prácticamente una formación exquisita para ellos y nada más fueron menos de 20 emprendedores. Y ha sido una lástima.

Persona entrevistada 2: Sí, de hecho, que, quizás los astroemprendedores o grupo de emprendedores de astroturismo necesitan ahora otro tipo de eventos o de actividades de dinamización de grupo que requiere más innovación. Yo creo que los grupos de emprendedores con otros tipos de actividades u otros tipos de intereses seguramente volverían a participar. Creo que en ese aspecto también hay que innovar. El modelo de organización.

Entrevistador: ¿Cuál es el protagonismo que ha tenido la Mesa Técnica en el creación, desarrollo y consolidación del producto astroturístico?

Persona entrevistada 2: Básicamente... Planificación y diseño de actividades. Esa es la parte técnica de la mesa. Pensar para qué tipo de colectivo trabajar, qué se hace y cómo se hace.

Entrevistador: Y ¿Cuál cree en la actualidad que es el papel del producto de astroturismo respecto al turismo de la isla? Más diferenciador, más innovador...

Persona entrevistada 2: Yo creo que actualmente es una imagen, es decir, el astroturismo, el cielo se ha convertido en referente para toda la isla. Eso sí que es un logro del astroturismo de la isla. Que la gente reconozca que el cielo es un recurso que nos identifica como sociedad. Y por lo tanto está presente prácticamente en toda la vida de la isla, tanto, no solo ya desde el punto de vista turístico sino en la organización de eventos. Hay eventos deportivos que toman el cielo y las estrellas como imagen, como referencia, como la Transvulcania, como la Reventón Trail, hay un montón de actividades en las fiestas, en los municipios que también toman el cielo como referente, como

temática, incluso, hasta actividades que no tienen nada que ver con el turismo o la astronomía o el ecoturismo, como puede ser un rally, que se llama Rally Isla Bonita o Rally de las estrellas. Está presente prácticamente en toda la vida de la isla. Cualquier evento que se haga, que hace referente a las estrellas lo encuentras presente en los carteles, imágenes, fotografías... en todas partes. Algo que, en ese sentido, el papel actualmente es de vertebrador de una imagen de la isla, digamos por decirlo de alguna manera, el cielo está de moda.

Entrevistador: Antes comentó que a lo mejor el Grupo de Astroemprendedores podría estar más motivado si hay nuevos eventos más innovadores y demás...

Persona entrevistada 2: Sí, me refería que, para organizar ese grupo, el Grupo de Emprendedores habría que plantearles actividades más innovadoras, no volver hablar siempre de lo mismo sino ver cómo desarrollar actividades nuevas con ellos, para animarlos.

Entrevistador: La última pregunta sería, ¿Cuáles son los retos para el futuro que debe plantearse el astroturismo y las necesidades para seguir desarrollándolo?

Persona entrevistada 2: Sí, básicamente es un tema de gestión. Cómo se deben gestionar los recursos que vienen en el futuro y ahora mismo se ha hecho, o se está haciendo, un importante esfuerzo en infraestructuras. El Centro de Visitante del Roque de Los Muchachos, los miradores astronómicos, en el futuro centro polivalente de astronomía y turismo activo de Mendo... Esos recursos hay que planteárselo muy bien cómo se van a gestionar. El reto en el futuro es un reto de la gestión. Y también, por supuesto hay un par de cosas que son fundamentales que son como la formación de los guías turísticos, guías astroturísticos. Se necesita contar con profesionales capacitados para gestionar esos recursos. Bien, hay una oferta importante de alojamiento, restaurantes, actividades de souvenirs o venta de productos. En el caso de los guías especializados, hay muy poco y se requiere más profesionalización de más guías, que son después, a fin y al cabo, el que tiene el contacto con el cliente y es el que va a hacer el aporte de valor al producto.

Entrevistador: Sí, exacto, eso mismo pienso yo. Y, ¿Alguna necesidad que tenga ahora mismo el astroturismo?

Persona entrevistada 2: Yo creo que se debería reactivar el programa de apoyo a la tematización. Un programa de ayuda a empresarios que quieran tematizar en astroturismo. Y también un órgano que aglutine toda la actividad que se haga de divulgación, información y formación relacionada con el astroturismo. Es decir, una parte de formación de la población y otra parte de gestión de recursos. [...]

Transcripción de la entrevista 3 (vía correo electrónico)

Pregunta 1: Desde su punto de vista, como miembro de la Mesa Técnica de Astroturismo de la isla de La Palma, ¿Cuáles son los logros más importantes que ha conseguido el astroturismo en la Isla Bonita?

Respuesta: Considero que dos son los hitos trascendentes que se han logrado en este sentido: por una parte, poner de acuerdo a los actores que intervienen en las dinámicas turísticas que se desarrollan en nuestra Isla y convencerlos de que éste es un producto atractivo y suficientemente potente como para convertirse en un eje vertebrador de estrategias compartidas, posicionado junto a otros destinos que tienen una tradición astroturística de mucho mayor recorrido y más consolidada a nivel de infraestructuras asociadas; y de otra, estructurar, dentro del enfoque de producto turístico, un conjunto variado de actividades y actuaciones, significativas, ejemplificantes, innovadoras, articuladoras y cohesionantes e inclusivas y participadas que han permitido implementar al propio producto turístico.

Pregunta 2: ¿Qué aspectos destacaría en el proceso de creación y consolidación del astroturismo en el periodo 2011-2014?

Respuesta: Si bien es cierto que la Conferencia Internacional Starlight 2007, en Defensa de la Calidad del Cielo Nocturno y el Derecho a la Observación de las Estrellas, promovida por la Reserva Mundial de la Biosfera La Palma, fue el marco conceptual de formulación, a la vez, que factor determinante que impulsaría el sector y el producto del astroturismo en la Isla; no es menos cierto que el año 2009, con la creación de la Mesa de Turismo Astronómico; el año 2010, con la presentación por parte de la Reserva Mundial de la Biosfera La Palma del estudio sobre el desarrollo del producto “Astroturismo en La Palma”; y, el año 2011, con el Plan de Competitividad Turística, suscrito por el Ministerio de Turismo, el Gobierno de Canarias y el Cabildo de La Palma, son herramientas que conformaron el marco práctico que marcaría el camino de la consolidación y el desarrollo del astroturismo en La Palma, en cuya implementación pueden reseñarse como hitos destacables en el período de referencia, entre otros:

- La creación y desarrollo de la marca Stars Island La Palma.
- La especialización de empresas que ofrecen servicios y actividades astroturísticas.
- La creación y formación de los Guías Starlight.
- La tematización de actividades, alojamientos y productos.

Pregunta 3: ¿Qué papel ha tenido el Grupo de Emprendedores de Astroturismo y cuál es, desde su punto de vista, la situación actual del mismo?

Respuesta: El Grupo de Emprendedores de Astroturismo, grupo heterogéneo y diversos en los enfoques empresariales, inicialmente, jugó un papel dinamizador y prestatario de servicios astroturísticos, a la vez que voz, como ente empresarial, en la Mesa de Astroturismo. Actualmente, sobreviven empresarialmente con altos y bajos en función del mercado, pero también con dependencia, en buena medida, de la institucionalidad, sin que hayan configurado una estrategia comercial y de desarrollo empresarial común, especializada y alta calidad para los distintos tipos de público objetivo.

Pregunta 4: ¿Cuál es el protagonismo que ha tenido la Mesa Técnica de Astroturismo en la creación, desarrollo y consolidación del producto astroturístico?

Respuesta: El papel ha sido el de sentar las bases políticas, ideológicas y estratégicas para formular, ejecutar, evaluar y mejorar los planes de desarrollo del astroturismo en La Palma de una manera consensuada y compartida, a la vez que ser representativa de este sector.

Pregunta 5: ¿Cuál le parece que es el papel del producto de astroturismo en el turismo de la isla? (diversificación de la oferta, etc.)

Respuesta: Tiene, juntamente con el senderismo, un papel protagonista, teniendo en cuenta que la isla de La Palma, declarada Reserva Mundial de la Biosfera por la Unesco, posee un enorme patrimonio natural con unos valores incalculables en el que el cielo es un gran recurso del territorio, atendiendo a este territorio en toda la complejidad de espacios: naturales, tradicionales, urbanos, costeros y por supuesto, celestes y en conjunto, entendido como un espacio de vida y convivencia. Por tanto, parece fundamental apostar por una oferta turística variada y fundamentada en todos estos valores, gestionados de una manera sostenible y profesionalizada acorde a su propia naturaleza, y no a otros que puedan poner en riesgo la idiosincrasia e identidad que caracteriza la Isla.

Pregunta 6: ¿Cuáles son los retos futuros que debe plantearse el astroturismo en La Palma? ¿Y las necesidades?

Respuesta: El principal reto debe ser el de afianzar su posicionamiento y, a partir de ahí, que el trabajo invertido no forme parte de una moda pasajera, sino que de verdad arraigue en la sociedad que son

los principales valedores de lo identitario. No caer en el exceso, ni en la pérdida de autenticidad. La necesidad es la de tener unos representantes comprometidos con esta causa y que este sea un trabajo con una perspectiva de durabilidad, profesionalidad, autenticidad y de largo plazo, que genere beneficio económico y social. Por otro lado, la necesidad se sobrentiende del reto, ya que es el compromiso por hacer del Astroturismo un plan de futuro, lo que a su vez requiere tener disponibilidad de recursos y crear una oferta integral, adaptada y acorde a la demanda, trabajar con el conjunto de actores para que no se construya sobre realidades imaginadas sino asentadas y que ofrezcan seguridad a los que participan y proponen en el conjunto de servicios turísticos, así como actuar siempre acorde a unos criterios de sostenibilidad y responsabilidad social y corporativa con una clara vocación tecnológica y de futuro y menos dependiente del sector institucional.

Transcripción de la mesa redonda “Retos y oportunidades del astroturismo en la isla de La Palma”

Participante 1: Muchísimas gracias a todos. Es para mí una alegría enorme verlos todavía por aquí. Y vamos a ser un poco ágiles para que nos podamos ir en tiempo que hemos ido recuperando la pérdida de esta mañana y estoy muy contenta. La función de esta última parte del programa... Retos y oportunidades en la articulación del astroturismo en la isla de La Palma. La introducción de esta mesa redonda sería hacer una especie de recopilación de qué es lo que hemos hecho, en qué momento estamos y hacia dónde vamos. Cuál es nuestro futuro y cuáles son las pretensiones en el trabajo que estamos realizando. Para ello [...] ya ha presentado a quiénes me acompañan en la mesa. Creo que vamos a empezar por [...]. Luego tenemos a [...], que es donde, en una de ellas están las instalaciones y en la otra, estamos rezando todos para que estén las siguientes instalaciones científicas en la isla de La Palma. Pero sobre todo quería agradecerles su presencia aquí, no solo por su compromiso en la mesa, sino porque se han pasado todo el día con nosotros. Nos han escuchado, han visto lo que se está haciendo en otros territorios y esta es otra cuestión que en otros seminarios habíamos echado en falta el que los políticos nos acompañaran todo el tiempo y tuvieran de primera mano, esa sensación que vivimos todos hoy aquí, de que hay sitios que están haciendo un trabajo desde hace muchos años y que hay sitios que los lleva muy adelantados y que nuestra amiga [...] tiene un montaje tremendo. Y después hay sitios que tiene una categoría y una calidad excepcional. Y otros como José, que nos ha sorprendido con el montaje que tiene. Estos muchachos han progresado en poco tiempo y en el cual nos alegramos muchísimo. Y esto solo quiere decir que se puede hacer, que es posible y que merece la pena el sacrificio... Un apunte solamente es que en este momento, después de muchos años trabajando este producto en La Palma, ya hemos visto que quizás más fuera de aquí nos valoran como un destino de astroturismo ejemplar, referente, que la isla ha sido reconocida en este sentido por distintos organismos internacionales, tanto como por el Ministerio de Turismo como por la OMT, así como FITUR este año, con el premio que hemos obtenido y quizás, a veces, yo que estoy en aquel proyecto europeo interred Lightnight, que tiene que ver con contaminación lumínica y desarrollo de astroturismo y siempre vengo muy contenta de las reuniones porque todos nos dicen “es que La Palma es que lo está haciendo tan bien La Palma”, y luego aquí todavía, si bien tenemos una sensibilización cada vez mayor y cada vez tenemos a más involucrados en estos seminarios. También es verdad que nos falta mucho y que el sector turístico quizás se lo tenga que tomar bastante en serio porque si no nos lo creemos nosotros pues malamente lo podremos vender como lo venden otros compañeros... Vamos de lo privado a lo público [...] Representa al Grupo de Emprendedores que no pueden estar todos aquí en esta mesa. Ella es astrofísica de formación. Aquí en La Palma es astroempresaria.

Astroempresadora de éxito. Tiene una empresa que en su momento creó con futuro la empresa Astro La Palma, y ahora es la empresa con crecimiento más exponencial en cuanto a la oferta de astroturismo de la isla y ella nos va a contar cómo lo ha hecho, cómo le ha ido y cuáles son las perspectivas, cómo ve la situación y qué es lo que le va a pedir a las administraciones públicas, un poco también para que esto siga caminando en la dirección que queremos todos.

Participante 2: Bueno, pues yo había leído en el título que había puesto [...] que era “Retos y oportunidades para el astroturismo” y empecé a pensar cómo contestar a esto. Ahora [...] quiere que cuente mi historia y mi libro, y yo no venía a hablar sobre mi libro... Empecé hace 6 años con un socio y yo, pero el socio se cansó por el camino y yo me empeñé, y seguí. Ahora somos 4 a tiempo completo. [...]. Empezamos poco a poco, había mucho trabajo al principio. Es mucho trabajo, muchas ideas, yo no tengo a nadie que... yo me ordeno a mí misma que tengo que hacer algo y lo hago, ya que a mí no me lo hace nadie. Pero sí que tengo un equipo pequeñito que trabaja muy bien. Esto es un trabajo muy vocacional, que nadie se le olvide que a lo mejor es una oportunidad o un reto. Hay a mucha gente que le gusta, pero sigue siendo vocacional. Si no te gusta, si no lo vives tú difícilmente vas a hacer que los demás lo vivan, por mucho que sea una oportunidad de negocio. Basado en eso es cómo hemos crecido a lo largo del tiempo, cuando yo hago las entrevistas de trabajo, siempre mi pregunta es si le gusta la astronomía y si la respuesta es “no me gusta” o “no lo veo”, pues nada. Ya puede hablar inglés, ya puede ser buen divulgador, si no lo vive, nada. [...] Astrofísica soy yo sola, pero a los otros les he enseñado yo. Ha habido gente que se ha ido y gente que ha venido pero el problema de los guías es mi gran problema. De hecho, no puedo crecer porque no tengo guías. Hay capacidad, hay un nicho de mercado muy grande, pero yo no puedo llegar porque no tengo guías. Yo ya estoy harta de decirlo: Quiero guías. Necesito guías. Yo sola no puedo formar por la mañana y trabajar por la tarde. Y luego, cuando es un problema común entre todas las empresas, lo normal es que nos organicemos donde haya algún tipo de formación profesionalizada. Estos son los retos: Si me hubieran preguntado esto hace unos años, yo hubiera dicho infraestructuras, infraestructuras, infraestructuras. Lo que necesitamos en La Palma es infraestructuras pues, Mendo, el Centro de Visitantes. Ahora se ve venir, digo lo mismo que [...] esta mañana, tendremos edificios, pero estarán vacíos en 2 años porque no hay ningún modelo de gestión. Un modelo de gestión que satisfaga a todo el mundo como público, como organizaciones u organismos, con lo cual si no hay un modelo de gestión adecuado pensado pues difícilmente va a funcionar. Otro problema que nos hemos encontrado en La Palma y que difícilmente el Cabildo va a solucionar es la legislación, La Palma es un territorio muy pequeño. El uso del territorio está restringido y los buenos sitios para la astronomía son los que están en altura, que son los más restringido. Si no abren las manos o no se pueden usar de otra manera, pues difícilmente podemos crecer, ya tengamos en la puerta a mil turistas esperándonos cada noche. El modelo de gestión, que la

población se crea la historia, ya lo acabamos tú [...] también. Se hacen iniciativas como el apagón que hicimos el otro día, que cada año se está haciendo un poco mejor, pero necesitamos iniciativas en los colegios, que sean de más calado y con regularidad. Lo que me parece sorprendente es que con más de 300 o 400 personas que se dedican a la astronomía en esta isla, con el Observatorio, hijos, niños y que no se hagan actividades. Me parece sorprendente a estas alturas y esto es algo que deberíamos organizar de alguna manera, como una asignatura extracurricular en los colegios, alguna cosa que le llame la atención a los niños para crear cantera... No tenemos un plan estratégico, nos falta esas acciones e ideas, pero que no se concretan, no se financian y no hay ninguna hoja de ruta medible para nada. Sí que lo había en el comienzo con el Plan Volcanes y Estrellas, pero eso se quedó así y nos hemos quedado un poco huérfano de Plan, y necesitamos un plan y saber a dónde vamos a estar en 5 años, 10 años, 15 años... A dónde queremos llegar y, sobre todo, nos pillan por detrás o se tendrá a 100 trabajadores y yo seguiré con 4. Plan estratégico, modelo de gestión, guías, legislación e infraestructuras. Y en cuanto a oportunidades, eso es lo fácil. Es una oportunidad de diversificación, es una oportunidad de diferenciación con los gigantes turísticos que tenemos al lado. Es una oportunidad de trabajo, de crear empleo, además de crear trabajo bien remunerado y que nos quite la dependencia de otros sectores que tenemos como la agricultura. Y hará que muchos de los jóvenes que se van de la isla no se vayan, si es que le gusta, porque no olvidemos que esto sigue siendo vocacional. Y con esto ya termino.

Locutor 1: [...] nos contarán su experiencia de lo que están haciendo, en qué están trabajando y cuáles son, digamos, la carta de los Reyes Magos. En primer lugar, qué les ha parecido este primer acercamiento a este mundillo que no conocían en tan profundidad, supongo. Empezamos por orden, con [...] y que nos cuente un poco...

Locutor 3: Ante nada, saludos a todos y a todas, felicidades por esta organización, y sinceramente a mí me pidieron que estuviese aquí todo el día. Muchas veces uno quiere estar en varios lugares a la misma vez y eso es muy difícil porque logras no estar en ninguno. Pasa igual que, como yo, que llevo toda la vida debajo del mejor cielo y nunca haber visto las estrellas. aunque estaban allí. Yo creo que la formación es la clave para poner en valor un recurso como este. Y eso lo aprendemos estando allí, en charlas como esta, compartiendo experiencias, viendo los conocimientos, y viendo todas las posibilidades. Tengo claro que, por la coincidencia somos municipio [...] ni los [...] han percibido muy bien la posibilidad y el recurso que ha tenido, pero creo que no se ha estructurado muy bien desde el principio, como un modelo que pueda percibir el conjunto de la ciudadanía, las posibilidades y rentabilidad, no solo los científicos, si no en otras circunstancias. Pero yo creo que no estamos aquí para hacer una crítica, sino para reflexionar y aprender. Ahora ha llegado la opción de que pueda venir el TMT [...] Después de que ha llegado esto a nuestro municipio, ya he empezado a ver las estrellas. Es

la verdad. [...] y yo creo que quien la ha tenido en su día, reitero lo que comenté al principio, no ha logrado transmitirlo en su momento a los ciudadanos, porque no lo hemos percibido. Son seminarios como este y conferencias como esta las que nos ayudan a informarnos y a tener esa capacidad. Y ahora, sinceramente, estoy pensando, creo, más en la mitad del tiempo en las estrellas. [...] Tenemos empresas que está llegando a la zona, concretamente, una empresa que está en el municipio de Garafía, vinculada a la astronomía, que veo a la gente que viene a ver las estrellas comiendo en los restaurantes proveniente de Garafía, Puntagorda y Tijarafe, por su cercanía, que se hospedan en las casas de turismo rural. y veo el foco económico que se puede conllevar a nuestro territorio. Abierto en eso, estaba apuntando anotaciones de todo lo que se ha estado hablando de ello. A cada rato estoy entrando en Internet, viendo cosas, lo que hay en Chile, lo que hay en Cataluña, Extremadura, lo que hay en Teruel... Y eso ha sido en cuestión de un año, un año y medio o dos años. Antes no sabía nada. Ahora no quiere decir que sepa, pero como mínimo tengo el interés, que es una cuestión del que carecía antes. Y lo veo como un recurso fundamental para el territorio, y creo que, desde el Cabildo, desde la Consejería, lo ve así también. No lo creo, lo aseguro. Y creo que lo creemos todo. Yo creo que tenemos que hacer un trabajo muy fuerte. Y nosotros tenemos un nivel de protección de las zonas de observación, que imposibilita que se pueda estructurar unas estrategias como las que surgieron en Extremadura, y eso hay que posibilitarlo desde el ámbito político. viendo cómo no estamos afinando que vamos a utilizar espacios que tienen altos valores medioambientales para hacer bodegas, chalets... Estamos hablando qué es fundamental para la isla de La Palma, que es fundamental para Canarias y que nos diferencia en otro segmento de reclamo turístico que es sumamente, importante. Y que es importante para el conjunto del estado, por supuesto, que es el principal motor económico. Recibimos 70 millones de turistas aproximadamente. Chile trabaja mucho con el turismo y reciben 17 millones. Estamos hablando que la potencial de este país es un recurso que tenemos que poner en valor. Y ahora como estoy pensando en eso, no hace tantas horas que he hablado con la Consejera. Nosotros vamos a presentar un proyecto desde el Ayuntamiento de Puntagorda, para que venga el TMT a la isla de La Palma, declarado Obra de interés estratégico para Canarias. Tiene una gran potencia y es una de las inversiones más potentes de todo el país. Y si eso se llevase a cabo, con inversión extranjera... Pero ya vamos a presentar en el Cabildo un proyecto para tratar de utilizar, en la medida de las posibilidades, y con todo el mayor de los respetos con todos los valores ambientales que tiene parte de las cumbres, que muchas de ellas las tenemos a 1.800 metros sembradas de vino y que no se puede colocar un telescopio. O que una empresa como ésta que se acaba de presentar (Extremadura)... Vamos a presentar un sitio, no mejor, pero como las estrellas son distintas del sitio donde se mire, vamos a poderles brindar esa posibilidad. Y eso es un trabajo que tenemos que hacer desde el punto de vista político, de la ordenación de un territorio. El territorio está para designar una población para generar una actividad económica para que nuestros jóvenes obtengan formación, puedan venir y crecer en

esta isla y que la pirámide poblacional no esté en las circunstancias que está (actualmente). Yo creo que (las estrellas) es un recurso fundamental. Muchas gracias por invitarme, a todos los ponentes que han estado anteriormente. Me queda un amargo increíble y que debo reconocer que mañana no puedo estar (en la tercera sesión del seminario), porque veo que hay cuestiones más importantes y bueno, voy a seguir aprendiendo, informándome. He venido con [...]. Veo también a gente de [...] que han estado aquí también. Yo creo que esto es un evento importante porque esto no debe quedar simplemente en manos de los que estamos ahora mismo dentro de la Administración. Esto debe estar en manos de técnicos, de profesionales que vean ese segmento de generación de empleo y de proyección. Le he prometido a [...] que iba a ser corto. Y voy a ser corto, voy a ir terminando, y espero seguir aprendiendo y creo que la isla de La Palma, con nuestra consejera al frente, tiene claro que se están produciendo inversiones importantes como las de Mendo, se está planteando inversiones que pueden surgir en espacio que son lugares para la observación astronómicas, también son los mejores para potenciar el astroturismo, de la astronomía... Cuanto más cerca estén, sin ningún tipo de diferencia de lo que es la parte científica, más valor potencial tiene. Yo creo que eso es indiscutible, sin menospreciar ninguna otra zona. Ya vemos el recurso increíble que han conseguido en Extremadura a una altura de 600 metros. Vamos a seguir poniendo en valor este recurso, que es de todos y para todos, con coordinación y proyección, yo creo que vamos a conseguir llegar no sólo a estos premios que se han conseguido en FITUR, si no que sea reconocido en todas las ferias de promoción turística, que en Canarias, a parte de las grandes playas que tenemos en Lanzarote y Fuerteventura, tenemos las mejores estrellas, que son de todos, pero donde mejor se ven, están aquí y es de aquí y están en la isla de La Palma. ¡Muchas gracias!

Locutor 1: Pasamos la palabra a [...]

Locutor 4: Lo bueno de que él sea breve (haciendo mención de Locutor 3), es que yo me puedo extender más. La verdad es que la experiencia de [...] a la hora de la astronomía... Para empezar quiero agradecerles... Soy [...], y [...] desde niño, desde muy pequeñito, estuve visitando los observatorios porque tuve la suerte de contar como vecinas con [...], que 37 años después sigue siendo vecina mía, y una mujer formidable. [...] fue una mujer en su día, la bibliotecaria del Telescopio Solar sueco. Su marido era astrónomo. Vinieron de Suecia tras recorrerse una gran parte del mundo y decidieron instalarse aquí como hicieron muchas otras personas gracias a los astrofísicos, a los telescopios, al IAC. Gracias a ellos y ellas, una vez de niño, visité el telescopio y... Una pequeña anécdota que me hizo mucha gracia en su momento sigue siendo que cuando entré de alcalde me hicieron una ruta por uno de esos telescopios, que yo ya conocía de antes. Claro que ellos no lo sabían. Y me intentaban explicar cómo había sido el proyecto... Que yo los conocía en primera persona. Además, gracias a las jornadas de puertas abiertas de las que habló [...]. Yo estaba en esa época en Cruz Roja, y Cruz Roja estaba allí

y visitamos los telescopios. Cada vez que entraba un grupo, ahí iba uno de Cruz Roja. Pues uno de esos era yo. Entonces, claro, me conocía los telescopios por dentro, por fuera, de arriba a abajo, en español, en inglés, en alemán... Tuve que hacer de intérprete con algún inglés que estaba en un grupo de españoles y se lo tuve que explicar perfectamente porque yo ya me lo sabía de memoria. Y un poco es la experiencia, mi experiencia, que no es la experiencia de los palmeros, porque ha habido mucho desapego hacia los telescopios. Mucha desinformación, mucha falta de una conexión. Falta de interés por lo que se hace arriba. Gracias al Cabildo, gracias al IAC, gracias a personas emprendedoras, esa mentalidad está cambiando, cada vez hay más iniciativas que acercan al mundo de la astronomía a la población y eso es muy necesario. Es necesario... voy a poner un ejemplo. De 10 años para atrás se ha hecho una promoción formidable de lo que es el producto local. Hoy en día el vino palmero, el queso palmero, la miel palmera, el gofio palmero, están más valorado que nunca. Todos los restaurantes que tengan una mínima calidad ofrecen sus productos y promocionan que su comida está hecha con productos palmeros. Y eso antes no se veía, se ocultaba. "No, traemos productos de fuera que son mejores". Tenemos un producto que es el cielo y tenemos que promocionarlo igual. Y lo primero es que la gente de La Palma valore nuestro cielo. Yo lo valoro seguramente por eso. He sido friki desde niño. Y tengo en casa libros de astronomía. Tengo también un telescopio que sacamos cada vez que hay un evento astronómico y personas como [...] me han enseñado muchísimo porque con él, en las jornadas a las que he asistido ha sido una cosa formidable. Pero la experiencia del [...] es distinta a la mía personal. Tal vez se sorprendan si les digo que casi todas las iniciativas que hemos visto hoy aquí yo ya las conocía. No solo las conocía. El [...] hace 15 años presentó un proyecto para crear, para ejecutar una obra de un auditorio al aire libre, a 1.000 metros, como el que vimos, parecido, en la exposición de Chile, en la Cruz del Sur si no recuerdo mal. El Cabildo dijo que no. Perdón, el Gobierno de Canarias dijo que no. Calificación territorial. Ese proyecto no cabía en Garafía. No era solo para eso. Estando yo de alcalde, entre en el 2011, estaba [...] en la agencia de desarrollo, una persona muy involucrada por el tema del astroturismo. Presentó y desarrolló con el ayuntamiento varios proyectos... No sé si les suena... ¿Casas con techos deslizantes para poner telescopios? El Cabildo dijo que no, que ese tipo de infraestructuras no cabe en el Plan Insular de La Palma, por lo tanto, no se pueden desarrollar. Presentamos un proyecto de unas cúpulas con techos transparentes... El Cabildo dijo que no. Esas estructuras no son de uso turístico en La Palma. Presentamos un proyecto para en San Antonio del Monte 2 casitas prefabricadas, con material ignífugo, con camas de matrimonios, un aseo, una cocinita, techo de cristal encima de las camas en San Antonio de Monte, una zona que no tiene alumbrado ninguna y que está a 1.000 metros de altitud... El Cabildo dijo que no. Ese tipo de proyectos no entra en la calificación territorial. El plan urbanístico no reconoce ese tipo de proyectos, para uso turístico ni para ningún otro. Estábamos hablando antes del proyecto del hosting, uno de los que más me duele, y me duele mucho, haberlo perdido. Yo no estaba de alcalde, eso fue mucho antes, ¿Se

pueden creer que en su día el astronauta Pedro Duque estuvo interesado en montar un servicio de hosting en [...]? Hubiésemos sido pioneros. Alguien dijo que no... Y no fue el Ayuntamiento... Entonces, experiencias en astroturismo ha habido muchas, pero por desgracia para [...], han sido casi todas negativas. Ahora ha cambiado la mentalidad y hemos empezado desde abajo. Hace unos años salió una iniciativa del Cabildo para financiar, o el Gobierno de Canarias, para financiar que las casas de turismo rural pudieran instalar telescopios. Hubo muchas personas interesadas en la isla. Sin embargo, muchos se echaron para atrás cuando para poner el telescopio les exigían una solera de hormigón y para eso tenían que pedir una licencia por obra menor, y si no era de hormigón tenía que ser de otro material... En fin, una trama burocrática. De hecho, echó para atrás a empresarios que podían haber aprovechado aquella oportunidad de haber tematizado su casa de turismo rural. Porque... Es que lo tenemos. Tenemos el cielo, tenemos casas de turismo rural aisladas, sin alumbrado público. No tienen contaminación lumínica. Casas en toda la isla. Además, no hablo solo de [...], que son perfectas para tener ese elemento complementario al ayuntamiento. Porque si le ponemos wifi a los turistas para que tengan más comodidad. ¿Por qué no le ponemos un telescopio? ¿Por qué no le ponemos una guía de las estrellas? ¿Por qué no organizamos rutas de senderismo nocturno? ¿Alguien ha bajado una vez el Teide, de noche, sin linternas, solo con la luna llena? ¡Es una maravilla! ¿Alguien ha hecho la ruta de los Andenes hasta el refugio de El Pilar de noche? Pues ya está haciendo bastante, está cogiendo bastante fama esa ruta. La inversa a la Transvolcania... Es preciosa, ¡Y si la haces con luna llena es mejor que con luna nueva! Porque el cielo es espectacular. Son muchas posibilidades las que tenemos en la isla y se están empezando a mover gracias a un cambio de mentalidad política, pero también en la mentalidad de la gente, de la propia gente de La Palma, de los que somos de La Palma... Me refiero a todos esos que vivimos en La Palma o los que queremos vivir en La Palma, pero no podemos. Porque muchos están fuera por obligación. Esa mentalidad de disfrutar de nuestras noches, lluvias de estrellas... ¿Cuántos han subido al Roque de los Muchachos a ver la lluvia de estrellas? ¡No hay sitio mejor! Otra iniciativa que también se hizo fue crear una especie de mirador, un sitio de encuentro, en el Roque de los Muchachos, antes de que saliera el proyecto del Centro de Visitantes.... Como un punto de encuentro para que todos los guías de astroturismo, por ejemplo, utilizaran ese sitio para sus charlas, conferencias, y no lo hicieran dentro del telescopio. El proyecto era reutilizar, reciclar, uno de los helipuertos que hay allí. Pues también nos encontramos ante un no. En este caso fue por parte del IAC, que también nos dijo que no al proyecto de que el [...] gestionara uno de los telescopios. La Real Academia sueca decidió desinstalar uno de sus telescopios hace unos años. Y donaron al Ayuntamiento el que era el telescopio en sí. Pero estaban en la obligación de dismantelar el edificio. Nosotros dijimos que, en vez de dismantelarlo, ahorraran ese dinero y el Ayuntamiento gestionara ese telescopio y el edificio en sí para aficionados que quisieran utilizarlo para sus investigaciones personales o incluso universitarios, a precios más asequibles incluso a los que oferta el IAC. Pues el IAC dijo que no, porque

ese espacio estaba reservado exclusivamente para científicos y no para aficionados. Ahora, afortunadamente, ha cambiado un poquito la situación. No la mentalidad, pero sí la situación. El Ayuntamiento de Garafía, gracias al IAC cuenta ahora con un terreno, que con el nuevo Plan de renovación va a tener uso tecnológico. Entonces ahora sí entra ese tipo de infraestructuras como el del hosting, que en su momento no entraba. Ese terreno no está cedido al IAC, es propiedad del Ayuntamiento y la iniciativa será parcelar ese terreno y ofrecerlo a las empresas que quieran ubicar allí ese tipo de instalaciones. Yo creo que va a ser un gran paso adelante para lo que es el Ayuntamiento y la relación con la astronomía en general, y el astroturismo en concreto. Y corto... [Aplausos]

Locutor 1: Bueno, [...] cierra la mesa.

Locutor 5: Recuerdo que el año pasado en las jornadas de 25 aniversario de Turismo Rural había una ponencia muy interesante de un profesor de La Laguna, y había unas imágenes que me llamaron la atención en la presentación. Hablaba de la buena gobernanza. Él hablaba de que la buena gobernanza era complicada porque tenía que poner de acuerdo a mucha gente, o que mucha gente esté conforme con tu gestión cuando realmente tenías unos recursos muy limitados. Eso es lo que nos pasa mucho y por eso a nosotros también nos salen canas, y nos pasa factura. El estrés cuando tienes que tomarte el cargo con una cierta responsabilidad. La falta de recurso que, ya saben que salimos de una crisis, y también la falta de recursos humanos que también siempre pensamos que el Cabildo ese el gran ente, pero luego somos cuatro gatos, somos pequeñas administraciones locales que tenemos muchísimas competencias. Por decir un poco la parte humana de la Administración, que también somos personas y tenemos nuestros problemas también. Quería nombrar el estudio que presentó [...] esta mañana sobre el posicionamiento de marca de la isla de La Palma en los mercados europeos. Fue un estudio que hizo a través de unas encuestas del Gobierno de Canarias, que nos presentó los datos preliminares hace dos años, pero nunca jamás nos han pasado los datos definitivos... Y en el caso de La Palma es verdad que tenemos esos problemas que Sergio también orientaba sobre el posicionamiento con el producto que vendíamos. Pero realmente La Palma es no solo ultraperiférica, al lado de grandes potencias turísticas, sino también, además tenemos un problema de base que es el nombre como todos sabemos, que es el mix que veíamos en el posicionamiento.... Que si los cocos, que si la fiesta... Viene dado por el problema de confusión con otros destinos con nombre similar. Eso es muy complicado de arreglar. El Hierro o La Gomera no tienen ese problema. A nosotros se nos ningunea nuestros problemas de base que todos sabemos que tenemos de posicionamiento cuando estamos bajo una marca paraguas que es "Islas Canarias". Es una marca muy potente, que se basa en el sol y playa y obvia, la mayor parte de las veces, los productos que tenemos el resto de las islas. Eso es una realidad que se está solventando poco a poco porque es verdad que el Gobierno de Canarias, en los últimos años sí que ha hecho un enorme esfuerzo en integrar otros tipos de productos, que integra no

solo las islas verdes sino también otras zonas de Tenerife, zonas de Gran Canaria... En ese sentido estamos trabajando mejor y podemos defendernos mejor. Desde La Palma seguimos haciendo un esfuerzo para posicionarnos en los mercados europeos, con unas inversiones mínimas comparadas con el resto de las islas Canarias, y en ese sentido sí que hemos trabajado mucho para profesionalizar la comunicación en esos mercados. Vemos como ayer firmamos un contrato con una empresa de comunicación francesa, especialista en promoción de destinos turísticos y así hemos hecho con casi todos los mercados europeos. La semana que viene firmaremos con Bélgica y Holanda, de manera que sí que tenemos una representación fija y continua en el tiempo con empresas especializadas en el sector y que son expertos. A veces nos faltaba esa representación en los destinos. Dicho esto... Tenemos una de las grandes bazas que tenemos en La Palma y que llevamos discutiendo desde hace muchos años. Cuál es nuestro modelo, qué es lo que vendemos, qué es lo que queremos... Siempre hemos hablado de turismo activo y del senderismo como una gran baza de la isla. Pero el astroturismo se ha ido colando y realmente está cogiendo un peso que la Administración ya lo entiende como un producto principal. Y también lo importante es que el sector se lo está creyendo. Hemos tenido experiencias en el que parte del sector empresarial de la isla, básicamente, lo ha ninguneado o incluso se ha mofado de este astroturismo. Pero realmente el astroturismo nos posiciona en los mercados y nos promociona de forma diferente. Con respecto a qué hacemos del [...] y qué cosas hacemos desde nuestras limitaciones, yo creo que intentamos ayudar, no solo desde [...], sino de todo el [...], esas dos patas que hablábamos esta mañana del astroturismo: La parte científica, que es tan importante para nosotros en la isla de La Palma, con la parte astroturística. La parte científica, el [...] sí que ha hecho un gran esfuerzo en apoyar al IAC, en los últimos años se han redoblado los esfuerzos con el IAC, así como la colaboración... Ya vemos que para el TMT hemos trabajado muy a mano con el IAC y el Ayuntamiento de Puntagorda para favorecer que se instale en La Palma. Podemos ver cómo se ha impulsado el Paseo de las Estrellas y de las Ciencias, y que en el ámbito científico posiciona a la isla y ayuda mucho a la IAC a mantener un cierto liderazgo científico. Y colaboraciones en congresos científicos, siempre está ahí apoyando. Son cosas importantes y que creo que antes no se daban y es fundamental que las 2 administraciones vayan de la mano. Por la parte de astroturismo, seguimos trabajando con la Mesa de astroturismo en la que tenemos integrada a toda la parte del sector, a las empresas que trabajan, a la Fundación Starlight, a la Reserva de la Biosfera, a todos los entes con los que tiene algo que ver... No tenemos un plan de trabajo como tal, no tenemos un modelo de negocio... En mi armario tengo una pila de planes estratégicos para el turismo de La Palma de todo tipo. Desde turismo rural, turismo activo... Y al final muchas veces esos planes se quedan ahí y es más razonable y funciona mejor una mesa de trabajo conjunta, que se trabajan no solo los problemas del día a día si no que se establecen líneas de trabajo conjunta, líneas estratégicas, en el que todos nos ponemos de acuerdo. Yo creo que en eventos como este como el ASTROFEST, tiene que ver con esto. Todo ese trabajo de promoción que

hacemos del producto astroturístico, que no solo es astro, también es concienciación y educación. Es verdad que podríamos hacer mucho más, pero desde turismo nos empeñamos en abarcar esa zona de educación para los niños, con todos esos concursos infantiles, con el apagón Starlight, para concienciar a las personas que tenemos que ir de la mano. No podríamos tener ni astroturismo ni ciencia sin la concienciación de la población. También que la población sea consciente de que es un privilegio tener el cielo que tenemos. Porque antes teníamos la conciencia de que las zonas oscuras nos perjudicaban, no veíamos por la noche cuando nos cruzábamos con el vecino, pero realmente disfrutar de un cielo tal y como tenemos es un privilegio que muy pocos tienen. Ese mensaje creo que ha calado en la sociedad y tenemos que seguir trabajando en ese sentido. Tenemos muchos retos. Tenemos una red de emprendedores, pero necesitamos que se involucren también más. Yo cuando veo esas experiencias que traen de otros sitios yo alucino porque hay empresas que han trabajado muchísimo y han tenido mucha capacidad de innovación. Creo que también tiene que ser 2p pilares: Administración Pública y empresas privadas. Nos tenemos que ayudar y apoyar e ir de la mano. En ese sentido, por ejemplo, la mejora de las empresas de astroturismo de La Palma está basada estos dos últimos años, también viene llegada por la mejora del turismo y esa mejora en la paquetización de experiencias viene de la colaboración público-privada. Con respecto a la formación, es un problema que tenemos en todos los destinos. En Canarias vemos cómo en las empresas privadas no tenemos la obligación por el decreto de turismo activo de una formación especial. Pero sí cuando trabajamos con el IAC necesitamos la certificación Starlight. Eso nos limita mucho... Pero estamos trabajando en la búsqueda de alternativas de formación, que sean cómodas y que permita formación de otro tipo para que las empresas puedan disponer de nuevos guías. Con respecto a la planificación, efectivamente, en La Palma venimos de un gran historial con problemas planificación urbanística, no solo del sector turístico. En todos los territorios pasa, pero especialmente en La Palma debido a un nivel de protección muy alto y hemos tenido muchas normas diferentes con muchos planes que se enlazan entre sí... Por ejemplo, el Centro de Visitantes del Roque (de los Muchachos). Tardamos en conseguir poder construir el Centro de Visitantes del Roque que estaba bloqueado completamente. En la CONMAC y que fue casi un asunto de Estado para el Cabildo de La Palma. A final se consiguió bloquear y ahí está, creciendo. Ya prácticamente empezaremos con la tematización y con los modelos de gestión a medida que salga la tematización. Con la planificación tenemos una nueva normativa. Tenemos la ley de las islas verdes específicas para La Palma, La Gomera y El Hierro, que nos facilita mucho las inversiones en el sector turístico, por ejemplo, ese tipo de alojamiento del que hablaba Yeray, que antes no se pueden hacer y ahora sí se pueden hacer. La nueva ley del suelo sí te permite hacer distintas tipologías en diversos tipos de suelo, siempre con las elaboraciones ambientales pertinentes y también facilita nuevas cosas, sobre todo, esa parte, no solo turística, sino también científicas en las cumbres que podrían ser facilitadas por la ley del suelo. La cuestión es, tenemos ese reto de desbloquear y traer más inversión.

Yo creo que ese reto, ya tenemos las herramientas, tenemos que pulirlas porque las herramientas generan dudas, sobre todo las nuevas leyes, que suelen dejar dudas en su interpretación, pero para eso tenemos los debates internos entre las administraciones y seguiremos trabajando en ese sentido. La colaboración entre administraciones para resolver los problemas puntuales. Los modelos de gestión... Esas infraestructuras que tenemos en marcha, tenemos en Mendo. Todos los procedimientos nos gustaría que fuesen más rápido. Es verdad, a veces la administración somos muy lentos porque tenemos procedimientos largos. Procedimientos de elaboración de proyectos largos y los trámites ambientales, los procedimientos de contratación para los proyectos... Todo se eterniza porque tenemos una normativa que debemos cumplir, no podemos saltarnos la normativa porque el resultado es peo y al final necesitamos garantizar la transparencia, la equidad y todo lo que nos pide la nota... Y los modelos de gestión, a finales de mes tenemos unas jornadas de trabajo para empezar con el modelo de gestión del Roque, que hemos ido consensuando todas las administraciones porque es verdad que ahí están el IAC, el Cabildo, el Ayuntamiento de Garafía y tenemos que ponernos de acuerdo de cómo gestionarlo, además de cómo entrelazarlo con las visitas al Observatorio. No es fácil, pero tenemos que llegar a acuerdo y echar a caminar. Darles las gracias. Ha sido una jornada muy interesante. Creo que vamos por muy buen camino y seguir trabajando y a seguir así.

Locutor 1: Muchas gracias, [...]. Muchas gracias a todos. Yo creo que tenemos que concluir diciendo que estamos en un momento dulce del astroturismo, en que hemos llegado a un punto en que parece que en La Palma se ve con más claridad [...] Nos tenemos que ir con un buen sabor de boca porque yo que he formalmente he sufrido el proceso ahora veo que las cosas están mejorando, está mejorando las cuestiones administrativas, que es cierto que son lentas y tediosas, llevamos esperando muchos años por unas infraestructuras... Mendo lleva 10 años esperando dándole vueltas. El Centro de Visitantes llevamos 30 años dándole vueltas. Los que son de fuera que no escuchen estas cosas, pero los que somos de aquí hemos de pensar, en este momento, que está despegando. Hay una masa crítica, hay un trabajo hecho. hay un grupo de empresas que están trabajando, hay políticos que se nos involucran en las jornadas, que para ellos es complicado dejar un día sus funciones diarias y nosotros seguimos con las mismas ganas de trabajar... Carlos está haciendo los deberes, no para... Y todo está como debe ser. [...] no se desespera porque pronto tendremos formación, pronto tendremos respuestas, los Centros de Visitantes van caminando... Para mí es un momento muy interesante y que parece va a ser satisfactorias las resoluciones de los problemas que ya teníamos [...]

ANEXO V: Información complementaria de los resultados obtenidos

Uno de los temas más importantes es la formación recibida. Tras el análisis de los cuestionarios, 1 de cada 4 astroemprendedores expone que ha participado en jornadas y seminarios de divulgación astronómica, mientras que 1 de cada 5, ha asistido a charlas o conferencias de divulgación.

¿Podría indicar en qué tipo de formación ha participado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Jornadas y seminarios de divulgación	21	25,6	25,6	25,6
	Cursos de especialización	9	11,0	11,0	36,6
	Talleres y seminarios (creación de productos, comercialización, etc.)	14	17,1	17,1	53,7
	Talleres/Cursos de conocimiento astronómico y manejo de instrumentos	9	11,0	11,0	64,6
	Sesiones personalizadas de manejo de instrumentos (telescopios, cámaras fotográficas, etc.)	8	9,8	9,8	74,4
	Charlas o conferencias de divulgación de la astronomía	16	19,5	19,5	93,9
	Astrofotografía	5	6,1	6,1	100,0
	Total	82	100,0	100,0	

Elaboración propia

Sobre la evaluación que los astroemprendedores realizan sobre la formación recibida, con una puntuación de 8,14 puntos, los empresarios muestran su alta satisfacción con aquellas acciones en las que han participado.

¿Cómo valora usted la formación recibida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5	1	4,5	4,5	4,5
	6	1	4,5	4,5	9,1
	7	5	22,7	22,7	31,8
	8	6	27,3	27,3	59,1
	9	5	22,7	22,7	81,8
	10	4	18,2	18,2	100,0
	Total	22	100,0	100,0	

Elaboración propia

En cuanto a las subvenciones, los fondos recibidos por parte de los organismos públicos ha sido destinado principalmente para la adquisición de equipamiento de observación como los telescopios (35%) y equipos y aplicaciones informáticas (22,5%).

¿A qué ha dedicado en su emprendimiento la(s) subvencione(s) o ayuda(s) pública(s) recibida(s)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Equipamiento de observación	14	35,0	35,0	35,0
	Equipos y aplicaciones informáticas	9	22,5	22,5	57,5
	Material y soporte de tematización	7	17,5	17,5	75,0
	Soportes de promoción	6	15,0	15,0	90,0
	Diseño de guías, manual de producto, libretos de experiencia, etc.	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Elaboración propia

En la tabla que se presenta a continuación se expone la tipología de empresa que ha respondido el cuestionario y el municipio donde se encuentra su sede. En este caso, de los 22 agentes, las concentraciones principales se identifican en Los Llanos de Aridane (5) y Villa de Mazo (5).

Emplazamiento de los emprendimientos

Tipo de empresa/ Ubicación	Breña Baja	El Paso	Los Llanos de Aridane	Puntallana	San Andrés y Sauces	Santa Cruz de La Palma	Tijarafe	Villa de Mazo	Total
Alojamiento	1	0	0	1	1	1	2	4	10
Restaurante	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Empresa de ocio, servicios culturales y turismo activo	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Empresa especializada en servicios astroturísticos	1	1	1	0	0	1	0	0	4
Establecimientos e industrias agroalimentaria	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Guía Starlight	1	0	0	0	0	0	0	1	2
Intermediador turístico o Central de reservas	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Tienda	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Total	3	1	5	1	1	3	3	5	22