

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

La innovación en las casas rurales en la isla de La Palma
(Innovation in the rural houses on the island of La Palma)

Autor/a: D^a Daura González Martín

Tutor/a: D^a Zamira del R. Acosta Rubio

Grado en Administración y Dirección de Empresas
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Curso Académico 2013/2014

San Cristóbal de la Laguna, a 8 de Septiembre de 2014.

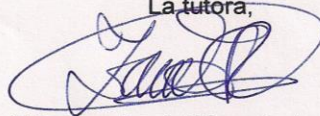
Dña. Zamira del Rosario Acosta Rubio del Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica.

CERTIFICA:

Que la presente Memoria de Trabajo Fin de Grado titulada "La innovación en las casas rurales en la isla de La Palma" y presentada por la alumna D^a Daura González Martín, realizada bajo mi dirección, reúne las condiciones exigidas por la Guía Académica de la asignatura para su defensa.

Para que así conste y surta los efectos oportunos, firmo la presente en La Laguna a 8 de septiembre de dos mil catorce.

La tutora,



Fdo: Dña. Zamira del Rosario Acosta Rubio.

EN LA LAGUNA, A 8 DE SEPTIEMBRE DE 2014

AGRADECIMIENTOS

Mostrar mis agradecimientos al Cabildo Insular de La Palma y ADER La Palma por los datos ofrecidos, así como a la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita, por su cooperación y ayuda desinteresada en todo momento. A Zamira por comprender mi situación, atenderme y ayudarme siempre que fuera posible y, por supuesto, a todos y cada uno de los propietarios de las Casas Rurales, sin cuya participación este trabajo no habría sido posible.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. MARCO TEÓRICO.	2
2.1. EL TURISMO RURAL.....	2
2.2. EL TURISMO RURAL EN ESPAÑA. EL CASO DE CANARIAS.	4
2.2.1. Turismo rural en España.	4
2.2.2. Turismo rural en Canarias.	6
2.3. LAS CASAS RURALES EN CANARIAS. LA ISLA DE LA PALMA.	7
2.4. LA INNOVACIÓN.	9
2.4.1. El concepto de innovación.....	9
2.4.2. Tipos de innovación.	11
2.4.3. La innovación en la oferta de turismo rural.....	11
3. OBJETIVOS Y METODOLOGIA.....	13
3.1. OBJETIVOS.....	13
3.2. METODOLOGÍA.	13
4. RESULTADOS ALCANZADOS.....	16
4.1. NÚMERO DE NOCHES OCUPADAS.....	16
4.2. IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN.	16
4.3. TIPOLOGÍA DE INNOVACIÓN ANALIZADA.	17
4.4. GRADO DE INNOVACIÓN.	18
4.5. ASPECTOS CONDICIONANTES DE LA INNOVACIÓN.	19
4.6. LA COLABORACIÓN.	21
4.7. INICIATIVAS PRIVADAS Y PÚBLICAS PARA LA MEJORA DE LA INNOVACIÓN.....	22
5. CONCLUSIONES.....	24
6. BIBLIOGRAFÍA.....	26
ANEXO.....	29

ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS

TABLAS

Tabla 2.1: Establecimientos y plazas autorizadas por modalidad en la isla de La Palma en el año 2013.	7
Tabla 3.1: Casas y plazas por municipios.	14
Tabla 3.2: Ficha Técnica del estudio.	15

CUADROS

Cuadro 2.1: Los cambios en la estrategia empresarial.	10
Cuadro 2.2: Tipos de Innovación en el Manual de Oslo 2006.	11
Cuadro 4.1: Cursos y talleres para la mejora del turismo rural.	23

FIGURAS

Figura 3.1: Metodología del estudio.	13
---	----

GRÁFICOS

Gráfico 2.1: Número de viajeros en alojamientos de turismo rural en España.	4
Gráfico 2.2: Número de alojamientos rurales en España.	5
Gráfico 2.3: Plazas disponibles en alojamientos de turismo rural en España.	5
Gráfico 2.4: Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural en España.	5
Gráfico 2.5: Número de viajeros en alojamientos de turismo rural en Canarias.	6
Gráfico 4.1: Noches ocupadas en las casas rurales del estudio.	16
Gráfico 4.2: Importancia de la innovación para el empresario de casa rural.	17
Gráfico 4.3: Tipos de innovación implementada en las casas rurales entre los años 2008-2013.	18
Gráfico 4.4: Grado de innovación.	19
Gráfico 4.5: Motivos de la innovación.	20
Gráfico 4.6: Barreras a la innovación.	21
Gráfico 4.7: Colaboración.	22
Gráfico 4.8: Iniciativas de Instituciones para incentivar la innovación.	23

RESUMEN

La innovación en el sector turístico, en general, y particularmente, en el turismo rural en la isla de La Palma, es un concepto muy importante que no pasa desapercibido por los empresarios del sector, aunque quizás solo en la parte teórica, pues en la práctica son pocos los propietarios que llevan a cabo innovaciones radicales y las de mejora, son prácticamente impuestas por la normativa, la competencia, o las asociaciones.

Para llegar a estas conclusiones se ha realizado una encuesta a los propietarios de diferentes casas rurales, de las que figuran en el registro oficial, con el fin de extraer de sus respuestas cómo afecta la introducción de innovaciones en el turismo rural en cuanto a la afluencia de público y la variación de esta, así como conocer qué innovaciones son las que más se llevan a cabo.

Palabras clave: Turismo rural, innovación, casa rural, IslasCanaria de La Palma

ABSTRACT

The innovation in the tourist sector, particularly in rural tourism on the island of La Palma, is a very important concept that is not unappreciated by businessmen/woman in the sector, but perhaps more in theory, because in practice there are few owners that actually make radical changes and the improvements, are practically imposed by regulations, competition or the associations.

To arrive at these conclusions a survey was undertaken among owners of rural houses that appear in the official register, the aim being to find out how the introduction of innovations has affected rural tourism with regard to the influx of public and the variation of this, as well as to know the innovations which are most incorporated.

Key words: Rural tourism, innovation, rural house, Canary Island of La Palma.

1. INTRODUCCIÓN.

El trabajo que se presenta a continuación es el producto final de la encuesta realizada a los propietarios de las casas rurales en la isla de La Palma en relación a la innovación realizada por los mismos.

Nuestro estudio se ha centrado en Canarias, debido a que el turismo es una de las principales fuentes de ingresos en la región, siendo un sector motor para el futuro de las islas. Es por tanto, interesante buscar las fórmulas que permitan mejorar la oferta presentada por las empresas implicadas, a través de políticas de I+D, nuevas ideas, productos o formas de negocio.

El estudio del turismo se puede enfocar desde muchas perspectivas, en concreto nuestro trabajo se centrará en las casas rurales, puesto que consideramos que el turismo rural ha experimentado un gran desarrollo en los últimos años, lo que le confiere mayor capacidad para realizar innovaciones.

El análisis se llevará a cabo en una pequeña muestra de casas rurales en la isla de La Palma puesto que, al igual que en el resto de las islas, el turismo es una de las principales fuentes de ingresos, y en concreto en las casas rurales es un tipo de turismo que en los últimos años está evolucionando continuamente y que no se ha explotado lo suficiente.

Por lo tanto nuestro objetivo es conocer cómo afecta la introducción de innovaciones en el turismo rural en cuanto a la afluencia de público y la variación de esta, durante los años del estudio, en dichos alojamientos y en la región así como los tipos de innovaciones que más realizan las casas rurales en La Palma y de qué forma.

En cuanto a la metodología, para la elaboración del estudio se realizó una encuesta a los propietarios de diferentes casas rurales en la isla de La Palma, seleccionadas dentro del censo oficial de casas rurales.

El trabajo se estructura del siguiente modo:

- En el siguiente capítulo -Marco Teórico- se realiza un análisis de la situación actual del turismo rural y una introducción al concepto de innovación así como un primer análisis de la innovación en la oferta del sector turístico rural.
- En el capítulo tercero se define el objetivo fundamental, así como los objetivos concretos que se persiguen con este trabajo, y la metodología seguida en donde se incluye la ficha técnica del estudio.
- El cuarto capítulo -Resultados alcanzados- que ocupa buena parte de este trabajo, es el dedicado a mostrar los datos obtenidos y su análisis. La estructura elegida ha seguido la propia del cuestionario, que se utilizó en la entrevista a los diferentes agentes que han intervenido. Esto es: importancia, tipología, grado y aspectos condicionales de la innovación, la colaboración y las iniciativas privadas y públicas para la mejora de la innovación.
- El capítulo quinto, incluye una serie de reflexiones sobre los resultados obtenidos de la encuesta.

El trabajo se completa con las referencias bibliográficas utilizadas para el desarrollo del mismo y con el anexo que incluye el cuestionario que se ha realizado.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. EL TURISMO RURAL.

El **turismo rural** se puede entender como “aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural” (García, 1996).

Apoyándonos en las definiciones de del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española sobre “turismo” y “rural”:

- Turismo: Actividad o hecho de viajar por placer. // Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. // Conjunto de personas que realizan este tipo de viajes.
- Rural: Perteneciente o relativo a la vida del campo y a sus labores.

Con ello, “se denomina turismo rural a cualquier actividad turística desarrollada en el ámbito rural” (Peña y Jiménez, 2003:17.).

La Comisión de las Comunidades Europeas (Comisión 1990) señalaba una carencia en su análisis y la problemática de definir el turismo rural. En numerosos casos, el concepto “turismo rural” se delimitaba por exclusión, es decir, consideraba a todos los productos turísticos que no están ubicados en el litoral o en las ciudades, lo que supuso a su vez una proliferación de términos o adjetivos como turismo de interior, turismo verde o eco turismo (Comisión de las Comunidades Europeas, 1990, citado por Valdés y del Valle, 2006, p.12.).

Este producto, de turismo rural, “se caracteriza por su estancia y visita a zonas rurales, generalmente de interior, en alojamientos que están integrados en el ambiente natural” (García, 2003: 34).

“El turismo rural utiliza el campo como un recurso. Más que relacionarse específicamente con la naturaleza, el turismo rural se asocia con la búsqueda, por parte de personas que viven en zonas urbanas, de tranquilidad y espacio para dedicarse a las actividades de recreo al aire libre” (Pina, 2000:656).

Según cita Fernández (2008) el nacimiento del turismo rural se debe a la progresiva decadencia socioeconómica que estaba surgiendo en el medio rural, o simplemente a la evolución que se daba esos años en la actividad turística en general. Esta hipótesis se puede apoyar con lo que hemos comentado anteriormente, la búsqueda de nuevas alternativas de turismo hace que muchas personas busquen tranquilidad, que el sol y playa no puede darles. Por otro lado la primera hipótesis entiende que se crea el turismo rural para “paliar los efecto de los procesos del éxodo migratorio” (Fernández et al, 2008:10).

Podemos observar algunas de las ventajas que ha traído consigo la evolución del turismo rural. Por un lado “numerosas zonas, municipios, provincias y comunidades españolas han desarrollado una actividad económica sobre la base del turismo rural que ha contribuido, y contribuye actualmente, a mejorar las economías locales y regionales a través del turismo” (Valdés y del Valle, 2006: 24). Además, “el crecimiento del turismo rural en los últimos años ha permitido consolidar una actividad que diversifica

la oferta turística existente en nuestro país, lo que contribuye notablemente a mejorar nuestra imagen de destino diverso y plural” (Valdés, L; del Valle, E. A. (2006: 24).

Aunque por otro lado, estas iniciativas “pueden destruir los mismos atributos del paisaje que inicialmente atrajeron a los turistas. La creciente presencia de personas procedentes de ámbitos urbanos cambia el carácter social de los pueblos y aldeas” (Pina, 2000:656). También se podría considerar como una amenaza para el turismo rural la estacionalidad, aunque este caso en Canarias no existe este peligro, debido a las buenas condiciones climáticas, que permiten recibir visitantes en todas las épocas del año.

Por otra parte, se consideran, en general, **alojamientos rurales**, aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante precio, con o sin otros servicios complementarios, y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma (Instituto Nacional de estadística, 2013).

Estos establecimientos suelen presentar unas características determinadas:

- a) Estar situados en medio rural.
- b) Ser edificaciones con tipología arquitectónica propia de la zona o estar situados en fincas que mantengan activas explotaciones agropecuarias (agroturismo).
- c) Ofrecer un límite de plazas y habitaciones para el alojamiento de huéspedes y reunir ciertos requisitos de infraestructura y dotaciones básicas.

A estos efectos, los alojamientos de turismo rural pueden adoptar una de estas dos modalidades de alquiler, o ambas; alquiler de uso completo como la contratación íntegra del inmueble, para uso exclusivo del contratante; alquiler de uso compartido, como la contratación individualizada de habitaciones dentro de la propia vivienda familiar.

Aunque, esta definición sea de alojamientos rurales en general, hay que aclarar que “el turismo rural que opera en la isla de La Palma no cuenta con establecimientos clasificados como hotel rural por lo que la oferta está integrada únicamente por casas rurales” (Fernández et al, 2008:21). Dicho concepto se define en el apartado 2.3. de este trabajo.

Como hemos observado el desarrollo del turismo en general, y del turismo rural en particular, se debe a la evolución natural del turista actual, que intenta escapar del turismo masificado de “sol y playa” desarrollado en la última mitad de siglo, abocando a un turismo más personal, individual, de conexión con la naturaleza. Es por ello que el turismo rural “está presentando un importante crecimiento en los últimos años y mantiene también elevadas expectativas de desarrollo” (Valdés, L; del Valle, E. A. (2006: 11). Estas expectativas de desarrollo hacen del turismo una actividad dinámica, destinada a estar en continuo cambio en el tiempo, es por ello que el desarrollo de innovaciones es una actividad importante en este sector.

2.2. EL TURISMO RURAL EN ESPAÑA. EL CASO DE CANARIAS.

2.2.1. Turismo rural en España.

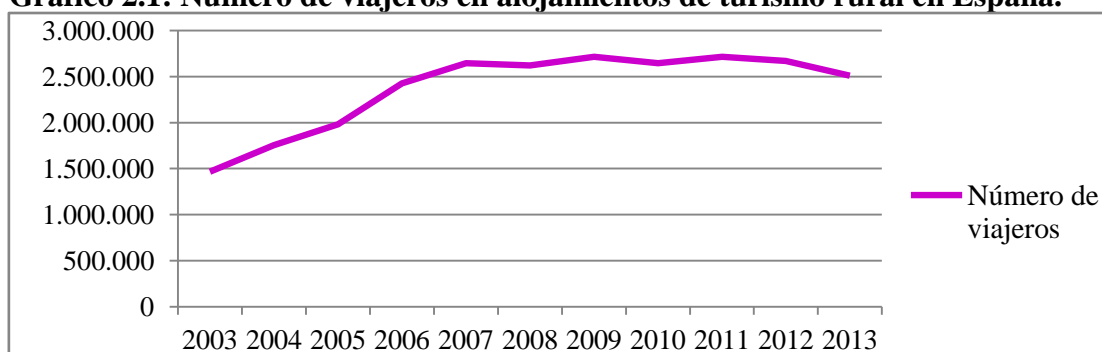
De acuerdo con el Plan Integral de Turismo Rural 2014 realizado por el Instituto de Turismo en España, el turismo rural, entendido como la actividad turística en entorno rural o natural no masificado, es relativamente reciente en España aunque en la última década ha experimentado un elevado auge.

Este crecimiento significativo desde hace aproximadamente una década, ha sido favorecido, entre otros factores, por el rechazo de la masificación ante las grandes concentraciones de turistas, el mayor interés por el medio ambiente, la apuesta de la administración, etc.

“Aunque indudablemente, el turismo de sol y playa sigue ocupando un lugar muy destacado en España, cada vez más se está apostando, desde las administraciones públicas, por la diversificación y creación de nuevos productos y segmentos turísticos, fomentando la calidad como elemento diferenciador. Esto viene motivado, no solo por la saturación de algunos destinos de sol y playa españoles y por la aparición de nuevos destinos en Europa de Este, Asia o África, que empiezan a competir con precios más bajos, sino también porque cada vez hay una mayor demanda para otros segmentos como el turismo de golf, el cultural, de congresos y **el turismo rural**” (Peña, M.P. y Jiménez, P. 2003:11).

Así pues, según datos de la Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos de turismo rural del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2003-2013), en España el número de viajeros creció de forma exponencial a partir del año 2003. No obstante, como se observa en el gráfico 2.1, a partir del año 2006 y 2007 la demanda ha empezado a contraerse, probablemente por la crisis que estamos sufriendo desde esas fechas.

Gráfico 2.1: Número de viajeros en alojamientos de turismo rural en España.

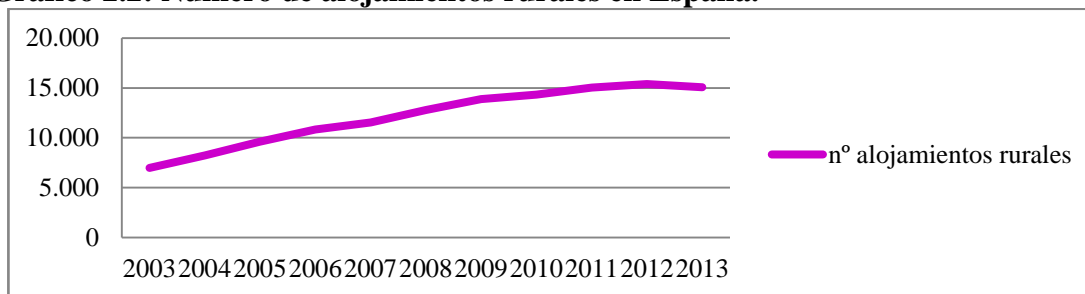


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos, del INE (2003-2013 a).

No obstante, aunque la demanda empezó a contraerse a partir del año 2007, la oferta ha ido aumentando como se muestra en el siguiente gráfico. Sin embargo, según datos del INE (2014), durante 2013 el turismo rural ha visto reducida su oferta de plazas un 1,3% mientras que los apartamentos turísticos y los campings aumentan su oferta de plazas un 2,0% y 1,0% respectivamente.

Por otro lado, según estos datos, en 2013 aumenta el grado de ocupación por plazas en hoteles (2,1%), en apartamentos turísticos (0,8%) y campings (0,6%), mientras que el turismo rural presenta un descenso de su ocupación del 6,3% respecto del año anterior.

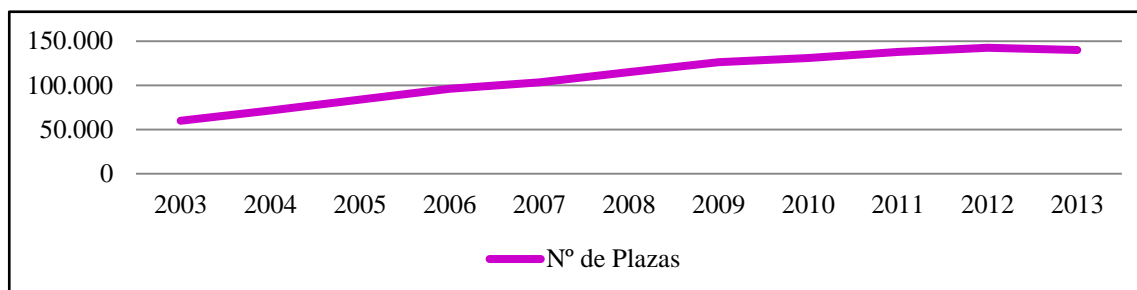
Gráfico 2.2: Número de alojamientos rurales en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos del INE (2003-2013 b).

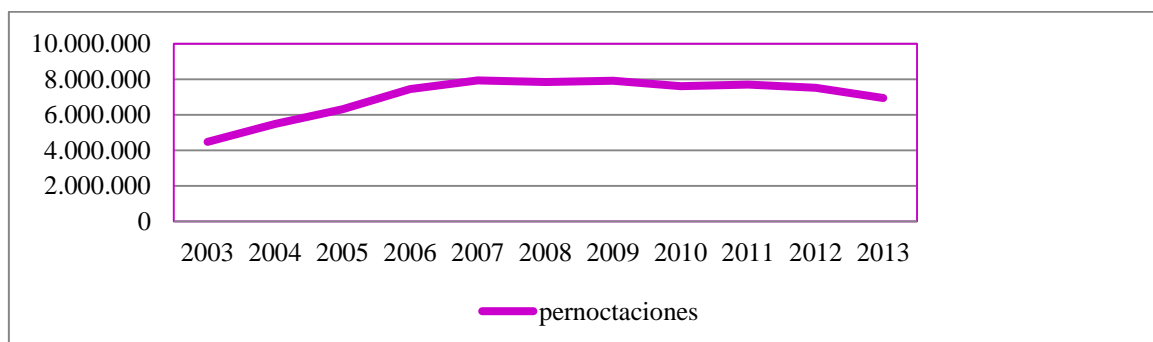
Esta diferencia entre el comportamiento de la oferta y la demanda, también puede observarse en el gráfico 2.3, en el que se muestra el número de plazas disponibles (número de camas fijas de que dispone el alojamiento) y en el gráfico 2.4 que muestra el número de noches que un viajero se aloja en un establecimiento de turismo rural, es decir, pernoctaciones.

Gráfico 2.3: Plazas disponibles en alojamientos de turismo rural en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos del INE (2003-2013 b).

Gráfico 2.4: Pernoctaciones en alojamientos de turismo rural en España.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos del INE (2003-2013 b).

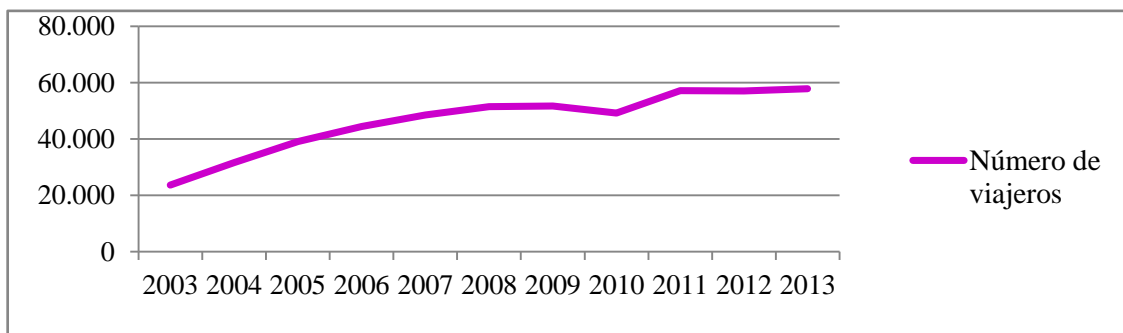
2.2.2. Turismo rural en Canarias.

Las dos Comunidades Autónomas más diferenciadas al resto de Comunidades del territorio español en aspectos geográficos son Canarias y Baleares, por su condición de archipiélago. Como sostienen Calabuig y Ministral (1995:448) “a diferencia de Baleares, Canarias tiene islas, especialmente las occidentales, con un desarrollo incipiente del turismo lo que puede suponer expectativas potenciales favorables, que cristalizaran en función de la evolución de los mercados. Además del turismo de sol y playa, que identifican a ambas CCAA, Canarias ha desarrollado un interesante turismo ecológico como resultado de sus ventajas geográficas –clima y vegetación tropical, volcanes- que han favorecido la presencia de una importante densidad de parques nacionales, muy a tono con las demandas actuales de los turistas.”

“Canarias es un tipo de destino de playa y el turismo rural ha empezado más tarde que en el resto de las comunidades. En el archipiélago, desde el punto de vista de actividad planificada, el turismo rural tiene una implantación muy reciente. Las primeras subvenciones para el turismo se convocan con la Orden de 19 de diciembre de 1990 con el título: Mejora y acondicionamiento de casas de campo como alojamiento turístico” (García, 2003: 98).

Según datos del INE (2003-2013), el número de viajeros en alojamientos de turismo rural, al igual que en el resto de España, ha crecido en la última década y comienza a contraerse a partir del año 2007. Sin embargo, a partir del año 2010 el número de viajeros vuelve a aumentar y se mantiene casi constante, con variaciones menores en los últimos dos años como podemos observar en el gráfico 2.5.

Gráfico 2.5: Número de viajeros en alojamientos de turismo rural en Canarias.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos del INE (2003-2013 a).

Por lo tanto, tal y como se señala en el Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016: “El destino turístico Islas Canarias se enfrenta al complicado reto de mantener y mejorar su posición preferente en un entorno de creciente complejidad e intensidad competitiva. Cada vez resulta más difícil mantener la cifra de visitantes y, especialmente, la de ingresos por turismo.”(PROMOTUR Turismo de Canarias et al, 2012:5), puesto que cada vez van apareciendo más destinos turísticos diferentes, y debido a la competencia, la mayoría han tenido que reducir los precios, y con ellos sus ingresos, para ser más competentes.

2.3. LAS CASAS RURALES EN CANARIAS. LA ISLA DE LA PALMA.

En el caso de la **Comunidad Autónoma de Canarias**, la actividad turística de alojamiento está recogida en el Decreto 142/2010, de 4 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la actividad turística de alojamiento, donde se incluyen los Equipamientos, las Dotaciones Comunes y los Servicios que le son de aplicación.

Según dicho Decreto, la oferta turística de alojamiento queda distribuido en alguna de las siguientes dos modalidades: la modalidad hotelera y la modalidad extra-hotelera.

Las estadísticas realizadas por el Observatorio del Turismo en Canarias a través de su Sistema de Información turística reflejan que en el año 2013 existen en la Comunidad Canaria un total de 630 establecimientos hoteleros y 2.411 establecimientos extra-hoteleros, los cuales disponen de 195.033 y 211.542 plazas respectivamente. En el caso concreto de la Isla de la Palma, zona de estudio, la distribución de establecimientos y plazas existentes en dicho periodo se muestra en la Tabla 2.1. Si comparamos los datos de cuadro con el total de Canarias observamos que, por un lado, los establecimientos hoteleros palmeros los representan un 5'87% del total; pero por otro lado, en el turismo extra-hotelero la representación de la isla es más de un cuarto del total, concretamente un 24'59 % del 100% de la Comunidad Canaria se encuentra en la isla de La Palma.

Tabla 2.1: Establecimientos y plazas autorizadas por modalidad en la isla de La Palma en el año 2013.

	Extra-hotelera		Hotelera	
	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
Barlovento	9	51	1	77
Breña Alta	15	100	2	23
Breña Baja	41	2628	3	1096
Fuencaliente De La Palma	33	207	4	1279
Garafía	45	162	1	12
Llanos De Aridane (Los)	147	1876	9	821
Paso (El)	97	774	3	66
Puntagorda	19	71	1	8
Puntallana	22	97		
San Andrés Y Sauces	5	24	3	41
Santa Cruz De La Palma	15	237	8	379
Tazacorte	29	462	1	64
Tijarafe	56	197		
Villa De Mazo	60	248	1	10
Total	593	7134	37	3876

Fuente: Turidata 2013.

La modalidad hotelera está integrada por cuatro tipos de establecimientos, en función de la calificación del suelo en el que se asientan, servicios prestados, y diseño arquitectónico o tipología edificatoria, y que son los siguientes: hotel, hotel urbano, hotel emblemático y hotel rural. En la misma línea en la modalidad extra-hotelera se

integran cuatro tipos de establecimientos: el apartamento, la villa, la casa emblemática, y la casa rural. Las definiciones dadas por este mismo decreto para estos establecimientos son las siguientes:

- Apartamento: el establecimiento extra-hotelerero compuesto por unidades de alojamiento dotadas del equipamiento e instalaciones necesarias para la conservación, manipulación y consumo de alimentos.
- Villa: el establecimiento extra-hotelerero compuesto por una o varias unidades de alojamiento de tipología edificatoria aislada, dotada de zonas verdes de uso privativo y del equipamiento e instalaciones necesarias para la conservación, manipulación y consumo de alimentos.
- Casa emblemática: el establecimiento extra - hotelero ubicado en inmueble situado en suelo urbano consolidado no turístico, cuya edificación constituye un bien integrante del patrimonio histórico de la Comunidad Autónoma de Canarias, incluido en alguno de los instrumentos previstos en el artículo 15 de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias o norma que la sustituya, y que está dotada del equipamiento e instalaciones necesarias para la conservación, manipulación y consumo de alimentos.
- **Casa rural:** el establecimiento extra-hotelerero ubicado en un inmueble enclavado en suelo rústico, y cuya edificación constituye un bien integrante del patrimonio histórico de la Comunidad Autónoma de Canarias, incluido en alguno de los instrumentos previstos en el artículo 15 de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias o norma que la sustituya, y que está dotada del equipamiento e instalaciones necesarias para la conservación, manipulación y consumo de alimentos.

Por otra parte, los estándares o requisitos mínimos aplicables a los establecimientos turísticos de alojamiento en suelo rústico ubicados en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma están recogidos en el Decreto 232/2010, de 11 de noviembre, por el que se establece el régimen aplicable en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma a los establecimientos turísticos de alojamiento en suelo rústico. Por citar algunos ejemplo:

- Deben disponer de las instalaciones, sistemas o servicios obligatorios, según la normativa turística, o tenerlos en buen estado de conservación o funcionamiento.
- Deben disponer de las hojas de reclamación obligatoria, facilitarlas a los clientes y tramitarlas en tiempo y forma.
- Expedir o hacer entrega al usuario turístico de las facturas por los servicios prestados.

Según datos obtenidos por la Encuesta de Ocupación en alojamientos de turismo rural realizada por el INE (2013), en el año 2013 la Comunidad Canaria recibió en la modalidad de casa rural un total de 27.991 viajeros lo que implica, tal y como se observa en los datos obtenidos por la encuesta, que un 48,33% de los viajeros que seleccionaron el alojamiento de turismo rural, lo hicieron en la modalidad de casa rural.

De los datos de la encuesta también se desprende que estos viajeros realizaron un total de 198.723 pernoctaciones en la modalidad de casa rural, y que entre las zonas con mayor número de pernoctaciones en alojamientos de turismo rural, se sitúa la isla de La

Palma con un total de 84.050 pernотaciones que representa un 42,30% del total de pernотaciones en casas rurales de Canarias y 8.288 viajeros que son un 29,60% del total.

Por otro lado, en el caso de la Isla de la Palma la evolución en el número de casas ha sido extraordinaria puesto que en los inicios de 1999 solo contaba con 40 casas y ya en el 2005 llegó a las 174, siendo en la actualidad a 214, según analizan Fernández et al (2008).

El turismo rural, tal y como hoy se conoce en la isla de La Palma, surge en los inicios de los años noventa, es por ello que se considera un fenómeno reciente. Por lo tanto, dado que el turismo rural es una actividad que está actualmente en auge dentro del sector turístico, tal y como comentamos anteriormente en el estudio, que la Isla de La Palma ha visto incrementado el número de casas y que es una de las regiones con mayor número de pernотaciones en alojamientos de turismo rural, consideramos que sería importante impulsar este sector y realizar mejoras que impulsen el crecimiento de esta actividad en la zona.

Una de las posibles estrategias para su impulso y mejora competitiva podría ser la introducción de innovaciones con objeto de buscar ventajas competitivas, junto con otras fórmulas como la promoción.

2.4. LA INNOVACIÓN.

2.4.1. El concepto de innovación.

Antes de comenzar con las tendencias de innovación en la oferta de turismo rural, es importante tener en cuenta lo que se entiende por innovación.

El **término innovación** no tiene una definición concreta, puesto que cada autor ha ido modificándolo y ampliándolo según ha ido evolucionando la utilización del mismo.

Según La Real Academia Española de la Lengua (2001), la innovación es, en su primera acepción, la acción y el efecto de innovar; siendo innovar mudar o alterar algo, introduciendo novedades. En su segunda acepción la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.

Por otro lado, el Manual de Oslo define la innovación como “la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas” (Sánchez y Castrillo, 2006:47).

Además, a lo largo de los años, el concepto de innovación ha variado según los avances en la estrategia empresarial. La variación del entorno ha sido más rápida de lo que era, teniendo las empresas que adaptarse a los cambios cada vez con mayor rapidez, es por esto que la innovación se ha convertido en la forma de supervivencia de muchas empresas y por ello estos dos conceptos, de innovación y supervivencia, pasan a estar

relacionados, como se cita en la publicación de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (1994).

En el siguiente cuadro 2.1, se refleja cómo ha variado con los años la idea que se tiene de estrategia empresarial. Las modas, cada vez más cambiantes, hacen que el ciclo de los productos sea más corto. Se busca la innovación para poder ofrecer siempre algo nuevo al consumidor, que cuenta con un amplio abanico de posibilidades donde elegir, creándole nuevas y cambiantes oportunidades de satisfacer su necesidad de ocio; intentando al mismo tiempo superar o adelantar a la competencia.

Es por ello que en el turismo se busca poder ofrecer a cada consumidor la satisfacción de sus deseos, surgiendo así diferentes tipos de turismo, como el turismo rural. Se trata de dejar a un lado o superar el típico turismo de sol y playa. Inclusive dentro del mismo turismo rural la innovación se mantiene de forma continuada, para atraer a más clientes y/o superar a los competidores.

Cuadro 2.1: Los cambios en la estrategia empresarial.

ENFOQUE TRADICIONAL (entorno y competencias estáticos)	ENFOQUE ACTUAL (entorno y competencia dinámicos)
<p>Rasgos característicos de la competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ciclos de vida largos. • Necesidades estables de los clientes. • Mercados nacionales o regionales bien definidos. • Competidores claramente identificados. 	<p>Rasgos característicos de la competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los ciclos de vida de los productos se acortan y se aceleran. • Necesidad cambiante de los clientes. • Mercado internacional o global donde desaparecen progresivamente las barreras institucionales. • Los nuevos competidores proliferan.
<p>La competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Guerra de posición” para defender una cuota de mercado. 	<p>La competencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Guerra de movimiento” que reduce el valor económico y estratégico de la cuota de mercado nacional.
<p>Clave de la ventaja competitiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Donde y como competir. 	<p>Clave de la ventaja competitiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar nuevos productos y explotarlos rápidamente.
<p>Las condiciones de compromiso competitivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear una cartera de productos. 	<p>Las condiciones de compromiso competitivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear una cartera de competencias tecnológicas.

Fuente: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (1994).

Dado que el turismo es un subsector terciario, el tipo de innovación del que podemos hablar es la innovación en los servicios ofrecidos al turista: “por innovación en servicios podemos entender el cambio producido en el negocio por la adición de un nuevo elemento o por la nueva combinación de los viejos” (Sundbo-Gallouj, 1998, citado por Álvarez, Díaz y Álvarez, 2001, p. 57).

2.4.2. Tipos de innovación.

Es muy complejo catalogar los tipos de innovación ya que cada autor no solo tiene su propia definición sobre la innovación, sino que también cada uno tiene una clasificación diferente en cuanto a las diferentes innovaciones que se pueden desarrollar.

En este estudio se ha optado por tener de referencia la clasificación que se realiza en el Manual de Oslo, que incluye cuatro tipos de innovación según su naturaleza, tal como se recoge en el siguiente cuadro 2.2.

Cuadro 2.2: Tipos de Innovación en el Manual de Oslo 2006.

Innovación de productos: Representan cambios importantes en las características de los productos o servicios, e incluyen tanto aquéllos que son completamente nuevos, como los que han experimentado mejoras sustanciales.

Innovación de procesos: Representan cambios significativos en los métodos de producción o distribución.

Innovación de marketing: Comprenden la puesta en marcha de nuevos métodos comerciales y pueden suponer cambios en el diseño y la presentación del producto, en la promoción y posicionamiento del mismo o en los métodos de fijación de precios.

Innovación organizacional: Se refieren a la aplicación de nuevos métodos organizativos. Pueden ser cambios en las prácticas empresariales, en la organización del trabajo y en las relaciones externas de la empresa.

Fuente: Manual de Oslo (Sánchez y Castrillo, 2006).

2.4.3. La innovación en la oferta de turismo rural.

El turismo rural en sí ha supuesto una serie de innovaciones importantes en la estructura del mercado español (Soret, 1999:721). No obstante, según se puede entender, no existe la innovación del turismo rural en sí, esta se encuentra englobada en la innovación del sector servicios.

“La literatura sobre innovación en servicios es muy reciente y de hecho, la evidencia empírica y los estudios sobre innovación en servicios se centran en sectores intensivos en conocimiento y de alta intensidad tecnológica” (Jacob, 2009: 24).

Sin embargo, tal y como señalan Álvarez, Díaz y Álvarez (2001:55), “existe una notoria laguna de estudios sobre innovación aunque es precisamente el sector servicios el que ha experimentado un mayor crecimiento y el que ha generado más empleo en los últimos años, razón por la cual algunos autores ha comenzado a dirigir su esfuerzo investigador hacia la comprensión de la innovación en dicho sector”.

Esto puede ser debido, como señalan Gallouj-Weinstein (1997), citado por Álvarez, Díaz y Álvarez (2001:56), a que “la teoría de la innovación se ha desarrollado basándose esencialmente en el análisis de la innovación tecnológica en actividades industriales y, por otra, por las propiedades específicas de las actividades de servicios,

particularmente, la naturaleza “borrosa” de su output que hace extremadamente difícil su medición”.

A pesar de esto, la situación económica actual pone de relieve la necesidad de buscar nuevas formas de crecimiento empresarial. La innovación es una de las principales palancas de crecimiento y desarrollo de la economía en general y por tanto, del sector turístico.

Una de las estrategias que se contemplan para el crecimiento empresarial es la estrategia de innovación “intensificar el I+D en la empresa con el fin de potenciar el lanzamiento de nuevos productos, la venta de tecnología, la independencia técnica respecto a otros países, etc.” Aunque no siempre persigue el crecimiento en sí mismo puesto que “estas estrategias no implican necesariamente el crecimiento de la empresa, sino que pueden perseguir también la supervivencia de ésta al adaptarse a los cambios tecnológicos y seguir en posición competitiva” (Martín, 2009: 352).

En el caso de la **Comunidad Autónoma de Canarias**, “predomina una política de innovación, orientada fundamentalmente hacia el sector industrial. Sin embargo, cabe pensar que el peso del sector turístico en las islas obligaría a que cualquier estrategia dirigida a mantener el crecimiento y la competitividad de la economía canaria tenga que tener forzosamente en cuenta, en primer lugar las actividades turísticas. Por ello, como se señala en el Libro Blanco de Turismo Canario, la mejora de la competitividad de la producción turística debería figurar como uno de los objetivos más relevantes de la política turística actual” (Álvarez, Díaz y Álvarez, 2001:209).

No obstante, en Canarias existe reducida cultura de innovación. La falta de innovación determina modelos de negocio poco abiertos al cambio y con personal de baja cualificación por lo que resulta evidente la necesidad de dinamización del sistema del destino, más allá de la simple renovación urbanística. Para ello, resulta necesario integrar mejoras e innovaciones en los procesos clave de modelos de negocio, procesos de servicio, gestión y procesos de marketing. Además, se requiere la incorporación de nuevos productos y servicios” (PROMOTUR Turismo de Canarias, 2012: 27).

3. OBJETIVOS Y METODOLOGIA.

3.1. OBJETIVOS.

El objetivo fundamental de este trabajo es profundizar en el conocimiento del proceso de innovación en los alojamientos de turismo rural en Canarias y, más concretamente, en las casas rurales en la isla de La Palma.

Como objetivos concretos podríamos citar:

- Llevar a cabo un análisis del papel y la relevancia de la innovación en este tipo de alojamiento turístico.
- Conocer cómo afecta la realización de innovaciones en el turismo rural en cuanto a la afluencia de público, y la variación de esta, durante los años del estudio.
- Determinar qué tipo de innovaciones son las más importantes y cuales están aún por explotar.
- Establecer los impulsos por los cuales se llevan a cabo las innovaciones y, por el contrario, cuales son los motivos que impiden que se puedan llevar a cabo o se ralentizan las actividades de mejora.

Todo ello a partir del análisis cuantitativo de la innovación llevada a cabo por los propietarios de las casas rurales en la isla de La Palma.

3.2. METODOLOGÍA.

En la figura siguiente se definen los pasos de la metodología seguida para lograr los objetivos del estudio.

Figura 3.1: Metodología del estudio.



Fuente: Elaboración propia.

En la primera fase, se realizó la planificación del estudio y se elaboró el cuestionario que se adjunta como anexo al presente trabajo.

Una vez planificado y validado el cuestionario, se lanzó la encuesta a los propietarios de casas rurales en la isla de La Palma, seleccionadas a partir del censo oficial de casas rurales en la isla proporcionado por la Consejería de Turismo y Transportes del Cabildo

Insular de La Palma. Este registro oficial contiene los establecimientos ordenados por población, dirección, número de plazas, nombre y uso.

El censo está situado en abril de 2014 en 214 casas, con una distribución municipal de casas rurales y plazas de alojamiento existentes en la isla tal como se muestra en la tabla siguiente (Tabla 3.1). No obstante, destacar que a lo largo de la elaboración del estudio, se puso de manifiesto que existen casas rurales que no aparecen en el censo del Cabildo Insular.

Tabla 3.1: Casas y plazas por municipios.

MUNICIPIO	Nº DE CASAS RURALES	Nº DE PLAZAS
BARLOVENTO	8	39
BREÑA ALTA	9	58
BREÑA BAJA	6	32
FUENCALIENTE	22	87
LLANOS DE ARIDANE, LOS	3	17
PASO, EL	12	54
PUNTAGORDA	14	56
PUNTALLANA	20	92
SANTA CRUZ DE LA PALMA	6	25
SAN ANDRÉS Y SAUCES	5	24
TAZACORTE	1	3
TIJARAJE	25	91
VILLA DE GARAFÍA	38	139
VILLA DE MAZO	45	189
TOTAL	214	797

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Cabildo Insular de La Palma.

La muestra inicial del estudio, está compuesto por casas de los diferentes municipios. Estas han sido seleccionadas por recomendaciones, ya sea por la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita, por el departamento de turismo del cabildo de La Palma, o por La Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma (ADER), entidad sin ánimo de lucro, la cual financia y gestiona iniciativas de carácter local, promovidas por entidades públicas, entidades privadas, empresas y particulares.

La imposibilidad de realizar la entrevista a los 22 propietarios, y que la muestra final sea de 20, se debe a la imposibilidad de contactar con los mismos.

Por otro lado, hacer referencia a que del total de las 6 casas que figuran en el municipio de Santa Cruz de la Palma, en la tabla anterior, no son todas casas rurales como indica la definición que hemos aportado, puesto que algunas de estas casas se encuentran en suelo urbano no en suelo rural (características de casa rural) pasándose a denominar casa emblemática. Sin embargo, como el resto de características no difieren y, para llevar a cabo innovaciones, están en igualdad de condiciones, se han incluido dos de estas casas en el estudio.

En la Fase III, se procedió a la búsqueda de literatura y otros estudios sobre el tema objeto del trabajo. Además en la fase de recogida de información bibliográfica se ha consultado con otros agentes tales como, organismos públicos y asociaciones, para completar los datos recogidos en la encuesta

Finalmente, se analizaron los datos obtenidos para establecer las principales conclusiones detalladas en el capítulo quinto del presente trabajo.

Tabla 3.2: Ficha Técnica del estudio.

Universo del estudio	Casas Rurales
Ámbito geográfico	La Palma
Población	214 casas rurales
Método de recogida de información	Encuestas realizadas a los propietarios
Proceso metodológico	Entrevistas telemáticas y telefónicas
Procedimiento de muestreo	Aleatorio simple
Tamaño de la muestra inicial	22
Tamaño de la muestra tras el tratamiento de los datos	20
Fecha de recogida de información	De marzo a mayo de 2014
Tratamiento de la información	Hojas de cálculo. Excel 2010.

Fuente: Elaboración propia.

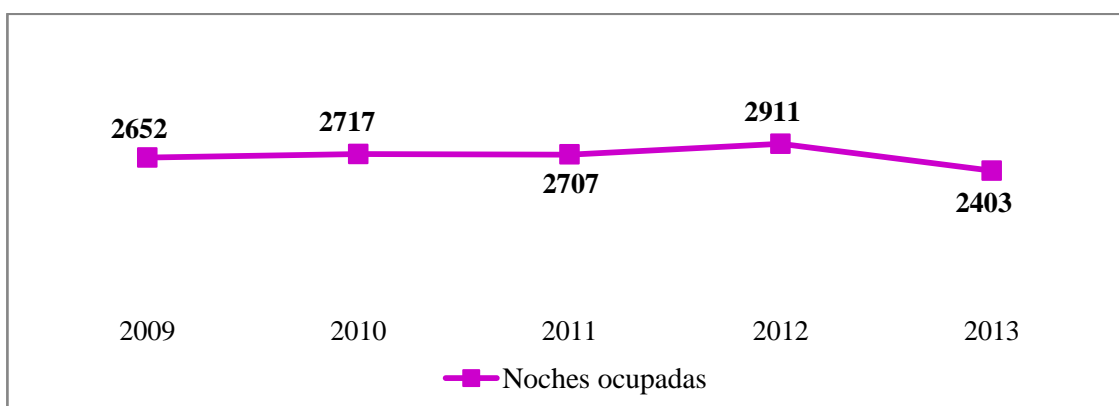
4. RESULTADOS ALCANZADOS.

4.1. NÚMERO DE NOCHES OCUPADAS.

Antes de comenzar con los resultados en cuanto a innovación, y con el objetivo de poder realizar una comparativa entre la innovación realizada y la demanda que este tipo de alojamientos ha tenido en los últimos años, se pidió a los propietarios que detallaran el **número de noches ocupadas** (medida de la ocupación en los registros de las asociaciones de turismo rural).

En el gráfico 4.1 se muestran las noches ocupadas, en los diferentes años de estudio, en el conjunto de las 20 casas. Se puede observar una evolución lenta pero positiva en los primeros años, y aunque, entre el 2010 y 2012 se observen fluctuaciones, no es hasta 2013 cuando se nota una clara caída en el número de noches ocupadas. No obstante, en estos años este tipo de actividad como otras está afectada por la crisis, con lo cual la evolución no se refleja tan claramente cómo debería.

Gráfico 4.1: Noches ocupadas en las casas rurales del estudio.

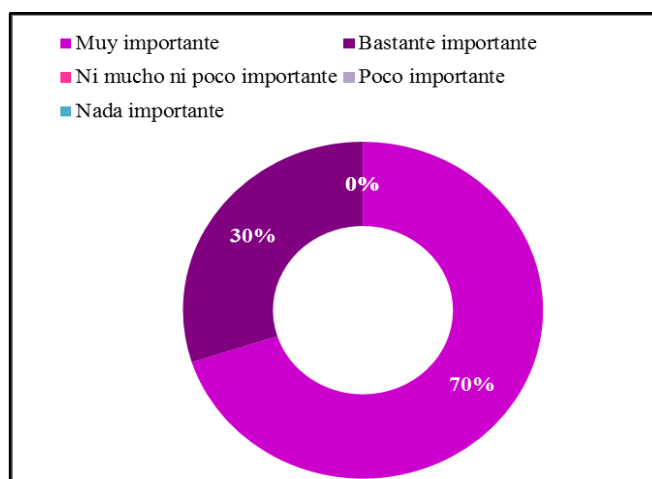


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

4.2. IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN.

En la encuesta se pidió a los entrevistados que eligieran el nivel de importancia que suponen las innovaciones para la consecución de un buen desempeño en su actividad. El resultado de esta evaluación se encuentra reflejado en la siguiente gráfico 4.2.

Para todos los propietarios la innovación es un concepto **bastante importante**, pero no se queda ahí, ya que para el 70 % de los entrevistados la innovación es una necesidad competitiva. No se trata solo del crecimiento, si no que les ayuda a mantenerse al mismo nivel con respecto a la evolución del mercado en general o de sus competidores en particular. Como se puede ver para ninguno de los propietarios entrevistados la innovación pasa como algo inadvertido.

Gráfico 4.2: Importancia de la innovación para el empresario de casa rural.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

4.3. TIPOLOGÍA DE INNOVACIÓN ANALIZADA.

Como hemos destacado inicialmente es difícil clasificar las innovaciones, pero en este caso se ha optado por tener de referencia la clasificación realizada en el Manual de Oslo, detallada en el punto 2.4.2 del segundo capítulo, que incluye cuatro tipos de innovación.

Como se observa en el Gráfico 4.3, en su mayoría los cambios realizados por las casas rurales según su naturaleza son **innovaciones de productos**.

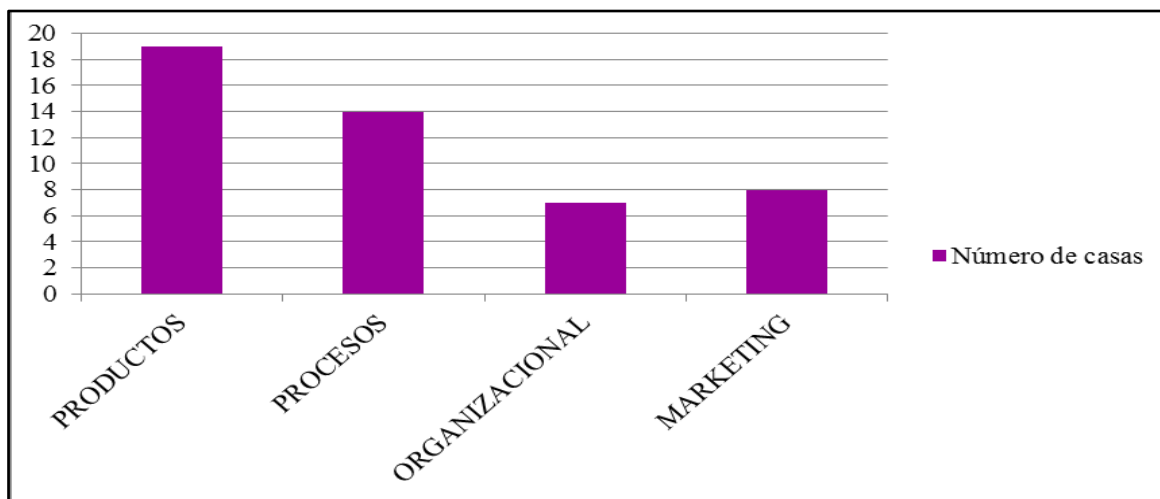
La conexión a internet es una de las innovaciones más referenciada en las encuestas, sin quedarse atrás la adquisición de productos para la implementación del turismo astronómico como son los telescopios, prismáticos, punteros laser, o libros para mejorar el conocimiento sobre el cielo que tan cuidado está en la Isla. Esta temática está cogiendo fuerza en la isla desde 2011, ya no solo en establecimientos extra-hoteleros, sino que se amplía a establecimientos de restauración y espacios al aire libre, como miradores que se han preparado para una buena observación del cielo.

En segundo lugar, se encuentra la **innovación de procesos**. Las innovaciones más nombradas en este punto son las de facturación automática y auto-reserva a través de internet. Sin embargo, se desprende la necesidad de las Casas Rurales de ponerse al día en los servicios telemáticos, cada vez más utilizados en nuestras vidas, y muchas veces agilizando la contratación de los servicios ofrecidos.

Por otro lado las **innovaciones en marketing** no se han realizado tanto como se podría esperar en la época actual, en donde la tecnología y la búsqueda de información o de reservas se realizan por internet, destaca que no se encuentra la presentación del producto o la promoción del mismo de manera digital. Esta situación puede deberse a que la mayoría de casas están inscritas en la Asociación de Turismo Rural Isla de la Palma, y que es ésta la que se encarga de que todas las casas incluidas en la oferta alojativa tengan presencia en internet desde que entraron a formar parte de dicha entidad.

Por último es la **innovación organizacional** la que menos presencia tiene, aunque esta información se puede entender como normal puesto que cada casa de manera individual no es una empresa en sí, ni cuenta con empleados como para que sea necesaria la mejora en las prácticas empresariales o en la organización del trabajo.

Gráfico 4.3: Tipos de innovación implementada en las casas rurales entre los años 2008-2013.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

La Innovación ha sido realizada de forma continuada en el tiempo. El 67% ha señalado que estos tipos de innovación se han ido realizando paulatinamente a lo largo de los años, mientras que el 33% ha señalado que ha sido puntual.

4.4. GRADO DE INNOVACIÓN.

En cuanto al **grado**, en todos los casos se han considerado dos categorías: Innovación radical, esto es, totalmente nuevo en el mercado, e innovación gradual, es aquella que consiste en mejorar o modificar los aspectos concretos con modificaciones sustanciales, similares o leves respecto al mercado.

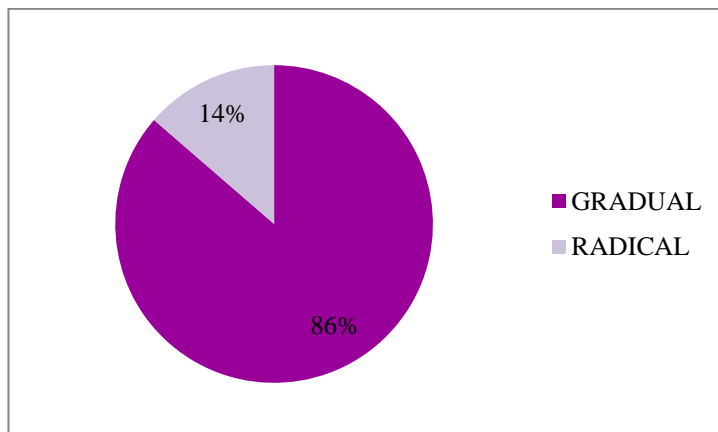
La información obtenida revela, como se observa en el gráfico 4.4, a continuación, que el mayor número de acciones se ha realizado de forma gradual, o sea pequeñas mejoras, por tanto similar a lo que se realiza en otros establecimientos en la zona.

Destacar también, el hecho de que algunos participantes consideran que la innovación realizada es totalmente nueva en el mercado. Un 14% de los encuestados señalan que el tipo de innovación ha sido radical.

De este 14% podemos destacar la creación de la página web www.lapalmaestrellas.com y el cambio de decoración de toda la casa con motivo de la tematización del astro-

turismo. Por otro lado, entre otras, también señalan como innovación radical la construcción de un mirador astronómico en la finca o la construcción de una barbacoa.

Gráfico 4.4: Grado de innovación.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

4.5. ASPECTOS CONDICIONANTES DE LA INNOVACIÓN.

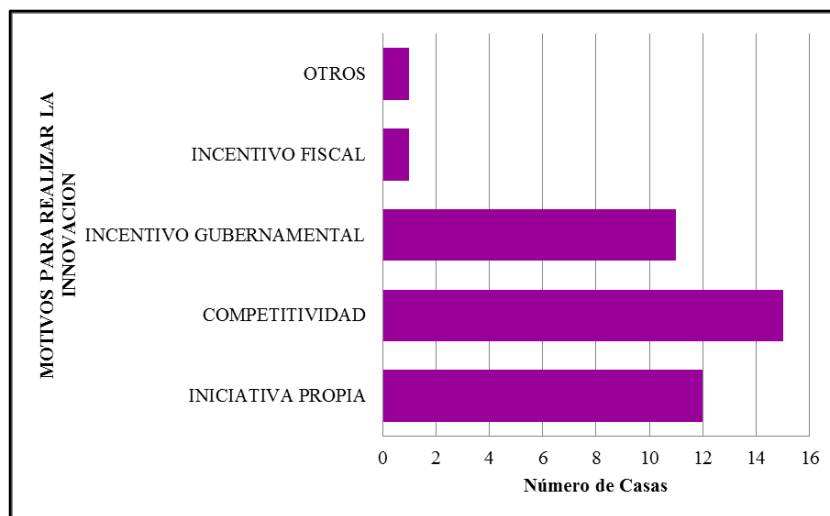
Como se observa claramente en el gráfico 4.5., la mayoría de casas innova por la búsqueda de competitividad, ya sea para superar a los competidores o para igualarlos o para sobrevivir. Por lo tanto es una iniciativa propia e individual de cada casa y de su propietario en concreto.

Después de la competitividad, la iniciativa propia es uno de los **motivos** principales a la hora de que se lleven a cabo las innovaciones en las casas, ya que aunque el apoyo de la asociación es muy importante, estos no pueden tratar con todo.

Por otro lado los incentivos gubernamentales son también un motivo importante a la hora de llevar a cabo una innovación, ya que desde el inicio de este tipo de actividad turística, y sobre todo en este entonces, en la isla el Cabildo Insular entre otros dio incentivos a la mejora o puesta en marcha de muchas de las viviendas, incluso cuando nadie creía en el éxito de esta actividad, tan es así, que una de las propietarias entrevistadas cuenta que cuando comenzó con esto incluso la llamaron loca.

A pesar de lo ya nombrado, de que la mayoría de innovaciones sean por iniciativa propia, nos encontramos con la curiosidad de que en un caso, se refleja en el apartado “otros”, que la innovación se ha llevado a cabo por la insistencia de la asociación para que estuviera al mismo nivel que el resto de casas rurales.

Gráfico 4.5: Motivos de la innovación.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

La principal **barrera** que se encuentran los propietarios a la hora de la realización de innovaciones, en la mayoría de los casos, es la falta de recursos financieros, como se puede observar en el gráfico 4.6.

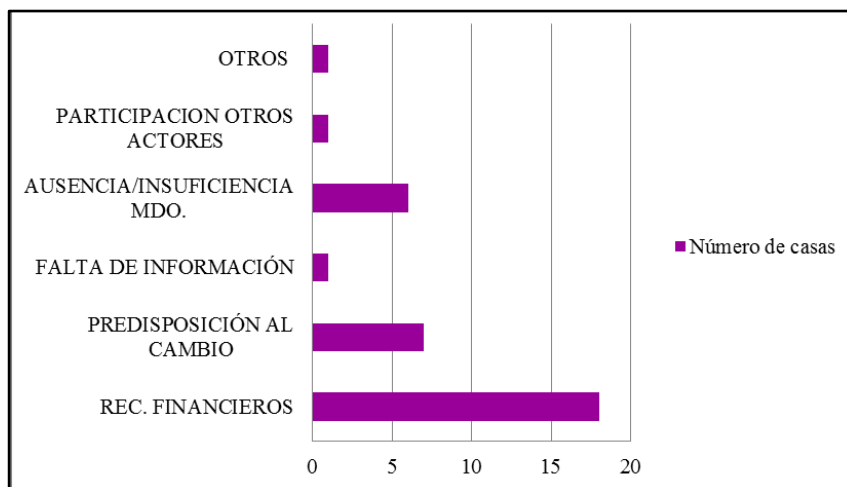
La crisis, tema candente, no podía pasar desapercibida, pues es el mayor impedimento de los propietarios para poder mejorar su producto. También se puede entender que la propia crisis sea el motivo de varios impedimentos más, pues señalan también la ausencia de mercado o la insuficiencia de visitantes, que como hemos visto anteriormente, se ha visto disminuido, sobre todo en el 2013. Estos factores han influido en la caída de ingresos, debido a todo ello, los propietarios temen el fracaso de los cambios, no porque estos no sean buenos sino porque no van a poder ser amortizados en los gastos ni podrán ser correspondidos por los clientes.

Por otro lado, algunos de los propietarios señalan que a pesar que siempre se publicita la colaboración de instituciones públicas, refiriéndose a las “supuestas” subvenciones del Cabildo Insular, nunca han llegado a ver esto como una realidad.

Con todo ello podríamos hablar de una cultura de acomodación, puesto que no todos los cambios tienen que costar dinero, como por ejemplo las innovaciones en procesos o las posibles colaboraciones con otras instituciones u otras empresas de turismo, que podría suponer una ventaja para ambos.

Un dato a resaltar, que no se había tenido en cuenta a la hora de realizar la encuesta, pero que alguno de los entrevistados lo han reflejado, es la localización y espacio como impedimento a la mejoras. Ya sea porque la situación de la casa impide llevar a cabo innovación, como por ejemplo la conexión a internet, o porque la ampliación, añadir habitaciones por ejemplo, no se puede llevar a cabo.

Gráfico 4.6: Barreras a la innovación.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

4.6. LA COLABORACIÓN.

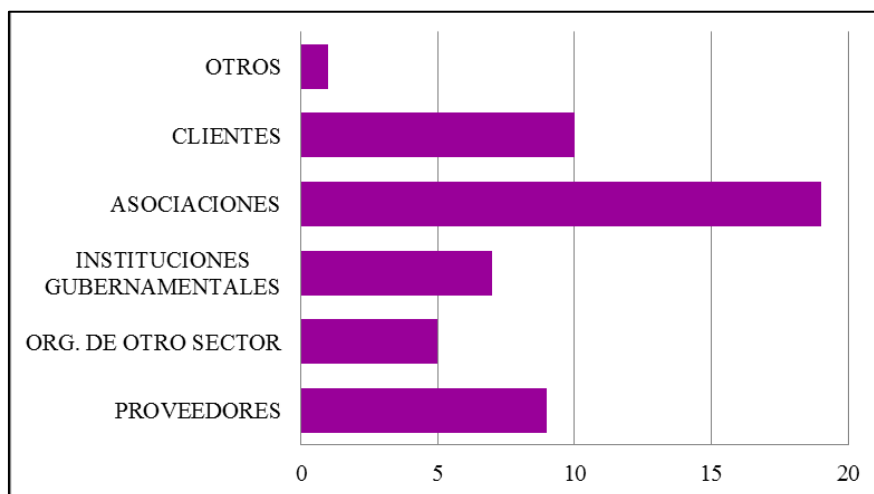
Según la información que desprende del cuestionario, las **asociaciones** son el pilar fundamental para el buen funcionamiento de las casas rurales, así como para las mejoras o innovaciones que se producen.

No hay dudas de que la Asociación realiza multitud de trabajos para el buen funcionamiento de esta actividad. Como alguna de las actividades, que podríamos resaltar, para el correcto funcionamiento de las casas rurales, sería que facilita una ficha propia explicativa en 5 idiomas (español, francés, inglés, alemán, y desde 2011 también en holandés) con precios, disponibilidad on-line, mapa de situación, fotografías, etc. Además, a lo largo del estudio, nos informaron de que se encuentran en medio del proceso de implantación de un sistema de reservas online puro en su web, y que los clientes reciben a los 3 días un cuestionario de satisfacción para que valoren la casa en la que se han alojado. Las opiniones manifestadas aparecen publicadas en la ficha de la casa en la web, para que futuros clientes puedan consultarlas y les ayuden a decidirse por una u otra casa.

Ya actualmente, al existir el contacto directo con los clientes, existe la colaboración de estos, sin duda con la introducción de la encuesta de satisfacción que la asociación hace llegar a los clientes esta colaboración cada vez será mayor y ayudará a mejorar los posibles fallos que puedan existir.

También hay resaltar que en algunos de los casos, además de la asociación, nos dieran como principal agente de colaboración, ya sea para el correcto funcionamiento de la actividad así como para la realización de mejoras, a la familia. Un dato como se ha dicho curioso pero no por ello con menos importancia ya que la mayoría son empresas familiares con un 50% del capital en manos de miembros de la misma familia, normalmente herencias de casas o fincas.

Gráfico 4.7: Colaboración.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

No obstante, aunque la colaboración con las Asociaciones es importante no hay que olvidar a otros agentes que intervienen en el mercado y que podrían ayudar al impulso de la actividad. Se podría tener en cuenta el senderismo en la isla, que es una actividad que está cogiendo fuerza más aún si cabe en los últimos años. Las casas podrían beneficiarse del crecimiento organizando actividades en medio rural, mediante una asociación con la Red de Senderos de La Palma, e incluso visitas guiadas al Observatorio Astrofísico del Roque de los Muchachos, las cuales ya existen pero no se ofrecen conjuntamente, y con esto poder ofrecer un servicio extra a la hora de alquilar la casa rural. Con ello se beneficiaría tanto el observatorio, la casa rural como el visitante pues podría conocer los misterios del cielo que tanto se cuida en la isla, así como las increíbles vistas incluso de las islas vecinas, solo con una visita a “los 2.426 m de altitud sobre el nivel del mar, a través de 200 curvas cerradas. A un mundo por encima de los árboles y las nubes, compuesto de arbustos y enormes (también surrealistas) cúpulas (Crosby, 2013: 1).

Esto, aparte de innovaciones que no suponen coste, facilita la planificación de los visitantes, manteniéndolo siempre informado de actividades que se realicen en la isla en los días que estos la visitan y con ello hacerles una estancia más amena.

4.7. INICIATIVAS PRIVADAS Y PÚBLICAS PARA LA MEJORA DE LA INNOVACIÓN.

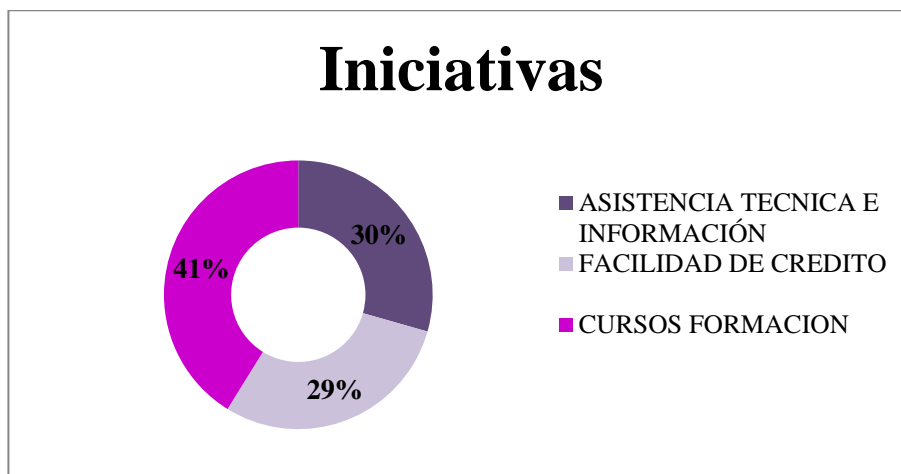
Según la información que se obtiene del gráfico 4.8, realizada a partir de los datos obtenidos en el cuestionario, nos encontramos con la respuesta más igualada de toda la encuesta, puesto que ninguna de las opciones sobresale por encima de las demás de forma extremada.

Aunque igualadas, como se observa en el gráfico 4.8, la **facilidad de crédito** es la opción menos nombrada, lo cual es razonable en la época en la que es realizado el

estudio, y viendo que en respuestas anteriores ya aparece la financiación como principal obstáculo.

Por otro lado, gracias a la introducción de mejoras y de productos relacionados con el astroturismo, algunas propietarios han informado que el Cabildo va a ayudar con la adquisición de estos productos, por lo cual con el tiempo, mejorará este punto.

Gráfico 4.8: Iniciativas de Instituciones para incentivar la innovación.



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta realizada.

La mayoría de las respuestas se han referido a los **cursos de formación**, como iniciativa primordial para fomentar la posibilidad de realizar innovaciones.

Algunos de los cursos, han sido nombrados en las entrevistas así como en las reuniones realizadas con el Cabildo Insular. Así también por la Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma, la cual se dedica entre otras muchas actividades el fomento de turismo rural, y por la Asociación Isla Bonita. Destacamos en el siguiente cuadro 4.1. algunos de los cursos impartidos.

Cuadro 4.1: Cursos y talleres para la mejora del turismo rural.

Año	Curso/ taller	Realizador
2010	Seminario de productos uso público y ocio en la naturaleza.	ADER
2010-2011	Programa formativo en astroturismo	ADER
2011	Emprendedores en astro turismo	ADER
2011	Programa Formativo Jueves Tecnológicos	
2011-2012	Formación empresarios para nuevo producto turístico.	Astrotur, Isla Bonita S.L.
2012	Talleres de astronomía	Cabildo Insular
2013	Comercialización de producto astroturismo	Cabildo Insular

Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por el Cabildo, ADER y Asociación Isla Bonita y los empresarios entrevistados.

En segundo lugar de las iniciativas de ayuda y apoyo se encuentra la **asistencia técnica e información**, que prestan tanto el Cabildo Insular como ADER y las Asociaciones.

La Red de Centros Temáticos de la Isla y la calidad de la oferta de casas rurales, son el legado visible de estas actuaciones que se pueden observar en la siguiente dirección web: (<http://www.aderlapalma.org/presentacion/>).

5. CONCLUSIONES.

Primero, y ante todo, se ha de tener en cuenta que el estudio se ha llevado a cabo íntegramente en la isla de La Palma, isla no capitalina del archipiélago canario, con ello entendemos que junto a lo nombrado en todo el análisis, un factor que siempre estará presente es la doble insularidad y la dificultad de comunicación, que va a afectar al acceso turístico a la misma.

En segundo lugar a pesar de que se vea el turismo rural como algo complicado, y que se haya frenado en los últimos años, es un sector que, en la isla, ha tenido una evolución espectacular a partir del año 1999, en que solamente había 40 Casas Rurales oficialmente reconocidas.

Por lo tanto, teniendo en cuentas estas consideraciones y el estudio elaborado, podríamos extraer las siguientes reflexiones:

- Se deduce claramente de las respuestas de los propietarios que la innovación es un tema que no pasa desapercibido en ningún momento, aunque deberían fomentarla más y practicarla más intensamente en todas las casas rurales, ya que esto influye en la ocupación, así como en la imagen que tiene que tiene el turista del turismo rural en Canarias, concretamente en La Palma.
- Aunque la realización de innovaciones ha repercutido en la afluencia de público, esta no se ha podido apreciar claramente, puesto que se ha visto influenciada por la crisis que vivimos estos años. La crisis en estos días afecta al sector turístico en general, y se entiende que es un impedimento a la hora de mejorar la oferta alojativa, lo que repercute en la disminución de la ocupación.
- Por otro lado dentro de los tipos de innovación, se debería trabajar más en las mejoras en el marketing, dado que prácticamente no se publicitan sino a través de la Asociación. También se deberían aumentar más aun las innovaciones en productos, puesto que quedan muchos puntos que no se han tocado y pueden ser motivo de diferenciación.
- Aunque la falta de medios económicos para la realización de innovaciones es el principal impedimento, gracias a la labor de la Asociación de Turismo Rural Isla Bonita y el trabajo de ADER, junto con el apoyo de Cabildo Insular, se han podido llevar a cabo numerosos proyectos de mejoras de las Casas Rurales por lo que es importante seguir con el apoyo de estas organizaciones a los que se podrían añadir algunos incentivos económicos.

- Por otra parte, dado que la mayoría de propietarios han señalado la formación como el principal motivo para innovar y que el número de casas rurales va en aumento, sería recomendable continuar con la organización de cursos tanto de gestión interna, atención al cliente, fiscalidad, etc.
- Dado que en los últimos tres años, se está llevando a cabo el proyecto de astroturismo, importante innovación que llevan a cabo la mayoría de las Casas Rurales, y que las anteriores innovaciones fueron más dispersas en los años, podemos concluir que las innovaciones influyen en la cantidad de noches ocupadas. Por lo tanto, siendo esta relación cierta no debería haber descansos entre unas innovaciones y otras sino estar en continuo movimiento.
- Con respecto al hecho de que muchas casas no se encuentran en un registro oficial, se debería tratar con delicadeza e intentar que estén todas registradas correctamente, compitiendo entre ellas de manera “legal”, dado que pueden llegar a convertirse en una amenaza al crear una imagen negativa por no respetar servicios y/o calidad mínimos.
- Se deberían potenciar otras colaboraciones con diferentes agentes que impulsen el sector y a su vez la economía general de la isla de La Palma, como por ejemplo, la Red de Senderos de la Palma, el Observatorio Astrofísico del Roque de los Muchachos, entre otros.

6. BIBLIOGRAFÍA.

- Álvarez, J.A.; Díaz, F. M. y Álvarez, I. (2001). El sistema de innovación y el sector turístico. Santa Cruz de Tenerife: Fundación FYDE-CajaCanarias.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (1994). *Principios de organización y sistemas. 7 La innovación en la empresa: factor de supervivencia (1 ed.)*. Madrid: Ediciones graficas ORTEGA.
- BOC (2010). Decreto 142/2010, de 4 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la actividad turística de alojamiento, donde se incluyen los Equipamientos, las Dotaciones Comunes y los Servicios que le son de aplicación. BOC 204 (15 octubre 2010): 26389-26408.
- BOC (2010). Decreto 232/2010, de 11 de noviembre, por el que se establece el régimen aplicable en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma a los establecimientos turísticos de alojamiento en suelo rústico. BOC 228 (19 noviembre 2010): 29583-29585.
- Calabuig, J. y Ministrál, M. (1995). *Manual de Geografía Turística de España (2 ed.)*. Madrid: Editorial Síntesis S. L.
- Crosby, S.M. (2013). *Una espectacular ventana al universo*. La palma: Dragon Tree Publishing.
- Fernández, C.; Díaz, F.M.; Álvarez, J.A.; Jiménez, V. y Bethencourt, M.Y. (2008). *Análisis del mercado de turismo rural de la isla de La Palma: estudio de la oferta*. La Palma, Canarias: Asociación de Turismo Rural Isla Bonita.
- García, J.L. (1996). *El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria, Estudios Turísticos*. Madrid: OMT.
- García, B. (2003). *Marketing del turismo rural*. Madrid: pirámide.
- Instituto Nacional de Estadística (2013). *Encuesta de ocupación en alojamiento de Turismo Rural*. En http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/notaeotr_13.pdf
- Instituto Nacional de Estadística (2003-2013a). *Encuesta de ocupación en alojamiento de Turismo Rural*. Número de viajeros, pernoctaciones y estancia

media.Madrid:<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eotr&file=inebase&L=0>.

- Instituto Nacional de Estadística (2003-2013b). *Encuesta de ocupación en alojamiento de Turismo Rural*. Alojamientos de turismo rural abiertos y plazas estimados, grados de ocupación y personal empleado según comunidades autónomas. En:
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eotr&file=inebase&L=0>.
- Instituto Nacional de Estadística. (2014). *España en cifras*. Madrid:
<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eotr&file=inebase&L=0>.
- Instituto de Turismo de España (Turespaña). (2014). *Plan integral de turismo rural*. Madrid: Autor.
- Jacob, M. (2009): “Bloque temático I: Conocimiento e innovación en la actividad turística”. Publicado en: López, D. y otros. (coord.) (2009). *Innovación Creatividad Nuevos modelos de gestión XI Congreso Internacional de Turismo Universidad Empresa* (1ªed). Valencia: editorial Tirant lo Blanch.
- Martín, I. (2009). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Observatorio del Turismo de Canarias, Turidata (2013). *Establecimientos y plazas autorizadas según modalidad por islas 2013*. Disponible en www.gobcan.es/presidencia/turismo/estadisticas_y_estudios/.
- Peña, M.P. y Jiménez, P. (2004). *Turismo Rural. Manual del Gestor de Alojamientos Rurales*. Córdoba: Almuzara.
- Pina, V. M. (traducción) (2000). *Enciclopedia de Turismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- PROMOTUR Turismo de Canarias, Instituto de Investigación de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Cátedra UNESCO de Planificación Turística y Desarrollo Sostenible de la ULPGC (2012). *Plan Estratégico Promocional Islas Canarias 2012-2016*. Las Palmas de Gran Canaria, Canarias: Autor.

- Sánchez, M.P. y Castrillo, R. (traducción) (2006). *Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación (3 ed.)*. Comunidad de Madrid: Consejería de Educación y Dirección General de Universidades e Investigación. Publicación conjunta de OCDE y Eurostat.
- Soret, P. (1999). *50 años del turismo español un análisis histórico y estructural*. Madrid: Editorial centro de estudios Ramón Areces, S.A.
- Real Academia Española de la Lengua (2001). El *Diccionario de la Lengua Española (DRAE)* (22º ed.). En: <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>
- Valdés, L. y del Valle, E. A. (2006). “Situación y estrategias del turismo en España”. Publicado en: Blanquer, D. y otros. (coord.).(2006). *Turismo en espacios rurales*. Valencia: Tirant lo Blanch.

OTRAS FUENTES BIBLIOGRÁFICAS Y CENTROS DE DOCUMENTACIÓN.

- Asociación para el Desarrollo Rural de la Isla de La Palma. Centro cepropyme, Mazo. (<http://www.aderlapalma.org>).
- Cabildo Insular de la isla de la Palma. Santa Cruz de La Palma.
- Asociación de Turismo Rural Isla Bonita. Santa Cruz de la Palma.

ANEXO

Encuesta realizada para el análisis.

Nombre de la casa rural:

Municipio:

Año de inicio de la actividad:

Número de habitaciones:

Pertenece a asociación (indicar):

Capacidad de personas:

Números de noches ocupadas en los años del estudio.

2009:	
2010:	
2011:	
2012:	
2013:	

Teniendo en cuenta que la innovación incluye, además de la introducción de avances tecnológicos, la introducción de mejoras bien en la organización (introducción de un nuevo método de gestión organizativo o comercial,...), como en productos y servicios ofrecidos (creación de servicios,...), procesos (mejora en los procesos de gestión interna, procesos de cara al cliente,...) o marketing (implantación de nuevos métodos de venta, políticas de posicionamiento,...).

1. ¿Qué importancia le asigna a la innovación para el éxito de su actividad? (marcar con una x)

Nada importante	Poco importante	Ni mucho ni poco importante	Bastante importante	Muy importante (La innovación es una necesidad competitiva)

2. ¿Ha realizado alguna innovación en los últimos 5 años? (marcar con una x)

Si	
No	
No, pero tengo previsto realizar mejoras	

En caso de responder si a la pregunta anterior:

3. ¿Qué tipos de innovación se ha llevado a cabo? (marcar indicando el año)

Innovación en Productos (crear nuevos bienes y servicios o mejorar los existentes)

Alojamiento accesible para minusválidos	
Piscina	
Calefacción	
Acceso a Internet	
Restauración	
Actividades (Senderismo, hípica,...)	
Otras (indicar):	

Innovación en Procesos (Mejora en los procesos de gestión interna, procesos de cara al cliente...)

Reservas a través de internet	
Cambios en gestión administrativa	
Cambios en gestión personal	

Otros (indicar):	
------------------	--

Innovación Organizacional (Mejora en el método de organización de trabajo, creación de relaciones externas...)

Introducción de nuevos profesionales para mejorar la actividad o realizar algo que anteriormente no se llevaba a cabo	
Planes de colaboración con otros agentes	
Otros (indicar):	

Innovación en Marketing (nuevas formas de presentación de los servicios, nuevos métodos de venta,...)

Creación de página web	
Mejoras centro de información o reservas	
Nuevas políticas de fidelización de clientes	
Otros (indicar):	

4. De entre las categorías anteriores, ¿podría detallar el grado de innovación realizado? (marcar con una x)

	Gradual (modificaciones sustanciales, similares o leves con respecto al mercado)	Radical (totalmente nuevo en el mercado)
Productos		
Procesos		
Organizativos		
Marketing		

5. Esta innovación ha sido realizada de forma puntual o continuada en los últimos 5 años. (marcar con una x)

	Puntual	Continuada
Productos		
Procesos		
Organizativos		
Marketing		

6. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor la importancia que se le da a la innovación en su sector? (Marca con una x)

Somos líderes	
Seguimos a otros	
Nos hemos quedado atrás en términos de innovación	

7. ¿Cuáles han sido los principales motivos para realizar la innovación? (marcar con una x)

Iniciativa propia	
Competitividad en el mercado (imitar-adelantar)	
Incentivo gubernamental (subvención, ayuda, créditos subvencionados, cursos,...)	
Incentivos fiscales	
Otras (indicar):	

8. ¿Cuáles han sido los principales impedimentos para las acciones innovadoras?

Recursos financieros	
Aptitud y predisposición al cambio	
Falta de información	
Ausencia/insuficiencia de mercado	
Participación y consenso de otros actores socioeconómicos e instituciones públicas.	

Otros (indicar):	
------------------	--

9. ¿Ha establecido un plan de colaboración con alguno de los siguientes grupos que haya influido en la innovación realizada? (Marcar con una X)

Proveedores	
Empresas/organizaciones de otros sectores	
Instituciones gubernamentales	
Asociaciones	
Clientes	
Otros (especificar cuál):	

10. ¿Ha sido participe en alguna de las siguientes iniciativas para la mejora de la innovación en su sector? (marcar con una x)

Servicios de asistencia técnica e información	
Facilidades de crédito (subvenciones, financiación,...)	
Cursos de formación	
Otros (indicar):	