

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Restauración de casas rurales de la “Finca la Pajarita” en Icod de los Vinos

Restoration of rural houses in "La Pajarita Estate" in Icod de los Vinos.

Autor: Carla Feliciano Coll (51153228D)

Tutor: Alberto Jonay Rodríguez Darías

GRADO EN TURISMO

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2022 / 2023
Convocatoria de Julio, 13 de julio de 2023.

RESUMEN

En este documento se encuentra toda la información recabada para la realización del trabajo de fin de grado, que consiste en crear un producto turístico, más específicamente un complejo de casas rurales dentro de la finca de La Pajarita en el municipio de Icod de Los Vinos. La idea es realizar un proyecto atendiendo a los parámetros y criterios exigidos por la Comunidad Autónoma de Canarias para la protección, conservación y mejora de los recursos naturales, teniendo en cuenta la normativa vigente. De esta manera, se apoyará el desarrollo del turismo rural en la isla, una tipología turística complementaria al turismo de sol y playa, y se potenciará, a su vez, el desarrollo de la economía del municipio de Icod de Los Vinos. Del mismo modo, se realizarán todos los estudios y análisis necesarios para llegar al objetivo de saber si la realización de este proyecto obtendrá rentabilidad.

Palabras claves: producto turístico, casas rurales, turismo rural.

ABSTRACT

This document gathers all the information collected for the completion of the final degree project, which consists of creating a tourism product, specifically a complex of rural houses within the La Pajarita estate in the municipality of Icod de Los Vinos. The idea is to carry out a project according to the parameters and criteria set by the Autonomous Community of the Canary Islands for the protection, conservation, and enhancement of natural resources, while considering the current regulations. In this way, the development of rural tourism on the island will be supported, a complementary tourism typology to sun and beach tourism, while also promoting the economic growth of the municipality of Icod de Los Vinos. Likewise, all necessary studies and analyses will be carried out to determine if this project will obtain profitability.

Key words: tourism product, rural houses, rural tourism.

Índice de contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. MARCO TEÓRICO	7
3. PRESENTACIÓN.....	9
3.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	9
3.2. PROMOTOR.....	10
3.3. OBJETIVOS	10
3.3.1. Objetivos del establecimiento.....	10
3.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	11
3.4.1. Misión	11
3.4.2. Visión.....	11
3.4.3. Valores	11
4. DESCRIPCIÓN DE LA FINCA	12
4.1. PLANOS.....	13
4.1.1. Planos de las casas rurales	14
4.1.2. Planos de la casa rural destinada para eventos.....	16
4.2. ENERGÍAS RENOVABLES Y SOSTENIBLES	17
4.3. MUNICIPIO ICOD DE LOS VINOS.....	18
5. NORMATIVA	19
5.1. REQUISITOS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD.....	20
6. SERVICIOS DE LA CASA RURAL	20
6.1. SERVICIOS PROPIOS.....	20
6.2. SERVICIOS EXTERNOS	20
7. PLAN DE OPERACIONES	22
7.1. PROCESOS PRINCIPALES.....	22
7.1.1. Llegada del cliente (check-in).....	22
7.1.2. Salida del cliente (check-out).....	23
7.1.3. Gestión de la casa rural destinada a eventos.....	23
7.2. RECURSOS HUMANOS	23
8. ANÁLISIS EXTERNO	24
8.2. MERCADO.....	25
8.3. COMPETIDORES	26
8.3.1 Casas rurales de la isla.....	26
8.3.2. Casas rurales en Icod de los Vinos.....	28

8.3.3. Zonas rurales más elegidas por los turistas	30
9. PLAN DE MARKETING	30
9.1. DAFO	30
9.2. PUBLICIDAD POR REALIZAR.....	31
9.3 ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DEL MERCADO	33
10. PLAN FINANCIERO	34
11. CONCLUSIÓN	37
12. BIBLIOGRAFÍA.....	38
11.1. OTRAS REFERENCIAS ACADEMICAS	42
12. ANEXO	43

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Foto de almacén 1.....	12
FIGURA 2: Foto de plataneras.....	12
FIGURA 3 Y 4: Imagen satélite de la ubicación de la finca.....	13
FIGURAS 5, 6, 7 y 8: Fotos del interior de la casa rural de los años 40.....	14
FIGURA 9: Planos de casas rurales “Teide” y “Timanfaya”	15
FIGURA 10: Planos de casas rurales “Taburiente” y “Bayuyo”	15
FIGURA 11: Fachada y vistas de la casa rural “eventos”	16
FIGURA 12 Y 13: Planos primera y segunda planta de casa “eventos”	16
FIGURA 14: Fotos tanque 1.....	17
FIGURA 15: Foto almacén 2 con placas solares.....	17
FIGURA 16: Ubicación del municipio de Icod de los Vinos.....	18
FIGURA 17: Foto del drago Milenario.....	18
FIGURA 18: Folleto con QR de las opciones de desayuno.....	21
FIGURA 19: Folleto con QR de las opciones de comida.....	21
FIGURA 20: Imagen de fachada “Casa de Teja”	27
FIGURA 21: Imagen de interior de la Casa Rural “La Chocita”	28
FIGURA 22: Patio canario de la casa rural “El Moral”	28
FIGURA 23: Patio exterior con piscina de la casa rural “Casa Pedro”	29
FIGURA 24: Exterior con piscina de la casa rural “Los Pinos la Ladera”	30
FIGURA 25: Portada de la página web.....	32
FIGURA 26: publicación de Instagram.....	32

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1: Grafico de barras de la evolución del número de casas rurales en España.....	8
GRAFICO 2: Segmento de edad que visita Tenerife.....	24
GRAFICO 3: Islas canarias según porcentaje de visitas.....	26

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Análisis DAFO del negocio.....	31
TABLA 2: Presupuesto de inversión.....	34
TABLA 3: Amortizaciones.....	34
TABLA 4: Estimación de ventas.....	35
TABLA 5: Estimación de costes.....	35
TABLA 6: Cuenta de pérdidas y ganancias.....	36
TABLA 7: Viabilidad del proyecto.....	36

1. INTRODUCCIÓN

El Turismo es un fenómeno global formado por un conjunto de relaciones que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, con fines recreativos, culturales, de negocio, etc. (Walter Hunziker y Kart Krapf, 1942). En el caso de Canarias, el turismo ha supuesto un importante motor económico, motivado por el atractivo de las islas, que cuentan con playas de arena volcánica, que se mantuvieron “prácticamente vírgenes” hasta alrededor de los años 60. (Domínguez, 2008). Es tal la importancia turística de Canarias, que en 2022 obtuvo 17.452 M€ de ingresos, siendo la comunidad autónoma española que concentra mayor gasto por parte de los turistas (Encuesta de Gasto Turístico, 2023).

El turismo en Canarias comenzó siendo un “turismo de élite” ya que llegar a las islas a finales del siglo 18 era un reto que solo personas con cierta posición económica podían vencer. (Verá Galván, 1985) En esta época también se desarrolló un turismo llamado turismo de Salud, científico y de investigación, ya que los ingleses creían que el clima canario curaba ciertas enfermedades respiratorias (Hernández Luis, 2001)

Desde 1920 hasta los años sesenta el turismo canario se vio afectado por las guerras, y el turismo de placer se intensificó al ponerse de moda el baño en las playas. Canarias pasa a mediados del siglo XX a tener 15.000 visitantes anuales.

A partir de los años 60 y hasta los primeros años del siglo XXI el turismo en Canarias se ha ido consolidando y aumentando hasta el denominado como turismo de masas y turismo de sol y playa, una modalidad que destaca por encima de todas no solo en Canarias, sino en España en general. (Domínguez, 2008) “Este producto turístico (turismo de «sol y playa»), ampliamente aceptado por el mercado durante décadas, atraviesa actualmente una fase de madurez en la que su situación, aún sin ser preocupante, sí debe, sin embargo, reorientarse, adaptándose a las nuevas circunstancias.” (Mediano y Vicentes, 2002)

A mediados de los años 90 se empieza a tener coincidencia sobre el crecimiento turístico, y se intenta complementar el turismo de sol y playa con otras modalidades turísticas tales como: turismo rural y agroturismo, turismo de golf, turismo de congresos, turismo de salud, etc. (Domínguez, 2008)

El turismo rural en las Islas Canarias ha surgido como una opción complementaria al turismo masivo de sol y playa, brindando valiosas contribuciones a las economías rurales a través de la generación de renta y ocupación. Su compatibilidad con la conservación del patrimonio natural y patrimonial, así como su capacidad de adaptarse a nuevas formas de trabajo, ha llevado a las administraciones a considerar el turismo rural como una alternativa atractiva. (Cánovas, Garay y Moreno, 2012)

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo rural se define como una actividad turística que se desarrolla en entornos no urbanos con baja densidad demográfica, ofreciendo al visitante una experiencia relacionada con una amplia variedad de productos vinculados a actividades de naturaleza, agricultura, formas de vida rurales, pesca con caña y visitas a lugares

de interés. Esta perspectiva evita la masificación turística y promueve una interacción más auténtica con el entorno.

El desarrollo del turismo rural ha tenido un impacto significativo en las zonas rurales, como indica Martín Jiménez (2000). Esta forma de turismo ha impulsado la rehabilitación de las economías locales al proporcionar una nueva fuente de ingresos que complementa o incluso reemplaza las tradicionales rentas de los pequeños municipios. Además de beneficiar a los propietarios de establecimientos rurales, el turismo rural ha generado efectos positivos en otras actividades productivas locales, como restaurantes, bares, pequeños comercios, construcción, producciones agrarias y artesanales, entre otros.

En el contexto de las Islas Canarias, el turismo rural ha experimentado un notable incremento, según datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR). Entre 2004 y 2012, el número de establecimientos rurales ha aumentado de 196 a 554, reflejando un crecimiento similar en el volumen de plazas, que ha pasado de 2,015 a 7,316 durante el mismo periodo (INE, 2004-2012).

Por lo tanto y atendiendo a todo lo anterior, el objetivo principal de este proyecto es proponer un proyecto de renovación de un complejo de casas rurales ubicadas en una finca del municipio de Icod de los Vinos. Este complejo será una alternativa firme de alojamiento a los grandes hoteles de la isla, y del turismo vacacional de sol y playa. El negocio mezclará la idea de alojarse en una Casa Rural ubicada en una explotación agrícola en activo junto con otras actividades turísticas de la zona, que lo hacen más atractivo y rentable con respecto a la oferta de otros alojamientos típicos de la isla. El complejo consta de cuatro casas, todas ellas equipadas y dotadas de los servicios correspondientes. Así mismo, dispondrá de una sala de reuniones apta para la celebración de eventos y banquetes, casa "eventos". Por lo que, aunque el hospedaje es la actividad y fuente de ingresos principal, también se podrá hacer uso de la sala de eventos para aportar un valor añadido al negocio.

A lo largo del documento se establecerán estudios para concretar el procedimiento y la viabilidad del negocio. Se realizan, además, tanto análisis teóricos como contables, intentando, en el caso de la contabilidad, ajustarse a la realidad lo mejor posible para conseguir un proyecto realista. Tras obtener toda esta información llegaremos a la conclusión de si el proyecto es rentable.

2. MARCO TEÓRICO

Para poder conocer mejor qué es el turismo rural, es necesario empezar introduciendo su evolución y desarrollo, tanto a nivel continental como nacional.

El término de turismo rural se comenzó a visualizar en Europa en el año 1951 con el programa "Gites de France". En los años 70 continuó con el desarrollo del agroturismo, una tipología del turismo rural centrada en actividades agro-culturales, en Alemania y Austria. (Solsona, 2006)

Pasando ahora a la década de los noventa, el turismo rural no contaba con una definición consolidada, muchas veces se confundía con el término de agroturismo. En esta misma época, estaba considerado un producto no homogéneo y cuya oferta se limitaba al alojamiento. "Además, el turismo rural no tiene un espacio propio respecto a otros productos turísticos y a menudo sufre las consecuencias de su imagen de turismo barato." (Valdés, 2004).

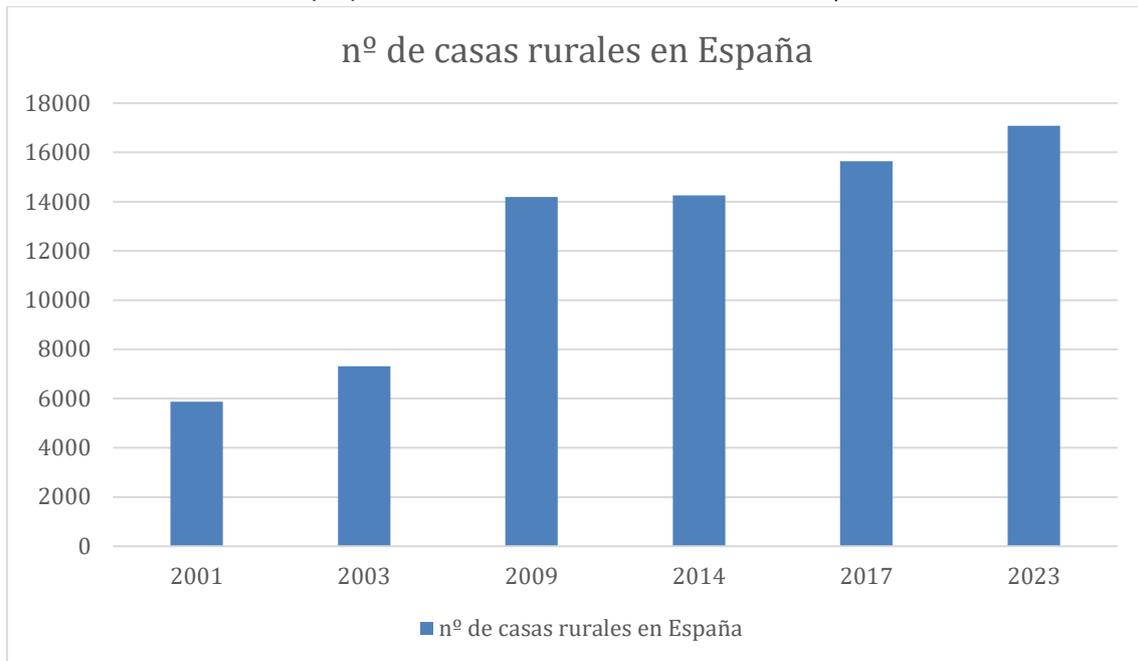
El turismo rural ha sido impulsado por Europa, en parte, debido al interés por activar la economía rural y frenar la migración hacia las ciudades. Entre 1989 y 2003, entre un 2% y un 20% del total de los fondos europeos se destinó al turismo rural (Blanco, 1996). "Además, se establecieron programas orientados específicamente al turismo rural, como el Reglamento 797/85 relativo a la mejora de la eficiencia de las estructuras agrarias". (Solsona, 2006)

En el 2003, en Europa ya había 190.000 establecimientos rurales (Eurogites, 2003). Hoy en día ya se puede considerar el turismo rural como "un poderoso agente de desarrollo rural" (Hall, 2003, Sharpley y Roberts, 2004)

Los primeros datos que se obtienen de esta tipología turística en España se remontan a 1967 con el programa de "Casas de Labranza", cuyo objetivo era obtener ingresos complementarios a los agricultores dando acogida a los visitantes rurales. (Villarino y Cánoves, 2002). Estas casas de los años sesenta se transformaron en los ochenta pasándose a llamar "viviendas de turismo rural" promovidas por la Secretaría de Estado de Turismo. (Villanueva, 1994)

En 2004 estaba considerado una parte muy pequeña del turismo nacional, representando solo el 3,41% del total de los viajes turísticos. (Fuentes García, 2005). Sin embargo, el país experimentó un crecimiento notable tanto en la oferta como en la demanda en los últimos 20 años. Este cambio se debe, principalmente, a dos factores. Primero, como vía para intentar frenar el despoblamiento de zonas rurales, y segundo, la creciente preocupación por el medioambiente que lleva a los turistas actuales a buscar una opción más sostenible, "seguramente como respuesta a los efectos negativos del turismo de masa que se han producido en nuestro país". (Cánoves, Herrera y Blanco, 2005). Algunos hablan incluso de un tercer factor, "el efecto moda" amplificado sobre todo por los medios de comunicación. (Grande, 2006). En el periodo de 2001 hasta 2023 se obtuvo un incremento de alojamientos rurales del 191%, pasando de 5.868 en el primer año a 17.085 en abril de 2023 (I.N.E., 2001 y 2023).

GRAFICO 1: Grafico de barras de la evolución del número de casas rurales en España. (Fuente propia a raíz de información sacada de I.N.E)



En la evolución del turismo rural no puede faltar la mención de la pandemia que sufrió el mundo hace casi cuatro años. Sin embargo, cabe destacar que el COVID-19 no es el único virus que ha afectado al turismo y a la decisión de los turistas a la hora de viajar, ya que las restricciones para viajar que se dieron en su momento con el Ébola, el Síndrome Respiratorio Agudo Grave (SARS), Síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) o el H1N1, fueron similares. (Maximiliano, 2020). Los ataques terroristas, como el 9/11 de Nueva York o sin ir más lejos el 11M en Madrid, son otro factor que ha influido en las motivaciones y destinos elegidos por los turistas, que por ello buscan destinos seguros, no masificados y tranquilos. “Diversos estudios demuestran que, en momentos de incertidumbre y crisis, los flujos turísticos no desaparecen, sino que mutan y se dirigen hacia zonas rurales, comúnmente alejadas de la ciudad. El turismo rural es, en vista de ello, un segmento sustituto del turismo urbano o masivo” (Bhattarai et al., 2005; Drakos y Kutan, 2003; Yuan, 2005).

El turismo rural cuenta con numerosas definiciones debido a su concepto tan amplio. Algunas definiciones se centran en sus objetivos: “Turismo que pretende mejorar la economía, la cultura y el medio ambiente local para crear una comunidad local sólida que pueda ser disfrutada tanto por residentes como por visitantes” (Sims, 2010) Y otras se enfocan más en su responsabilidad medio ambiental: “Actividad turística de implantación sostenible en el medio rural” (Traveso, 1996). También existen autores que ven el turismo rural como un conjunto de las últimas dos definiciones: “Turismo relacionado con la conceptualización normativa de sostenibilidad, esto es, la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes debe realizarse con métodos y recursos que no comprometan a las generaciones futuras. Se basa en promover la sostenibilidad medioambiental, económica y sociocultural, empoderar a las comunidades locales, y contribuir a la sostenibilidad del sistema rural” (Cawley y Gillmor, 2008)

Además, el término de turismo rural abarca conceptos asociados a la actividad turística en el espacio rural: ecoturismo, turismo de naturaleza, turismo verde, agroturismo, etc. (Travel & Tourism Analyst, 1999). Algunos autores se refieren al agroturismo como sinónimo del turismo rural, otros, señalan que es un tipo de turismo rural cuyo componente principal es la explotación agraria. (Sayadi y Calatrava, 2001). "El turismo rural es una noción muy amplia que abarca tanto el agroturismo o turismo en casa del agricultor, como cualquier otra actividad turística que se desarrolle en el medio rural". (Bardón 1990)

De manera general se podría definir el turismo rural como: Turismo desarrollado en espacios rurales que además de apoyar el desarrollo de la economía y cultura local está concienciado con la sostenibilidad y el medioambiente.

Sin embargo, y a pesar de las definiciones anteriores, hay que controlar el desarrollo del turismo rural, ya que, sobre todo cuando se une con prácticas erróneas, no siempre equivale a sostenibilidad. La masificación turística es, en algunos casos, la causante de la degradación de los recursos naturales de destinos turísticos. (Martín-Hernández, 2009; Haseeb et al., 2018; Balsalobre-Lorente et al., 2020; Lasisi et al., 2020). Y este turismo masivo se asocia en gran medida al conocido como turismo de sol y playa. "El turismo costero y masivo, efectuado hasta la fecha en España, ha sido demoledor, devastador" (Villanueva, 1994). "La utilización y ocupación urbana del paisaje costero se ha realizado con escasa planificación ambiental, lo que ha generado crisis ecológicas en diferentes sitios mundiales del turismo de sol y playa...Este tipo de turismo es el más popular en el mundo y el que reúne mayores ingresos por extranjeros, pero es donde existen mayores problemáticas sociales y ambientales." (Martín-Hernandez, 2009)

"La sostenibilidad turística se da cuando existe un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo". (Ivars, 2001). Los objetivos, principios y requisitos del desarrollo turístico sostenible son más comunes en tipologías turísticas tales como el turismo, siendo estas formas de turismo las que realmente representan "el deseo de que el turismo no solo sea un factor positivo y dinámico de desarrollo, sino también una solución viable para mantener el medio ambiente intacto." (Dorobanțu y Nistoreanu, 2012).

3. PRESENTACIÓN

3.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La elección de este tema de trabajo ha estado precedida por el interés de apoyar el desarrollo de prácticas turísticas sostenibles y complementarias al turismo de sol y playa. Canarias, como una de las primeras regiones turísticas de España, dispone de una serie de atractivos naturales y de actividades en el medioambiente que complementan perfectamente al turista que busca este tipo de producto, es relevante la selección del turismo rural como el enfoque principal de este trabajo. Durante los meses de julio y agosto del año 2020 el turismo rural fue una opción preferida (Iglesias, 2021). Del mismo modo, el ecoturismo y el turismo rural serán dos de los productos más

beneficiados al desarrollarse en espacios abiertos y no masificados. (Estudios de tendencias turísticas, 2021)

El dueño, Juan Marcos Díaz Vilela, propuso el comienzo del estudio con el objetivo de crear una fuente de ingresos complementaria sin dañar las plantaciones actuales del terreno y queriendo apoyar, a su vez, el desarrollo del turismo rural y sostenible. En este sentido, las casas rurales contarán con energías renovables y prácticas sostenibles ya utilizadas en edificaciones actuales de la finca, explicado con más profundidad en el apartado 4.2.

3.2. PROMOTOR

Juan Díaz es un empresario con dilatada experiencia en el sector servicios. Gerente de la empresa Limpiezas Apeles S.L desde el año 2000. Hace unos años comenzó con la compra y renovación de inmuebles. Comenzó con un piso en primera línea de mar en Radazul, el cual se encuentra actualmente ofertado en Airbnb y posteriormente hizo lo mismo con un adosado en el sur de la isla.

Adquirió la finca en el mes de diciembre del año 2019, después de muchos años de búsqueda y la bautizó como “La pajarita” debido a su forma. Empezó con la idea inicial de plantar olivos y de cumplir su sueño de la infancia, pero actualmente ya cuenta con cultivos de todo tipo y con el suelo de empezar un nuevo negocio. En los últimos meses anexiona los terrenos suroestes, en los cuales se encuentran las casas a reformar.

3.3. OBJETIVOS

Plantear los objetivos a alcanzar es esencial para poder tomar una dirección clara de lo que se pretende lograr, lo que ayuda a concentrar los esfuerzos, recursos e ideas.

3.3.1. Objetivos del establecimiento

El principal objetivo de la realización del establecimiento es crear una fuente de ingresos complementaria a la explotación agrícola de la finca a la vez que se potencia el desarrollo del turismo rural de la isla. Para ello se han creado una serie de objetivos a seguir y alcanzar, los cuales se han dividido en corto y largo plazo.

A corto plazo

- Conseguir crear un proyecto que sea rentable y que en su momento consiga beneficios.
- Darse a conocer a nivel nacional a través de turoperadores.

A largo plazo

- Conseguir la satisfacción de nuestros clientes.
- Aumentar la economía y la oferta de trabajo en el municipio de Icod de los Vinos.
- Conseguir minimizar las reservas con tour operadores y aumentar reservas directas.
- Alcanzar una ocupación de más del 50% anual para conseguir beneficios.

3.3.2. Objetivos del trabajo

Para llegar a la conclusión de si el trabajo consigue tener rentabilidad, antes se deberán realizar a lo largo del trabajo una serie de objetivos:

- Realizar un diagnóstico del turismo rural de Canarias.
- Conseguir información sobre los turistas que visitan las islas para desarrollar el target deseado.
- Recabar toda la información necesaria para crear un producto de alojamiento de turismo rural.
- Crear un estudio contable para decretar la rentabilidad del negocio.

3.4. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

3.4.1. Misión

Nuestra misión es ofrecer un servicio de calidad en el mercado de casas rurales, proveyendo un servicio de calidad y cercano consiguiendo la satisfacción de nuestros clientes.

3.4.2. Visión

Intentamos posicionarnos como líderes en el sector de casas rurales, a nivel local y nacional, especializados en un trato cercano, mediante la calidad de nuestros servicios y la satisfacción de las necesidades y expectativas. Fomentamos el desarrollo del turismo rural de la isla de Tenerife. Teniendo en cuenta ciertos aspectos como el marco cultural, los valores, la transparencia, el respeto por el medio ambiente y el compromiso social, ofreciendo así un servicio personalizado que permita una grata estancia a nuestros clientes.

3.4.3. Valores

1. Calidad: valoramos la importancia de la excelencia y la satisfacción del cliente, teniendo un compromiso de cumplir estándares de calidad en los productos y servicios de la empresa los cuales cumplimos gracias a nuestros profesionales los cuales cuentan con una alta experiencia y formación.

2. Confianza y humanidad: nos esforzamos en construir una relación de confianza con nuestros clientes a través de actuar de manera honesta, transparente, empatía y con respeto tanto a la hora de actuar como en la toma de decisiones.
3. Sostenibilidad: estamos comprometidos con la sostenibilidad buscando satisfacer nuestras necesidades adoptando prácticas y estrategias que hagan uso responsable de los recursos naturales, que minimicen los residuos y emisiones y que tengan cuidado con el medio ambiente y la biodiversidad.
4. Conservación del patrimonio: buscamos implicarnos en la protección y conservación de los bienes naturales y culturales del municipio, así como la integridad y autenticidad de los sitios históricos, edificios, monumentos, y otros elementos que son considerados patrimonio.
5. Responsabilidad: nos esforzamos por actuar con responsabilidad y cuidado en todo lo que hacemos, incluyendo la gestión de los recursos naturales y del medio ambiente intentando tomar decisiones que minimicen su impacto.

4. DESCRIPCIÓN DE LA FINCA

La finca de la Pajarita cuenta con poco menos de 4 hectáreas de terreno dividido en numerosas parcelas y huertas con todo tipo de plantaciones y vegetación tales como plataneras, olivos, aguacates, etc. Tiene, además, otros tipos de construcciones, añadidas una vez se adquirió la finca, como almacenes agrícolas, un garaje, dos tanques de agua para riego, etc. El dueño del terreno busca eliminar los gastos de energía innecesaria, a través de energías renovables y sostenibles tales como las placas solares y los sistemas de recolección de agua de lluvia, etc.

FOTOS 1 Y 2: Fotos de almacén 1 y plataneras. (Fuente propia)



Ofrece un ambiente rural tranquilo, ya que se encuentra rodeada de más terrenos naturales, y hermosas vistas a la naturaleza y al mar, así como la posibilidad de disfrutar de actividades al aire libre y explorar la rica historia y cultura de la región. La costa se encuentra a tan solo 1,5 km, y está toda llena de charcos naturales, acantilados y senderos a los que los turistas pueden acceder.

FIGURA 3 Y 4: Imagen satélite de la ubicación de la finca. (Google maps)



En esta imagen podemos apreciar los límites de la finca, señalando en rojo se encuentra la nueva parcela con las casas rurales. La entrada se ubica en el lado este, señalada con una flecha, desde ahí hay caminos de tierra que llevan a todas las parcelas, se puede entrar en coche sin dañar ningún cultivo. Se harán señalizaciones para facilitar a los huéspedes tanto la llegada a la finca como el ubicarse dentro de la misma.

4.1. PLANOS

A continuación, se mostrarán planos de la idea que se tiene para el proyecto de casas rurales, también se añadirán fotos de algunas de las casas a las que ya se tiene acceso para poder visualizar mejor el trabajo que se pretende llevar a cabo.

4.1.1. Planos de las casas rurales

Las cuatro casas rurales independientes se ubican en la parcela más al suroeste, la más grande y una de las que se encuentran más cercanas al mar. Se explotarán las vistas y el gran terreno de 8.000 m². Dos de las casas rurales se construyeron en los inicios de los años 40 mientras que otras dos fueron construidas alrededor de 1967 y tienen un tamaño similar aproximado de 100 m² distribuidos en una planta. Además, ya se hicieron algunas modificaciones realizadas por sus anteriores propietarios, como la instalación eléctrica, lo cual supondrá un ahorro monetario en la inversión. Las casas contarán con dos o tres habitaciones, dos baños, cocina con comedor, salón y terraza. Se construirá una piscina de uso comunitario en medio de las cuatro viviendas.

FIGURAS 5, 6, 7 y 8: Fotos del interior de la casa rural de los años 40. (Fuente propia)



Este plano a continuación representa la idea que se pretende realizar con las casas más antiguas, renombradas como casas rurales “Teide” y “Timanfaya”, de 96 m² y que cuentan con dos habitaciones. A su vez tiene dos baños y cocina completamente equipada. Este tipo de casa rural puede acoger a un máximo de cinco personas.

FIGURA 9: Planos de casas rurales “Teide” y “Timanfaya”. (Fuente propia)

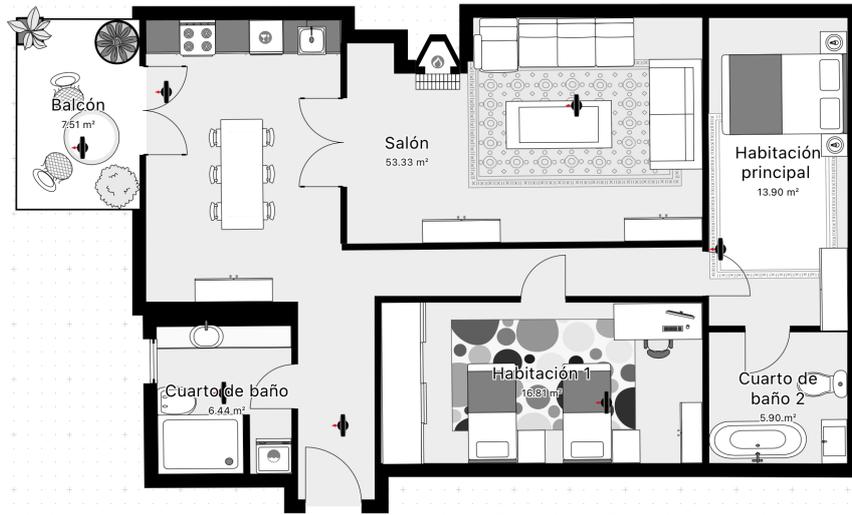
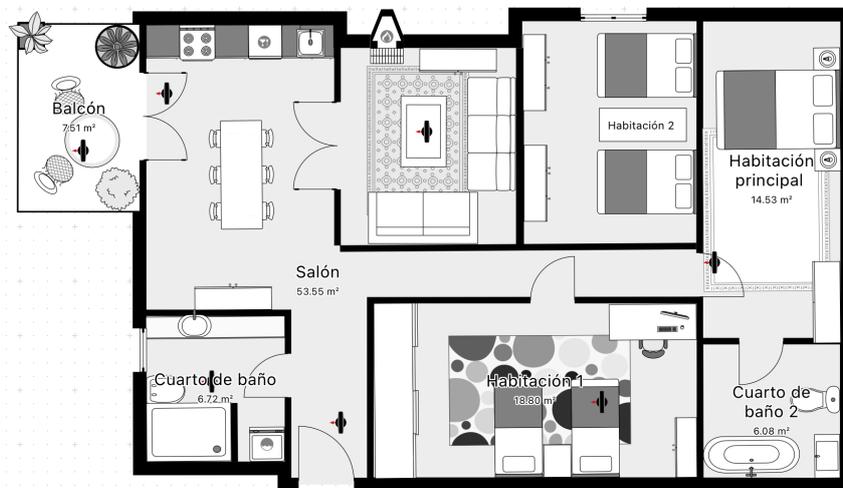


FIGURA 10: Plano de casas rurales “Taburiente” y “Bayuyo”. (Fuente propia)



Las casas rurales de más nueva construcción “Taburiente” y “Bayuyo” cuentan con una distribución parecida a las primeras casas rurales, la única diferencia es la habitación extra, y que, por lo tanto, puede acoger un máximo de siete personas.

Todas las casas tendrán un diseño similar, moderno, pero manteniendo la esencia canaria de la construcción principal. En el caso de las casas rurales de los años 60 tendrán sus características techos de madera y vigas expuestas, y las casas de los años 40 baldosas con diseños y elementos de piedra.

Cada unidad contará con su propio terreno para poder dejar el vehículo, al igual que acceso a la piscina comunitaria. Se le aportará para una cómoda estancia toallas de ducha, secador, jabón de baño, accesorios de cocina, jabón para lavar los platos, y materiales de limpieza y para la lavadora.

Como se comentó, las casas rurales “Teide” y “Timanfaya” podrán alojar un máximo de cinco personas contando con el sofá cama, y las casas “Taburiente” y “Bayuyo”, siete personas. Teniendo esto en consideración, la capacidad máxima del establecimiento entero es de 24 plazas.

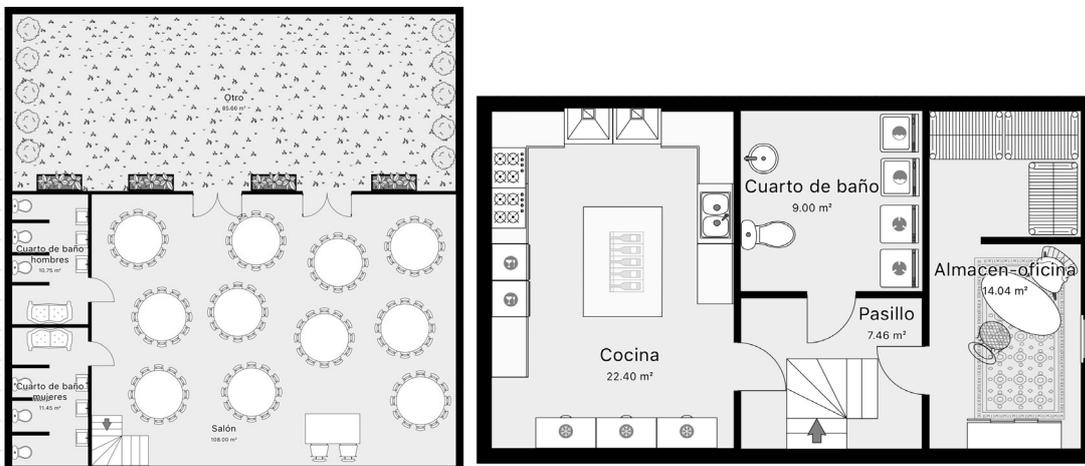
4.1.2. Planos de la casa rural destinada para eventos

FIGURA 11: Fachada y vistas de la casa rural “eventos”. (Fuente propia)



La casa rural que se destinará a la realización de eventos se ubica en la misma parcela que las casas independientes, cuenta con dos plantas y un tamaño de aproximadamente 180 m². El objetivo con esta casa es intentar abrir el espacio todo lo posible para tener una distribución abierta y habitaciones espaciosas en las que se puedan realizar todo tipo de eventos, como banquetes, bodas, reuniones, etc. La parte de atrás de la casa cuenta con un amplio jardín de uso privado el cual se podrá destinar también para la realización de eventos.

FIGURA 12 Y 13: Planos primera y segunda planta de casa “eventos”. (Fuente propia)



La casa rural “eventos” tendrá una capacidad máxima de 150 personas, y se destinará para realizar todo tipo de eventos, desde bautizos y bodas hasta eventos de negocios. La realización de los eventos se realizará a través de una agencia privada, la cual contactará directamente con nosotros para la reserva del espacio y material. La casa destinada a eventos cuenta con una cocina en la que el catering externo puede ultimar los detalles y almacenar la comida, tres baños, uno en la segunda planta y dos en la primera (uno para hombres y otro para mujeres), un almacén con despacho y por supuesto un gran salón.

4.2. ENERGÍAS RENOVABLES Y SOSTENIBLES

Las cinco casas rurales contarán con energías renovables y sostenibles. Durante la renovación de las casas, se les añadirá aislamiento térmico para reducir la pérdida de calor o frío. Esto ayudará a mejorar la eficiencia energética y disminuirá la necesidad de sistemas de calefacción o refrigeración intensivos. Además, se usarán los tanques actuales de la finca con un sistema de recolección de agua de lluvia y se aprovechará dicha agua para usos no potables como por ejemplo la limpieza. En el techo de muchas de las edificaciones de la finca ya se pueden apreciar placas solares, las cuales se instalarán también en las casas rurales para utilizar la electricidad que generan para alimentar los electrodomésticos, la iluminación y otros dispositivos eléctricos.

FIGURAS 14 Y 15: Fotos del primer tanque y del segundo almacén con placas solares. (Fuente propia)



4.3. MUNICIPIO ICOD DE LOS VINOS

La finca está ubicada en el municipio de Icod de los Vinos, en la zona norte de la isla de Tenerife, en las Islas Canarias. El municipio es conocido por su cultura, historia y patrimonio, destacando su famosa producción de vino. La localidad es el hogar de uno de las dracenas más antiguas de España, el "Drago Milenario", que es considerado un símbolo de la región y es uno de los lugares más visitados de la zona, lo cual es un punto a nuestro favor ya que atrae numerosos turistas.

Además, cuenta con una hermosa costa con playas y calas, así como con numerosos senderos y rutas de senderismo que ofrecen vistas impresionantes de la naturaleza. La localidad también es conocida por su gastronomía local, incluyendo sus platos típicos a base de pescado fresco y sus vinos locales.

Icod de los Vinos, como la mayoría de los municipios de la isla cuenta tanto con costa como con montaña, teniendo una superficie de 95,91 km², lo que lo convierte en el municipio número 9 de la isla de Tenerife en cuanto a extensión. La mayor altitud de Icod de los Vinos se alcanza en la ladera septentrional del Teide, a una elevación de 2.755 msnm.

Además de Icod de los Vinos, otros destinos rurales populares de Tenerife incluyen Masca, Garachico y La Orotava. El turismo rural en la isla ofrece una amplia gama de actividades al aire libre. Los amantes de la naturaleza pueden disfrutar de senderismo en los numerosos senderos que serpentean por los paisajes montañosos y los bosques frondosos. Además, el ciclismo, la observación de aves y las excursiones en jeep son solo algunas de las actividades que los visitantes pueden disfrutar mientras exploran el entorno natural de la isla.

FIGURA 16 Y 17: Ubicación del municipio de Tenerife y foto del drago Milenario. (Internet)



5. NORMATIVA

La Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias establece el marco legal para regular la actividad turística en las Islas Canarias. En relación con las casas rurales, la ley establece que:

Tendrán la consideración de casas rurales las edificaciones que cuenten con arquitectura tradicional canaria, de excepcional valor arquitectónico y las vinculadas a explotaciones agrícolas, ganaderas o forestales localizadas preferentemente en suelo rústico o, excepcionalmente, en cascos urbanos de valor histórico-artístico, y no estén integrados en suelo declarado de uso turístico.

Además de la Ley de Ordenación del Turismo de Canarias, existen normativas específicas en cada municipio que regulan la restauración y uso de edificaciones rurales para fines turísticos. Estas normas establecen requisitos y criterios para la restauración, uso y conservación de las casas rurales, con el objetivo de fomentar el turismo rural de forma sostenible y respetando el entorno natural y cultural de la isla.

En el caso del municipio de Icod de los Vinos es la Ordenanza Municipal Reguladora De Licencias Urbanísticas De Obras Menores De Tramitación Simplificada, publicada en la página del ayuntamiento del municipio. El ámbito de aplicación de esta ordenanza establece un procedimiento ágil y simplificado para la obtención de licencias urbanísticas de obras menores que no supongan una alteración sustancial del planeamiento urbanístico.

El artículo 4 de dicha ordenanza dicta los requisitos documentales.

1. Presentar en el Punto de Atención Ciudadana del Ayuntamiento: Instancia impreso normalizado de "Obra menor debidamente cumplimentada de tramitación simplificada"
2. Fotocopia de D.N.I./C.I.F. o acreditación de la representación que ostenta.
3. Memoria descriptiva de las obras a ejecutar en el que se definan claramente todo lo necesario para la obra.
4. Plano de situación a escala 1:1000, y planos a escala del estado actual de las dependencias donde pretenden realizar las obras.
5. Fotografías de fachadas y/o de las dependencias donde se pretendan realizar las obras.
6. Copia de recibo del IBI, Impuesto de bienes inmuebles"

5.1. REQUISITOS PARA EL INICIO DE LA ACTIVIDAD

Para poder iniciar las actividades, es esencial que los titulares del inmueble destinado al turismo rural cumplan los siguientes requisitos;

- Inscribirse en el Registro General Turístico, específicamente en la sección primera de Empresas, Actividades y Establecimientos Turísticos.
- Disponer de autorización previa al ejercicio de la actividad de alojamiento de turismo rural.
- Obtener la correspondiente autorización de apertura que deberá reflejar la modalidad y la categoría del establecimiento
- Disponer de licencia municipal necesaria por la reforma o modificación del inmueble

6. SERVICIOS DE LA CASA RURAL

Las casas rurales de La Pajarita se centran, como servicio principal, en ofrecer alojamiento con un trato cercano y buscando siempre la satisfacción de sus clientes, a su vez cuentan con otros servicios complementarios que aportan un valor añadido a la estancia.

6.1. SERVICIOS PROPIOS

Lavandería

Cada casa rural cuenta con su propia lavadora, sin embargo, el establecimiento dispone de una lavandería ubicada en la casa "eventos". Su uso estaba reservado principalmente para el lavado de sábanas y toallas, aun así, si el cliente desea servicio de colada, esto será posible bajo un coste adicional.

Limpieza

La limpieza del establecimiento la llevará a cabo la empresa Limpieza Apeles S.L. Contaremos con una limpiadora a jornada completa, y los días que se necesite, podría incorporarse una segunda. Si los clientes no desean realizar limpiezas durante su estancia se deberá notificar a la llegada. Cabe destacar que las limpiezas exhaustivas se realizan únicamente tras el check-out para dejar la casa lista para el siguiente grupo.

6.2. SERVICIOS EXTERNOS

Desayunos y comidas

Todas las casas rurales cuentan con una cocina completa, aun así, nuestros clientes tienen la opción de pedir un desayuno a dos bares diferentes del pueblo, el desayuno se les entregará a domicilio sin costes añadidos.

FIGURA 18: Folleto con QR de las opciones de desayuno. (Fuente propia)



También contamos con convenios con otros restaurantes del municipio a los que si el cliente acude y enseñan el código que encontrarán en la habitación aparte de información sobre dichos restaurantes, obtendrán un 10% de descuento.

FIGURA 19: Folleto con QR de las opciones de comida. (Fuente propia)



Convenios con agencias de excursiones

Los huéspedes del establecimiento gozarán de un descuento del 10% ofrecido por la empresa El Cardón Naturexperience la cual realiza todo tipo de excursiones y actividades por la isla, se les informará de esta oportunidad a través de nuestra web y al realizar el check-in. Cabe destacar que algunas actividades tienen un número de plazas mínimo, si la familia o huéspedes de la casa rural que desean contratar la actividad no llegan al cupo mínimo permitido se les asignará un grupo. Algunas de sus actividades más populares son avistamiento de ballenas y delfines (cupos mínimo de 8 personas), subida al pico del Teide con teleférico incluido (sin cupo mínimo), caminata por el Barranco de Masca (sin cupo mínimo), etc. Para más información consulte su página web <https://elcardon.com>

Catering y organización de ventas externas

Para la realización de eventos, el único servicio del que se encarga la empresa es la oferta del espacio y del terreno además de algunos materiales de decoración. Así mismo, si se desea realizar un evento en las instalaciones de la casa rural, será la agencia GR Eventos la que se encargue de la organización.

GR Eventos es una empresa que cuenta con 7 años de experiencia y más de 500 eventos realizados con éxito, se encargan de todo lo necesario para la realización de los eventos, desde el transporte del material, la decoración, gestión de recursos y capacidad organizativa etc.

Además, el negocio cuenta con un convenio con el catering "antojitos" que le brinda un 15% de descuento, el cual le ofreceremos a la agencia al recurrir a nosotros para el alquiler del espacio, sino cuenta ya con el suyo propio.

7. PLAN DE OPERACIONES

7.1. PROCESOS PRINCIPALES

En este apartado se detallarán los procesos principales que se realizan en las casas rurales con contacto directo con los clientes.

7.1.1. Llegada del cliente (check-in)

Este proceso va a ser la primera impresión que tiene el cliente del establecimiento, por lo tanto es uno de los más importantes. El objetivo es crear una cercanía con los huéspedes y que se sientan bienvenidos.

Para empezar, el cliente deberá haber realizado una reserva previa, ya sea a través de las plataformas online en las que nos promocionamos, como Booking y Airbnb, o directamente a través de la página web o llamando al establecimiento. En el momento de la reserva se le pedirá al cliente que indique la hora de llegada, siempre posterior a las 2 p.m., se le solicitará que en caso de que la hora cambie se comunique.

En el momento de la llegada, será el recepcionista el encargado de recibir a los clientes, a los que se les informará de todos los servicios con los que cuenta el establecimiento, darles las llaves y por último recordarles la hora del check-out. En caso de que sea imposible recibir a los clientes personalmente, se les mandará un código para poder acceder al establecimiento sin llaves. Esta será una situación extrema que se intentará evitar, ya que creemos que recibir a los clientes personalmente es esencial para crear una conexión de cercanía.

Por último, hay que destacar que el pago se realizará online a través de la plataforma por la que se haya hecho la reserva. En caso de reserva telefónica se le dará al cliente las instrucciones necesarias para realizar el pago.

7.1.2. Salida del cliente (check-out)

La salida del cliente será similar al proceso de llegada, se le pedirá que indique en qué zona horaria desea realizar el check-out, siempre antes de las 12 a.m. para que nuestra limpiadora tenga un margen mínimo de dos horas para dejar las casas preparadas.

En el momento del check-out nos aseguraremos de que la estancia ha sido del agrado de los clientes, y en caso de algún descontento se dejará anotado en el sistema para a posteriori encontrar solución. En caso de que sea imposible que haya un encargado en la finca en ese momento se le pedirá a los clientes que dejen las llaves en la entrada de la casa.

Hay que destacar que todas las viviendas cuentan con la información necesaria en caso de querer contactar con alguien del personal.

7.1.3. Gestión de la casa rural destinada a eventos

Como se comentó con anterioridad, no se encarga personalmente la empresa de la realización de los eventos, aun así, se les facilitará a los clientes toda la información, en caso de que lo deseen, y se les pondrá en contacto con los convenios de los que dispone el negocio.

En las épocas en las que no se realicen eventos nuestros huéspedes podrán disfrutar de la planta baja de la casa rural “eventos” como un servicio extra, accediendo a ella a través del código que les proporcionaremos y en la cual encontrarán billares, futbolines y mesas de Ping pong.

7.2. RECURSOS HUMANOS

La dirección de las casas rurales estará en manos del promotor y dueño, Juan Marcos Díaz, el cual llevará a cabo las funciones propias de un director de un alojamiento turístico. En lo referente a la administración y contabilidad del establecimiento, será el director conjunto a administrativos de la empresa LIMPIEZA APELES los que lleven a cabo estas tareas tales como las nóminas, control de cuentas, cobros, pagos etc.

En nuestro establecimiento, al tratarse únicamente de cuatro casas rurales creemos que un recepcionista en jornada completa será suficiente. Su superior será el propio dueño de la finca, el cual se encargará de las llegadas de los clientes en alguna ocasión. En caso de necesidad o en época de temporada alta se contratará un recepcionista de apoyo.

Contaremos también, cómo se comentó con anterioridad, con el servicio externo de una limpiadora de APELES y una persona en el departamento de mantenimiento que no tendrá un horario fijo, sino que acudirá en caso de necesidad.

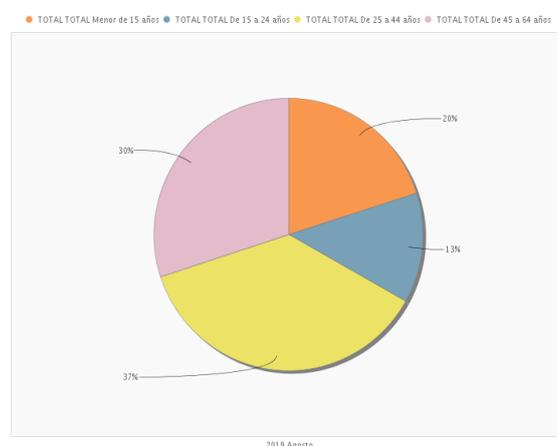
8. ANÁLISIS EXTERNO

Debido a la poca información que se ha obtenido para el año 2022, se hará el análisis con el año 2019, ya que cuenta con datos prepandemia similares a los que se obtuvieron en el año pasado. Comenzaremos haciendo un análisis con todos los datos que obtenemos para posteriormente crear nuestro público objetivo.

Empezando con el origen de los turistas que visitan Tenerife, y según los datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC), en 2019, el 87,5% de los turistas que visitaron Tenerife eran de origen europeo, siendo los más numerosos los procedentes del Reino Unido, Alemania y Francia. Además, el 9,1% de los turistas eran de origen español, y el 3,4% restante procedía de otros países, principalmente de América y Asia.

Continuando con los aspectos de los turistas que eligen Tenerife para sus vacaciones, la mayoría son mujeres, siendo el 51% en 2019 y el 49% fueron hombres. En relación con la edad, los turistas que viajan a Tenerife suelen ser adultos. Por un estudio hecho por ISTAC sabemos que el 67% de los turistas que visitaron Tenerife en 2019 tenían más de 25 años. El segmento de edad de 25 a 64 años representó el 67% de los turistas, mientras que el grupo de jóvenes de menos de 24 años representó el 33% del total.

GRAFICO 2: Segmento de edad que visita Tenerife. (ISTAC)



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Según datos recopilados, el gasto promedio diario de los visitantes en Tenerife aumentó un 5,5% en comparación con el año anterior, alcanzando los 149 euros en junio de 2019. Además, la duración media de su estancia en la isla suele ser prolongada, con una media de 7, 71 días.

Para terminar, hay que tener en consideración la motivación de los turistas que visitan la isla. Según el estudio de ISTAC que se realizó en 2019, la mayoría vienen atraídos por el turismo de sol y playa, específicamente un 60,7%. Otra motivación importante en dicho año fue el turismo de naturaleza que representó el 12,5%. Hay que destacar que debido a la pandemia los turistas, en los últimos años, empezaron a buscar un turismo no masificado y tranquilo en el que sentirse seguro y alejado de los núcleos turísticos, popularizando tipologías turísticas tales como el turismo rural (apartado número 2), lo que incrementó el interés en prácticas turísticas alejadas de los núcleos masificados.

En conclusión y con todos los datos anteriores se concreta el target ideal para el negocio, en el cual se centrarán todas las estrategias de marketing, son turistas de un nivel adquisitivo medio alto, que viajen en familia y que se encuentren en el marco de edad de 30 a 50 años. Estos turistas vendrán a la isla motivados por un turismo de naturaleza e interesados en aprender las costumbres de la isla, amantes de la cultura y de actividades al exterior, que busquen relajarse y encontrarse lejos de los núcleos masificados.

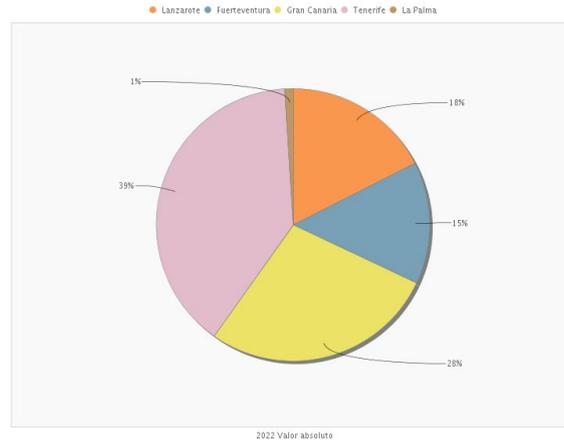
8.2. MERCADO

En el año 2022, España aumentó un 129,5% las llegadas de turistas en comparación con el año 2021, recibiendo 71,6 millones de turistas internacionales. (Instituto Internacional de Estadística, 2022) Además, el gasto también aumentó en comparación con 2021 en un 149,4%, hasta los 87.061 millones de euros. (EGATUR, 2023).

En ese mismo año los principales mercados emisores fueron Reino Unido, con más de 15 millones de turistas, Francia con más de 10 millones y por último Alemania con casi 10 millones de turistas. Siendo Cataluña la comunidad que más turistas recibió, cerca del 21% del total de los turistas llegados a España. Le siguieron Las Islas Baleares con el 18,5% y Canarias con más del 17% lo que se traduce en 12,3 millones de turistas. (Instituto Nacional de Estadística, 2022) En 2022, Canarias obtuvo 17.452 M€ de ingresos, siendo la comunidad autónoma que concentra mayor gasto por parte de los turistas (Encuesta de Gasto Turístico, 2023), además incrementó su PIB en un 8,2% respecto al año anterior. (Instituto Canario de Estadística, 2023)

El turismo es una parte muy importante de la economía de Canarias, generando el 35% del PIB de la isla en 2020 y el 40% de empleos. (ISTAC, 2020). En 2022, la isla que más noches pernотadas tuvo fue Tenerife, con más de 46 millones, lo que representa el 39% del total de noches pernотadas de Canarias. Le sigue de cerca Gran Canaria con alrededor de 39 millones de pernотaciones lo cual se traduce en el 28% del total canario. La isla que menos recibió fue La Palma, con solo el 1%. (ISTAC, 2022).

GRAFICO 3: Islas canarias según porcentaje de visitas



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC).

Tenerife es un destino turístico muy popular debido a sus impresionantes paisajes, clima subtropical y una amplia oferta de actividades y entretenimiento. Cuenta con 67 km de costa y según los datos de ISTAC, en 2019 el 40% de los turistas eligieron la isla de Tenerife por sus playas. A esto hay que añadirle su temperatura media de 22 grados durante todo el año. Además, la isla cuenta con numerosos hoteles y resorts de alta calidad, así como con una amplia variedad de restaurantes, bares y tiendas.

Aunque la mayor parte de los turistas lo hacen para disfrutar de un turismo de sol y playa, Tenerife también es un destino muy atractivo para el turismo de naturaleza, ya que cuenta con impresionantes paisajes, como el Parque Nacional del Teide, el bosque de laurisilva, la costa del acantilado de Los Gigantes, etc.

8.3. COMPETIDORES

En este apartado se hablará de la oferta de turismo rural en la isla además de algunas casas rurales que compiten directamente con las casas rurales de “La Pajarita” por su localización y características similares. Tras buscar información y conocer más acerca de los competidores, se tendrá más conocimiento sobre cómo hacer destacar el negocio y cómo hacerlo más atractivo a los ojos de los turistas.

La isla de Tenerife cuenta con paisajes verdes, clima cálido durante todo el año y una rica cultura local, lo que lo convierte en un destino ideal para aquellos turistas que estén buscando experiencias auténticas y contacto con la naturaleza.

8.3.1. Casas rurales de la isla

Se puede elegir entre una alta variedad de opciones de alojamiento rural, desde casas rurales tradicionales hasta fincas y hoteles rurales. En 2019, según un estudio realizado por Juan Patricio Padrón, Tenerife contaba con 136 alojamientos de carácter rural. La zona norte de la isla cuenta con el 71% de los establecimientos, siendo los municipios más populares La Orotava, Los

Realejos, Arico (el único municipio del sur con gran popularidad en casas rurales) y por último, Icod de Los Vinos, lo que supone que el negocio tendrá una alta competencia. En el mismo trabajo se realizó un estudio para hallar el precio medio de los establecimientos, el cual se tomará para determinar si los competidores cuentan con precios altos o bajos. “Los 136 alojamientos analizados poseen un precio medio que oscila entre 95,43€ y 104,83€ por noche”. (J.Patricio, 2019)

CASA DE TEJA (LA OROTAVA)

Ventajas: Está casa rural del municipio de La Orotava cuenta con vistas al mar y totalmente equipada además de zona de aparcamiento propio. Está habilitada para personas discapacitadas y su puntuación en Booking es de 9,5, bastante alta.

Inconvenientes: Es una bastante pequeña, de 25 metros cuadrados, teniendo espacio únicamente para dos personas. Tiene un precio bastante elevado en comparación con la media de la isla, teniendo en cuenta que en meses de alta ocupación llega a los 433 euros/noche.

FIGURA 20: Imagen de fachada “Casa de Teja” (Booking)



CASA RURAL LA CHOCITA (EN LOS REALEJOS)

Ventajas: cuenta con garaje propio y parcela además de cuna y trona disponible bajo petición. Los propietarios cultivan uva a los alrededores de la casa la cual ofrecen a los huéspedes. Tiene una capacidad máxima de 5 personas.

Inconvenientes: Se encuentra a las afueras del municipio, alejando la casa de playas y otras atracciones turísticas que se encuentran en Los Realejos. Los huéspedes necesitarán coche para la realización de cualquier actividad. Su disponibilidad es muy muy escasa ya que solo se puede reservar de los meses de octubre a febrero. Su precio varía alrededor de los 233€/noche.

FIGURA 21: Interior de la Casa Rural “La Chocita” (Airbnb)



CASA EL MORAL (ARICO)

Ventajas: Casa rural de estilo canario completamente equipada con dos habitaciones y pudiendo alojar a 5 personas. Todos los jardines y alrededores de la vivienda son de uso exclusivo de los clientes. Se encuentra a 15 min de escuelas de escalada, y la costa también se encuentra relativamente cerca.

Inconvenientes: Los precios en temporada alta van desde los 360€ hasta los 420€ la noche. Los clientes a través de la página web de Booking se han quejado de la limpieza de la casa.

FIGURA 22: Patio canario de la casa rural “El Moral” (Booking)



8.3.2. Casas rurales en Icod de los Vinos

El municipio de Icod de los Vinos cuenta tanto con zonas de costas como ecosistemas de montaña y en poco más de una hora en coche se llega al parque nacional del Teide, uno de los principales destinos elegidos por los turistas rurales. Además, el macizo de Anaga y la Región de Teno se ubican a menos de una hora de distancia.

A continuación, dos competidores directos ubicados en el municipio de Icod de los Vinos.

CASA DE VACACIONES “CASA PEDRO”

Ventajas: La casa rural “casa Pedro” cuenta con todas las necesidades para una buena estancia, contando además con una pequeña piscina privada. Tiene una capacidad máxima de 7 personas, y se vende por un precio medio de 118 euros en temporada baja. Además, se puede llegar caminando al pueblo.

Inconvenientes: No solo no está adaptada para personas de movilidad reducida, sino que además tiene zonas de diferentes niveles, lo cual limita mucho la movilidad. Su precio en temporada alta se eleva hasta los 279 euros la noche.

FIGURA 23: Patio exterior con piscina de la casa rural “Casa Pedro”. ()



CASA RURAL “LOS PINOS LA LADERA”

Ventajas: Casa rural reformada al estilo canario y construida hace alrededor de 150 años. Ubicada en el mismo municipio que nuestro establecimiento. Cuenta con 100 metros cuadrados, dos habitaciones, un baño y piscina. Se alquila por un promedio de 68 euros la noche en temporada baja, y de 90 euros en temporada alta.

Inconvenientes: Es necesario un mínimo de 6 noches para poder hospedarse. La cocina no cuenta con todo el menaje necesario, según un comentario en VRBO. Puede alojar únicamente un máximo de 4 personas, lo que limita la estancia a familias grandes.

FIGURA 24: Exterior con piscina de la casa rural “Los Pinos la Ladera” (VRBO)



8.3.3. Zonas rurales más elegidas por los turistas

Algunas de las zonas más elegidas por los turistas para el turismo rural en la isla incluyen la zona del Parque Nacional del Teide, el macizo de Anaga y la región de Teno.

- **Macizo de Anaga:** Situado en el noroeste de la isla, ofrece bosques de laurisilva, acantilados y senderos. Los visitantes pueden disfrutar de la naturaleza virgen y descubrir pueblos tradicionales. Las casas rurales más cercanas a este punto se encuentran en el municipio de Santa Cruz.
- **El Parque Nacional del Teide:** Es una atracción principal con su icónico volcán y paisaje lunar. Los turistas eligen alojarse en los alrededores para disfrutar de la tranquilidad y belleza natural.
- **Región de Teno:** Con pequeños pueblos pintorescos y acantilados impresionantes, los turistas podrían hacer senderismo y disfrutar de la belleza natural.

9. PLAN DE MARKETING

9.1. DAFO

En este apartado se realizará el análisis DAFO, una metodología que estudia la situación actual de la empresa donde se analizan sus características internas a través de las debilidades y fortalezas y la situación externa a través de amenazas y oportunidades.

TABLA 1: análisis DAFO del negocio. (Fuente propia)

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>La isla ya cuenta con un gran número de casas rurales, lo cual hace que el negocio no sea novedoso.</p> <p>Existen muchos kilómetros entre las casas rurales y los principales centros de ocio y servicios turísticos de la isla.</p> <p>El aeropuerto más cercano se encuentra a 46 km.</p>	<p>Las casas rurales están ubicadas en un municipio que cuenta tanto con costa como montaña lo que se traduce en vistas espectaculares y en una amplia opción de actividades al exterior.</p> <p>Al encontrarse alejado del núcleo masificado de la isla, permite obtener un ambiente tranquilo y acogedor.</p> <p>Icod de los Vinos, el municipio en donde se encuentran las casas rurales, cuentan con un clima inmejorable de 22 grados de media durante todo el año.</p>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<p>Existen en la isla modelos de negocio similares, lo que se traduce en una alta competencia.</p> <p>Puede haber cambios que afecten al funcionamiento del negocio, tales como cambios en los hábitos del consumidor o cambios en la normativa.</p> <p>Por último, las casas rurales al igual que el resto de los establecimientos turísticos de la isla se encuentran sujetos a la temporada turística.</p>	<p>Gracias al turismo rural, se contribuye en el desarrollo del turismo sostenible además de competir en un turismo no masificado.</p> <p>La ubicación representa una oportunidad tanto para ofrecer experiencias auténticas rurales, como para ofertar actividades al aire libre y de todo tipo.</p>

9.2. PUBLICIDAD POR REALIZAR

La publicidad es esencial en una empresa turística, sobre todo si la misma es de nueva creación, ya que ayuda a atraer nuevos clientes, diferenciarse de la competencia, fortalecer la marca, mantener a los clientes actuales, aumentar la visibilidad y el reconocimiento, aumentar la rentabilidad a largo plazo y además marca la diferencia entre el éxito y el fracaso del negocio

Página web

Se comenzará con la creación de una web de empresa, donde los clientes puedan ver fotos del entorno, de la finca e instalaciones, descripciones detalladas de las casas y hacer reservas en línea, además de conocer un poco más la historia del negocio. El objetivo es tener una página web vistosa, atractiva y sencilla de usar. Dentro de esta página web es a donde se redirigirá a los clientes para la realización del pago de la estancia, si se hiciera la reserva de manera telefónica.

FIGURA 25: Portada de la pagina web. (Fuente propia)



Redes sociales

Se crearán perfiles en todas las redes sociales populares hoy en día. De esta manera el negocio se promociona a gran escala y sin costes. Se empezará por Instagram, la cual es la red social más utilizada hoy en día y una muy buena manera de que los clientes vean fotos y vídeos de las casas e instalaciones y de la propia finca. A la hora de crear la cuenta, se publicarán fotos de todas las casas y los servicios que se ofertan, aun así se intentará publicar cada semana además de hacer sorteos y promociones las cuales se dejarán publicadas en las historias destacadas.

FIGURA 26: publicación de Instagram. (Fuente propia)



Se creará también una cuenta de tiktok, una red social muy popularizada en 2022, en la que se realizarán vídeos cortos con el objetivo de que se hagan virales y lleguen a muchos nuevos clientes. Se intentará publicar un video corto semanal que recopila fotos de las casas, precios, ofertas etc. Será importante en esta red hacer uso de hashtags para aparecer en el feed de clientes potenciales que buscan hospedarse en una casa rural.

Publicidad local y ferias

Se acudirá a Ferias Turísticas y en especial las específicas del Turismo Rural como medio para promocionar el negocio. Para atraer la atención del público local, se hará un pequeño evento en la finca al que invitaremos a locales del municipio de Icod de los Vinos, sobre todo a los que forman parte del mundo del turismo. Además, se ofrecerá en el evento comida de los locales con los que se tiene convenio. Tras este evento el negocio abrirá sus puertas.

9.3. ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DEL MERCADO

Se necesita tener herramientas clave para crear estrategias de penetración de mercado, estas estrategias ayudarán a aumentar la cuota de mercado, ingresos y beneficios, además de obtener clientes leales, todo esto se transforma en un crecimiento de la propia empresa y el éxito a largo plazo del negocio. Nuestras herramientas claves son las siguientes:

Ofertas y promociones

Una manera rápida y sencilla de atraer a clientes y por lo tanto en enterar en el mercado es crear ofertas y promociones. Sobre todo, en época de temporada baja crearemos descuentos en nuestros precios o paquetes promocionales. Las transmitiremos a través de nuestras redes sociales y página web.

Política de precios

Estableceremos precios más atractivos y bajos que los competidores ofreciendo a nuestros clientes potenciales una opción más económica y accesible.

Asociaciones estratégicas

Una de las asociaciones con las que contaremos serán las plataformas de ventas online. Nuestras casas rurales se encontrarán a la venta en Airbnb, Booking.com y Expedia, las cuales son las plataformas más usadas por los turistas que visitan las islas. Cada vez que vendamos una vivienda vacacional a través de este medio el 15% se transformará en comisiones por lo que el precio que aparece en estas plataformas no será el mismo que si se realiza de forma directa, aun así, encontrarnos en dichas plataformas creará una mayor visibilidad a los clientes. Nuestro objetivo es que con el tiempo disminuyan las ventas en plataformas online y aumenten las ventas directas, eliminando de los costes las comisiones.

10. PLAN FINANCIERO

En este apartado se comparan todos los datos numéricos los cuales apoyarán la conclusión de si el proyecto tiene rentabilidad o no. Para ello comenzaremos realizando el presupuesto de inversión, en donde se verá reflejado todos los gastos iniciales a los que el promotor tendrá que hacer frente para la reforma de las edificaciones. Todos los datos reflejados en las tablas a continuación son aproximaciones obtenidas de otros proyectos y obras similares de la zona para conseguir llegar al presupuesto más realista posible.

TABLA 2: Tabla de presupuestos de inversión. (Fuente propia)

Presupuesto Inversion			
	Casas Rurales	Salas Eventos	
Reformas			
Unidades	4	1	
m2 ud	100	150	
Total M2	400	150	
Coste Ref x unidad	euros	euros	Observaciones
Demoliciones y Eliminación escombros	2.000 €	3.000 €	
Albañilería	4.000 €	5.500 €	
Fontanería y Electricidad	- €	- €	Ya realizada por el anterior propietario
Luminaria	1.000 €	1.500 €	
Carpintería	4.000 €	6.000 €	
Aires acondicionado	1.500 €	5.000 €	
Pinturas y acabados	3.000 €	4.000 €	
Cocinas	4.000 €	- €	Tendremos catering externo
Baños	3.000 €	4.000 €	
moviliario	7.000 €	5.000 €	
Total por unidad	29.500 €	34.000 €	
TOTAL PROYECTO	118.000 €	34.000 €	152.000 €

TABLA 3: Amortizaciones. (Fuente propia)

Años amortizables	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Amortizaciones Contables	15.200 €	15.200 €	15.200 €	15.200 €	15.200 €	15.200 €	15.200 €	15.200 €	15.200 €	15.200 €	152000 euros

Proseguiremos con la estimación de ventas en las que se detalla lo que se prevé ganar anualmente con el negocio. Partiremos desde el mes de enero del año 2024, cuando se estima que la reforma esté finalizada y se podrán abrir las puertas del establecimiento. Además, se aumentará el precio medio por el que se alquila la casa cada año. Se ha querido ser reservado, por lo que el primer año se estima que las ventas de las casas no superarán un 50%.

TABLA 4: estimación de ventas. (Fuente propia)

ESTIMACIÓN DE VENTAS										
Datos	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Unidades	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Salas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Inflación	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
FACTURACIÓN CASAS RURALES										
Precio Medio ud Casa	120 €	122,40 €	124,85 €	127,34 €	129,89 €	132,49 €	135,14 €	137,84 €	140,60 €	143,41 €
Porcentaje Ocupación Año Viv	45%	55%	65%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
Noches Vendidas Viviendas	657	803	949	1022	1022	1022	1022	1022	1022	1022
Facturación Viviendas	78.840 €	98.287 €	118.481 €	130.147 €	132.749 €	135.404 €	138.113 €	140.875 €	143.692 €	146.566 €
FACTURACIÓN SALA										
Precio Medio ud Sala	350 €	357,00 €	364,14 €	371,42 €	378,85 €	386,43 €	394,16 €	402,04 €	410,08 €	418,28 €
Unidades Vendidas Sala Año	20	30	40	50	50	50	50	50	50	50
Facturación Eventos	7.000 €	10.710 €	14.566 €	18.571 €	18.943 €	19.321 €	19.708 €	20.102 €	20.504 €	20.914 €
TOTAL FACTURACIÓN ANUAL	85.840 €	108.997 €	133.046 €	148.718 €	151.692 €	154.726 €	157.820 €	160.977 €	164.196 €	167.480 €

En la tabla siguiente se reflejan los costes, tanto fijos como variables anuales, de las casas rurales. Hay que destacar que se ha añadido la inflación del 2% anual para obtener una estimación más ajustada a la realidad. En el apartado de gestión y contabilidad no se realizará ningún gasto, ya que será la propia empresa Limpieza Apeles S.L la que se encargue de esta función. Además, se añade en este apartado el 15% de comisiones que se llevarían las agencias online, asumiendo que todas las ventas nos las gestionen ellos. Hay que destacar que uno de nuestros objetivos a largo plazo es realizar la mayoría de las ventas de manera directa para eliminar este coste casi por completo.

TABLA 5: estimación de costes. (Fuente propia)

ESTIMACIÓN DE COSTES											
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	
Inflación	1,02	1,04	1,06	1,08	1,10	1,13	1,15	1,17	1,20	1,22	
VARIABLES											
Porcentaje sobre ventas	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	15%	
Comisión	12.876 €	16.350 €	19.957 €	22.308 €	22.754 €	23.209 €	23.673 €	24.147 €	24.629 €	25.122 €	
FIJOS											
Generales y administrativos											
Salarios y sueldos	1 recepcionista	22.134 €	22.577 €	23.028 €	23.489 €	23.959 €	24.438 €	24.926 €	25.425 €	25.934 €	26.452 €
Reparaciones y mantenimiento		6.000 €	6.242 €	6.367 €	6.495 €	6.624 €	6.757 €	6.892 €	7.030 €	7.171 €	7.314 €
limpieza	1 limpiador	19.992 €	20.392 €	20.800 €	21.216 €	21.640 €	22.073 €	22.514 €	22.965 €	23.424 €	23.892 €
Suministros	agua y luz 100euros/ud mes	6.120 €	6.242 €	6.367 €	6.495 €	6.624 €	6.757 €	6.892 €	7.030 €	7.171 €	7.314 €
Teléfono		1.836 €	1.873 €	1.910 €	1.948 €	1.987 €	2.027 €	2.068 €	2.109 €	2.151 €	2.194 €
Otros servicios externos		2.550 €	2.601 €	2.653 €	2.706 €	2.760 €	2.815 €	2.872 €	2.929 €	2.988 €	3.047 €
Seguro		2.550 €	2.601 €	2.653 €	2.706 €	2.760 €	2.815 €	2.872 €	2.929 €	2.988 €	3.047 €
Gestoría y contabilidad		- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €	- €
TOTAL COSTES		61.182 €	62.528 €	63.779 €	65.054 €	66.355 €	67.682 €	69.036 €	70.417 €	71.825 €	73.262 €

A continuación, se encuentra la cuenta de pérdidas y ganancias, como se puede comprobar el primer año se obtiene un beneficio neto negativo de 2.564 euros. Sin embargo, el beneficio relativo únicamente al cash flow resulta positivo siendo de 12.637 euros. Esto se debe a la inclusión de las amortizaciones en el periodo contable de 2024, y aunque estas ponderan como un gasto en dicho periodo contable, realmente el gasto en cuestión se llevó a cabo el año en el que se realizó la inversión inicial.

TABLA 6: Cuenta de pérdidas y ganancias. (Fuente propia)

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
VENTAS (inflación del 2%)	85.840 €	108.997 €	133.046 €	148.718 €	151.692 €	154.726 €	157.820 €	160.977 €	164.196 €	167.480 €
Coste Variable	- 12.876 €	- 16.350 €	- 19.957 €	- 22.308 €	- 22.754 €	- 23.209 €	- 23.673 €	- 24.147 €	- 24.629 €	- 25.122 €
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	72.964 €	92.648 €	113.089 €	126.410 €	128.938 €	131.517 €	134.147 €	136.830 €	139.567 €	142.358 €
Suelos y salarios	- 42.126 €	- 42.969 €	- 43.828 €	- 44.705 €	- 45.599 €	- 46.511 €	- 46.996 €	- 48.390 €	- 49.358 €	- 50.281 €
Costes Generales	- 19.056 €	- 19.559 €	- 19.951 €	- 20.349 €	- 20.756 €	- 21.171 €	- 22.040 €	- 22.027 €	- 22.467 €	- 22.981 €
Total Costes Fijos	- 61.182 €	- 62.528 €	- 63.779 €	- 65.054 €	- 66.355 €	- 67.682 €	- 69.036 €	- 70.417 €	- 71.825 €	- 73.262 €
RESULTADO NETO EXPLOTACIÓN ANTES AMORT INT E IMPUESTOS	11.782 €	30.120 €	49.311 €	61.356 €	62.583 €	63.835 €	65.111 €	66.414 €	67.742 €	69.097 €
AMORTIZACIONES	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €	- 15.200 €
RESULTADOS ANTES IMPUESTOS	- 3.418 €	14.920 €	34.111 €	46.156 €	47.383 €	48.635 €	49.911 €	51.214 €	52.542 €	53.897 €
IMPUESTOS 25%	855 €	3.730 €	8.528 €	11.539 €	11.846 €	12.159 €	12.478 €	12.803 €	13.135 €	13.474 €
BENEFICIO NETO	- 2.564 €	11.190 €	25.583 €	34.617 €	35.537 €	36.476 €	37.433 €	38.410 €	39.406 €	40.423 €

En la última tabla, y de la que se apoya la conclusión del proyecto, se encuentra la rentabilidad del negocio. Hallar la rentabilidad es esencial para conocer la viabilidad del negocio. En la tabla a continuación, se ha calculado primero el cash flow hoy en día, para conseguir un resultado acorde con el valor del dinero actual. A esto último se le ha ido restando la inversión inicial, la cual, durante el quinto año se ha quedado en 0, por lo tanto, es entonces cuando se elimina por completo la deuda de la inversión. En el año 10, cuando contablemente acabamos de pagar la inversión ya se estima un cash flow de 279.261 euros.

TABLA 7: Viabilidad del proyecto. (Fuente propia)

TASA DE DESCUENTO: 4%										
VIABILIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
CASH FLOW (AMORTIZACIONES + B.N)	12.637 €	26.390 €	40.783 €	49.817 €	50.737 €	51.676 €	52.633 €	53.610 €	54.606 €	55.623 €
CASH FLOW CALCULADO A DÍA DE HOY	12150,48077	25374,69712	39214,51808	47900,86269	48785,80303	49688,44216	50609,13408	51548,23984	52506,12771	53483,17335
INVERSIÓN	- 152.000 €	- 139.850 €	- 114.475 €	- 75.260 €	- 27.359 €	21.426 €	71.115 €	121.724 €	173.272 €	225.778 €
TOTAL CASH FLOW	- 139.850 €	- 114.475 €	- 75.260 €	- 27.359 €	21.426 €	71.115 €	121.724 €	173.272 €	225.778 €	279.261 €
VALOR ACTUAL NETO	279.261									
TASA INTERNA RETORNO	15%									
PAYBACK	Durante el quinto año									

Con todos estos datos y apoyados de la tabla anterior, se puede decretar que el proyecto es rentable y que por lo tanto tiene viabilidad debido a que la tasa interna de retorno (TIR) del 15% supera con creces la tasa de descuento del 4%.

11. CONCLUSIÓN

El turismo en Canarias ha sido un motor económico importante, impulsado por el atractivo natural de las islas y su desarrollo como destino turístico. A lo largo de su historia, ha pasado de ser un turismo de élite y de salud a convertirse en un turismo de masas, principalmente centrado en el sol y la playa. Sin embargo, se ha reconocido la necesidad de diversificar la oferta turística y surgieron nuevas modalidades, como el turismo rural, para complementar el turismo tradicional.

El turismo rural ha demostrado ser una alternativa valorada en el sector turístico nacional, brindando experiencias auténticas y sostenibles a los viajeros. Esta forma de turismo fomenta el desarrollo local, la generación de empleo y la conservación del patrimonio cultural y natural. Canarias, como un importante destino turístico, cuenta con atractivos naturales y la posibilidad de actividades al exterior que la hacen perfecta como destino para este tipo de turismo.

A lo largo del trabajo se han desarrollado las fases necesarias para crear un plan de empresa, en este caso con la reforma de cinco casas rurales en el municipio Canario de Icod de Los Vinos. Además, a través de un análisis teórico y contable, se ha determinado que el proyecto cuenta con aspectos que respaldan su viabilidad:

En primer lugar, existe una creciente demanda de turismo auténtico y rural en la región, lo cual el proyecto aprovecha ofreciendo a los visitantes la oportunidad de disfrutar de un entorno rural y participar en actividades agrícolas locales. Además, el turismo rural diversifica la oferta turística, proporcionando una alternativa atractiva para aquellos que buscan escapar de los destinos masificados y tener una conexión auténtica con el entorno.

El análisis contable realizado demuestra que el negocio de las casas rurales puede generar ingresos significativos, especialmente con la adición de una sala de eventos que ofrece oportunidades de generación de ingresos adicionales. Esto contribuye a aumentar la rentabilidad del proyecto y brinda beneficios económicos tanto para los propietarios del complejo como para otras actividades locales, como restaurantes, bares, pequeños comercios y producciones agrarias y artesanales. Asimismo, el enfoque del turismo rural en la conservación del patrimonio natural y cultural agrega un valor adicional al proyecto, promoviendo la preservación de los recursos naturales y fomentando el respeto por las tradiciones y la historia local.

A todo esto, hay que añadir que el municipio de Icod de los Vinos se beneficiará significativamente de la iniciativa, generando empleo local, fortaleciendo la economía y diversificando la oferta turística. La colaboración con los negocios locales del municipio potenciará la economía circular y promoverá la cooperación entre los actores del sector.

Las casas rurales de la finca La Pajarita representan un ejemplo para nuevos empresarios del sector turístico de cómo es posible alcanzar un equilibrio entre la rentabilidad económica, la conservación del patrimonio y la protección del medio ambiente.

12. BIBLIOGRAFÍA

Autor desconocido. (1995). Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias. Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE-A-1995-12102-consolidado.pdf>

Autor desconocido. (S.f). Normativa de Ordenación Pormenorizada (NOP). Plan General de Ordenación de Icod de los Vinos. http://pgoicod.com/pgo16/02_NORMATIVAS/02_02_NORM_ORD_PORMENORIZADA/NORMATIVA%20ORD%20PORMENORIZADA_F.pdf

Autor desconocido. (2017). Ordenanza reguladora de la concesión de subvenciones para el fomento del comercio en el municipio de Icod de los Vinos. Ayuntamiento de Icod de los Vinos. https://sede.icoddelosvinos.es/sta/docs/GetDocumentServlet?CUD=14161115514550653611&HASH_CUD=e1e908e850504672bc01f860246cb75f5647419d&APP_CODE=STA

Autor desconocido. (Sin fecha). Nuestros servicios. GR Eventos <https://greventos.es/nuestros-servicios/>

Autor desconocido. (Sin fecha). Pico del Teide. El Cardón NaturExperience. <https://elcardon.com/actividades-en-tenerife/pico-del-teide/>

Autor desconocido. (2019). El número de turistas que visitaron Canarias en 2018 aumentó un 0,1% con respecto al año anterior [Nota de prensa]. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/.content/noticias/estadistica-movimientos-turisticos-fronteras-canarias-frontur-noticia.html>

Autor desconocido. (sin fecha). Estadísticas de turismo: Movimientos turísticos en fronteras - Tenerife. Instituto Canario de Estadística (ISTAC). <https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceId=be85e239-12f1-46c9-b42f-3533d27d03ce&indicatorSystem=C00075B&resourceType=indicatorInstance#visualization/table>

Autor desconocido. (2019). Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). Instituto Nacional de Estadística (INE). https://www.ine.es/prensa/t19/t19t_19.pdf

Autor desconocido. (agosto 2019). Estancia media de turista según sexo. [Tabla de datos]. Gobierno de Canarias <https://www3.gobiernodecanarias.org/istac/statistical-visualizer/visualizer/data.html?resourceId=093f7032-21bb-4ec2-8c3b-c37d293bbe5b&indicatorSystem=C00075B&resourceType=indicatorInstance#visualization/table>

Balsalobre-Lorente, D., Driha, O.M., Shahbaz, M. y Sinha, A. 2020. "The effects of tourism and globalization over environmental degradation in developed countries". *Environmental Science and Pollution Research*, 27(7): 7130-7144

Bardón Fernández, E. (1990): «Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo». *Estudios Turísticos*

Bhattarai, K., Conway, D. y Shrestha, N. (2005). Tourism, terrorism and turmoil in Nepal. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 669-688. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.08.007>

Blanco, F. J. (1996): "Fundamentos de la política comunitaria y española en materia de turismo rural, Consideraciones sobre la legislación española", *Rev. Estudios Turísticos*, 131, pp. 25-49. Madrid.

Cánoves, G., Garay, L., y Moreno, A. (2012). Título del artículo. Nombre de la revista, volumen(número), páginas. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3968941>

Cawley, M. & Gillmor, D. A. (2008). Integrated rural tourism: concepts and practice. *Annals of Tourism Research*, 35 (2), 316–337.

Congreso Nacional de Turismo Rural. Asturias, 31 de mayo a 3 de junio de 2005.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2001). Título del informe. <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t11/e162eotr/a2001/i0/&file=01nao001.px>

Drakos, K. y Kutan, A. M. (2003). Regional effects of terrorism on tourism in three Mediterranean countries. *Journal of Conflict Resolution*, 47(5), 621-641. <https://doi.org/10.2307/3176222>

Domínguez Mujica, J. (2008). Evolución del turismo en Canarias. *Études Caribéennes*, 10. <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/1082>

Dorobantu, Maria Roxana and Nistoreanu, Puiu (2012): Rural Tourism and Ecotourism – the Main Priorities in Sustainable Development Orientations of Rural Local Communities in Romania. Published in: *Economy Transdisciplinarity Cognition* <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/31480>

Fuentes García, R. (2005): «Turismo en áreas rurales», *La actividad turística española en 2004*. Madrid: AECIT.

Global Ecotourism Network. (sin fecha). <https://ecotourism.org/>

Gobierno de Canarias - Instituto Canario de Estadística (ISTAC). (2015). Título del artículo. <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/.content/noticias/contabilidad-trimestral-canarias-noticia->

[2022-cuarto-trimestre.html#:~:text=Para%20el%20conjunto%20del%20a%C3%B1o,Vasco%20\(4%2C3%25\).](#)

Gobierno de Canarias - Instituto Canario de Estadística (ISTAC). (2020). Impacto del COVID-19 en el PIB y en la llegada de turistas. <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/descargas/covid-19/informe-impacto-COVID-19-PIB-demanda-20-04-2020.pdf>

Grande Ibarra, J. (2006): La coyuntura del turismo rural, en Actas del XI.

Grande Ibarra, J (2006). La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza. Estudios Turísticos, 169, 175-192. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/97572.pdf

Hall, D. R. (2004). Rural tourism development in southeastern Europe: transition and the search for sustainability. International Journal of Tourism Research, 6 (3), 165-176.

Haseeb, M., Hassan, S., Azam, M. y Suryanto, T. 2018. "The dynamics of governance, tourism and environmental degradation: the world evidence". International Journal of Global Environmental Issues, 17(4): 340-363. https://www.researchgate.net/publication/328038125_The_dynamics_of_governance_tourism_and_environmental_degradation_The_world_evidence

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2003). Encuesta de ocupación de alojamientos turísticos. <https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t11/e162eotr/a2003/I0/&file=01nao001.px>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2009). Encuesta de ocupación de alojamientos turísticos. <https://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eotr1009.xls>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2014). Encuesta de ocupación de alojamientos turísticos. <https://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eotr1214.xlsx>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). Encuesta de ocupación de alojamientos turísticos. <https://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eotr.xlsx>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). Estadística de movimientos turísticos en fronteras (FRONTUR). <https://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1222.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2 de febrero de 2023). Encuesta del gasto turístico. <https://www.ine.es/daco/daco42/egatur/egatur1222.pdf>

Entrevistas (sin fecha). <https://www.intervijajes.com.py/admin/img/pdfs/turismo1c-1q4.pdf>

Ivars, J. A. (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas*, 23, 59-88.

Lasisi, T.T., Alola, A.A., Eluwole, K.K., Ozturen, A. y Alola, U.V. 2020. "The environmental sustainability effects of income, labor force, and tourism development in OECD countries". *Environmental Science and Pollution Research*, 27: 21231-21242.

Martín-Hernández, F. 2009. "La relación sociedad-naturaleza y el turismo. Reflexiones sobre el turismo de sol y playa". *Observatorium: Revista Electrónica de Geografía*, 1(1): 105-123.<http://www.observatorium.ig.ufu.br/pdfs/1edicao/LARELACIONSOCIEDADNATURALEZAYELTURISMO.pdf>

Martin Jiménez M.I. (2000): «El turismo rural como motor de desarrollo en las comarcas de Castilla y León». *Revista Economía y Finanzas de Castilla y León*, nº4, pp. 155-173.

Mediano Serrano, L., y Vicente-Molina, M. A. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. *Boletín ICE Económico*. https://www.researchgate.net/profile/Maria-VicenteMolina/publication/28120928_Analisis_del_concepto_de_turismo_rural_e_implicaciones_de_marketing/links/09e4150b8a03a8fa2d000000/Analisis-del-concepto-de-turismo-rural-e-implicaciones-de-marketing

Organización Mundial del Turismo (OMT). (sin fecha). Glosario de términos turísticos. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Padrón Lecuona. (2019). Turismo rural – análisis de mercados y precios en Tenerife.. <https://padronlecuona.com/archivos/2019/turismo-rural-tenerife.html>

Sayadi, S., Calatrava Requena, J. (2001): "Agroturismo y desarrollo rural: situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español". *Cuadernos de Turismo*. Vol. 7, pp. 131-157.

Sharpley, R., y Roberts, L. (2004). Rural Tourism: An Introduction. https://pages.mtu.edu/~asmayer/rural_sustain/rural_tourism/1_Sharpley%20%20Roberts.pdf

Sims, R. (2010) "Putting place on the menu: the negotiation of locality in UK food tourism, from production to consumption". *Journal of Rural Studies* (26): 105-115

Solsona, M. (2006).El turismo rural en Europa. Redalyc, volumen (10 nº2). <https://www.redalyc.org/pdf/276/27610204.pdf>

Traverso Cortes, J. (1996): Comunicación interpretativa: variable clave en el marketing-mix de las empresas de turismo rural. *Estudios turísticos*

Travel & Tourism Analyst (1999): "Market Segments: Rural Tourism in Europe", Rev. Travel & Tourism Analyst, no 6.

Valdés Peláez, L. (Fecha). El turismo rural: Una alternativa diversificadora. Universidad de Oviedo, https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/102art19.pdf

Villarno, M. y Cánoves, G. (2000): Turismo rural en Galicia: sin mujeres imposible

Villanueva, J. (1994). Turismo rural y medio ambiente. Geographica. https://doi.org/10.26754/ojs_geoph/geoph.1994311778

Yuan, M. (2005). After September 11th: determining its impacts on rural Canadians' travel to the US. E-review of Tourism Research, 3(5), 103-108. <http://ertr.tamu.edu/pdfs/a-91.pdf>

12.1. OTRAS REFERENCIAS ACADEMICAS

<https://www.holidu.es/d/43459321?searchId=7bc95449-a39d-4eba-abe2-27a815a95852&amenities=POOL&pageSize=30&geoHashes=eth17sjg&booster=TQE4TdBLZ0lXmd%2F5QTnka8Qq3gh0YtJRfsA%2BSq5hsorCLwmfv4kKqDAig5UeT6oOqwxL9xElqXGkB%2BWCRII45g%3D%3D&hasGConfig=true&locale=es-ES¤cy=EUR#article>

https://www.vrbo.com/eses/p8466622?CID=a_ph_6&adultsCount=2&clickref=1101lwDeJ5PN&qx-currency=EUR&k_clickid=1101lwDeJ5PN&mdpcid=VRBO-ES.META.holidu.PHG.VR&uni_id=4524745&utm_campaign=holidu_1011I2247&utm_medium=partner&utm_source=aff_ph

<https://www.holidu.es/d/45504065?searchId=0220eec4-1b4b-4ecb-a3d5-0061c40564b8&searchTerm=Los+Realejos%2C+Espana&pageSize=30&asyncSubscriptions=true&booster=1J2995jQMn1Ouqs%2FVgtZv146dlg6ZpUZKPO0dj3MTzWuIbaxZp3CmsYZSlnGtPfl&locale=es-ES¤cy=EUR>

https://www.booking.com/hotel/es/casa-de-teja.es.html?aid=1604618&label=metaholidu-link-MetaES-hotel-6809929_xqdz-38ecb4c5010739a98cd8efe5bd8aa947_dev-mob_lang-es_defdate-1_gstadt-2_dow-TUESDAY_exp-f_opts-0_pageFrom%3Dlistmobile&sid=4fed177da5b0514a0ce8857daa39bada&all_sr_blocks=737803202_328181410_2_0_0;checkin=2023-07-04;checkout=2023-07-05;dest_id=-387703;dest_type=city;dist=0;group_adults=2;group_children=0;hapos=4;highlighted_blocks=737803202_328181410_2_0_0;hpos=4;matching_block_id=737803202_328181410_2_0_0;no_rooms=2;req_adults=2;req_children=0;room1=A;room2=A;sb_price_type=total;sr_order=popularity;sr_pri_blocks=737803202_328181410_2_0_0_43294;srepoch=1688473209;srpvid=00bd56bb9f1b00e0;type=total;ucfs=1&

12. ANEXO

ENTREVISTA A JUAN DÍAZ VILELA

Hábleme un poco de su infancia, ¿hasta qué punto fue importante el campo y la vida rural dentro de esta época de su vida?

“De pequeño he vivido toda mi vida en Santa Cruz, pero mis padres tenían una casa en la Esperanza a la que íbamos todos los veranos, siempre me encantó esa casa, tener contacto con la naturaleza con la agricultura, árboles frutales, etc. Mi pasatiempo favorito era ayudar a mi padre en la pequeña finca que teníamos al lado de la casa veraniega y recolectar todo lo que había crecido durante el verano.”

¿Porque decidió después de años como gerente de la empresa Limpiezas Apeles S.L. comenzar en la compra y reforma de inmuebles?

“No fue algo que fuera buscando, si te soy sincero. Al final del año, de la empresa quedaba un dinero de beneficios, y cuando me puse a buscar información sobre cómo invertirlo para conseguir una plusvalía me encontré con la compra y reforma de inmuebles. Comencé con un piso en Radazul que actualmente tengo en Airbnb, y después con uno en el sur de la isla, y realmente es una muy buena manera de invertir el dinero y de obtener muchos beneficios a largo plazo. Por eso al ver que se alquilaba la parcela colindante de la finca y que tenía casas rurales con mucho potencial, no me lo pensé dos veces.”

¿Qué le impulsó a adquirir la finca de “La Pajarita”?

“Llevaba muchos años queriendo tener una finca, siempre me apasiono, sobre todo el cultivo de olivos, y surgió la oportunidad unos años atrás de comprar un terreno en una muy buena situación con un tamaño medio, con un precio razonable y en una zona muy buena de la isla, con un clima muy bueno para el cultivo, y para el turismo.”

¿Qué le llevó a reformar las casas rurales y darles un uso turístico?

“Para que una finca agrícola sea rentable tienes que tener una actividad complementaria que te genere unos ingresos para poder mantener la finca con un equilibrio económico. Como me fue muy bien la compra y reforma de inmuebles en el pasado, y al tener esa oportunidad en un ámbito más rural, me pareció muy buena idea de actividad complementaria.”

