

Datos globales del estudio de 2019

(Presentación Fiturtech)

Introducción

El **Observatorio del Turismo Rural** presenta informes sobre el sector del turismo rural. El estudio aborda cuestiones novedosas y aspectos para conocer la evolución de este mercado en el último año.

Universo viajeros: 3.918.444 INE 2018

Tamaño muestral total: 21.390

Error muestral: 0,6 %

Nivel de confianza: 95%

Universo propietarios: 16.233 INE 2018

Tamaño total muestral: 3.782

Error muestral: 1,4 %

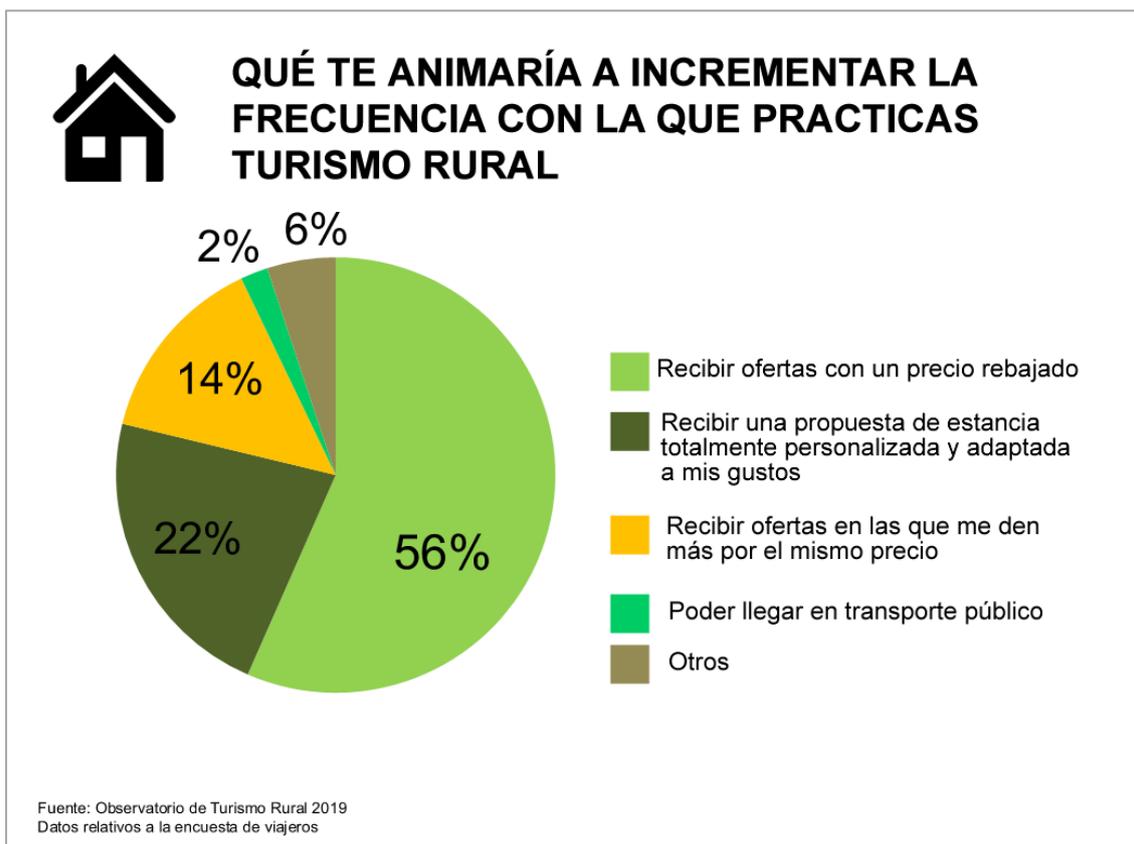
Nivel de confianza: 95%

El Observatorio del Turismo Rural viene analizando la situación del sector desde 2014 y en esta edición de 2019 hemos querido ampliar y profundizar en relación a ciertos aspectos sobre el turista y el propietario rural, así como incorporar nuevas cuestiones de interés. Todo ello con el objetivo de ayudar a todos los agentes de este mercado en su toma de decisiones.

- 1. Tendencias en la demanda del turismo rural 2019**
- 2. Tendencias en la oferta del turismo rural 2019**

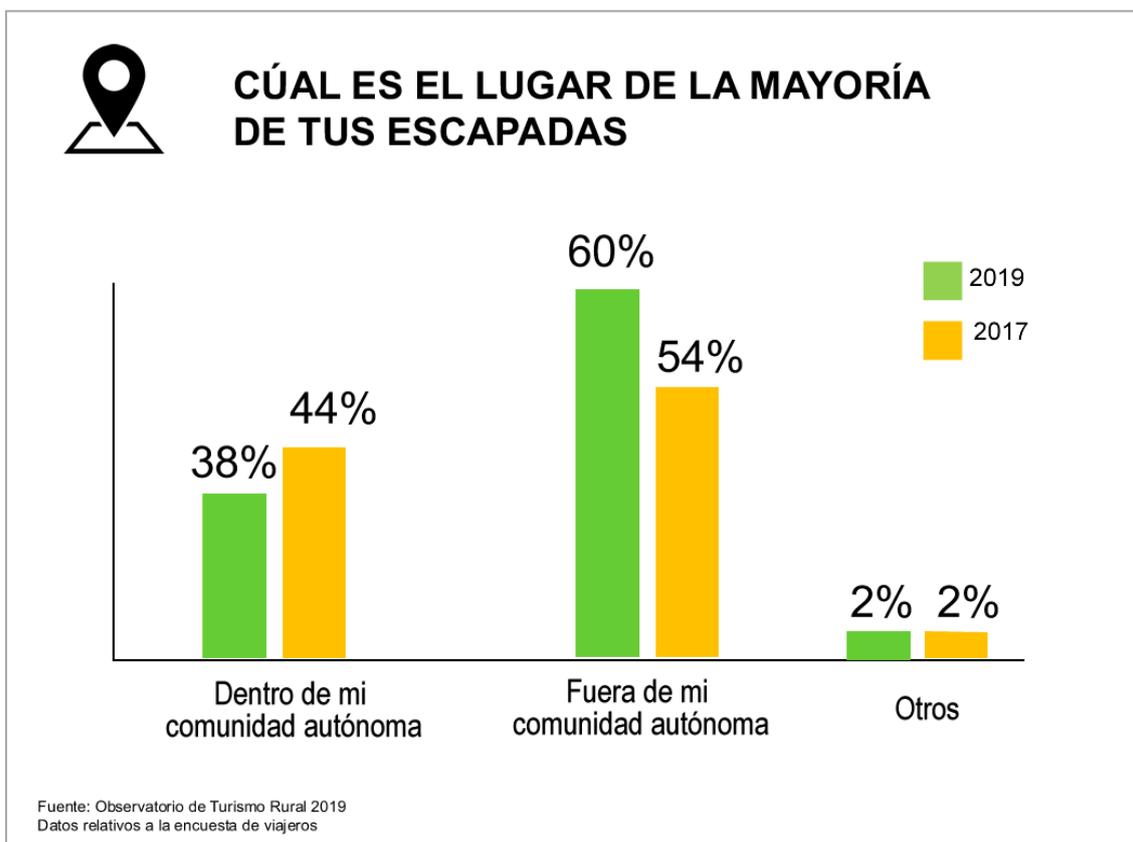
1. Tendencias en la demanda del turismo rural 2019

Uno de los objetivos globales del sector del turismo rural en España es aumentar la frecuencia de escapadas rurales, pues sólo un 15% practica turismo rural cuatro veces al año, siendo lo habitual una o dos veces al año con un 40% en ambas ocasiones.



En este sentido, en el último estudio del Observatorio del Turismo Rural, hemos preguntado por las motivaciones principales de los viajeros rurales para aumentar esta frecuencia, destacando en sus respuestas (además de la habitual de las ofertas de precio), la de “recibir una propuesta de estancia totalmente personalizada y adaptada a mis gustos” con un 22%. Esta constatación exige al sector, primero, tener una base de datos completa y actualizada que recoja de sus clientes sus preferencias, y, segundo, acciones de comunicación y comercialización planificadas y apuntando a este objetivo. Por supuesto, este hecho que descubre el OTR 2019 también aporta una gran oportunidad al sector.

Una vez tenemos un índice que nos indica que les motivaría a hacer más escapadas rurales, nos centramos a estudiar los hábitos de consumo de los que ya hacen turismo rural a menudo (Al menos dos veces al año)



Sin duda, observamos cómo, por diversos motivos (que no contempla nuestro estudio), las escapadas rurales tienen su actividad principal fuera de la propia Comunidad Autónoma del viajero rural, con un incremento de 6 puntos con referencia a nuestro anterior OTR del 2017. Es obligatorio pues, que destinos y alojamientos rurales, principalmente, se fijen el objetivo de volver a enamorar a sus, hasta ahora fieles turistas rurales. Y eso se puede hacer innovando es su oferta global de servicios, etc. [Y esperemos que no sea bajando precios, pues no es la estrategia adecuada].

Siguiendo en la misma línea, preguntamos a los viajeros que es lo que más valoran de un destino rural



QUÉ ES LO QUE MÁS VALORAS DE UN DESTINO RURAL



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2019
Datos relativos a la encuesta de viajeros

Es evidente que la actividad de turismo rural se basa en un entorno natural donde podamos realizar actividades para disfrutar ese ambiente único en contacto con la naturaleza, con la cultura, con la gastronomía, y con la gente de ese territorio. Siguiendo esta hipótesis se muestran las respuestas de nuestro OTR 2019, por lo que pensamos que es una obligación la colaboración con otros actores del sector para poder diseñar, crear y comunicar esta oferta.

Es importante también centrarnos en el proceso de compra de las escapadas rurales, para ver que actores influyen en ella.



El 45% de los viajeros se anima a hacer turismo rural **de manera espontánea**, gracias a la publicidad del destino

Si casi la mitad de los viajeros rurales despierta su interés por hacer escapadas rurales gracias a la publicidad de destino, es evidente que los alojamientos rurales deben potenciar este hecho, incluyendo en sus comunicaciones elementos clave del destino y, por supuesto, colaborando con éste en esa promoción.



Un 40% de los viajeros **descarta un alojamiento** si no tiene clara su disponibilidad, antes de contactar para comprobarlo

Los viajeros rurales son también usuarios de otras organizaciones turísticas: hoteles, compañías aéreas, restaurantes, etc., donde ya es habitual que puedan consultar “on time” sus diversas disponibilidades y poder elegir a voluntad. El turismo rural ha tenido ya muchos años para adaptarse a esta situación y, por las respuestas que hemos obtenido, empieza a ser ya una exigencia en la comercialización de los alojamientos rurales.



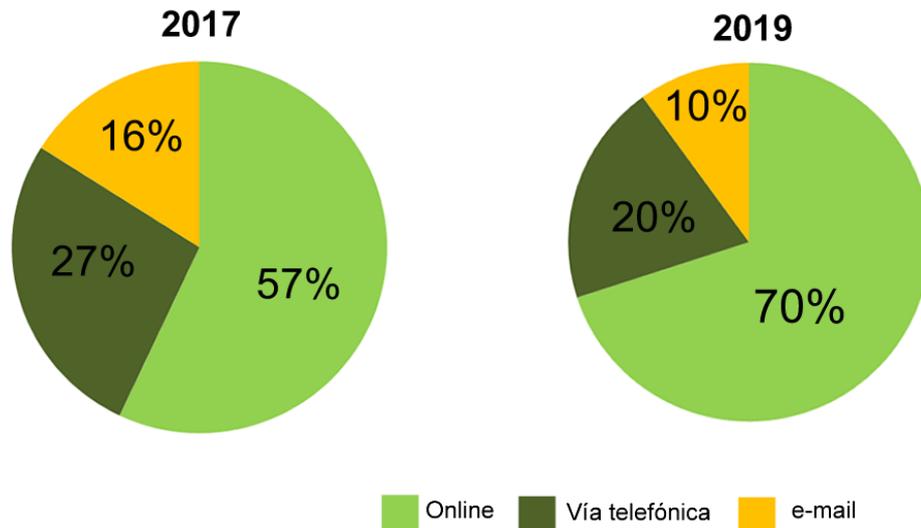
Un 45% de los viajeros descarta un alojamiento **si no puede saber los precios** antes de contactar

Siguiendo la reflexión anterior, estos viajeros rurales también están acostumbrados a conocer los diversos precios existentes en los hoteles, aviones, etc. antes de comprar. Y en el turismo rural ya debe ser una exigencia en la comercialización de los alojamientos rurales.

Por otro lado y siguiendo con las reflexiones anteriores, el componente “online” del negocio del turismo rural ya debe ser asumida por el sector tal y como indica el siguiente gráfico.



CUÁL ES TU FORMA PREFERIDA DE HACER LA RESERVA



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2019
Datos relativos a la encuesta de viajeros

El cliente lo exige, tanto en poder comprobar la disponibilidad y precios del alojamiento, como en el proceso de reserva, siendo ya un 70% los turistas rurales que prefieren la forma “online” (aumentando sin parar este porcentaje), como demuestra esta gráfica. Por el contrario, los propietarios nos reconocen que sigue siendo el correo electrónico (ya sea de la propia web o de portales) la forma más importante para ellos de realizar las reservas: un 60%. Sin duda, una realidad URGENTE a solucionar.

Ahora que ya nos hemos hecho una idea de las tendencias y hábitos de consumo del turista rural hemos creído oportuno crear un retrato robot de la escapada perfecta para la mayoría de viajeros que practican este tipo de turismo.

OPCIÓN ELEGIDA PARA LA MAYORÍA DE ESCAPADAS RURALES



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2019
Datos relativos a la encuesta de viajeros

Tal y como vemos en la imagen gráfica, los viajeros rurales tienden a preferir la montaña que las zonas de costa, para relajarse y estar principalmente con su familia, ya sea la más próxima o en un grupo mayor. En la mayoría de los casos, prefieren comer en la casa rural, antes que buscar una alternativa por la zona que están visitando. Consideran más importante que la zona tenga un patrimonio natural abundante que un rico patrimonio cultural. Normalmente el target del turismo rural se desplaza en coche privado, ya que en muchas ocasiones no existe la posibilidad de visitar zonas aisladas con transporte público. Para terminar la descripción es imprescindible mencionar que les apasiona el senderismo y las rutas por la naturaleza sin guía.

1. Tendencias en la oferta del turismo rural 2019

Una vez analizada la demanda, procedemos a ver qué tendencias marcan la oferta del sector el año del 2019.



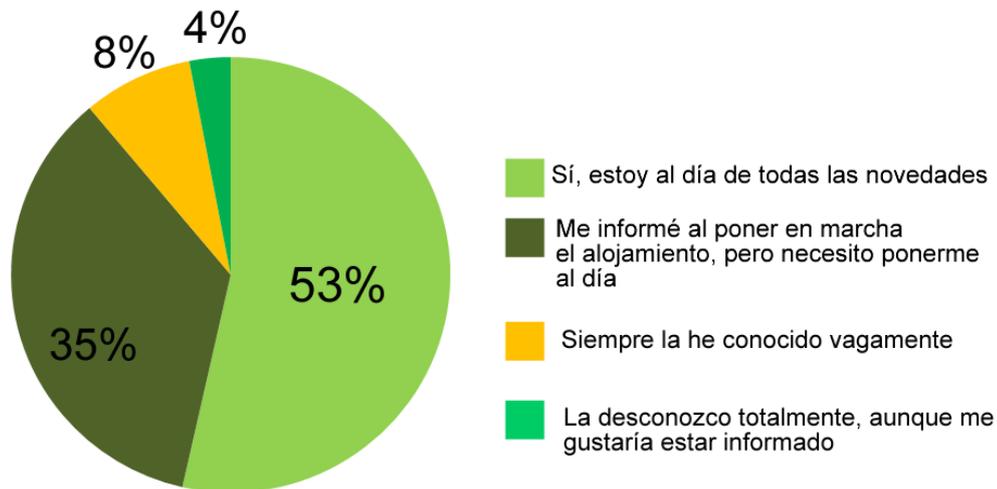
El 75% de los propietarios **no se han especializado** en ningún tipo de demanda

Una de las estrategias más importantes desde el punto de vista del marketing es, sin duda, la de la especialización, gran eje actual de las organizaciones turísticas..., menos en los alojamientos rurales que, como demuestra nuestra pregunta: el 75% no se ha especializado, y continua contemplando segmentos amplios como las familias, las parejas y los grupos, demasiado heterogéneos cada uno de ellos en su composición como para responder a las necesidades específicas que exige la máxima personalización de la escapada de los turistas rurales.

Otro de los temas que preocupa al sector es la legalidad de la oferta, es por ello que preguntamos a los propietarios qué nivel de conocimiento tienen de la normativa turística de su Comunidad Autónoma.



CONOCES LA NORMATIVA TURÍSTICA DE TU COMUNIDAD AUTÓNOMA



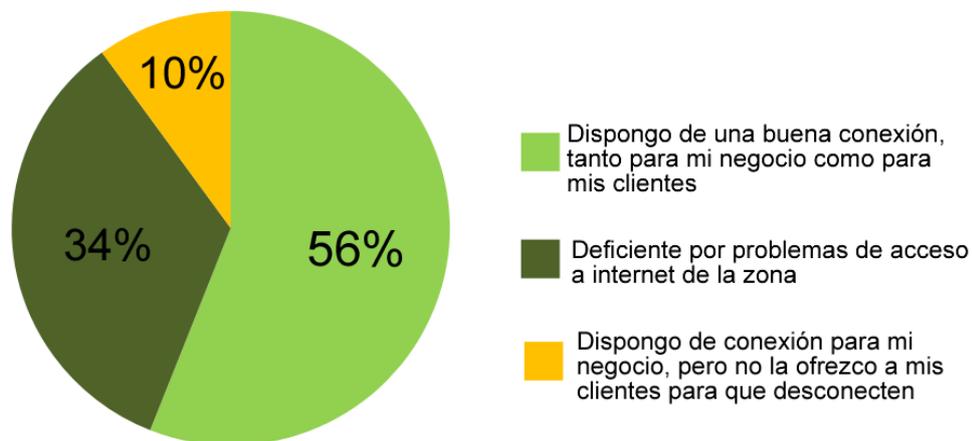
Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2019
Datos relativos a la encuesta de propietarios

En este sentido, en el turismo rural existe aún una asignatura pendiente, que se concreta en la actualización constante de los conocimientos en relación a la normativa actual que regula este sector. Es descorazonador comprobar cómo un 35% de los propietarios sólo la conocen a la hora de empezar en el negocio (¡sólo faltaría!), para luego olvidarse casi por completo. Es por ello que para que el sector se profesionalice es totalmente necesario ayudar a iniciativas que faciliten el conocimiento de estas leyes.

Otro tema importante para el buen desarrollo del sector es disponer de los recursos necesarios para que éste se de en un entorno adecuado. En ese sentido, hemos preguntado a los empresarios de las zonas rurales cuál es el nivel de conectividad a internet de sus negocios.



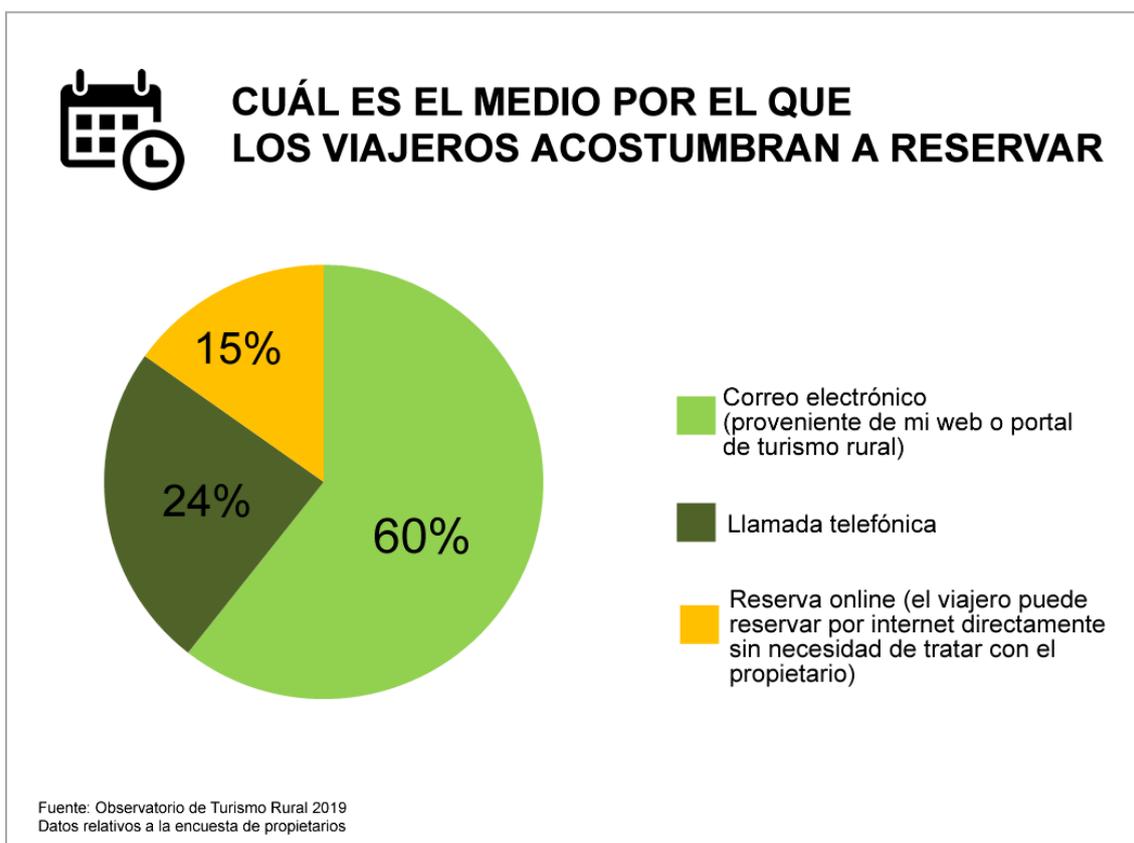
CUÁL ES EL NIVEL DE CONECTIVIDAD A INTERNET DE TU ALOJAMIENTO



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2019
Datos relativos a la encuesta de propietarios

Tanto para su propio uso en la gestión, como para, si se da el caso, ofrecerlo a los turistas rurales es totalmente necesario disponer de Internet. En la actualidad, es preocupante identificar que un tercio de los propietarios rurales que responden a nuestro estudio, indican que tienen problemas de acceso a internet en la zona (a lo que intenta poner remedio el programa de Destinos Rurales Inteligentes).

Como ya hemos comentado anteriormente, existe aún un importante “gap” entre la opción de reserva preferida por los turistas rurales (la “online”) y ésta misma ofertada por los propietarios

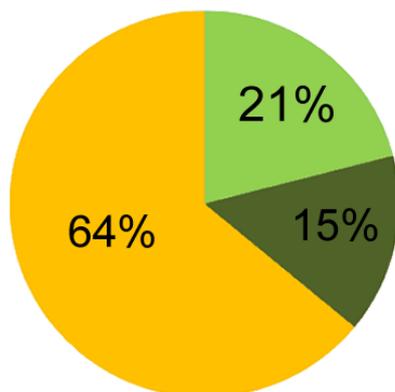


Vemos que aunque los viajeros quieran reservar online en un 70% de las ocasiones, solo el 15% consigue hacerlo. Por lo tanto, el 60% de los viajeros rurales acaban reservando mediante correo electrónico y un 24% lo hace mediante una llamada telefónica.

Uno de los temas a abordar también, cuando hablamos de oferta, son los precios, ya que pueden darnos información sobre el estado del mercado. En ese sentido, preguntamos a los propietarios cómo habían evolucionado los precios de sus alojamientos.



HAS TENIDO QUE MODIFICAR LOS PRECIOS EN EL ÚLTIMO AÑO



■ Sí, al alza ■ Sí, a la baja ■ No he modificado mis precios

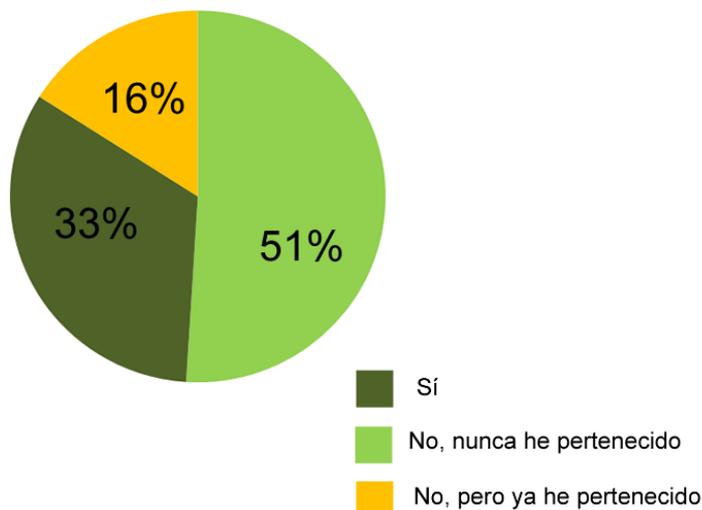
Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2019
Datos relativos a la encuesta de propietarios

Una buena noticia es que la mayoría de los propietarios no ha modificado sus precios (64%), y si lo ha hecho, ha sido al alza (21%), lo que supone una conciencia cada vez más clara de la aportación de valor de los alojamientos rurales en relación al cliente, así como la arriesgada política de bajar precios.

Acabando con el análisis, es importante ver el grado de cohesión que tiene el sector, evaluado por el número de asociados a asociaciones de turismo rural.



PERTENECES A ALGUNA ASOCIACIÓN DE TURISMO RURAL



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2019
Datos relativos a la encuesta de viajeros

Para poder analizar la situación actual sobre el asociacionismo en el turismo rural es importante saber qué porcentaje de alojamientos/propietarios pertenecen a estas asociaciones. De esta forma se podrá saber si los propietarios del sector están o no cohesionados para hacer frente a las diversas situaciones que como colectivo tienen ante sí.

Como podemos observar el sector de turismo rural no se puede definir como un sector asociativo, ya que el 67% de alojamientos no pertenece actualmente a ninguna rural. De entre ellos, un 16% había pertenecido a alguna asociación anteriormente.

Desgraciadamente la evolución en estos últimos años ha sido negativa: 33% en la actualidad, un 38,5% en el estudio de 2017, y un 42,7% en el estudio de 2015. Sin duda, estos datos nos demuestran que cada vez los propietarios rurales confían menos en las asociaciones como entidades de representación y otros elementos.