

EVOLUCIÓN DE PRECIOS Y CONSUMO EN EL TURISMO RURAL

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: 3.593.857 INE 2016

Tamaño muestral total: 16.382

Error muestral: 0,8 %

Nivel de confianza: 95%

Universo propietarios: 15.669 INE 2016

Tamaño total muestral: 2.978

Error muestral: 1,6%

Nivel de confianza: 95%

El Observatorio del Turismo Rural viene analizando la situación del sector desde 2014 y en esta edición de 2017 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.

En esta ocasión, a las puertas de cerrar el año 2017, centramos el foco de este nuevo informe en hacer una valoración global de la evolución de los precios y el consumo del turismo rural en España durante el año 2017.

Este análisis del OTR sobre la evolución de los precios y el consumo del sector se basa en una muestra de 16.382 turistas rurales que han hecho turismo rural al menos una vez en los últimos dos años. Por otro lado, también se fundamenta en 2.978

propietarios de alojamientos rurales que se ubican dentro del territorio español.

Este estudio aborda cuatro temas imprescindibles para valorar la evolución de la inversión de los viajeros rurales junto a la evolución de los precios de los alojamientos.

- 1. Cómo consume turismo rural el viajero actual**
- 2. Importancia de los precios en el turismo rural**
- 3. Grado de efectividad de las ofertas en el turismo rural**
- 4. Políticas de precios de los alojamientos rurales**

1. Cómo consume turismo rural el viajero actual

Para poder analizar con detalle la evolución del mercado del turismo rural en España durante los dos últimos años, es imprescindible analizar las particularidades del perfil del viajero que lo consume.

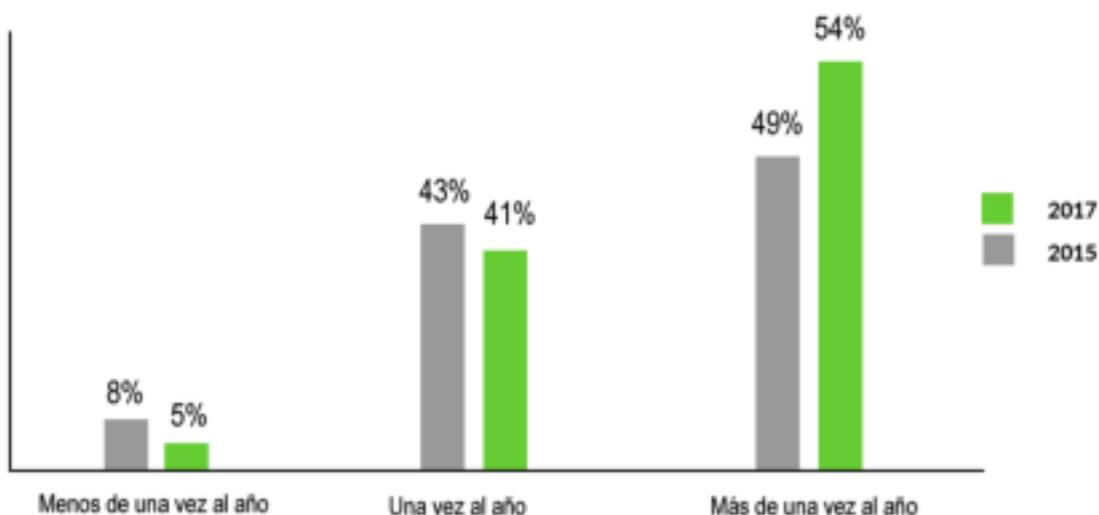
Sabemos que este tipo de viajero tiene una media de edad de 43 años. Preferiblemente, acostumbra a realizar este tipo de escapadas durante los puentes propios de la comunidad autónoma y los fines de semana de primavera, aunque para estancias más largas lo habitual es optar por la época estival. El turismo rural se acostumbra a practicar en familia o pareja, motivados, principalmente, por conocer mejor la cultura y la gastronomía local.

Las comunidades autónomas que emiten un mayor número de turistas de este tipo son Cataluña y Madrid, aglutinando un 44% de viajeros rurales totales del territorio español.

Teniendo en cuenta estas particularidades, veamos la evolución global del sector en estos dos últimos años.



CON QUÉ FRECUENCIA REALIZA ESTANCIAS DE TURISMO RURAL



Comparando con el estudio anterior, del 2015, el sector del turismo rural ha experimentado una evolución positiva que marca una tendencia para los próximos años. Esta subida viene dada por el **incremento de un 5% en cuanto a los viajeros que se animan a consumir una escapada rural más de una vez al año.**

Teniendo este positivo punto de partida, hemos creído conveniente profundizar sobre las motivaciones del cliente del turismo rural en España. Así, descubrimos cuáles consideran que son las ventajas que tiene con respecto al turismo urbano. El 50% de los encuestados prefieren el turismo rural ya que les permite conocer mejor la cultura y la gastronomía de la zona, seguido de los que consideran que este tipo de entorno es menos estresante que el de las ciudades (48%) y por lo tanto les supone una mayor desconexión de su rutina diaria. El trato personalizado (41%) y la comodidad para las escapadas en grupo (40%) son otros de los aspectos más valorados. **Pero lo que es especialmente destacable en este informe es el hecho de que un 29% considere que el turismo rural tiene una mejor relación calidad/precio, porcentaje que asciende hasta un 32% en el caso de los viajeros que eligen Cantabria como destino, pero que desciende hasta un 25% en el caso de los que visitan Cataluña.**

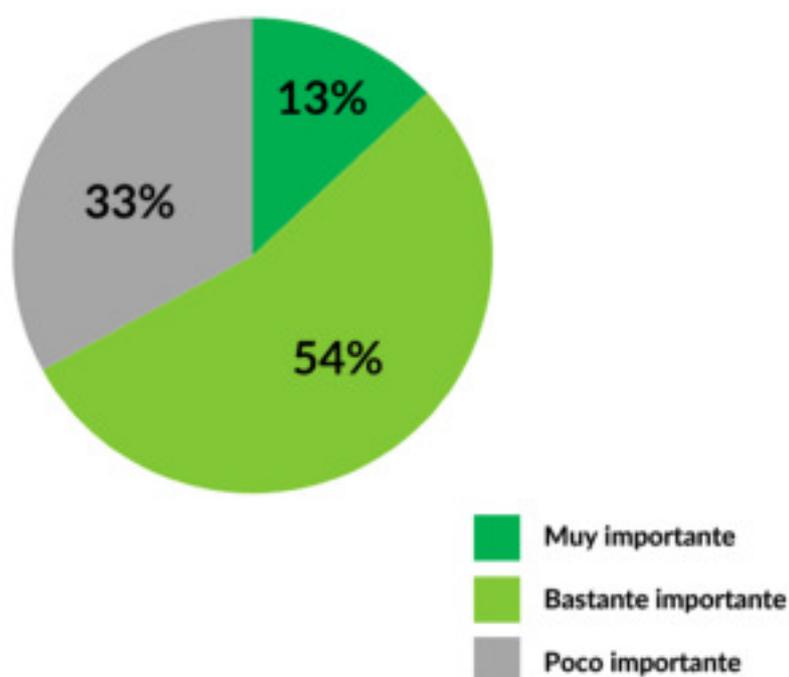
En el estudio también se reflejan las desventajas que supone hacer turismo rural con respecto a una escapada a cualquier ciudad. En este punto, lo más señalado es la necesidad de desplazarse en vehículo privado, con un 35%, seguido por el 28% de los encuestados que consideran que una de las mayores carencias es que es la falta de servicios complementarios como restaurante, gimnasio etc... Asimismo, un 25% señala la dificultad para contratar paquetes turísticos y, sin embargo, las desventajas vinculadas a la falta de intimidad, la confortabilidad de las instalaciones y la profesionalidad del servicio apenas son señaladas por debajo del 10%. Ello pone de manifiesto la consecución de un estándar de calidad, asumido por la oferta actual de turismo rural, que nada tiene que envidiar a la hotelería urbana.

2. Importancia de los precios en el turismo rural

Como ya hemos visto gracias a los datos anteriores, el sector del turismo rural está evolucionando positivamente. Veamos ahora la importancia que le dan los clientes al factor precio cuando practican este tipo de turismo.



IMPORTANCIA DE LOS PRECIOS EN EL TURISMO RURAL



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2017
Datos relativos a la encuesta de propietarios

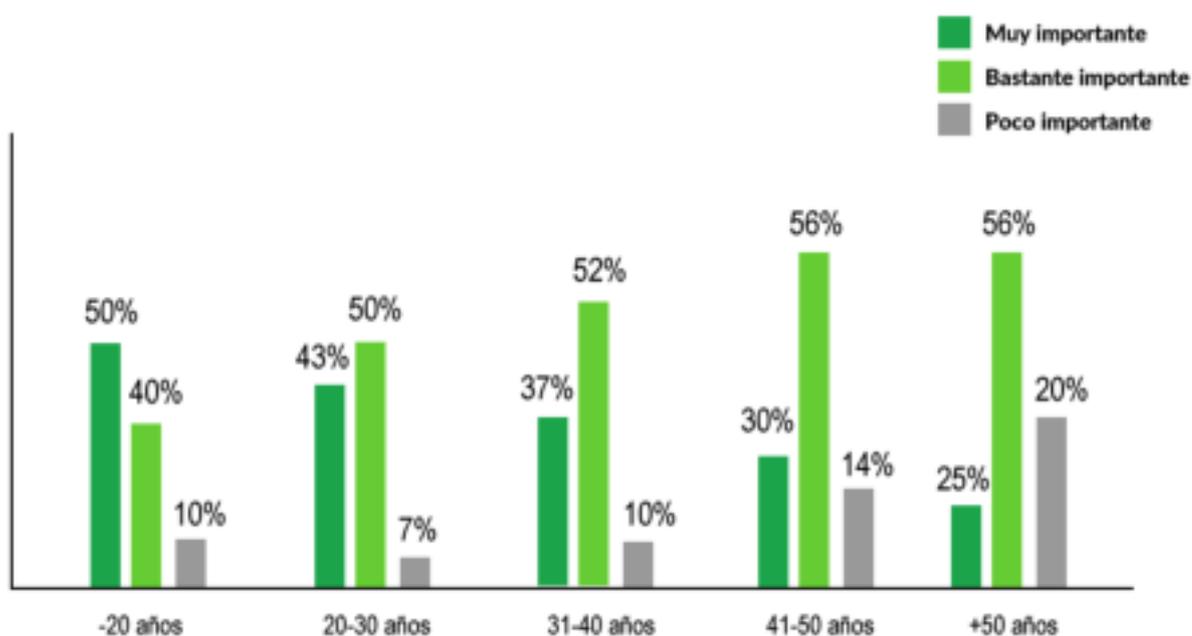
Por un lado, nos encontramos con que **el 54% de los encuestados consideran que el precio del establecimiento donde pernoctarán es bastante importante y una buena oferta puede estimularlos a hacer una escapada, si bien no es determinante.** Por otro, hasta un 33% señala rotundamente que el precio sí afecta a sus decisiones y siempre las toma en función de las ofertas que encuentra. Este escenario nos sitúa ante un perfil de consumidor

donde la relación calidad-precio es decisiva, si bien hasta un 13% indica que le da poca importancia y que valora más otros aspectos. En cualquier caso, el empresario tiene que saber a qué tipología de clientes está orientando su establecimiento y hasta qué punto “ser barato” ejerce de palanca para atraer reservas y qué tipo de reservas. Esta cuestión es delicada puesto que, mal gestionada, puede afectar a la rentabilidad del negocio. Por ello, **antes de bajar tarifas sin criterio, es preferible establecer una política que permita obtener ingresos sin dañar la satisfacción del cliente.** Posteriormente en este informe analizaremos dicha cuestión en detalle.

Además, estos datos sobre la sensibilidad a los precios experimentan variaciones en función de la edad del viajero. En la siguiente gráfica vemos que los menores de 20 años le atribuyen una mayor importancia y, sin embargo, los mayores de 50 le dan una importancia mucho menor.



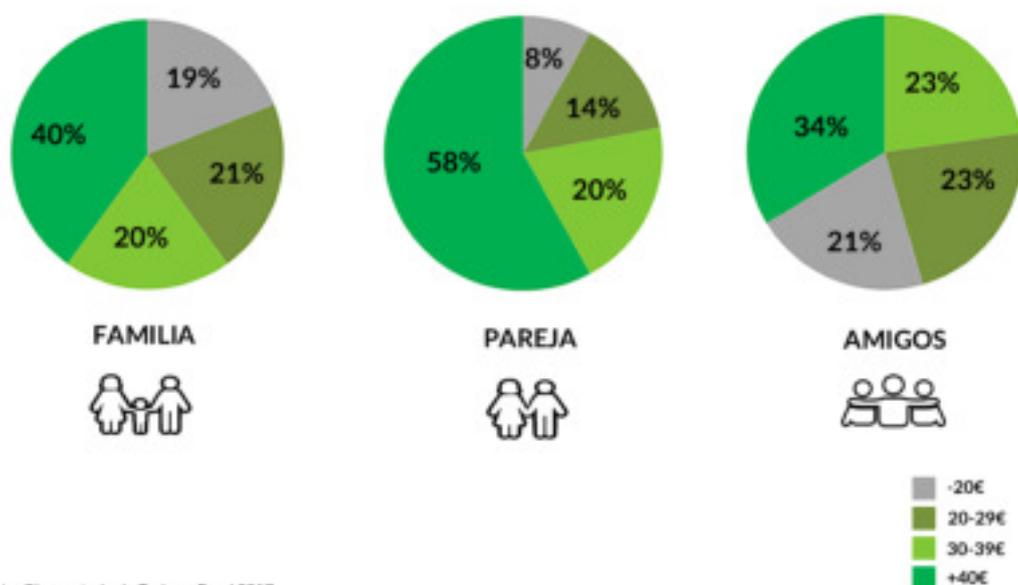
IMPORTANCIA DE LOS PRECIOS EN EL TURISMO RURAL SEGÚN LA EDAD



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2017
Datos relativos a la encuesta de propietarios

El estudio también analiza los niveles de consumo de los viajeros rurales en relación a tres partidas: el alojamiento, la comida y las actividades. Tal y como se aprecia en la siguiente gráfica, el comportamiento de los turistas en relación al presupuesto de su estancia varía según el acompañante.

DISPOSICIÓN A PAGAR POR ALOJAMIENTO



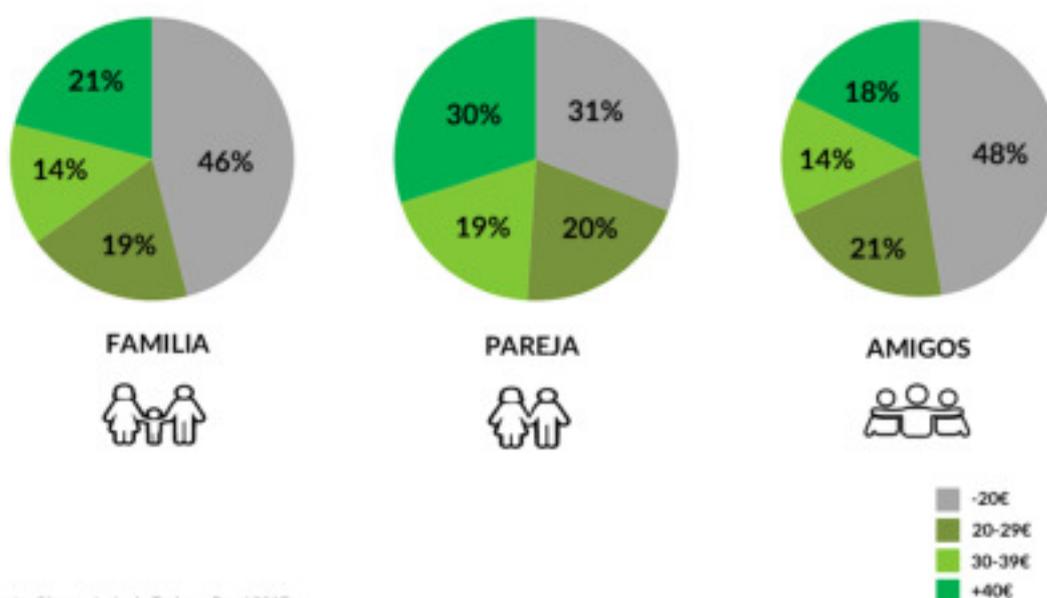
Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2017
 Datos relativos a la encuesta de viajeros

Si bien sabemos que la franja de gasto en la casa rural sería 40€ por persona/día, este presupuesto sube hasta 45,8€ cuando viajan con pareja. En el caso de que la compañía sea la familia el gasto medio desciende a los 38€. Por último, el presupuesto es inferior cuando los acompañantes son amigos, disminuyendo la cifra casi a los 35€ por persona/día.

Si hacemos una comparativa entre las diferentes zonas del territorio español, **Cantabria es la comunidad autónoma donde sus viajeros están dispuestos a pagar más por alojamientos rurales con una media de 42,2€ por persona/día**, lo que entronca con la

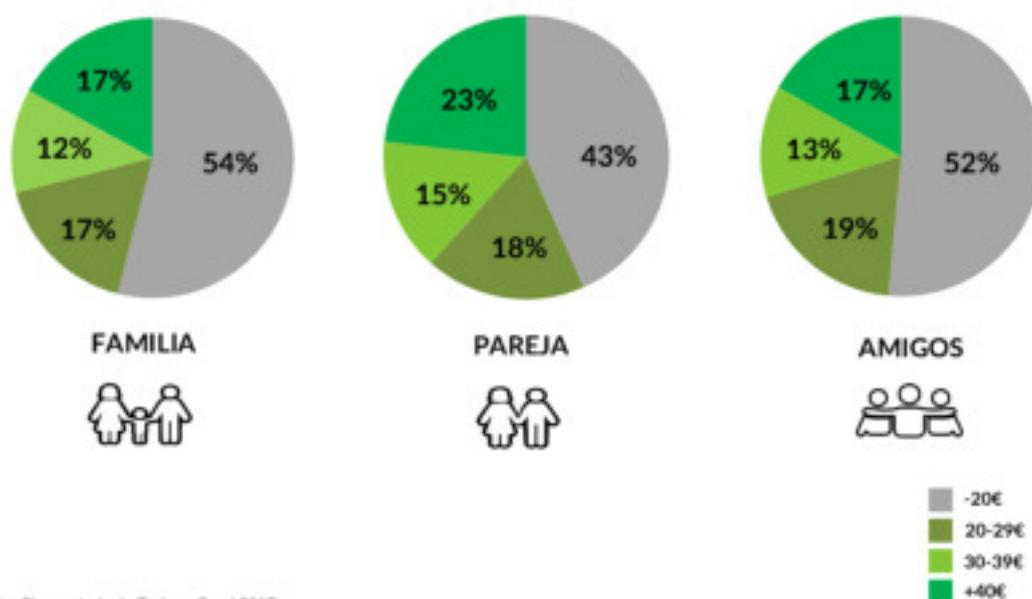
buena percepción que se tiene de su relación calidad-precio, tal y como hemos visto anteriormente. A esta comunidad autónoma le siguen Galicia con 41,7€, Cataluña con 41,3€ y la Comunidad de Madrid con 41€.

DISPOSICIÓN A PAGAR POR COMIDA



Respecto a las comidas encontramos diferencias de rango de presupuesto, puesto que familia y amigos están por debajo de los 30€ diarios, mientras que en pareja se gastan 33 €. En conjunto, el promedio de gasto destinado a este concepto es de 28,9€.

DISPOSICIÓN A PAGAR POR ACTIVIDADES



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2017
Datos relativos a la encuesta de viajeros

Por último, se estudia el presupuesto por actividades, que en su conjunto donde menos se invierte, con una media total de 25,7€. Esta variable sigue el mismo patrón que las otras dos estudiadas ya que, como se aprecia en el gráfico anterior, se destina una mayor cantidad cuando se va acompañado de la pareja.

3. Grado de efectividad de las ofertas en el turismo rural

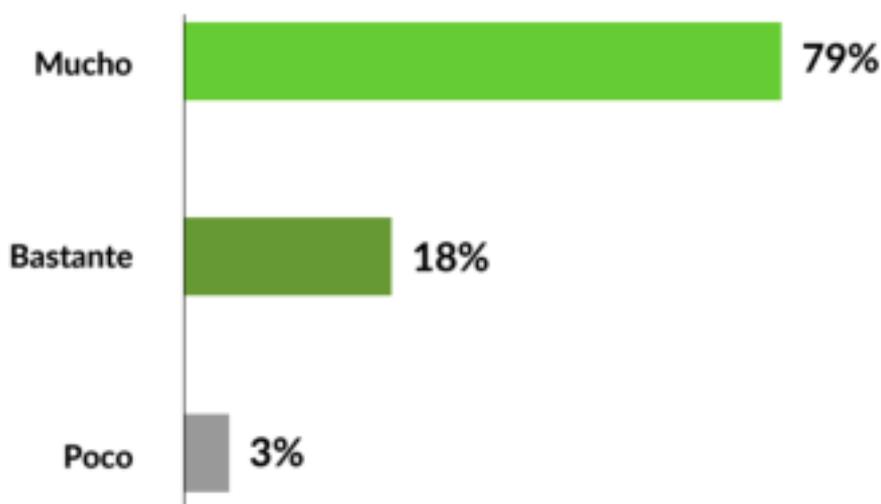
Como ya podíamos intuir con los datos anteriores, un aspecto que incide directamente en la toma de decisiones de los viajeros son los precios especiales. Según los datos recogidos por el Observatorio del Turismo Rural vemos que, **para un 38% de los encuestados, encontrar una oferta es una motivación total a la hora de practicar este tipo de turismo, sólo superada por la posibilidad de descubrir rincones naturales o conocer pueblos bonitos.** A continuación, profundizamos aún más en este aspecto.

Ahora que sabemos que casi 4 de cada 10 turistas rurales encuentran el factor precio como un determinante absoluto dentro

de sus motivaciones, el estudio detecta diferentes grados en relación a su influencia. Por un lado, el 79% estaría muy motivado, el 18% bastante motivado y el 3% poco motivado.



EN QUÉ GRADO TE MOTIVA ENCONTRAR UNA OFERTA PARA PRACTICAR TURISMO RURAL



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2017
Datos relativos a la encuesta de viajeros

Por otro lado, y teniendo en cuenta lo complicado que resulta fidelizar clientes en los alojamientos turísticos en general, los resultados de la investigación revelan también que **hasta un 36% de los encuestados reconoce que repetiría alojamiento si le hiciesen una buena rebaja en el precio.**

Por último, cerramos el capítulo de las ofertas analizando cómo y por qué las utilizan los establecimientos.

La mayoría de los propietarios (46,2%) declara que las utiliza para conseguir clientes cuando no tienen la ocupación deseada. A mucha distancia se encuentran aquellos que recurren a ellas para completar la ocupación en caso de anulaciones de última hora (11,30%). Y, por último, el 10,1% asegura que prefiere premiar con ofertas a los clientes que reservan con mucha antelación. Por el contrario, **el 32,3% se decanta por no ofrecer ningún tipo de ofertas. Entre las comunidades autónomas más reacias a utilizar este tipo de “ganchos comerciales” encontramos Navarra, donde un 48,4% indica no hacerlo nunca, seguida de País Vasco (46,1%).**

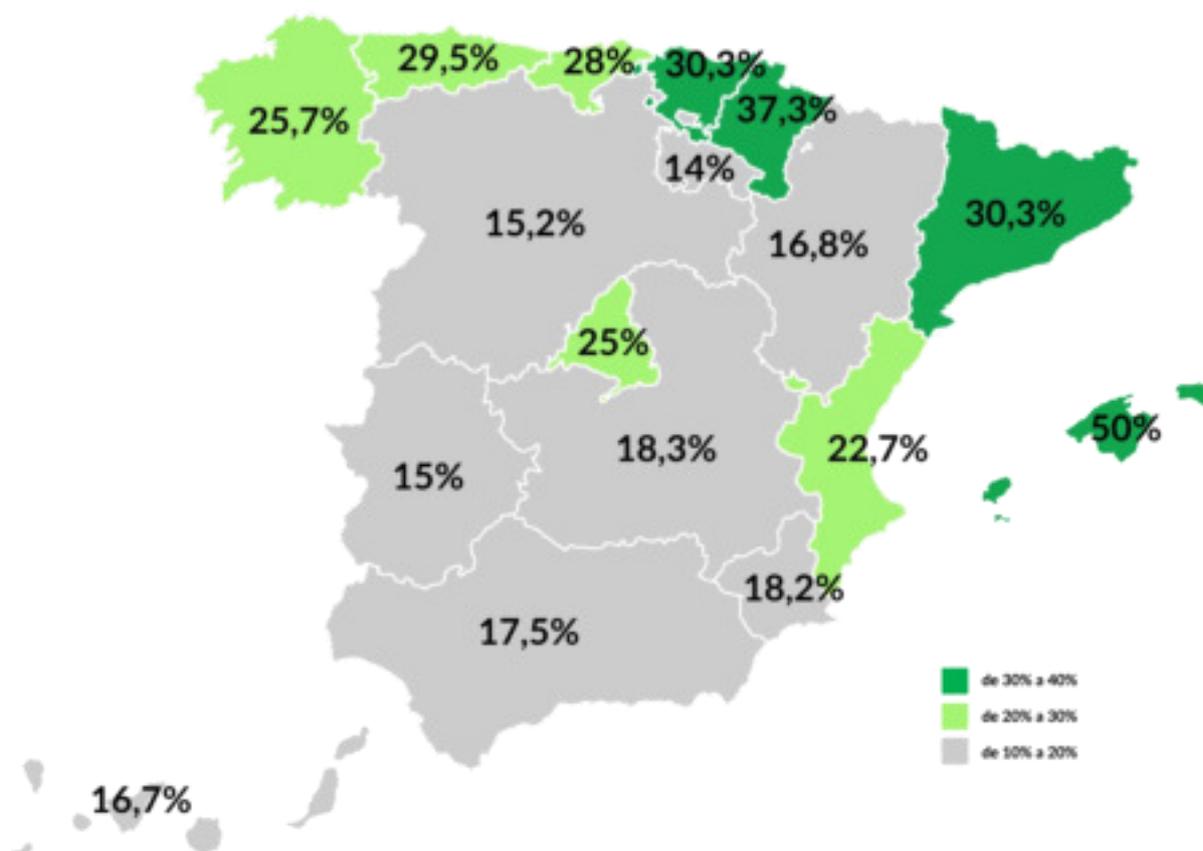
4. Políticas de precios de los alojamientos rurales

Llegados a este punto, creemos imprescindible estudiar como afrontan los alojamientos la demanda del mercado.

Para empezar, es importante destacar que el mercado español parece estar viviendo un período estable en cuanto a la política de precios, con una ligera tendencia al alza. Teniendo en cuenta una muestra ya mencionada de 2.987 propietarios encuestados, un 62,1% afirma no haber tenido que modificar precios. No obstante, en el último año, un 21,8% de los alojamientos los ha subido, frente a un 16,1% que los ha alterado a la baja.

Esta tendencia apunta a una recuperación del sector, donde la estabilidad se combina con el incremento tarifario, dejando atrás la recesión y devaluación de la oferta.

Mapa de las CC.AA que han incrementado precios el último año



De este modo, si hacemos una mirada detallada por CC.AA, observamos que las **Islas Baleares, Navarra, Cataluña y País Vasco son las comunidades autónomas donde hay un porcentaje mayor de alojamientos que han incrementado sus precios durante el último año (por encima del 30% de sus establecimientos así lo declaran).**

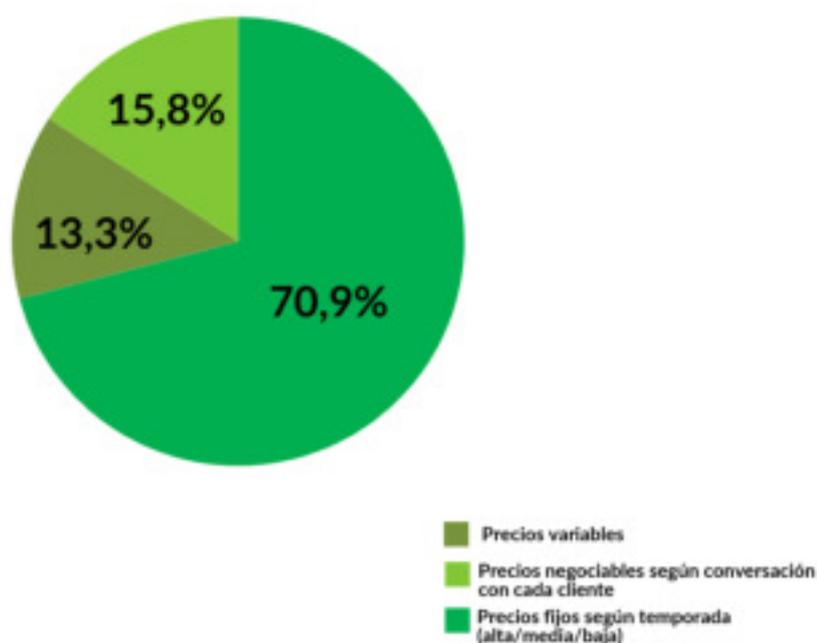
En un porcentaje menor, pero significativo, les siguen Asturias, Cantabria, Galicia, Madrid y la Comunidad Valenciana (entre el 20% y el 30% de sus establecimientos así lo señalan). Por último, las comunidades con un incremento menor de los precios han sido Castilla-La Mancha, Murcia, Andalucía, Aragón, Canarias, Castilla y León, Extremadura y La Rioja (sólo un porcentaje de entre el 10% y el 20% de sus establecimientos así lo señalan)

De esta manera indentificamos un patrón territorial de subida de precios y así se aprecia cómo en la zona norte del territorio español es donde más han incrementado los precios en este último año.

Consecuentemente, nos consta que toda una serie de regiones se encontrarían entre **las que más han bajado precios en el último año: Murcia (25% indican haberlo hecho), Castilla- La Mancha (23,1%) y Extremadura, (23%).**

Una derivada más a tener en cuenta dentro de esta política de precios, al alza o a la baja, es la cuestión de saber cómo el empresario la determina.

SU POLÍTICA DE PRECIOS ES...

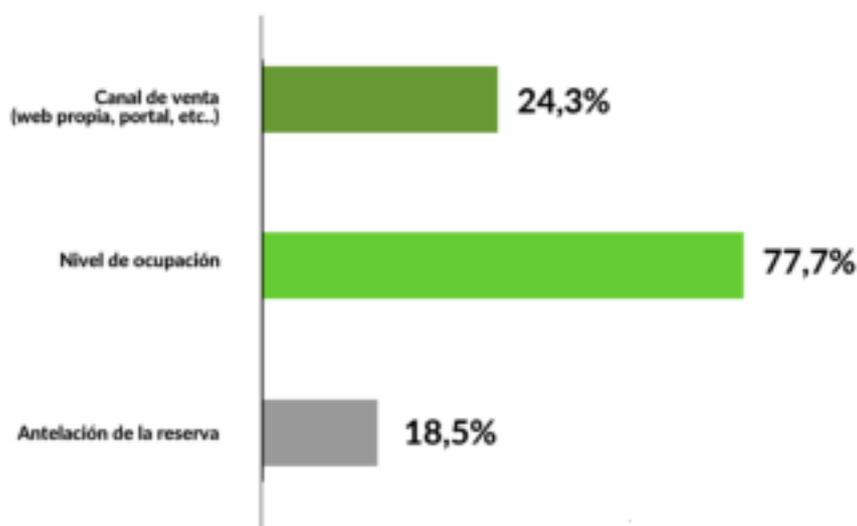


Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2017
Datos relativos a la encuesta de viajeros

Así, descubrimos que la inmensa mayoría, **un 70,90% (casi 8 de cada 10 alojamientos), se rige por el sistema de temporadas.** Mientras, un 15,80% se presta a negociar los precios según conversaciones con sus clientes, pero este juego de entrar en el regateo sin duda perjudica al negocio y es poco recomendable. Por

otro lado, sólo un 13,30% cuenta con una política de precios variables, un sistema propio de una gestión más profesional, puesto que pondera diferentes aspectos antes de fijar el precio más adecuado para un producto determinado en un momento concreto. Entre los empresarios que lo hacen un 77,70% señala que la determinación de este precio depende del nivel de ocupación, un 24,30% tiene en cuenta el canal de venta y un 18,50% la antelación de la reserva.

SU POLÍTICA DE PRECIOS ES VARIABLE SEGÚN...



Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2017
Datos relativos a la encuesta de viajeros

Cabe destacar que las comunidades autónomas donde encontramos más empresarios que trabajan con la política de precios variables están son la Comunidad Valenciana, Extremadura y Madrid, donde más de un 20% de los establecimientos lo gestionan de esta manera.

En términos generales y con la información recogida en este informe podemos considerar que el turismo rural en estos dos últimos años ha experimentado un crecimiento positivo, cosa que ha generado una subida generalizada de precios del sector. Sin

embargo, la sensibilidad a este factor es aún demasiado grande por parte del cliente, ya que lo deseable sería contar con una demanda que apreciase más otras cuestiones. Asimismo, parte de la responsabilidad sobre esta cuestión recae en los empresarios, que deberían poner en valor sus propuestas y aplicar las estrategias más adecuadas en sus políticas de precios.