

EL ECOTURISMO EN CATALUNYA

Introducción

El **Observatorio del Turismo Rural** presenta, a partir de febrero de 2017, sus nuevos informes sobre el sector. El estudio aborda cuestiones novedosas y revisa otros aspectos para conocer la evolución del sector 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 ayudara todos los agentes de este mercado en su toma de decisiones.

En esta ocasión, y aprovechando que es el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, centramos el foco de este nuevo informe en el ecoturismo en Catalunya, puesto que se trata de un nicho de mercado que está tomando fuerza y por el que muchos viajeros se decantan.

Este análisis del OTR sobre el ecoturismo se basa en una muestra de 891 turistas rurales que eligen habitualmente Catalunya para practicar turismo rural y declaran que el conocimiento responsable de la naturaleza es un aspecto prioritario a la hora de elegir destino para sus vacaciones. Por otro lado, también se fundamenta en 164 alojamientos que se ubican en este territorio, que complementan su oferta con actividades y / o servicios de ecoturismo y que consideran interesante contar con una oferta orientada al cliente ecoturista.

- 1- El perfil del viajero ecoturista en Catalunya**
- 2- Hábitos de consumo del ecoturista que visita Catalunya.**
- 3- Cómo consume turismo rural el ecoturista que elige Catalunya.**
- 4- Oferta del ecoturismo en Catalunya, características principales**

1- El perfil del viajero ecoturista en Catalunya

Proporcionar un buen producto o servicio al cliente pasa, ineludiblemente, por conocerlo a fondo. Por ello, hemos analizado algunas particularidades de los viajeros de perfil ecoturista que eligen Catalunya como destino para sus escapadas de turismo rural.

En relación a sus datos sociodemográficos, sabemos que se trata de un viajero cuya **media de edad es de 43 años y un 93% procede de Catalunya**, siendo la procedencia de otras CC.AA poco significativa estadísticamente. En concreto, un 76% de los ecoturistas encuestados es de Barcelona, un 8% en Tarragona, un 4% en Lleida y un 5% en Girona. Además, a la hora de elegir destino el 65% reconoce que la publicidad en internet es lo que más le influye.

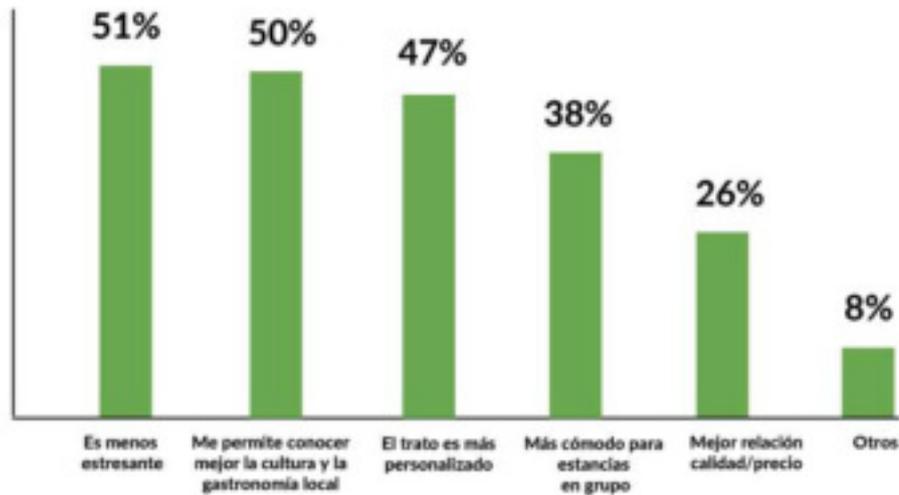
Respecto a la frecuencia con la que practican turismo rural, el 40% indica que lo hace 2 veces al año. Por otro lado, a diferencia de otros destinos, en Catalunya todas las épocas del año son atractivas para disfrutar de este tipo de turismo, aunque el 60% de sus consumidores prefiere la primavera. En relación a los puentes, el que comprende el 6 y 8 de Diciembre también tiene más incidencia que en otras CC.AA

En cuanto a los hábitos de consumo, un 31% viaja en familia, por lo que no es de extrañar que hasta un 53% prefiera alquilar una casa rural completa. No obstante, un elevado 17% prefiere alquilar habitaciones.

Una vez analizado los aspectos más básicos del retrato-robot del ecoturista que llega a Catalunya, el Observatorio del Turismo Rural revela también otras cuestiones de interés para acabar de definir su perfil.



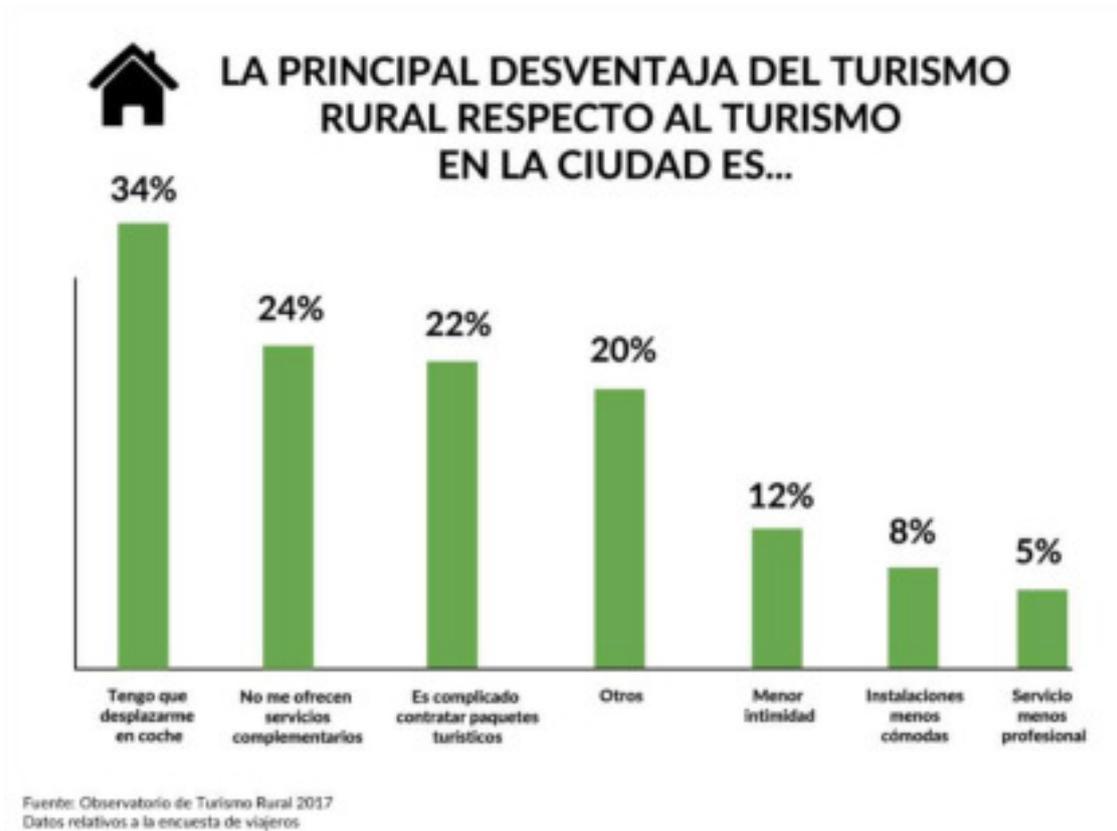
LA PRINCIPAL VENTAJA DEL TURISMO RURAL RESPECTO AL TURISMO EN LA CIUDAD ES...



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

Así, descubrimos que los ecoturistas que recibe este territorio consideran que la mayor ventaja del turismo rural frente al urbano es que se trata de una opción **menos estresante (51%)**, que les **permite conocer mejor la cultura y gastronomía local (50%)** y donde el **trato es más personalizado (47%)**. Todas estas cualidades conforman una demanda que conecta con la filosofía slowtravel y favorece la economía local.

Y si el turismo rural posee tantas cualidades frente al urbano, también es interesante averiguar si, por otro lado, cuenta con carencias remarcables.



De este modo encontramos que, respecto a los llamados “citybreaks”, un **34% de los encuestados señalan como negativo lo imprescindible que resulta el desplazamiento en coche**. Por otro lado, los ecoturistas catalanes, respecto a los del resto de España, perciben una mayor falta de intimidad al practicar turismo rural (12% vs. 8% España). Asimismo, la menor profesionalidad en el servicio se señala en menor medida que en el resto del estado (5% vs. 7% España).

2- Hábitos de consumo del ecoturista que visita Catalunya.

Un aspecto que incide directamente en la rentabilidad de los negocios de turismo rural es la frecuencia de consumo de sus clientes. Antes ya hemos apuntado que 4 de cada 10 se escapa al menos 2 veces al año, pero disponemos de algún dato adicional de interés. A esta frecuencia le sigue la de 1 vez al año, señalada por un 37% de viajeros. Por otro lado, y con una décima inferior a la media española, se registra la práctica de turismo rural una vez cada tres meses (18%). **Por tanto, se trata de un consumidor cuya frecuencia de escapadas es buena, pero que sería deseable incrementar.**

En cuanto a la época preferida para viajar a Catalunya como destino ecoturista, detectamos una clara preferencia por las estaciones con climatología más suave: **la primavera registran la mayoría de escapadas (60%) seguidos por los del otoño (45%)**. Sin embargo, aunque la época estival no estaría entre las favoritas, siendo elegida sólo en un 34% de los casos, lo que supone 5 puntos más que en el resto de

España. Asimismo, el invierno es señalado por el 31%, 4 puntos por encima de la media estatal.

Por otro lado, y en relación a los puentes, aparte de los propios de la comunidad autónoma, marcados por un 42% de los encuestados, el puente de La Purísima estaría entre los más populares, por encima de lo que señala la media general (17% vs. 10% resto España). El puente del 1 de Mayo (15%), el de Todos Los Santos (12%) o el de El Pilar (8%) reflejan menos tirón entre los clientes de Catalunya.

En cuanto a los periodos vacacionales más largos, el verano destaca como favorita con un 47%(43% resto España), pero en Semana Santa sólo un 34% opta por este tipo de turismo (36% resto España) y en Navidad se reduce a un 17% (16% resto España).

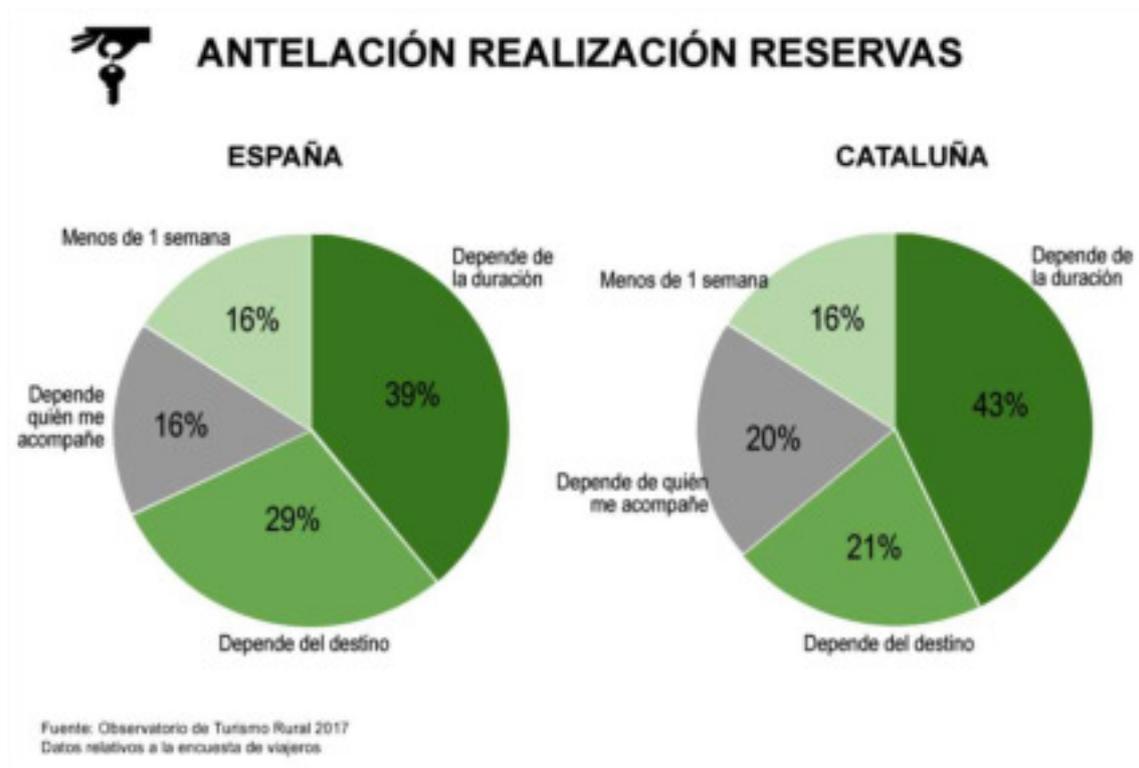
Ahora que sabemos cuándo realiza sus escapadas rurales este viajero, es oportuno analizar quién le acompaña y cómo ello les condiciona en otros aspectos. Ya hemos mencionado que los ecoturistas que eligen como destino Catalunya suelen viajar con la familia más próxima (31%), pero destaca el porcentaje de los que han señalado hacerlo en **grandes grupos familiares, puesto que es significativamente superior al del resto de España (8% vs. 6% España)**. Por otro lado, **los grupos grandes de amigos (más de 10 personas), son más habituales que en el resto de España (14% y 10%, respectivamente)**. Y centrándonos en los pequeños grupos (menos de 10 personas) el porcentaje disminuye con respecto a España (16% vs. 19%). Respecto a los viajes en pareja, pese a que la cifra les hace ocupar la segunda posición, representan un colectivo con menor incidencia en Catalunya que en el resto de España (27% vs. 33% España).

Estamos por tanto ante un destino habitual para grupos reducidos, pero donde tienen especial incidencia los grupos grandes. En consecuencia, ya hemos visto que las casas rurales de alquiler íntegron las favoritas, aunque cabe mencionar que el interés por la **reserva por habitaciones registra un porcentaje 5 puntos por encima de la media española (17% vs. 12% resto España)**.

En cualquier caso, el cliente que viaja con un grupo reducido de amigos y/o familiar escercanos da un especial valor a los espacios comunes amplios (79%), en el primer caso, y prioriza las instalaciones accesibles y seguras (38%), en el segundo. En cuanto al ecoturista que viaja en pareja, enfatiza la importancia de la amabilidad y trato del propietario (51%) y de los equipamientos y servicios wellness, aunque este último punto en menor medida que el resto de España (36% vs. 40%). Por otro lado, para los ecoturistas que viajan en pareja a Catalunya, el servicio de comidas tiene mayor relevancia (29% vs. 22% resto España).

En conjunto parece que el factor éxito en los establecimientos catalanes recae en gran medida en las instalaciones y servicios, por encima del trato con el cliente. Estos indicadores dan una idea de lo acertado de invertir en las mejoras orientadas al confort, pero también podrían estar poniendo de manifiesto un intangible que necesita revalorizarse: la atención al cliente.

Otra cuestión en la que incide directamente el tipo de acompañante es la anticipación en la reserva.



En relación a este punto, los ecoturistas declaran ser más precavidos dependiendo de la tipología de acompañantes en su escapada (20% vs. 16% resto España), y en concreto son más previsores cuando viajan con amigos (54% vs. 52% media nacional) y con familia (37% vs. 33% media nacional).

De todas formas, hay aspectos que condicionan aún más la antelación de sus reservas, como el hecho de reservar para unas vacaciones de larga duración (43% vs. 39% resto España).

3- Cómo consume turismo rural el ecoturista que elige Catalunya.

Sin duda otro aspecto clave a la hora de conquistar al cliente es conocer bien sus motivaciones.



En el caso de los ecoturistas en Catalunya, el ranking de motivaciones responde a las mismas prioridades que la media estatal. **Lo más buscado en una escapada rural de este tipo de clientes es descubrir rincones naturales, seguido de conocer pueblos bonitos.** A continuación, nos encontramos con el factor precio, que es importante para el viajero, puesto que encontrar una oferta se revela como una buena palanca de atracción al mismo. El siguiente en la lista sería vincular el consumo de una escapada rural a un regalo, muy igualado con la posibilidad de disfrutar de la gastronomía, que como gancho ecoturístico gana cada vez más peso. Y entre las últimas posiciones estarían la práctica de algún deporte, la celebración de algún acontecimiento o el disfrute de la cita con algún evento popular.

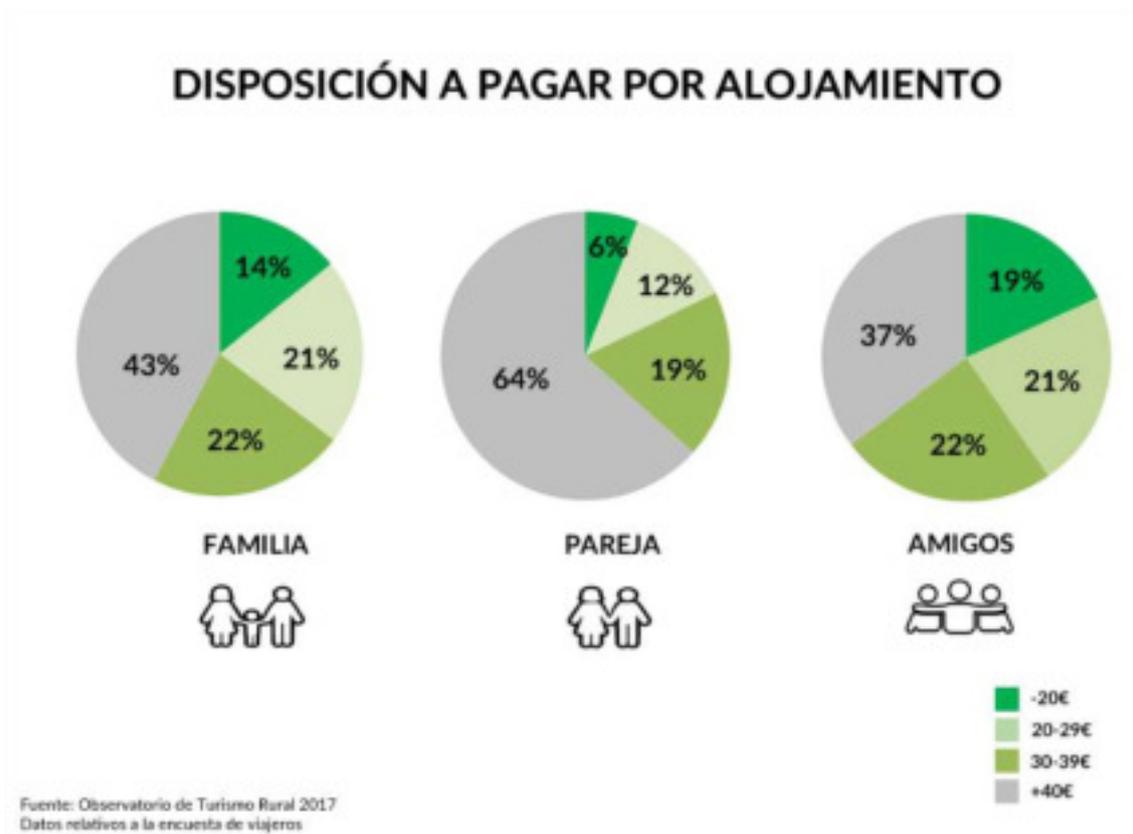
Al margen de todas estas cuestiones, es curioso observar cómo un elemento al que son tan sensibles los empresarios puede pasar desapercibido para los ecoturistas. Se trata de la cuestión de la legalidad de los alojamientos y su impacto real en las decisiones de compra del viajero. Concretamente, **el Observatorio ahonda sobre si la existencia de casas rurales ilegales es una cuestión que interesa y afecta al cliente ecoturista que recibe Catalunya. Los resultados revelan que un 16% dice desconocer este dato a la hora de hacer su reserva, un 36% dice saberlo gracias a la página web del alojamiento y un 63% a través del portal consultado.** Afortunadamente, sólo un 2% indica que no le importa.

Y si todas estas circunstancias influyen en las decisiones del viajeroecoturista, existe un factor con una relevancia aún mayor, puesto que sabemos que antes de elegir alojamiento el viajero elige destino. La cuestión es ¿cómo elige ese destino? ¿qué fuentes de información consulta? ¿Influyen los nuevos hábitos de consumo digitales en esta cuestión?

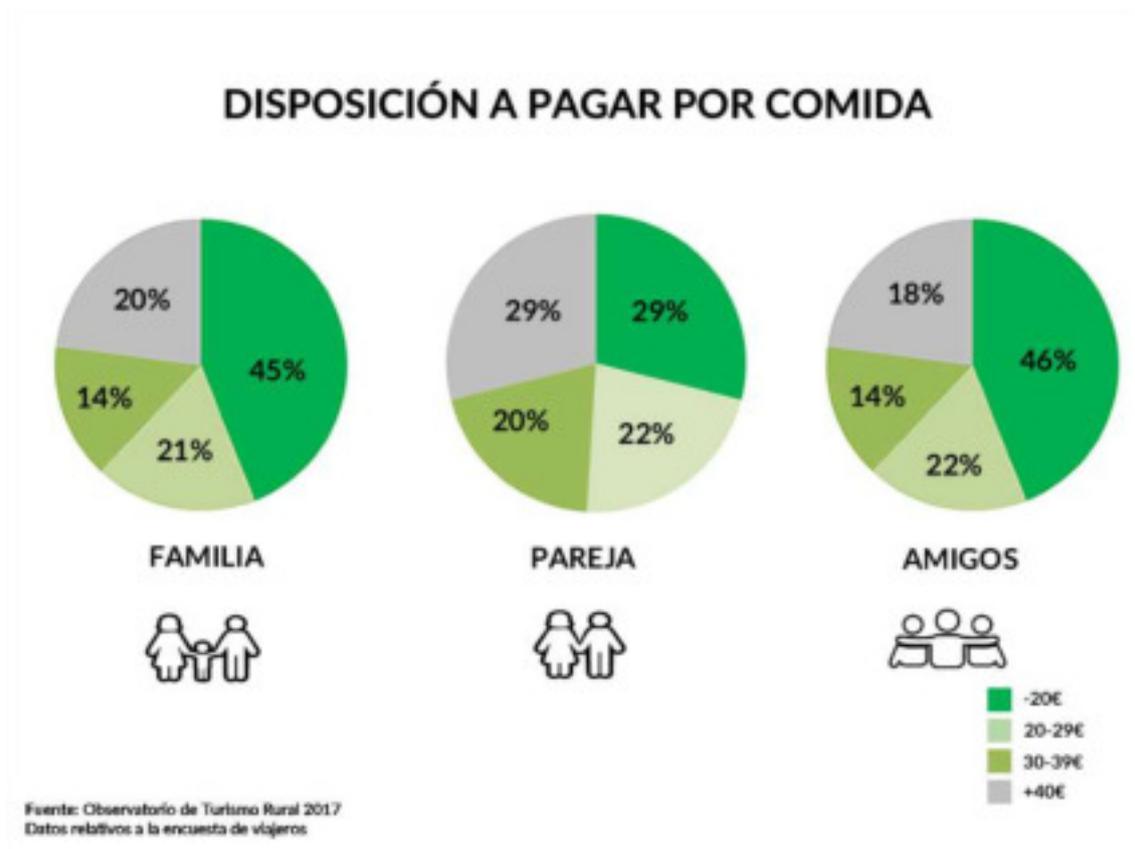
Tal y como hemos apuntado al principio, en el 65% (63% resto España) de los casos, los clientes ecoturistas que van a Catalunya señalan internet como la fuente de información con mayor influencia. También hay que destacar que hasta un 29%, 2 puntos porcentuales más que la media española, se deja influenciar por la recomendación de un amigo. La publicidad del destino en TV, prensa, etc para los ecoturistas tiene menor influencia en la elección del destino en comparación con la media nacional (1% vs. 3%).

Los datos de los canales de información en internet que más influyen en la elección del destino reflejan que los **medios de comunicación online y los portales especializados serían los más influyentes (81%)**. Le seguirían los blogs de viajes (66%) y, a mucha distancia, las redes sociales con Facebook a la cabeza con un 20%. En este consumo hay que tener muy en cuenta las franjas de edad de los participantes en la encuesta. **La mayoría supera los 30 años de edad, quedando fuera de la llamada generación millennial y, por tanto, con otros hábitos en el consumo de información.**

Por otro lado, el estudio analiza los niveles de consumo de los que practican ecoturismo en Catalunya.

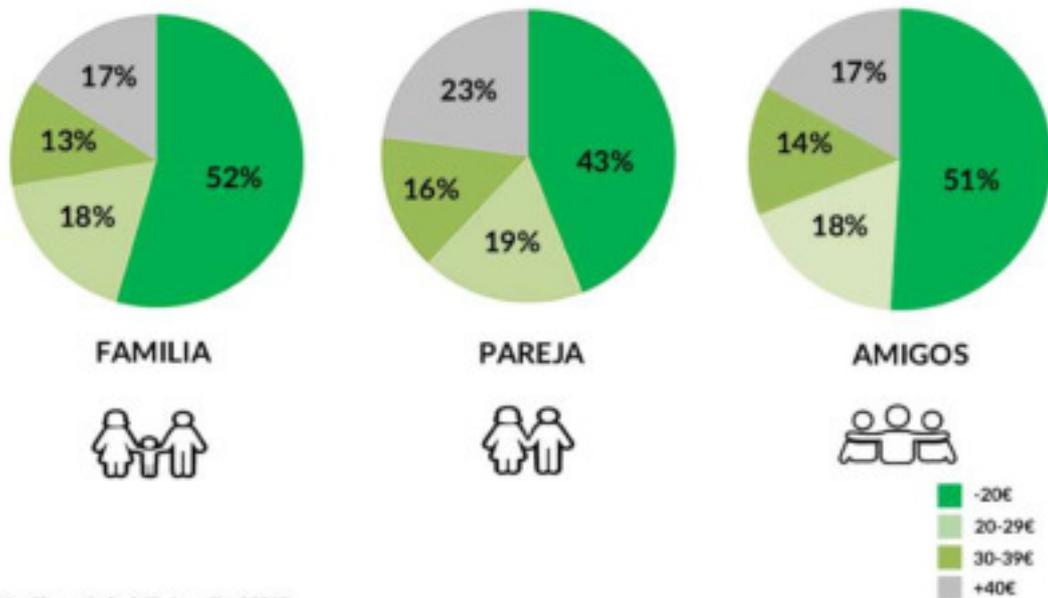


Tal y como se aprecia en la gráfica anterior, el comportamiento de los ecoturistas en relación al presupuesto de su estancia varía según la compañía. **Si bien el promedio sería de 41,96 €/persona/día, cuando se viaja en pareja asciende a 48,25€ (vs. 45,8€ resto España), mientras que en familia es de 40,85 € y con amigos es de 36,79€.**



Respecto a las comidas encontramos diferencias en el rango de presupuesto, puesto que familia y amigos están por debajo de los 30€ diarios, mientras que en pareja se gastan más de 30 al día. De hecho, la media con amigos sería de 26,87€, en familia 27,79€ y en pareja 32,97€. **En conjunto, el promedio de gasto en comidas de los ecoturistas sería de 29,21 €, y todos los datos se asemejan mucho a los de la media nacional, poniendo de manifiesto un perfil de consumidor que consume más cuando viaja en pareja.**

DISPOSICIÓN A PAGAR POR ACTIVIDADES

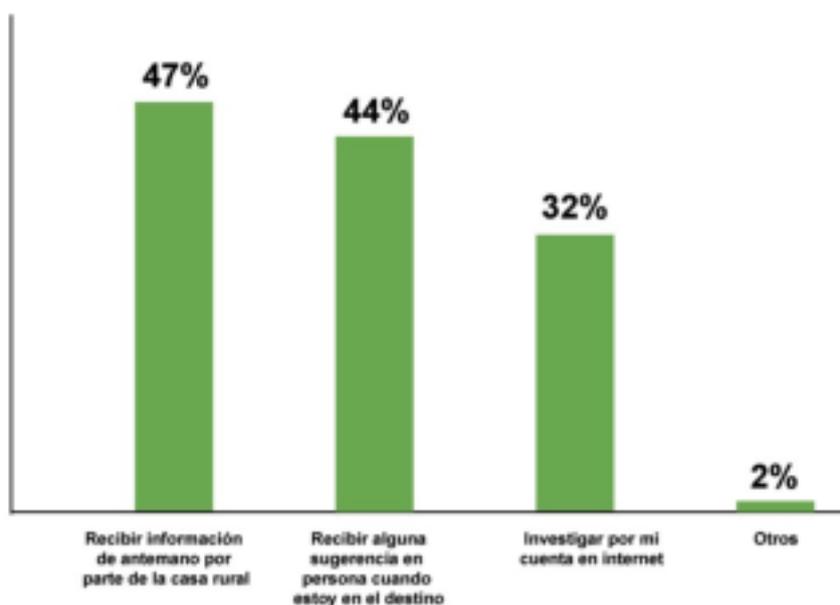


Por otro lado, cuando nos centramos en el gasto en actividades se detecta un consumo medio de 26,03 €, siendo la media en familia de 24,43€, con amigos 25,19 € y en pareja 28,49€.

En relación al gasto de actividades esta tipología de clientes se animaría a realizarlas antes y durante la estancia dependiendo de estos condicionantes.



DURANTE SU ESCAPADA DE TURISMO RURAL, PUEDE ANIMAR A REALIZAR UNA ACTIVIDAD...



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

En resumen, los alojamientos de turismo rural orientados al ecoturismo tienen un cliente cuyo consumo medio es superior al del turista rural genérico (97,21 € persona/noche vs. 59,72 € persona/noche).

Asimismo, nos parece interesante añadir el dato de que hasta un 57% de los clientes ecoturistas en Catalunya repetiría alojamiento si le quedasen cosas por ver en la zona, un 30% si le ofrecieran una estancia especial, adaptada a sus gustos, y un 20% repetiría si se prestase la ocasión de ir acompañado de otras personas.

No obstante, el dato más destacable es el 36% que refleja que repetiría si se le hiciese una buena rebaja en el precio, superando en 2 décimas la media nacional.

En cualquier caso, de estas cifras se desprende que un porcentaje muy elevado de clientes está dispuesto a repetir. Por eso hay que trabajar en la fidelización para provocar el retorno de esos clientes.

4- Oferta del ecoturismo en Catalunya, características principales

Llega ahora el momento de analizar la coyuntura que envuelve el día a día de los alojamientos sensibles al ecoturismo en Catalunya.

Para empezar, cabe señalar que mayoritariamente son mujeres (61%) las que lideran

este tipo de oferta con respecto a los hombres (39%), mientras que, en la media nacional, aunque también sean mayoritarias las mujeres, los porcentajes no son tan dispares (55,80% mujeres vs. 44,20% hombres). Por otro lado, la media de edad es de 49,46 años, apenas algo mayor que la media española (48,43 años).

Un 64% de los establecimientos catalanes son de alquiler íntegro, mientras que un 16,50% son de alquiler por habitaciones. Asimismo, **un 19,50% de los empresarios señala ofrecer ambas tipologías, lo que representa 2 puntos menos que en el resto de España.** Queda patente, por tanto, que esta comunidad está especialmente preparada para el cliente ecoturista que viaja en grupo, pero que, comparativamente, tiene mayor potencial para adaptarse a las reservas por habitaciones.

Pero, ¿quién es el público objetivo de los alojamientos rurales orientados al mercado ecoturista?



El estudio revela que, de los empresarios catalanes sensibles al ecoturismo, sólo un 34,80% considera que está realmente especializado en este tipo de clientela. Por el contrario, una gran mayoría cree que su nicho de mercado es el público familiar 81% (vs. 76,40% resto España). Así, teniendo en cuenta lo genérica que resulta esta especialización y lo mucho que abarca, resulta más llamativo señalar el 28,70% que alude a la especialización en eventos particulares y aún más el 12,8% que apuestan por las reuniones de empresa (cifra que dobla la española: 6,8%). Por otro lado, los deportistas (40,30%), y en especial los ciclistas (representando el 22% de ése 40%), también constituyen un público especialmente atractivo para estos establecimientos. Afortunadamente, sólo un 4,9% de este grupo de

establecimientos ecoturistas dicen no apostar por ningún nicho de mercado, lo que supone 6 puntos menos que en el resto de España. En cuanto al detalle de lo que han hecho para cimentar sus respectivas áreas de especialización, **la mayoría (62,20%) alude a la inversión en la adecuación de instalaciones y un 41% a la creación de nuevos servicios especialmente adaptados a estos perfiles.**

El Observatorio del Turismo Rural también ha profundizado en ciertos aspectos más cualitativos de la oferta, como son las características que más destacarían el propietario de su alojamiento. Así, nos encontramos que **la atención personal es lo que resaltarían en primer lugar (37,80%),** ligeramente por encima de la media española (36%). Por otro lado, el 22% considera como lo más destacable su ubicación dentro de una zona turística. Sin embargo, la reflexión que trasladamos en este sentido sería que es importante trabajar en aspectos diferenciales más allá del entorno, puesto que esta es una cualidad común a muchos establecimientos y no aporta valor añadido respecto a la competencia. En una línea más acorde a lo que sería una inversión adicional con el objetivo de ser diferentes encontramos a un 17,10% que destaca la arquitectura y decoración de su establecimiento y a un 7,9% de propietarios encuestados que, como destacable, alude a sus instalaciones orientadas al relax (spa, jacuzzi, piscina climatizada), cifra que casi dobla el porcentaje del resto de España (4,60%).

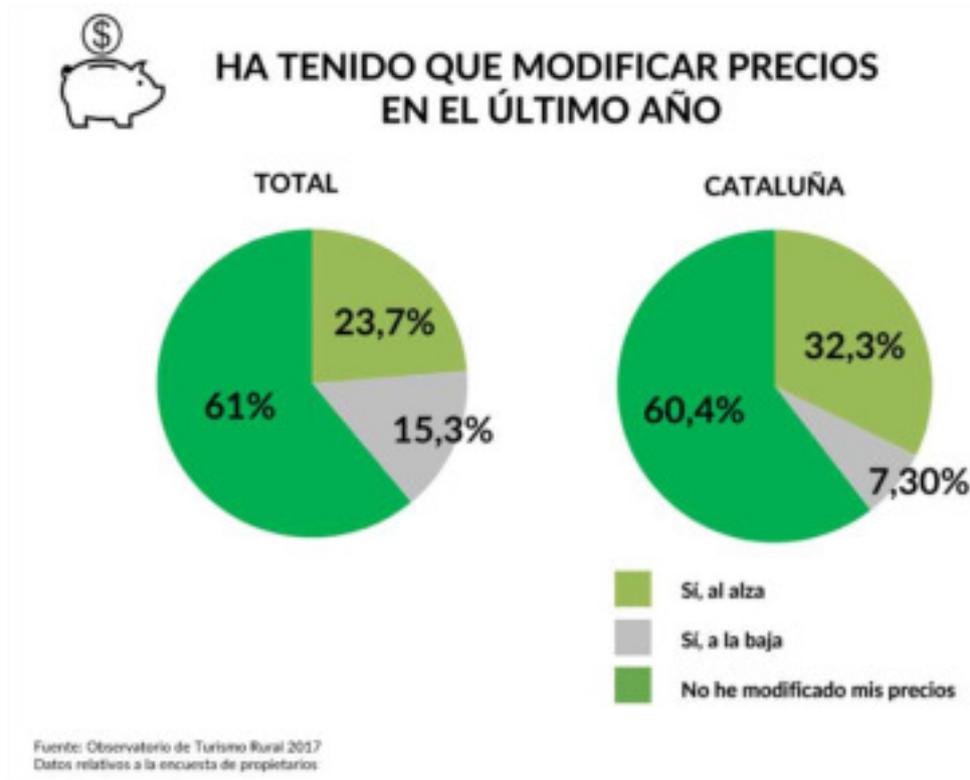
Y volviendo a los aspectos directamente vinculados con el ecoturismo, hemos profundizado en las razones por las cuales los propietarios de estos alojamientos consideran interesante tener una oferta orientada al cliente ecoturista.



Así, descubrimos que, en Catalunya, aun considerando la tendencia alcista de este perfil como una de las principales razones para orientarse al ecoturismo, la contribución a la sostenibilidad supera con creces esa motivación. Por ello, un 60,40% señala la primera razón, mientras la segunda la supera en 12 puntos, y en ambos casos se superan los índices de las respuestas del resto de España.

En relación a sus clientes, los propietarios de estos alojamientos indican que la mayoría de las reservas les llegan por mail (74,4%), en un índice 14 puntos superior a los datos de la media estatal. Por teléfono llegarían sólo un 12,2% de dichas reservas.

Por otro lado, y con respecto a la rentabilidad del negocio, sabemos que **los alojamientos de turismo rural orientados al ecoturismo, han incrementado sus precios en el último año, lo que supone 9 puntos más que en el mismo tipo de establecimientos del resto de España (32,3% vs. 23,70%)**. Y sólo un 7,3% ha tenido que bajarlos, lo que significa 8 puntos menos que en la media estatal. Asimismo, estas cifras mejoran las de los establecimientos rurales en general, donde en el caso de Catalunya, un 30,30% ha subido precios, pero en España sólo lo ha hecho un 21,80%.



Estas cifras tan positivas podrían justificar que un 41,5% no utilice nunca las ofertas como palanca para conseguir clientes.

En otro orden de cosas y para acabar de definir este tejido empresarial orientado al ecoturismo, encontramos un 41,10% de propietarios a los que les interesa más la formación gratuita online que no la presencial (24%) o la combinada (34,90%). Asimismo, al 44,40% le interesa la formación de pago presencial

El nivel de profesionalidad cabe señalar que un 47% le dedica menos de 3 horas diarias a su negocio. **Sin embargo, un 21,40% le dedica más de 5 y ello supone 6 puntos más que en el caso del resto de alojamientos rurales.** También nos parece interesante señalar como un 61% pertenece a una asociación profesional, lo que representa 13 puntos más que en el caso de establecimientos que no trabajan en el ámbito del ecoturismo. Ello nos hace pensar que la cohesión de este colectivo es mayor y su capacidad para luchar por intereses comunes también.

NOTA. En el Observatorio del Turismo Rural hemos creado una infografía donde se pueden consultar de manera visual éste y otros aspectos mencionados para tener un retrato robot de esta tipología de empresarios.

<http://www.escapadarural.com/observatorio/el-turismo-rural-en-catalunya/>