TENDENCIAS TURÍSTICAS 2021: ECOTURISMO Y TURISMO RURAL

DATOS
Observatorio de Turismo Rural
Observatorio de Ecoturismo en España

Propietarios del informe:

soy ecoturista — Asociación Ecoturismo en España

EscapadaRural

Con la colaboración de:

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo — Secretaría de Estado de Turismo

Partners del Observatorio del Turismo Rural:

Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy — Universitat de Barcelona

viventialvalue®

netquest

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 2

DEMANDA: EL VIAJERO

2. TURISMO RURAL Y ECOTURISMO: EVOLUCIÓN 4

3. TURISMO RURAL VS ECOTURISMO: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS 5

3.1. PERFIL DEL TURISTA RURAL Y ECOTURISTA 5

3.1.1. Tipo de turista 5

3.2. CARÁCTERÍSTICAS VIAJES DEL TURISTA RURAL ECOTURISTA 6

3.2.1. Contratación de actividades en el destino 7

3.2.2. Reserva de los servicios disfrutados durante el viaje 9

3.2.3. Gasto en el destino 11

4. VIAJEROS 100% ECOTURISTAS 13

4.1. PERFIL DEL ECOTURISTA 13

4.1.1. Lugar de procedencia 14

4.1.2. Motivación del ecoturista 16

4.1.3. En qué se basa la toma de decisiones 17

4.1.4. Frecuencia de viaje 18

4.1.5. Con quién viaja 19

4.1.6. Actividades que contrata el turista rural ecoturista 21

4.2. TENDENCIAS EN 2021 21

4.2.1. Intención de viaje 21

4.2.2. Cómo atraer al ecoturista 23

4.2.3. Destinos preferidos 24

4.2.4. Qué valora cuando viaja 25

OFERTA: LAS EMPRESAS

5. TURISMO RURAL Y ECOTURISMO: EVOLUCIÓN 29

6. TURISMO RURAL VS. ECOTURISMO: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS 30

6.1. PERFIL GENERAL 30

6.1.1. Generación de empleo 31

6.2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN 32

6.2.1. Canales de reserva 33

6.2.2. Promoción 34

6.2.3. Canales de ventas 35

6.3. NECESIDADES DE FORMACIÓN 36

6.4. IMPACTO DE LA COVID-19 37

7. EMPRESAS 100% DE ECOTURISMO 39

7.1. RETRARO DEL PROPIETARIO DE ALOJAMIENTO ECOTURISTA 39

7.2. Impacto de la COVID-19 43

7.2.1. Impacto COVID-19 en los alojamientos ecoturistas 43

7.2.2. Impacto COVID-19 en los alojamientos de ecoturismo 46

8. Conclusiones 48

1. INTRODUCCIÓN

El ecoturismo es “el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla, al tiempo que se aprecia y se contribuye de forma práctica a su conservación, sin generar impactos sobre el medio y repercutiendo positivamente en la población local”, según establece la Declaración de Ecoturismo de Daimiel (2016). La mayor parte de los espacios naturales bien conservados y más propicios para desarrollar el producto ecoturismo se ubican en territorios rurales, por ello existe una gran conexión entre el ecoturismo y el ámbito más general del turismo rural, como aquella actividad turística que se desarrolla en territorios rurales.

El presente informe presenta datos relevantes del ecoturismo en España, reuniendo los resultados del **Observatorio del Turismo Rural (OTR)**, cuyos socios fundadores son Escapadarural.com, CETT-UB y Netquest, y del **Observatorio de Ecoturismo en España (OEE)**, una herramienta desarrollada por la Asociación de Ecoturismo en España y financiada por la Secretaría de Estado de Turismo desde el año 2017.

Estamos ante un escenario cambiante en el que el impacto de la pandemia puede reforzar ciertas tendencias de consumo. Sin duda, el ecoturismo ya era una opción al alza, tanto para los viajeros como para muchos empresarios turísticos que desde hace años apuestan por un tipo de turismo responsable y con conciencia con respecto al entorno en que se practica. Para analizar esta situación el documento que presentamos a continuación analiza datos recientes, cuyo valor cualitativo aportará luz con respecto a los escenarios que están por venir.

DATOS DEMANDA

DATOS
Observatorio de Turismo Rural
Observatorio de Ecoturismo en España

Propietarios del informe:

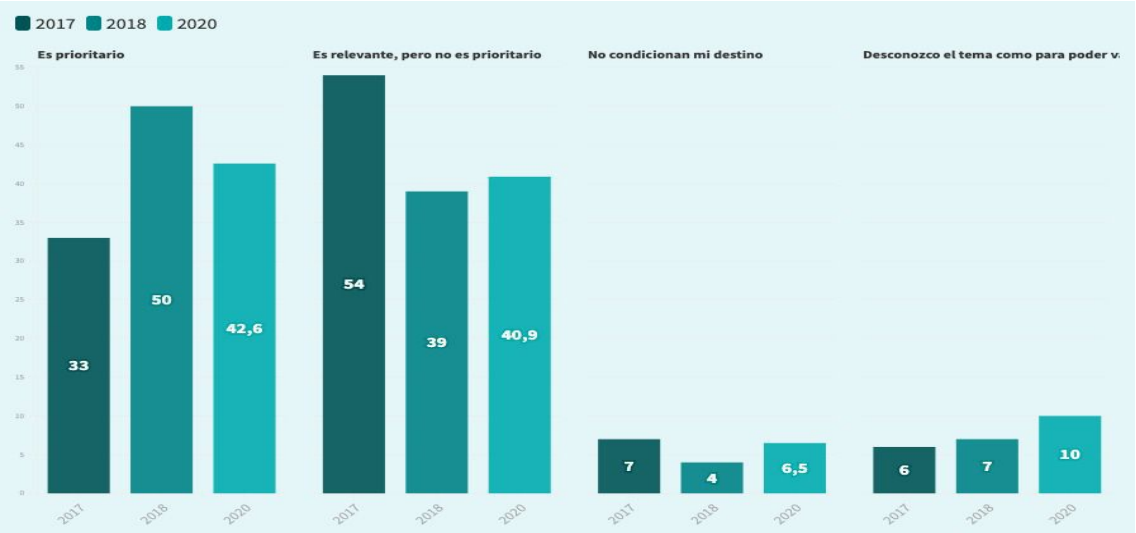
Con la colaboración de:

Partners del Observatorio del Turismo Rural:

Conclusiones basadas en el estudio del Observatorio del Turismo Rural (OTR): encuesta a 21.250 turistas rurales en septiembre de 2020 y el estudio del Observatorio de Ecoturismo en España (OEE): encuesta a 451 ecoturistas, es decir, clientes de empresas de alojamiento y/o de actividades adheridas al Club Ecoturismo en España[1], desde enero 2020 hasta enero 2021. En algunos puntos, se han utilizado también datos de años anteriores para realizar comparativas.

2. TURISMO RURAL Y ECOTURISMO: EVOLUCIÓN

El turismo rural y el ecoturismo representan modalidades de turismo que, sin ser lo mismo, tienen muchos puntos en común. Por ello, a continuación, profundizamos en la evolución de la percepción que tienen los turistas rurales con respecto al ecoturismo.



Ante la pregunta de si el turista rural **se considera ecoturista**, basándonos en **si prioriza la elección del destino como un lugar para disfrutar de la naturaleza de manera responsable**, el gráfico muestra una evolución fluctuante. Del año 2017 al 2018 los viajeros que se identificaban así aumentaron en 17 puntos, pero en 2020 este porcentaje ha bajado en 7,4 puntos. Desde el punto de vista global, sigue habiendo **una mayoría que le da peso a este aspecto** y continúan siendo muy bajos los porcentajes de aquellos que no le dan importancia o desconocen el tema, pero valdría la pena recuperar las cifras anteriores y tender a un porcentaje nulo entre los que se desmarcan del ecoturismo. De algún modo, estas cifras hacen patente la **necesidad de hacer más pedagogía y dar visibilidad al ecoturismo entre los consumidores estándar de turismo rural**.

[1] El Club Ecoturismo en España agrupa y promociona bajo su marca SoyEcoturista destinos y empresas que ofrecen experiencias de ecoturismo, alojamiento y otros servicios turísticos en territorios con espacios protegidos y que, además, cumplen una serie de requisitos ambientales y sociales que garantizan al viajero su contribución a la conservación de biodiversidad y al desarrollo local de los espacios que visita. Más información www.soyecoturista.com

3. TURISMO RURAL VS ECOTURISMO: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS

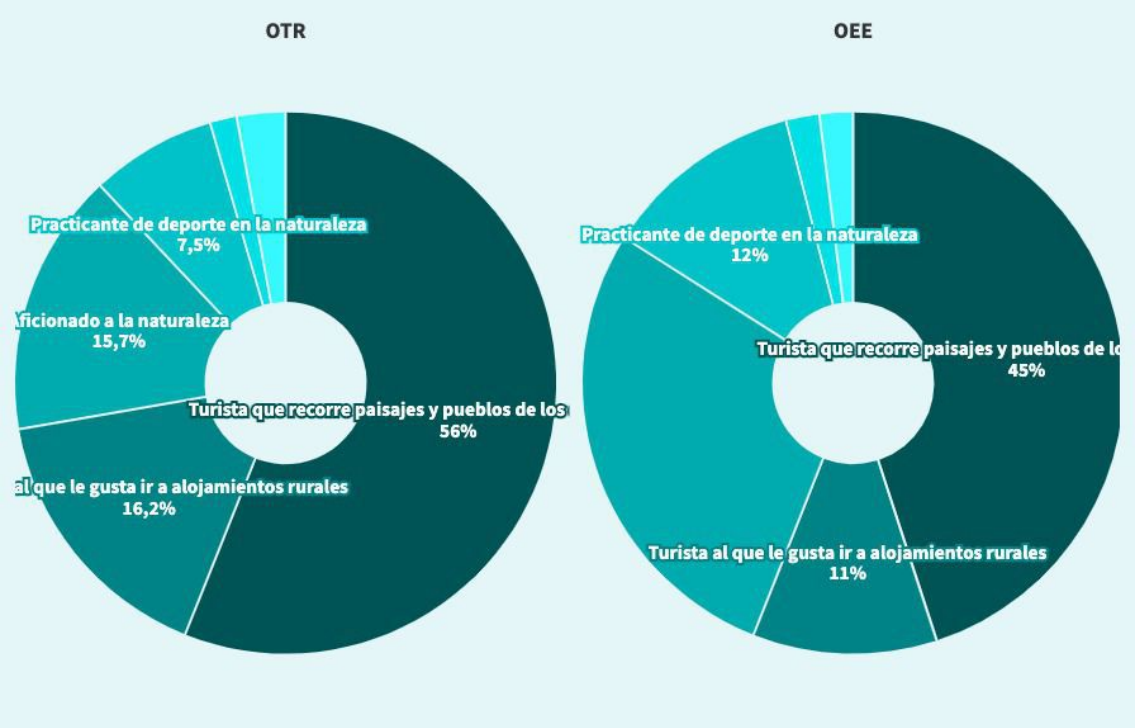
En este punto analizaremos las características específicas de los viajeros que disfrutan del turismo rural (o turistas rurales) y de los ecoturistas para encontrar puntos de encuentro y divergencias. Este análisis nos permitirá valorar hasta qué punto existen realmente dos perfiles diferenciados o tienen la mayoría de los rasgos en común.

3.1. PERFIL DEL TURISTA RURAL Y ECOTURISTA

Para empezar a valorar las similitudes comentadas, se ha planteado la misma pregunta a las dos muestras del estudio con el fin de saber si sus escapadas están asociadas a un interés específico por la naturaleza e incluso si llega a considerarse un observador especializado de la misma.

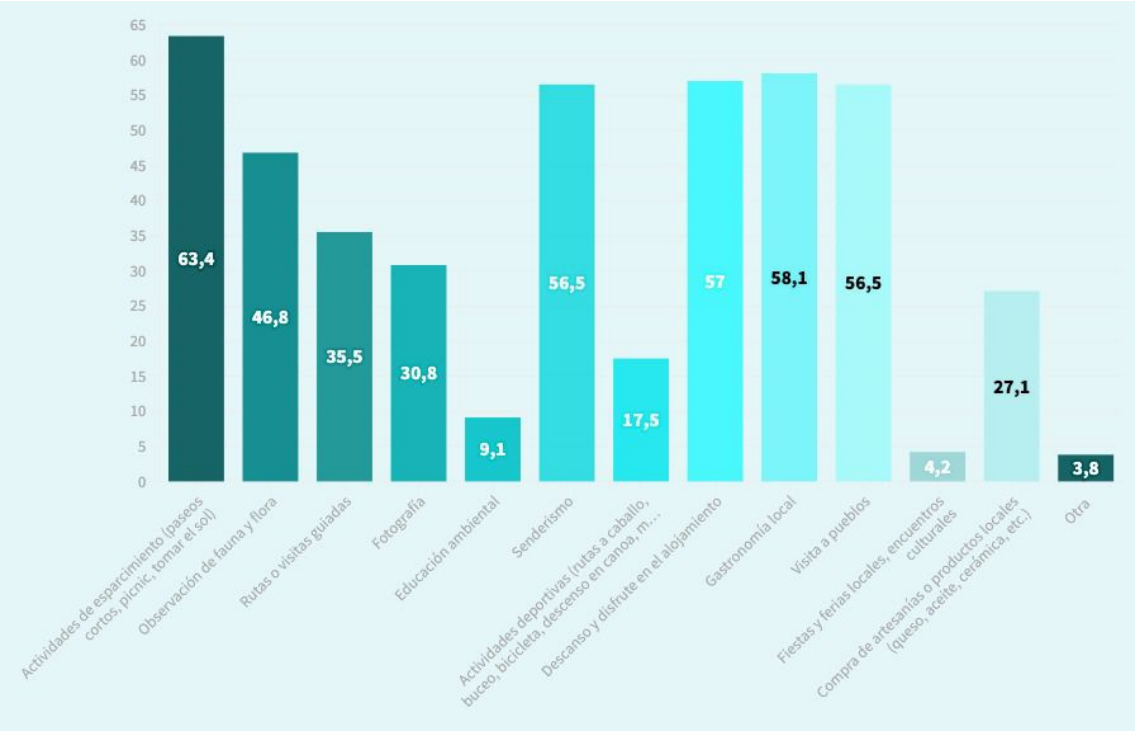
3.1.1. Tipo de turista

Cuando viaja o visita un espacio natural, ¿con qué tipo de turista se identifica más?



Las gráficas nos muestran un resultado lógico, puesto que entre los turistas rurales es más común encontrar un viajero cuyo objetivo es recorrer los entornos que visita con una actitud contemplativa (56%). Mientras, existe un mayor volumen de ecoturistas que declaran que son aficionados a la naturaleza (28%). En ambos casos el viajero que se considera observador especializado de la naturaleza es un perfil minoritario (2,6% OEE, 1,6% OTR).

OEE. De la siguiente lista de actividades, indica cuál o cuáles ha realizado en este viaje. (respuesta múltiple)



Los ecoturistas realizan una **combinación de actividades** en el transcurso de su viaje, las más frecuentes son las actividades de esparcimiento (paseos cortos, picnics, etc.), el disfrute de la gastronomía local, descansar y disfrutar en el propio alojamiento, la visita a pueblos y el senderismo, es decir, el tipo de actividades que puede realizar un turista rural más generalista. Si bien, cabe señalar que el porcentaje de ecoturistas que realiza actividades de observación de flora y fauna (47%), rutas o visitas guiadas (35%) o fotografía (31%), es muy significativo. Esto concuerda con que el principal motivo del viaje de los ecoturistas haya sido conocer el espacio natural (70%).

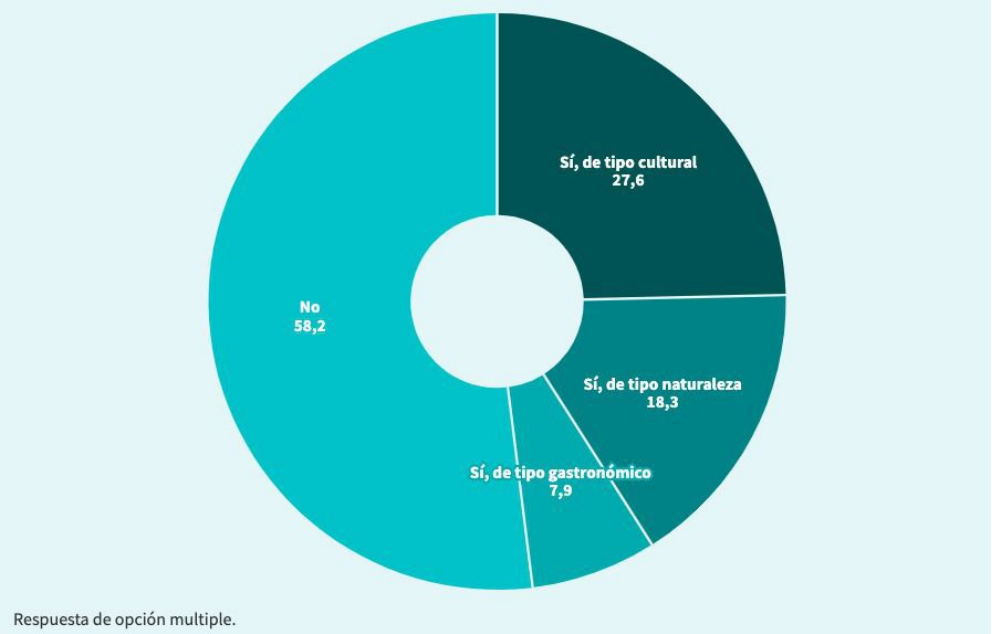
Según estos datos, 1 de cada 4 ecoturistas compra artesanía o productos locales durante su viaje. Si bien el dato es positivo, todavía hay margen de mejora, de forma que la actividad turística tenga una mayor conexión con la población local y ayude a impulsar la producción agroalimentaria y artesanal de estos territorios.

3.2. CARÁCTERÍSTICAS DE LOS VIAJES DEL TURISTA RURAL Y EL ECOTURISTA

Otro aspecto clave del análisis se centra en el comportamiento del viajero en destino y el tipo de actividades que contrata.

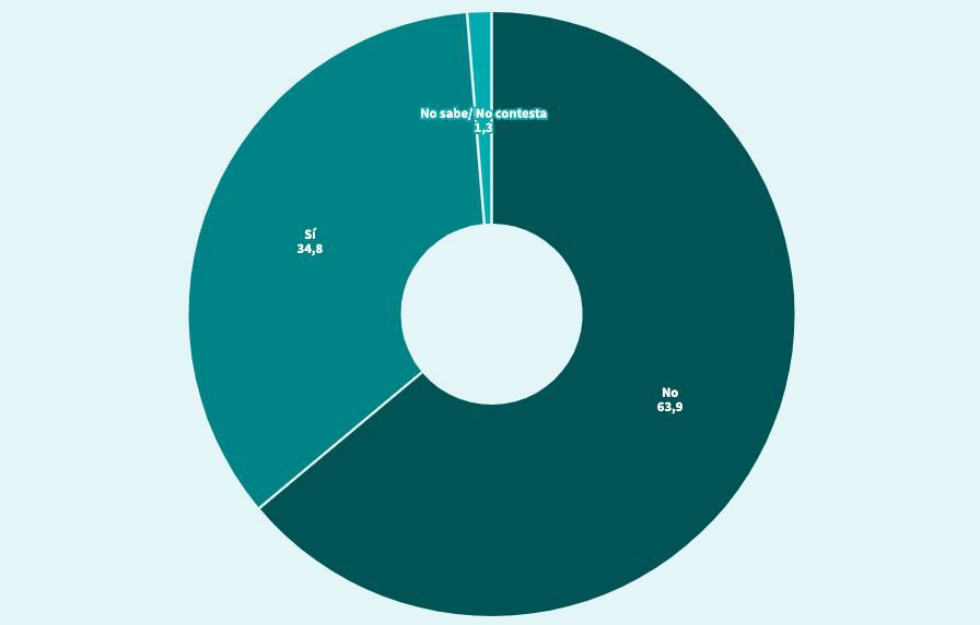
3.2.1. Contratación de actividades en el destino

OTR. ¿Contrata visitas guiadas cuando hace turismo rural?



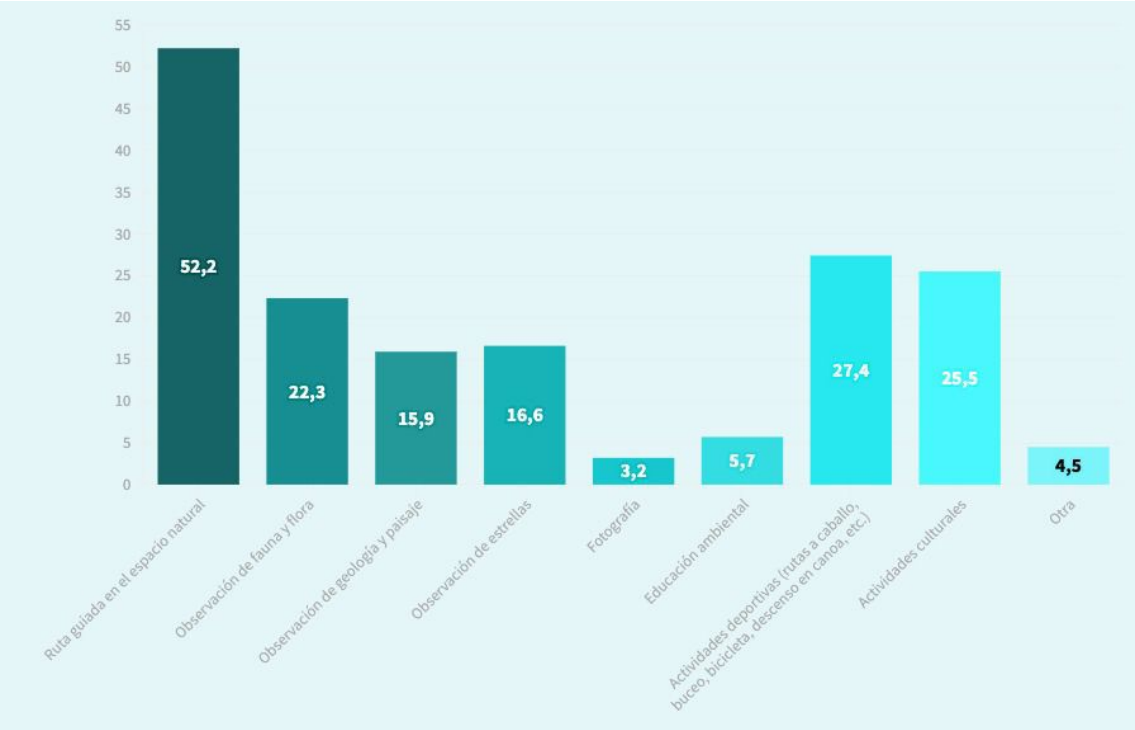
Teniendo en cuenta que la contratación de visitas guiadas es un aspecto definitorio de los consumidores más próximos a identificarse como ecoturistas, el Observatorio del Turismo Rural revela cómo un elevado 62% sí pagaría por este tipo de servicios, destacando el de tipo cultural por encima del de naturaleza. Sin embargo, más de la mitad de los encuestados manifiestan su negativa respecto a contratar este guiaje durante sus escapadas. Además, existen datos adicionales de este estudio que reflejan cómo un 66% no lo hace por falta de interés, pero un 34% por desconocimiento. El objetivo, sin duda, debería ser que esos 3 de cada 10 que aún no contratan guías lleguen hacerlo si se les presenta adecuadamente la oferta.

OEE ¿Ha contratado los servicios de alguna empresa de actividades?



Un **34,8% de los ecoturistas contrataron actividades guiadas** con una empresa en 2020, porcentaje que desciende al 17% si se tiene en cuenta tan sólo a los clientes de los alojamientos, es decir, excluyendo las respuestas de los clientes de empresas de actividades. Por lo tanto, todavía hay un porcentaje elevado de ecoturistas que no contrata actividades guiadas durante su viaje. En este sentido, se debería hacer un esfuerzo por dar más visibilidad y promoción a este tipo de actividades, pues la interpretación del entorno para conocer los valores naturales y culturales del espacio natural marca la diferencia entre el ecoturismo y otros productos turísticos.

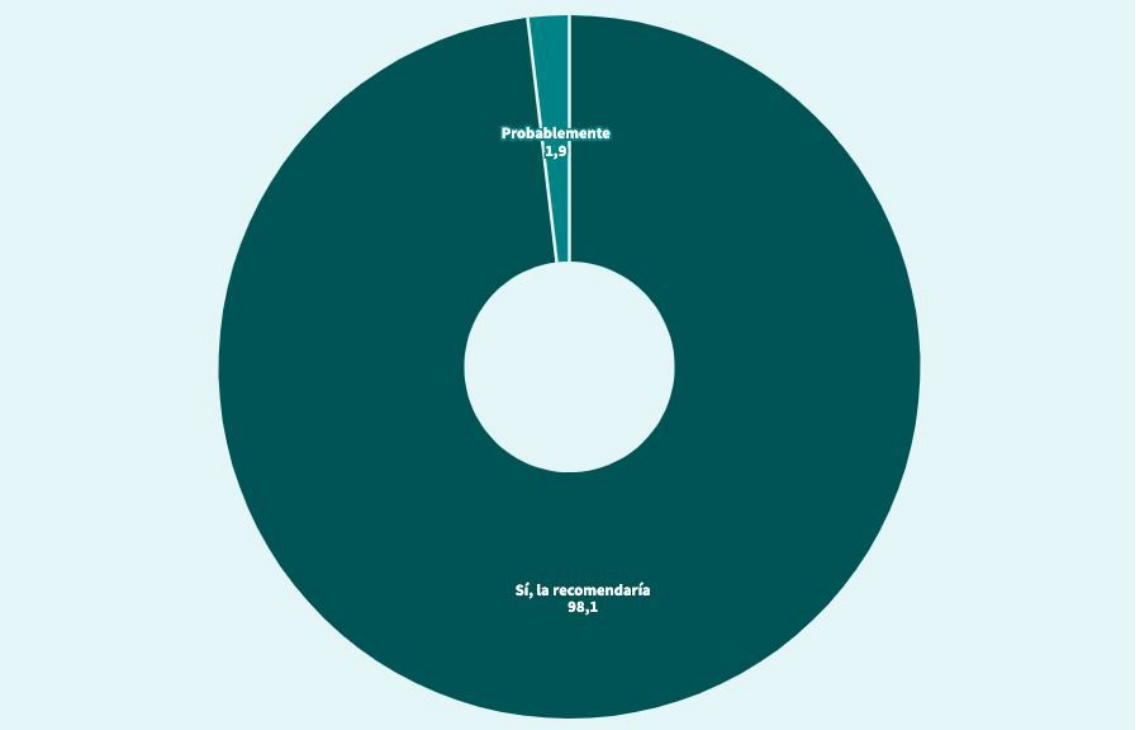
OEE. ¿Qué tipo de actividades ha contratado?



Los ecoturistas que sí contrataron actividades eligieron preferentemente **rutas o visitas guiadas en el espacio natural** (52,2%), seguido de las actividades deportivas y las actividades culturales. Aunque menos frecuente, también es significativa la contratación de actividades más especializadas como la observación de flora-fauna; geología-paisaje y estrellas.

En cuanto a la contratación de actividades deportivas (27,4%) se aprecia un incremento importante en relación a los datos obtenidos en 2019 (15,1%), y que puede deberse a una mayor necesidad de los turistas por disfrutar de unas vacaciones más activas y en contacto con la naturaleza tras el confinamiento derivado de la COVID-19, o al cambio del perfil del cliente en estas empresas en 2020.

OEE ¿Recomendaría la actividad a otra persona?

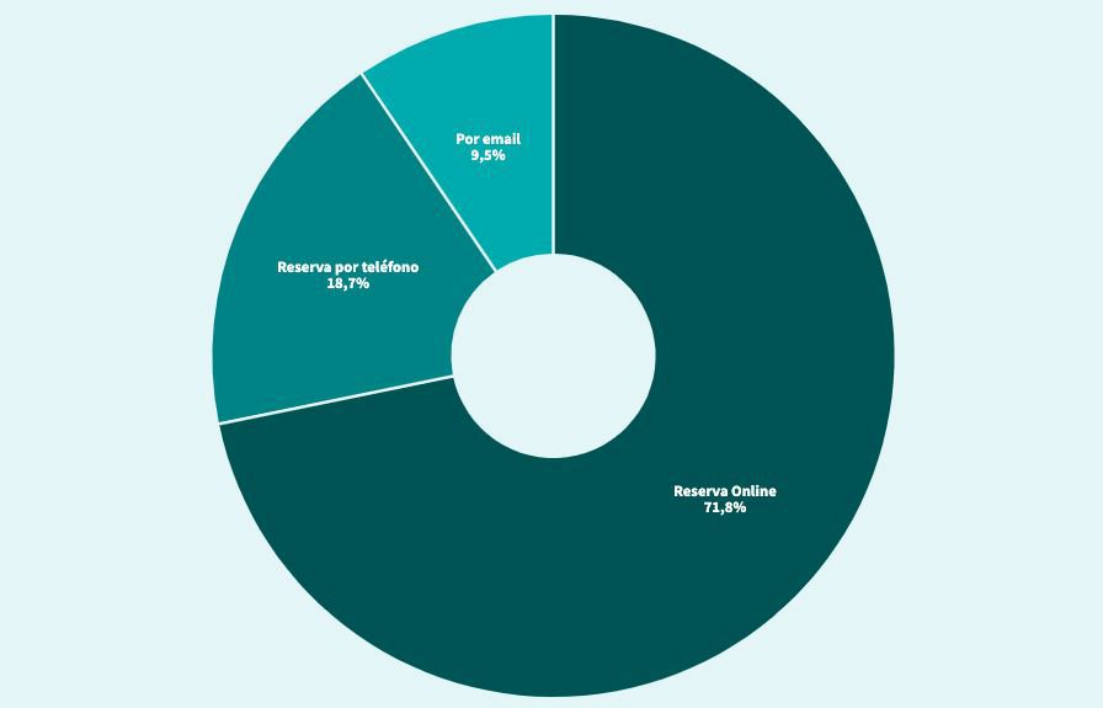


El 98,1% de los ecoturistas que contrataron actividades guiadas con empresas durante su viaje manifiesta que recomendaría la actividad a otra persona, unos datos que reflejan el **alto grado de satisfacción de los viajeros respecto a la experiencia asociada a las actividades guiadas para descubrir y disfrutar la naturaleza.** Por lo tanto, promover una mayor contratación de estas actividades no sólo generará una mayor sensibilización de la sociedad y una mayor repercusión económica en el territorio, sino que también generará una mayor satisfacción del viajero en ese destino.

3.2.2. Reserva de los servicios disfrutados durante el viaje

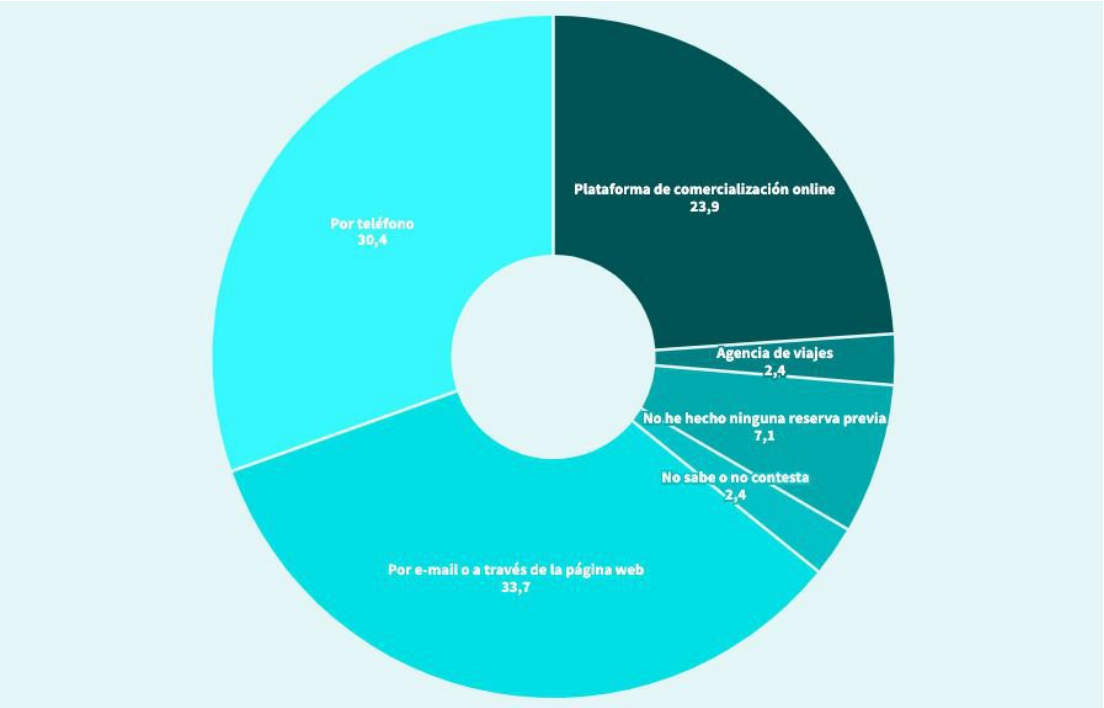
La manera en que los viajeros reservan nos ayuda a conocer mejor sus preferencias en la fase de inspiración del *customer journey*. Éste es el momento en que más y mejor se puede influir en sus decisiones, por lo que conocer los canales que utiliza para diseñar su experiencia es fundamental.

OTR. ¿Cuál es su forma preferida de hacer una reserva de alojamiento rural?



Según los datos recabados por el Observatorio del Turismo Rural, **la mayoría de los turistas rurales preferirían hacer su reserva online (71,8%)**, dejando la reserva telefónica (18,7%) y por mail (9,5%) como segunda y tercera opción. Esta preferencia ha ido creciendo año tras año, mientras que los propietarios de alojamientos rurales siguen aún muy anclados en los sistemas de reservas tradicionales: un 53,7% indica que la mayoría de sus reservas les llega por correo electrónico, un 27,8% por teléfono y sólo un 18,5% señala el canal online.

OEE. ¿Cómo has hecho la reserva de los servicios que has disfrutado en este viaje?



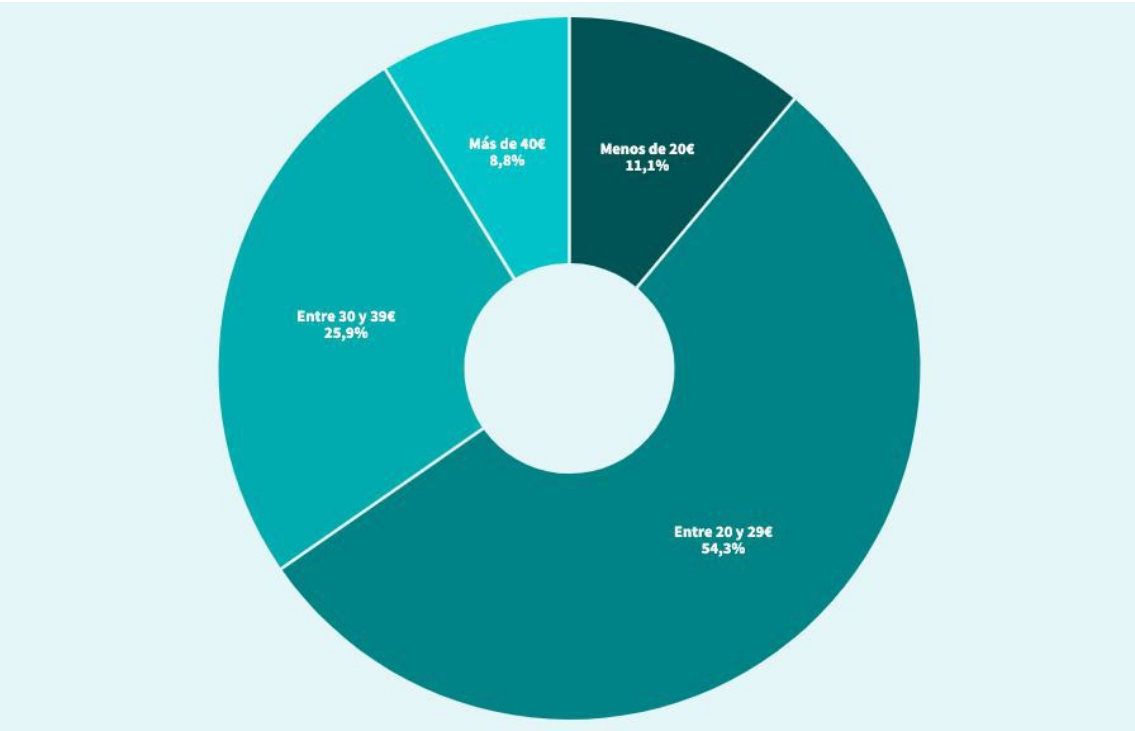
El ecoturista **reserva** los servicios que disfruta durante el viaje mayoritariamente de forma **directa con la empresa** (64%), ya sea a través del **correo electrónico** o su **página web** (33,7%), o por **teléfono** (30,4%). Analizando las respuestas de los clientes de empresas de ecoturismo, este porcentaje de reserva directa es mayor (77%) que cuando se pregunta a los clientes de alojamientos (61%). El uso de plataformas de comercialización es mayor en el caso de los alojamientos, dónde estos sistemas están más desarrollados y los viajeros más habitados.

Por otro lado, se puede ver cómo el 57% de los ecoturistas ha utilizado medios on-line para realizar la reserva de los servicios disfrutados durante su viaje.

3.2.3. Gasto en el destino

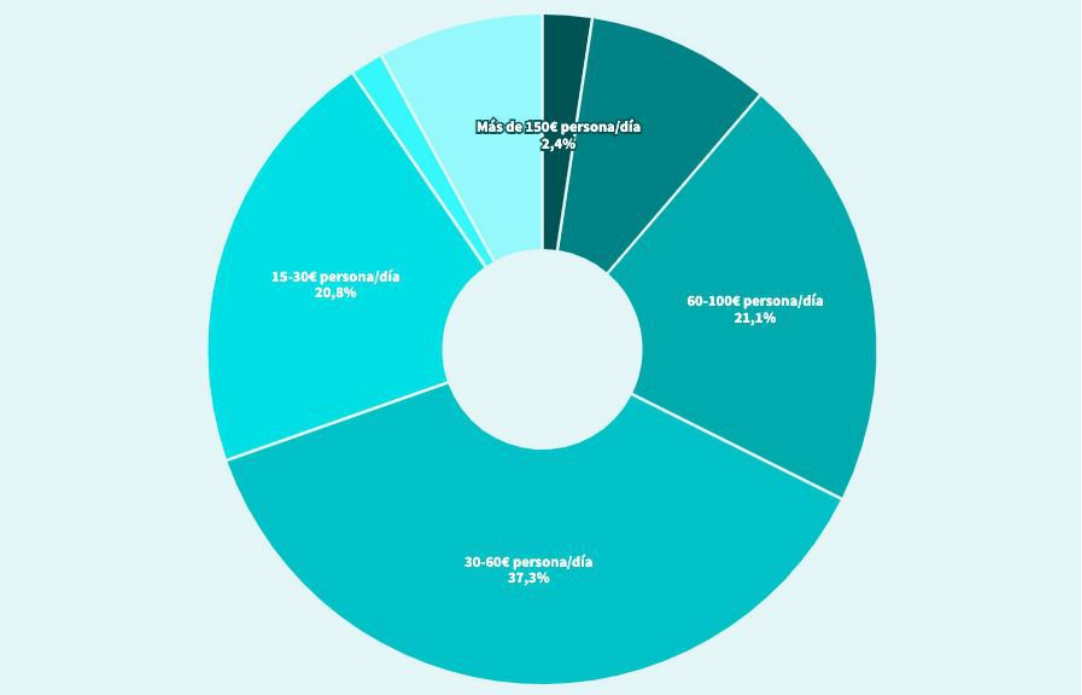
El gasto que el turista rural y ecoturista realiza en el destino permite valorar oportunidades de mejora en la política de precios de establecimientos y actividades.

OTR. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alojamiento de una escapada rural por persona y noche?



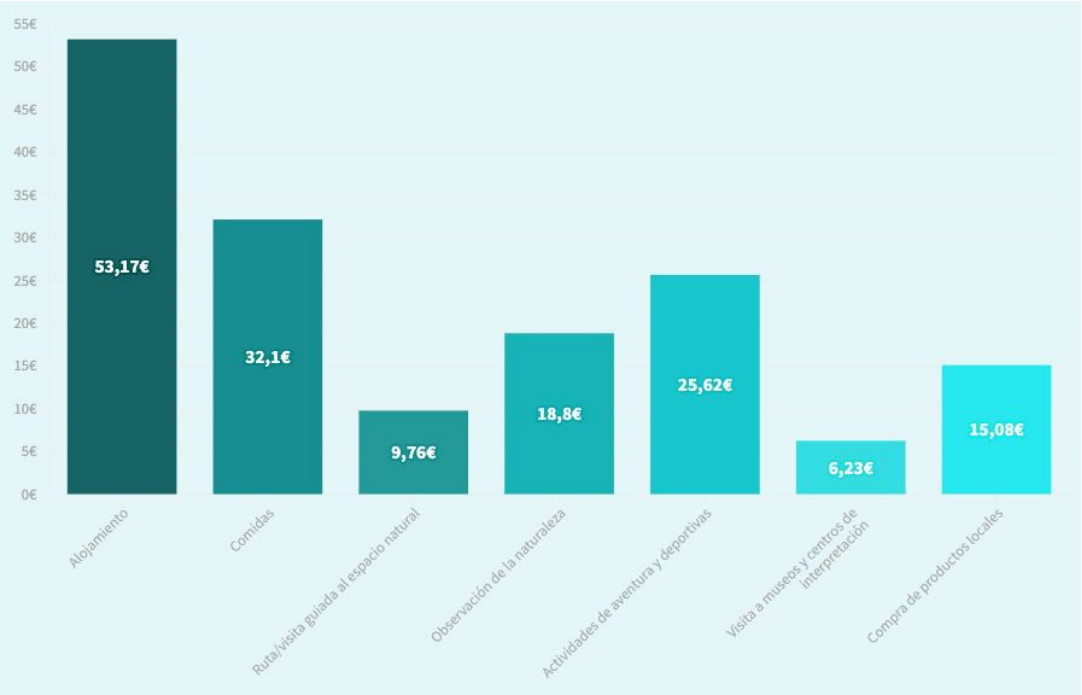
Como se puede apreciar, el presupuesto que el viajero destina al alojamiento cuando practica el turismo rural está mayoritariamente (80,2%) en la franja media, que va de los 20 a los 39 €. Sin embargo, muy pocos se quedan en los extremos, tanto por abajo, dado que el rango inferior a 20 € es señalado sólo por un 11,1%, como por arriba, donde sólo un 8,8% de los encuestados indica destinar más de 40 €. Este hecho pone de manifiesto ciertas similitudes con el ecoturista, que también asigna un presupuesto contenido a sus escapadas.

OEE. ¿Qué gasto has realizado o tiene previsto realizar en alojamiento durante su estancia?



El 37,3% de ecoturistas afirma destinar al alojamiento entre 30 y 60 € por persona y día, datos que se corresponden con el precio medio de la pernoctación en alojamientos de destinos de ecoturismo, entre 26 y 49 € por persona y noche, según la encuesta de oferta a empresas de ecoturismo de 2019. En el otro extremo, el 2,4% de ecoturistas invierte más de 150€ por persona y noche en el alojamiento, hecho que refleja el bajo número de alojamientos de categoría superior (hoteles de 4 y 5 estrellas, y casas rurales de máxima categoría) que, según datos del Observatorio de la encuesta de oferta a empresas de 2019, suponen el 10% de la oferta alojativa en destinos de ecoturismo.

OEE. Gasto medio estimado por persona y día en cada partida.



Ateniendo a los datos facilitados por los ecoturistas, el gasto medio en un viaje de ecoturismo se puede estimar en **160,76€ por persona y día**. El ecoturista realiza un mayor gasto en el alojamiento (33%) y las comidas (20%), e invierte menos en actividades culturales como visitas a museos y centros de interpretación (3,9%) o la compra de productos locales y artesanía (9,4%). Significativo es el gasto dedicado por los ecoturistas a las visitas guiadas para conocer el espacio natural u observar la naturaleza (17,8%) o para realizar actividades de aventura o deportivas (15,9%).

Por lo tanto, en un viaje de ecoturismo, el gasto en el alojamiento es importante, pero no el mayoritario, pues el 67% del gasto se destina al disfrute de otros servicios de empresas del territorio, con un peso importante de la gastronomía y los productos locales y artesanales, así como la realización de actividades de descubrimiento y disfrute más activo del espacio natural. Esto avala que el ecoturismo tenga entre sus fundamentos la contribución al desarrollo local.

4. VIAJEROS 100% ECOTURISTAS

A continuación, el informe aborda cuestiones concretas en relación a perfiles que son 100% viajeros ecoturistas, tanto por parte del Observatorio del Turismo Rural (OTR), como por parte del Observatorio de Ecoturismo en España (OEE). En el caso del OTR se selecciona de la muestra inicial sólo a aquellas personas que practican turismo rural pero que indican que disfrutar de la naturaleza de manera responsable es un aspecto prioritario a la hora de escoger el destino de mis vacaciones. En el caso del OEE siguen correspondiendo al total de la muestra recogida.

Conclusiones basadas en el estudio del Observatorio del Turismo Rural: encuesta a 9.055 turistas rurales ecoturistas en septiembre de 2020 y el estudio del Observatorio de Ecoturismo en España: encuesta a 451 ecoturistas, es decir, clientes de empresas de alojamiento y/o actividades adheridas al Club Ecoturismo en España desde enero 2020 hasta enero 2021.

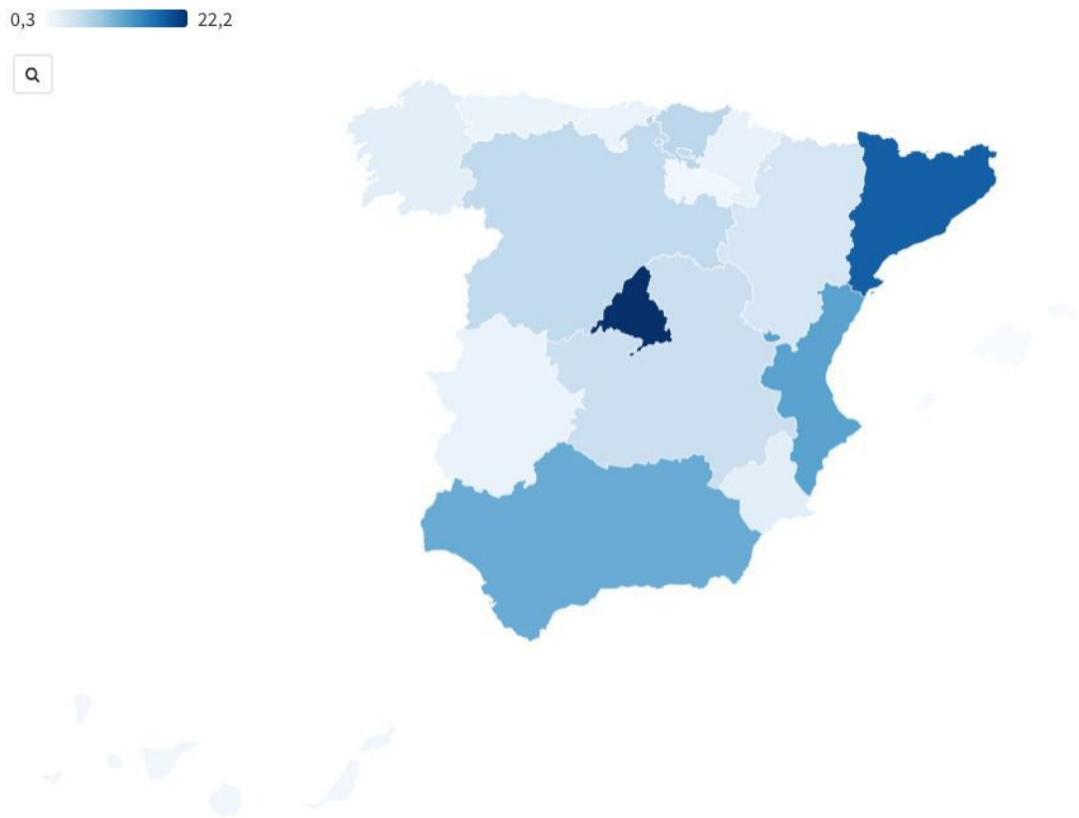
4.1. PERFIL DEL ECOTURISTA

Según ambos observatorios, las características principales de las personas que tienen un perfil ecoturista son las siguientes:

- Un 68,4% son mujeres. En el caso del estudio del OEE es un 57%, habiendo aumentado el perfil femenino en 4 puntos respecto a 2019.
- Un 71,5% tienen entre 40 y 65 años. En el estudio de la OEE la mayoría están entre 35 y 49 años.
- Según el OTR un 51,9% le da mucha importancia a las medidas de seguridad e higiene del establecimiento.

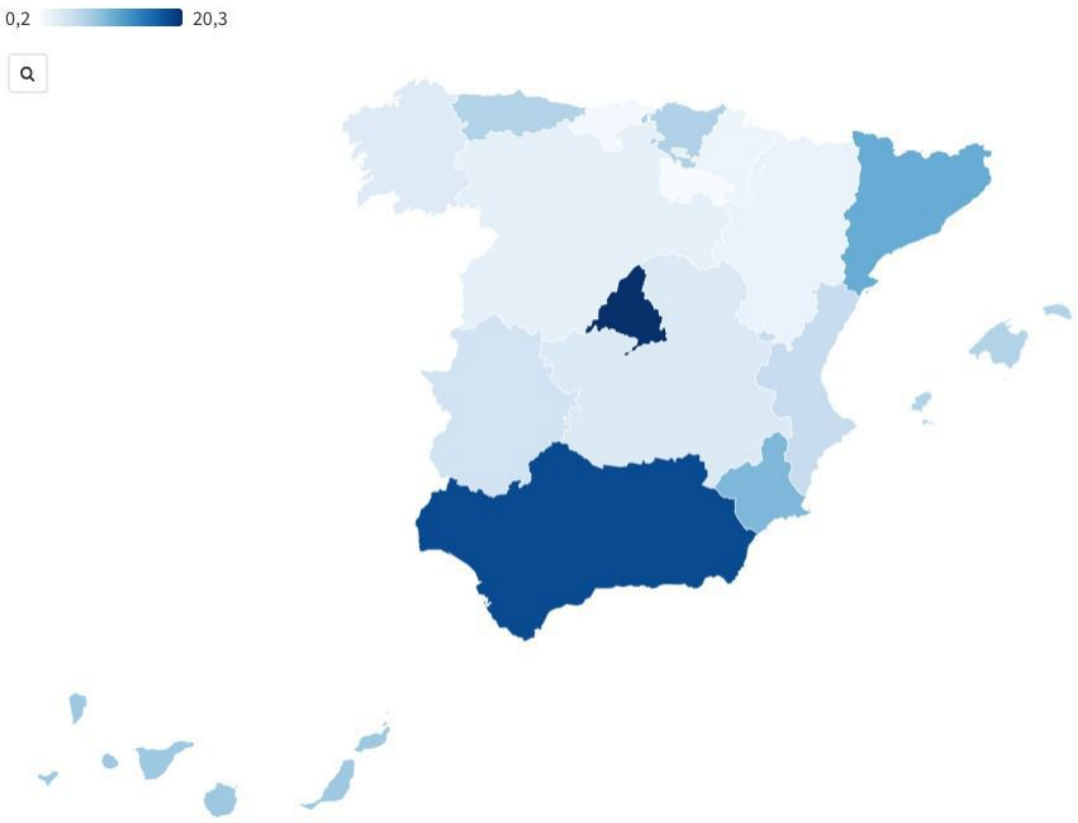
4.1.1. Lugar de procedencia

OTR. Mapa lugar de residencia



Al visualizar los mapas que indican el lugar de residencia de la mayoría de estos viajeros, se aprecian ciertas diferencias. Según el OTR los mayores emisores de ecoturistas están más concentrados en las comunidades que reúnen a una mayor población, como son Madrid y Cataluña, que aglutinan un 22,2% y un 18,3% respectivamente.

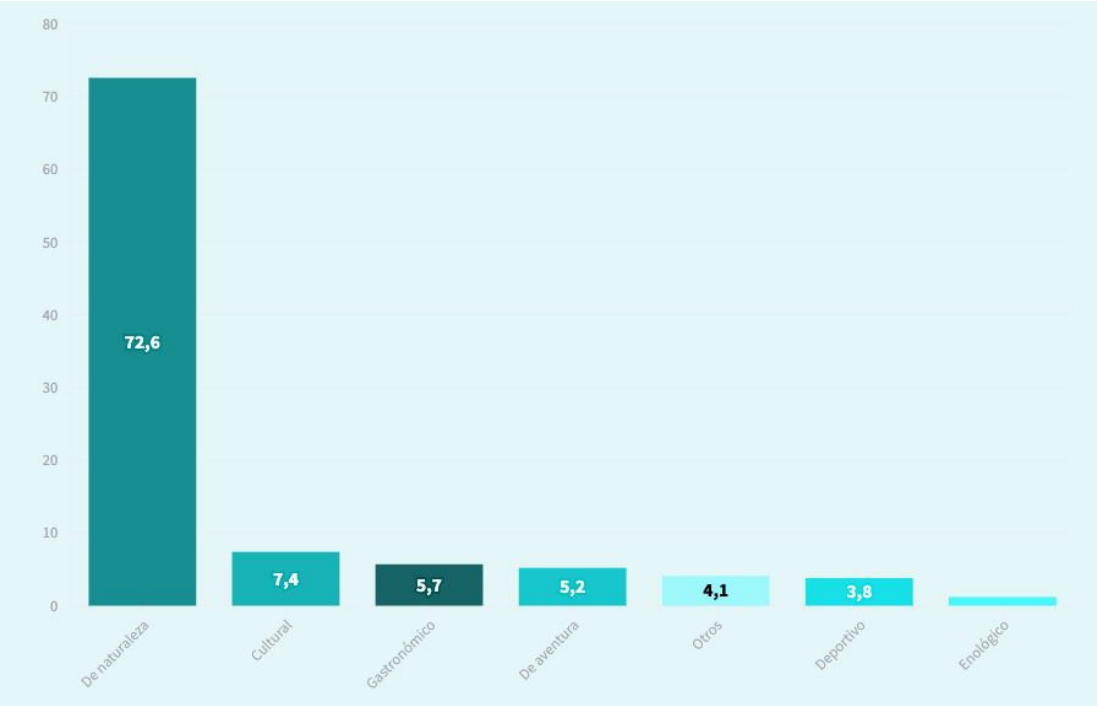
OEE. Mapa lugar de residencia



En el caso del OEE la mayor parte de los ecoturistas proceden de Madrid y Andalucía, representando el 20% y el 18%, respectivamente, seguidos de los residentes en Cataluña (10,5%). Teniendo en cuenta que la mayor parte de las encuestas proceden de clientes de empresas ubicadas en Canarias (23,1%), Andalucía (19,3%) y Asturias (16,6%), se puede decir que incluso en época de pandemia, ha existido cierta movilidad entre comunidades autónomas, siendo Madrid la principal región emisora de turistas. Comparando con datos de 2019, que concentraban la mayor parte de los ecoturistas en Madrid (25,5%), Cataluña (19,5%) y Andalucía (11,5%), efectivamente se puede ver cómo el origen de los viajeros se ha diversificado, aumentando, como afirman los propios empresarios, los clientes procedentes de su misma comunidad autónoma.

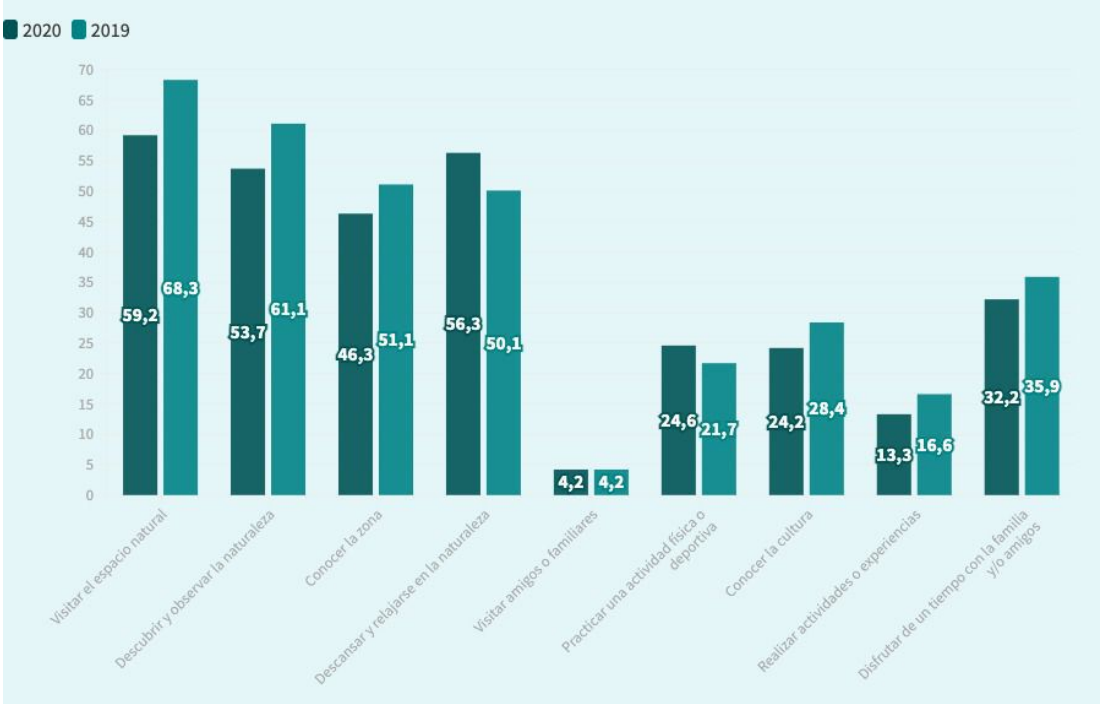
4.1.2. Motivación del ecoturista

OTR. ¿Cuáles han sido las motivaciones principales para elegir el destino de su escapada rural? (en primer lugar)



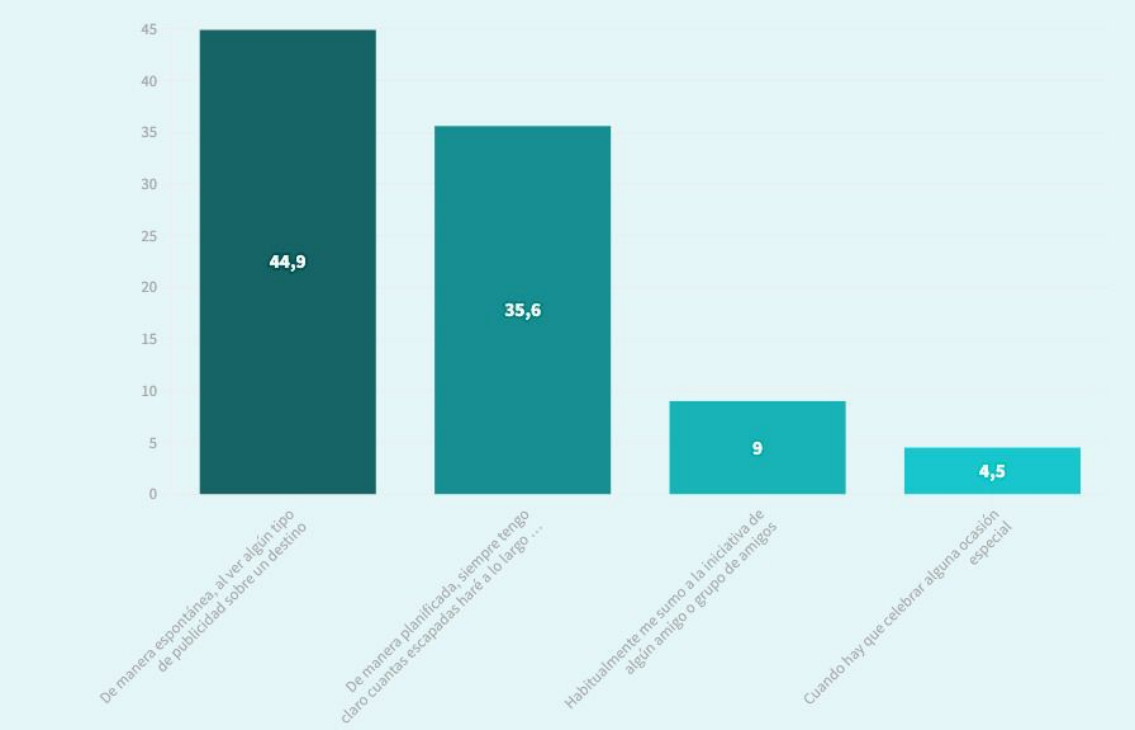
Dentro de lo que son turistas rurales ecoturistas, la motivación principal es la naturaleza, algo habitual en el turista rural estándar, pero que aquí crece hasta el 72,6%. El resto de motivaciones quedan muy en segundo plano.

OEE. De los siguientes motivos, indique cuáles han sido importantes a la hora de visitar este espacio natural. (Respuesta múltiple)



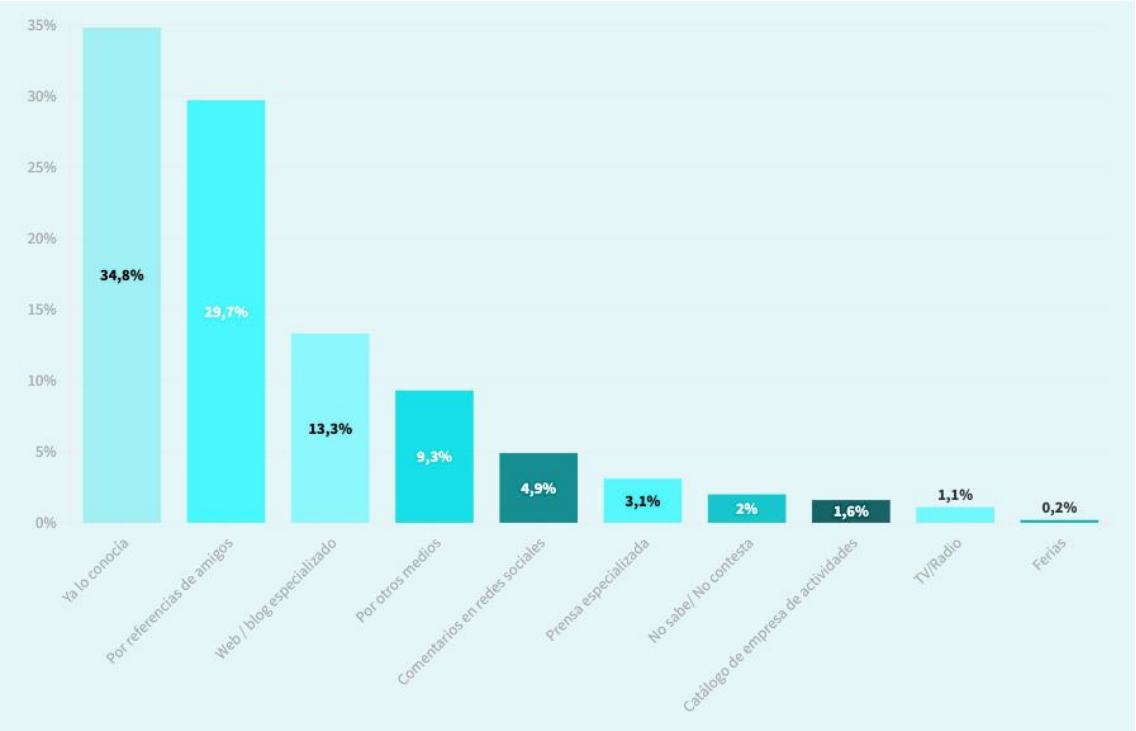
En el caso de los ecoturistas se aprecia cómo tanto en 2020 y 2019 la motivación principal del viaje es la visita a un espacio natural, si bien observamos que en 2020 ese porcentaje disminuye en algo más de un 9%. Este hecho podría deberse al importante incremento de viajes a destinos rurales y de naturaleza tras el confinamiento, hecho que ha propiciado un cambio en el perfil del viajero.

4.1.3. En qué basa la toma de decisiones



Conocer lo que más influye en el turista rural ecoturista a la hora de tomar sus decisiones también puede ayudar a configurar la promoción más adecuada. Según los datos de esta gráfica, la publicidad es determinante para elegir destino (44,9%), seguida de los que sí planifican (35,6%) y a mucha más distancia de otras palancas de influencia (13,5%).

OEE. ¿Cómo has conocido este espacio natural?



El 35% de los ecoturistas ya conocía el destino, por lo que se podría deducir que basa su decisión en función, principalmente, de la calidad de la experiencia y los servicios ofrecidos en el territorio, pues suelen repetir viaje a un destino (según los datos de la encuesta casi la mitad de los ecoturistas (43,9%) ya había visitado el mismo destino varias ocasiones). Un 30% también tiene muy en cuenta las recomendaciones y referencias de amigos y conocidos y, en tercer lugar, a través de blogs especializados (13,3%). En este sentido, parece que el ecoturista se basa más en la información y experiencia previa, tanto propia como de amigos y familiares, que en anuncios de publicidad, como era caso del turista rural según datos del OTR. Por tanto, la calidad de la experiencia es fundamental para fidelizar viajeros ecoturistas.

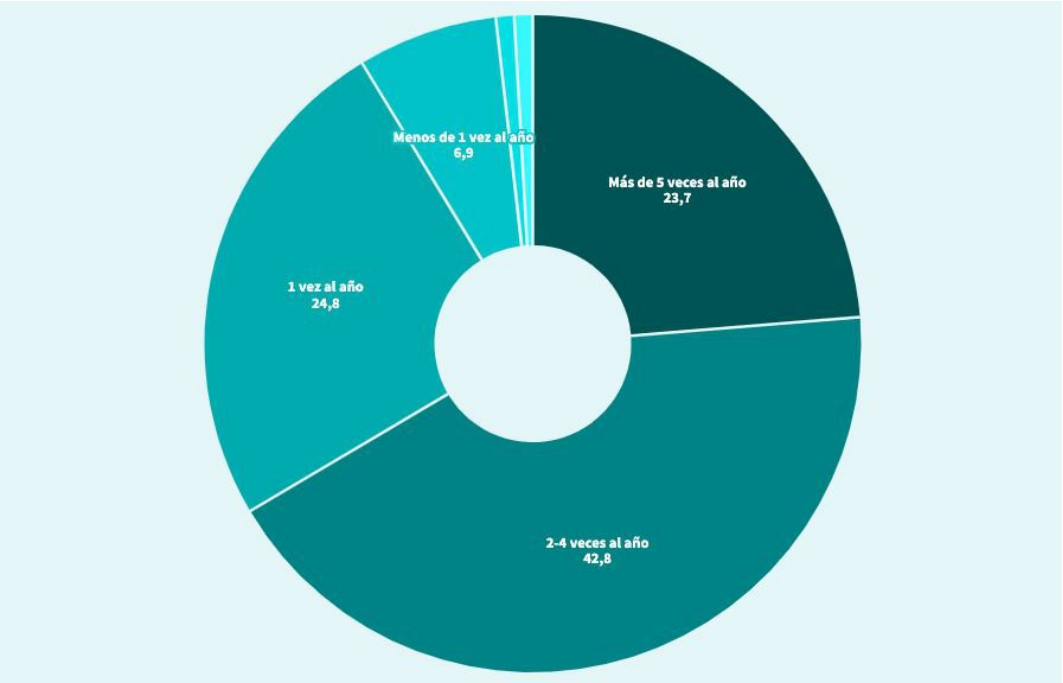
4.1.4. Frecuencia de viaje

Según OTR.

- Un 36,7% hizo 2 estancias de turismo rural en 2019
- Un 60,7% hizo turismo rural entre junio y septiembre de 2020
- Un 91,8% tiene previsto hacer turismo rural en 2021
- Un 61,8% hará entre 1 y 2 escapadas, pero un 32,6% hará hasta 3 escapadas

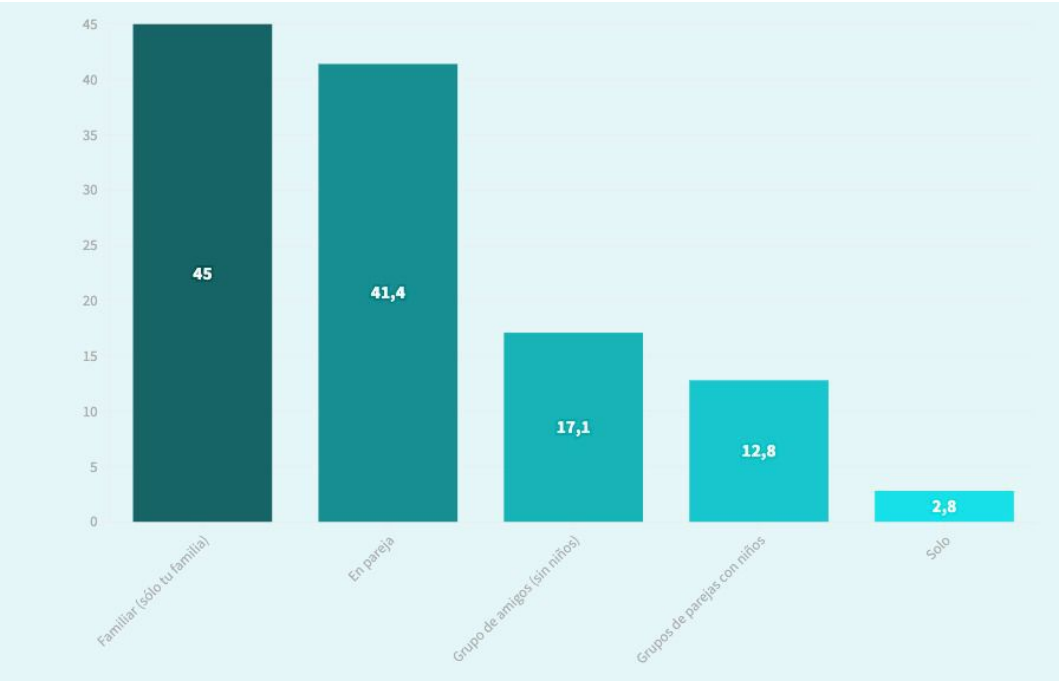
La frecuencia de consumo, en el caso de los turistas rurales ecoturistas, refleja cómo los porcentajes que apuntan hacia una voluntad de realizar cada vez más escapadas van aumentando. Así, en 2021 nos encontramos ante un índice de ecoturistas que realizan escapadas rurales con una frecuencia elevada (32,6% que hará hasta 3 escapadas) que supone una cifra casi igual a la que en 2019 representaba a los que hacían sólo 2 escapadas (36,7%). Además, se aprecia cómo, en general, la intención de consumo (91,8%) es notable de cara a un año donde, si el contexto sanitario lo permite, se pueden abrir muchas oportunidades.

OEE. ¿Con qué frecuencia viajas a espacios naturales?



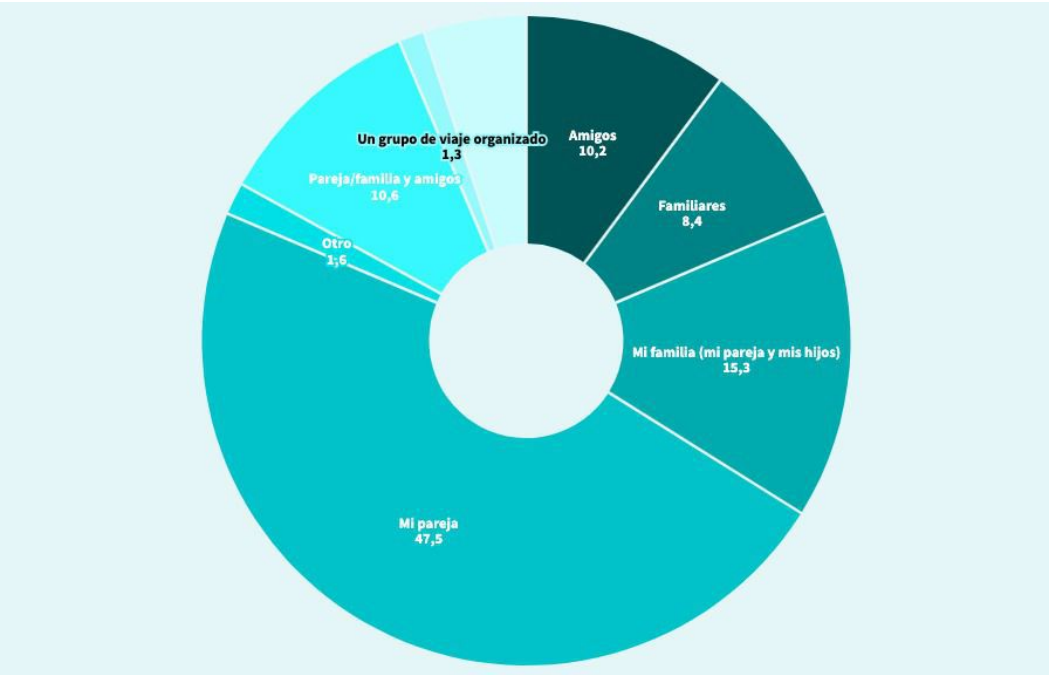
Casi la mitad de los ecoturistas (42,8%) viaja entre 2-4 veces al año a un espacio natural y un 23,7% afirman viajar más de 5 veces al año a estos espacios, por lo tanto, independientemente del perfil del ecoturista, estos datos muestran la importancia de contar con una red de destinos y empresas que ofrecen experiencias de ecoturismo a nivel nacional que pueda captar a este cliente potencial y ofrecerle otros destinos y experiencias similares en España.

4.1.5. Con quién viaja



El turista rural ecoturista se detecta que viaja en pareja hasta 2 puntos más que el turista rural estándar. Con ello se pone de manifiesto la predominancia de un tipo de público al que hay que ofrecerle experiencias acordes a sus preferencias. La oferta alojativa, las actividades, etc., todo debería estar pensado para dos personas y no para grupos si se quiere apostar por este nicho mayoritario.

OEE. ¿Quiénes han sido tus acompañantes?

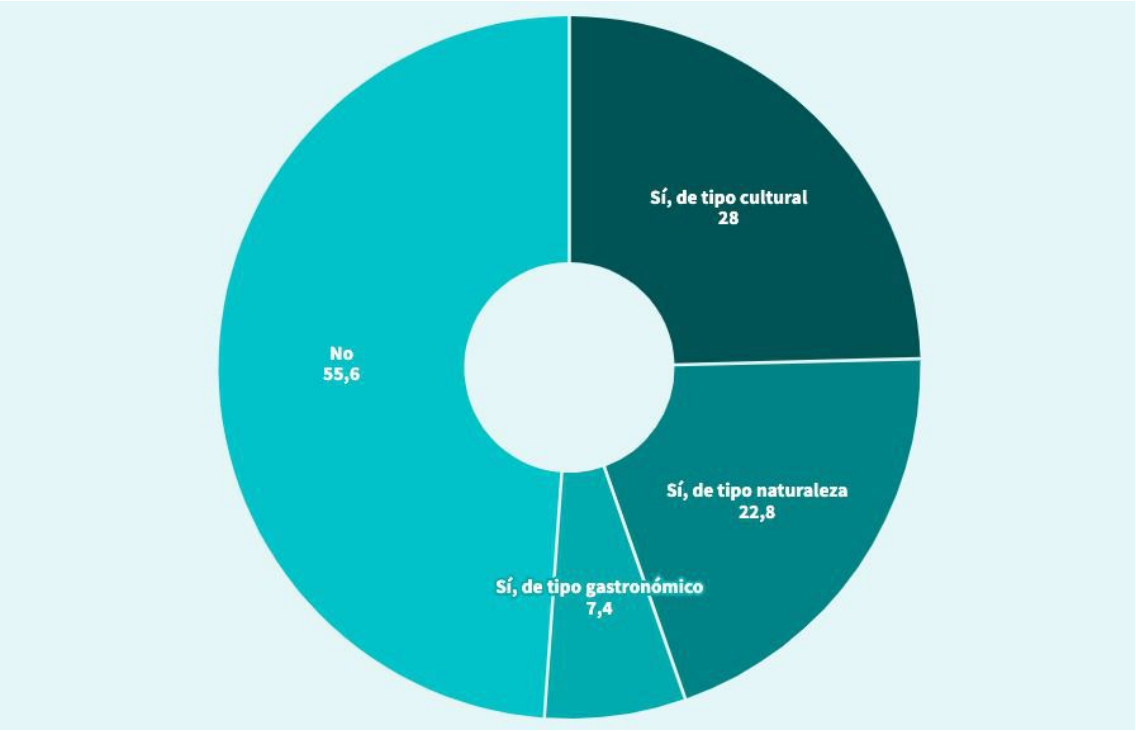


Casi el 50% de los ecoturistas viaja con su pareja y, en menor medida, con la familia (15,3%). Estos datos reflejan que, al igual que en el caso del turista rural ecoturista, los servicios y experiencias deben adaptarse a sus preferencias y necesidades.

Por otro lado, cabe señalar que en 2020 el 36% de los ecoturistas viajaba con niños menores de 12 años, porcentaje que ha aumentado en 11 puntos respecto a 2009 (25%). Por lo tanto, podría plantearse como estrategia ofrecer experiencias más adaptadas a este tipo de viajeros que viajan con niños, un segmento de demanda con un gran potencial de crecimiento.

4.1.6. Actividades que contrata el turista rural ecoturista

OTR. Contrata visitas guiadas cuando hace turismo rural



Llegados a este punto, destaca cómo los turistas rurales ecoturistas contratan visitas guiadas de naturaleza hasta 4 puntos más que el turista estándar, visto en el punto anterior

Además, el estudio aporta información adicional respecto a este perfil puesto que los que son más significativos estadísticamente en su contratación de guías de naturaleza son:

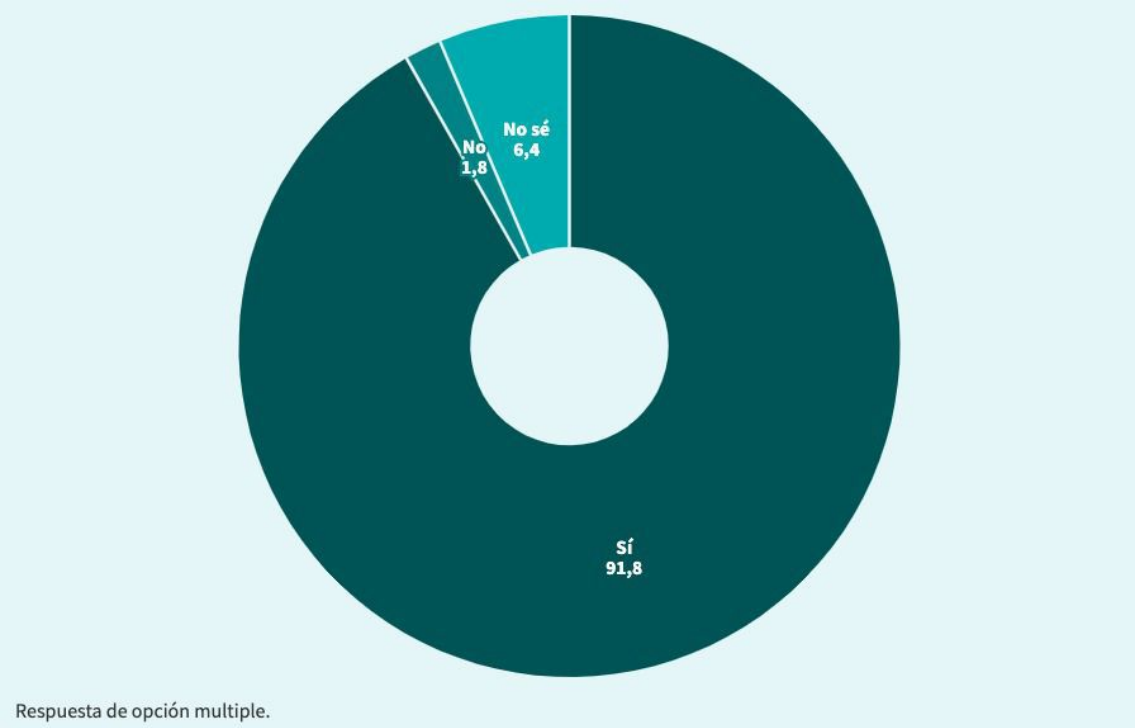
- Los de más 64 años (30,4%)
- Los residentes en Cataluña (23,2%)

4.2. TENDENCIAS EN 2021

Todo apunta a que 2021 será el año en el que el turismo pueda volver a arrancar y que el turismo rural y el ecoturismo podrán situarse como productos turísticos clave en la reactivación del sector, por ser un tipo de turismo más acorde a las necesidades y demandas de los viajeros en la coyuntura actual marcada por la pandemia (aire libre, naturaleza, lejos de aglomeraciones, pequeños grupos, pequeños establecimientos, trato personalizado, etc.). Para ello, es clave adelantarnos a cómo piensan los viajeros rurales y ecoturistas, y qué necesidades y experiencias quieren vivir.

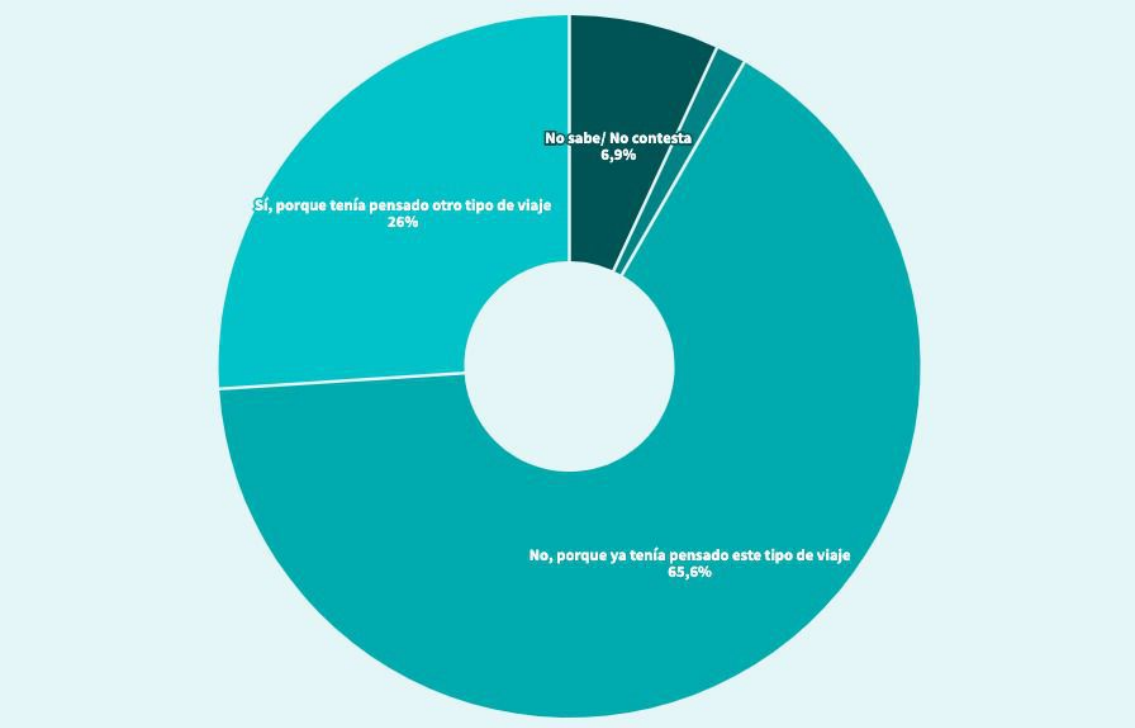
4.2.1. Intención de viaje

OTR. ¿Tiene Intención de practicar turismo rural en 2021?



Como hemos comentado anteriormente, la intención de consumo del turista rural ecoturista de cara a 2021 es elevada y hay que aprovechar esta oportunidad para dar visibilidad a todas las opciones turísticas que pueden resultarle atractivas.

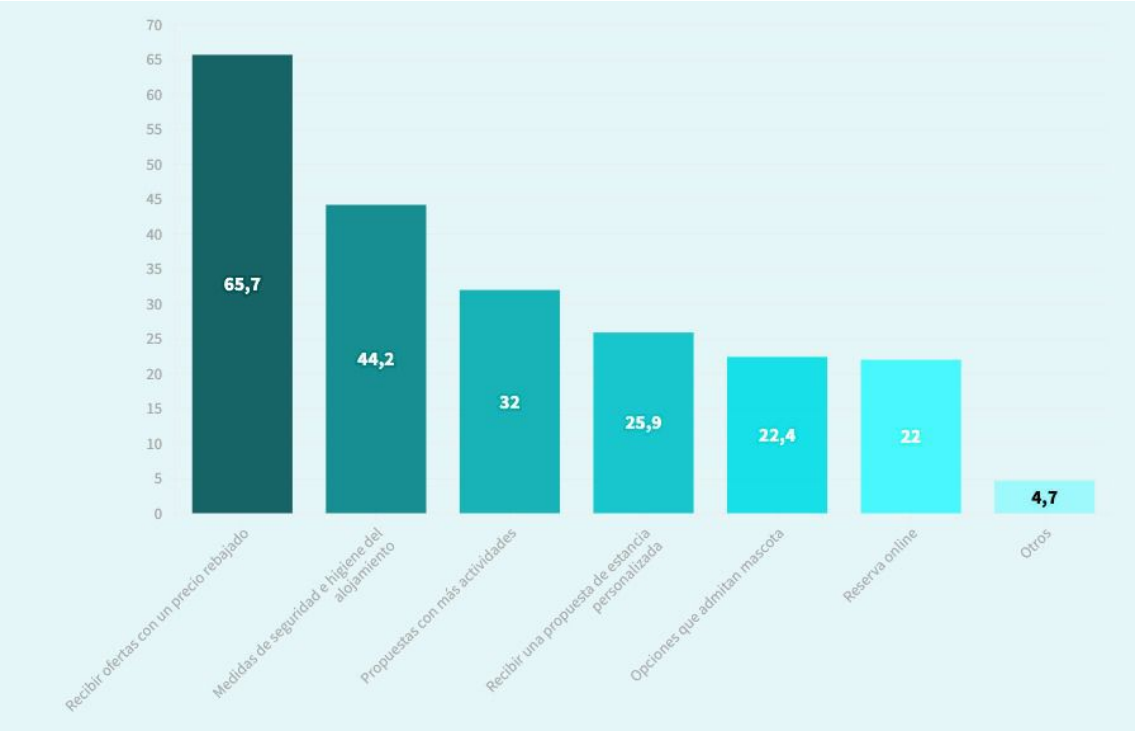
OEE. ¿Ha afectado la aparición del coronavirus en la elección del tipo de viaje?



LA COVID-19 sí parece haber generado un cambio en la elección del tipo de viaje en 2020, pues el 26% de los encuestados tenía previsto otro tipo de viaje. Aún así, sigue siendo mayoritario los ecoturistas que, independientemente de la situación actual, realizan habitualmente viajes de ecoturismo, de naturaleza y/o de turismo rural.

4.2.2. Cómo atraer al ecoturista

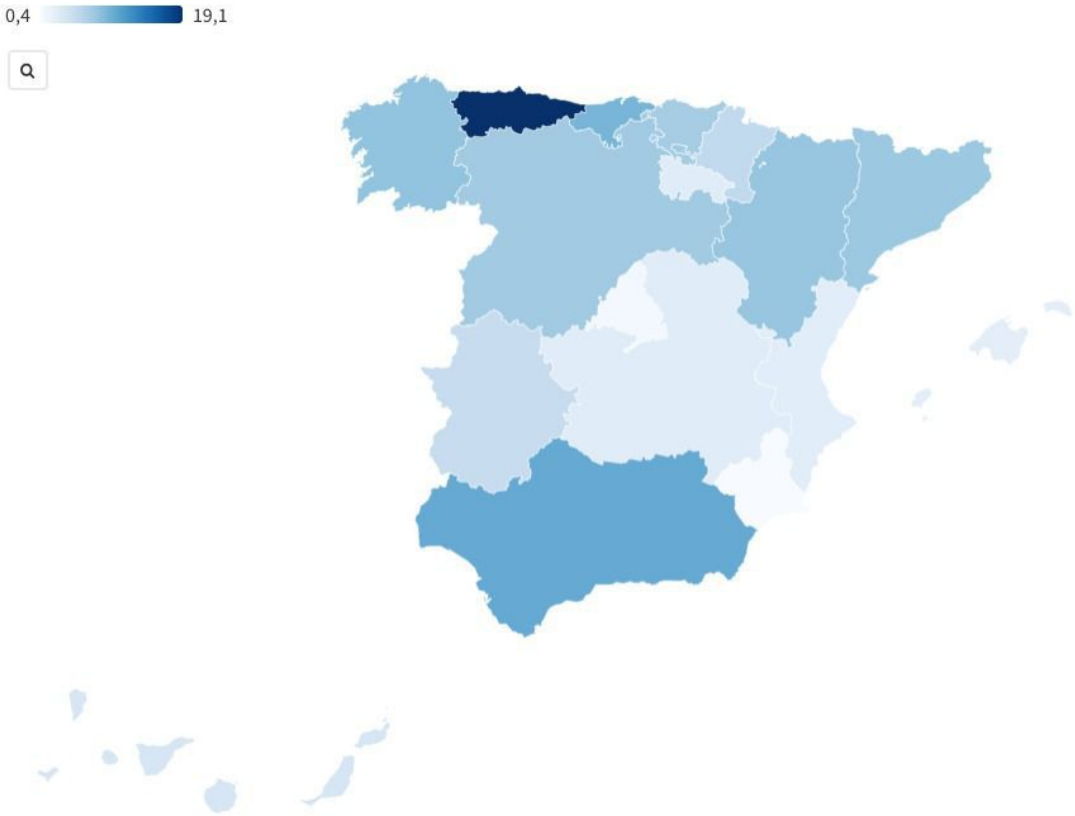
OTR. Qué es lo que más le animaría a incrementar la frecuencia con la que practica turismo rural



Sabiendo que la intención de consumo va en aumento, es importante saber qué puede motivar al turista rural ecoturistas a realizar más escapadas. En ese sentido, su principal palanca sería el precio (55,7%), pero seguido muy de cerca por las medidas de seguridad e higiene (44,25), algo que lógicamente despunta en tiempos de pandemia.

4.2.3. Destinos preferidos

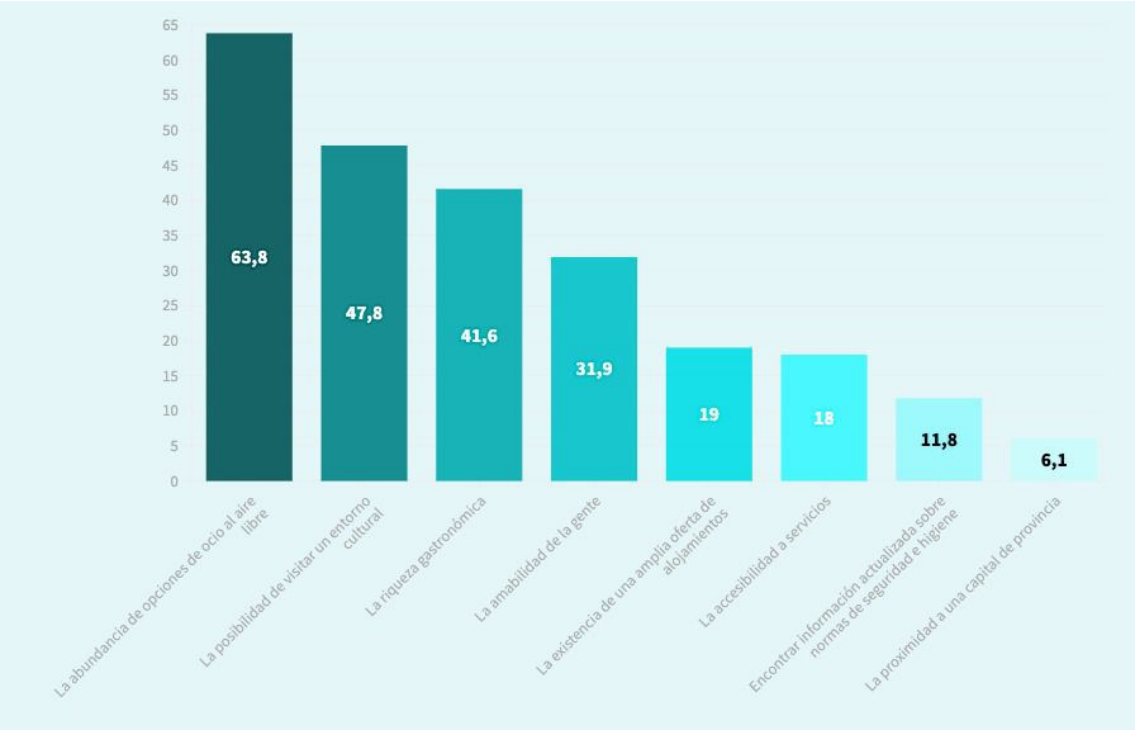
A qué comunidad autónoma le gustaría viajar durante el próximo año (hasta septiembre 2021)



Para el turista rural ecoturista, Asturias se presenta como la comunidad autónoma predilecta para sus próximas vacaciones en 2021.

4.2.4. Qué valora cuando viaja

OTR. Qué es lo que más valoras cuando viajas a un destino rural



También se analiza en este informe qué es lo más valorado por el turista rural ecoturista una vez se encuentra en la fase de disfrute de la estancia. Aquí vemos cómo destaca la necesidad de contar con un amplio abanico de propuestas de ocio al aire libre. El hecho de que las visitas al entorno cultural se encuentren en segundo lugar entronca con el dato recogido respecto al tipo de visitas guiadas que el viajero está más dispuesto a pagar.

OEE. Valora la importancia de las siguientes cuestiones en la elección de este viaje

Respuesta	Cercanía a mi lugar de residencia	Medidas de higiene y seguridad	Facilidades para cancelar la reserva	Evitar coincidir con muchos turistas	Tipo de alojamiento	Tipo de actividades a realizar
Nada importante	19,40%	2,80%	5,60%	6,60%	7,30%	5,60%
Poco importante	26,40%	9,40%	7,60%	9,70%	3,80%	8,00%
Importante	31,30%	25,00%	29,20%	27,10%	24,00%	30,90%
Bastante importante	10,40%	19,80%	19,10%	19,10%	27,10%	29,20%

Si bien no sabemos cómo se va a comportar la demanda en 2021, a la hora de viajar los ecoturistas tuvieron en cuenta aspectos relacionados con la evolución del COVID-19 en el destino. Destaca que para un 43% de ecoturistas las **medidas de higiene y seguridad** aplicadas en la empresa tuvieron un peso muy importante, especialmente en la elección del alojamiento. En este sentido, es fundamental que las empresas hagan un esfuerzo por reforzar **la comunicación hacia sus clientes** sobre qué medidas (plan de contingencia y otras acciones) aplican en sus empresas para minimizar el riesgo de contacto a través de todos los canales posibles: web, redes sociales, newsletter, etc.

Por otro lado, casi el 40% de los ecoturistas consideraron **muy importante la facilidad para cancelar la reserva**. La incertidumbre que generan las restricciones de movilidad puede echar para atrás al viajero si no tiene la certeza de que podrá cancelar su reserva y recuperar el dinero. Todo apunta a que en 2021 las empresas deberán seguir apostando por dar más flexibilidad/opciones en la reserva (bonos, crédito, cancelación gratuita, etc.)

La relación entre la elección del **tipo de alojamiento y evitar coincidir con muchos turistas es muy estrecha**, pues **para el 38% de los ecoturistas ambos aspectos son muy importantes**.

La cercanía del destino al lugar de residencia y el tipo de actividades a realizar durante al viaje son aspectos importantes para los ecoturistas a la hora de elegir un destino, si bien no tienen un peso tan relevante los aspectos anteriormente descritos.

Por los datos obtenidos, se deduce que los destinos de naturaleza y rurales seguirán siendo tendencia este 2021 ya que el ecoturista busca destinos y espacios no masificados y con poca gente para sentirse más seguro y disfrutar del entorno con mayor tranquilidad. En cuanto al tipo de alojamiento, los alojamientos rurales, de alquiler integro o por habitaciones, seguirán siendo los preferidos para los ecoturistas.

DATOS OFERTA

DATOS
Observatorio de Turismo Rural
Observatorio de Ecoturismo en España

Propietarios del informe:

Con la colaboración de:

Partners del Observatorio del Turismo Rural:

En este informe también se aborda la situación del turismo rural y el ecoturismo desde el punto de vista del empresario, conociendo sus actuaciones y preocupaciones ante un futuro turístico incierto. Existe una necesidad cada vez más urgente de trabajar por la sostenibilidad y el consumo responsable entendiendo que, tras la pandemia, este tipo de demanda cobrará aún más fuerza. Por eso, la oferta especializada para atender dicha demanda aún tiene muchas asignaturas pendientes tanto a nivel cuantitativo como cualitativo. En este sentido, cabe señalar especialmente cómo el tejido empresarial del turismo rural, que parece haberse alejado de esta realidad en los últimos años, deberá conectar de nuevo con un cliente mucho más concienciado sobre problemas medioambientales y trabajar en propuestas para un disfrute consciente de la naturaleza.

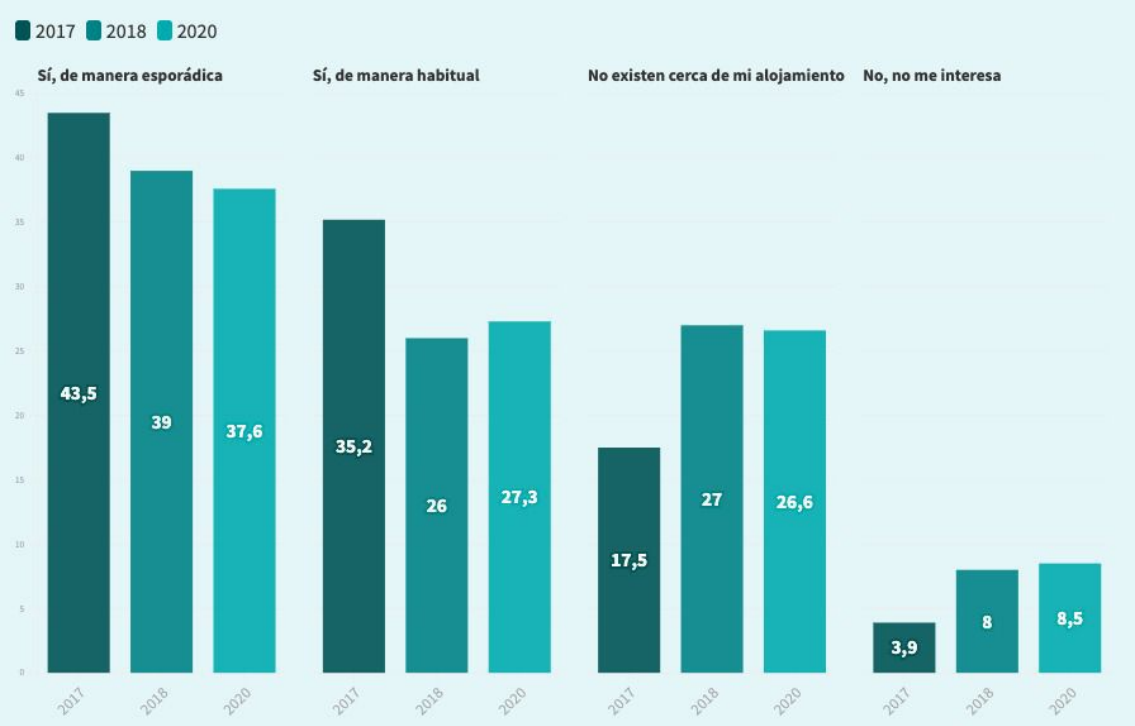
Conclusiones basadas en el estudio del Observatorio del Turismo Rural: encuesta a 3.435 propietarios de alojamientos rurales en septiembre de 2020 y el estudio del Observatorio de Ecoturismo en España: encuesta a 86 *empresas de ecoturismo*[2] *adheridas al Club Ecoturismo en España en enero de 2021*.

[2] Las empresas de ecoturismo que configuran el Producto Ecoturismo en España son las siguientes: alojamientos, empresas de actividades guiadas, restaurantes, agencias de viaje, centros de educación ambiental, comercios y asimilables (tiendas, museos de interpretación, empresas agroalimentarias, etc.), alojamientos que también ofrecen actividades y empresas de actividades que también son agencias de viaje.

5. TURISMO RURAL Y ECOTURISMO: EVOLUCIÓN

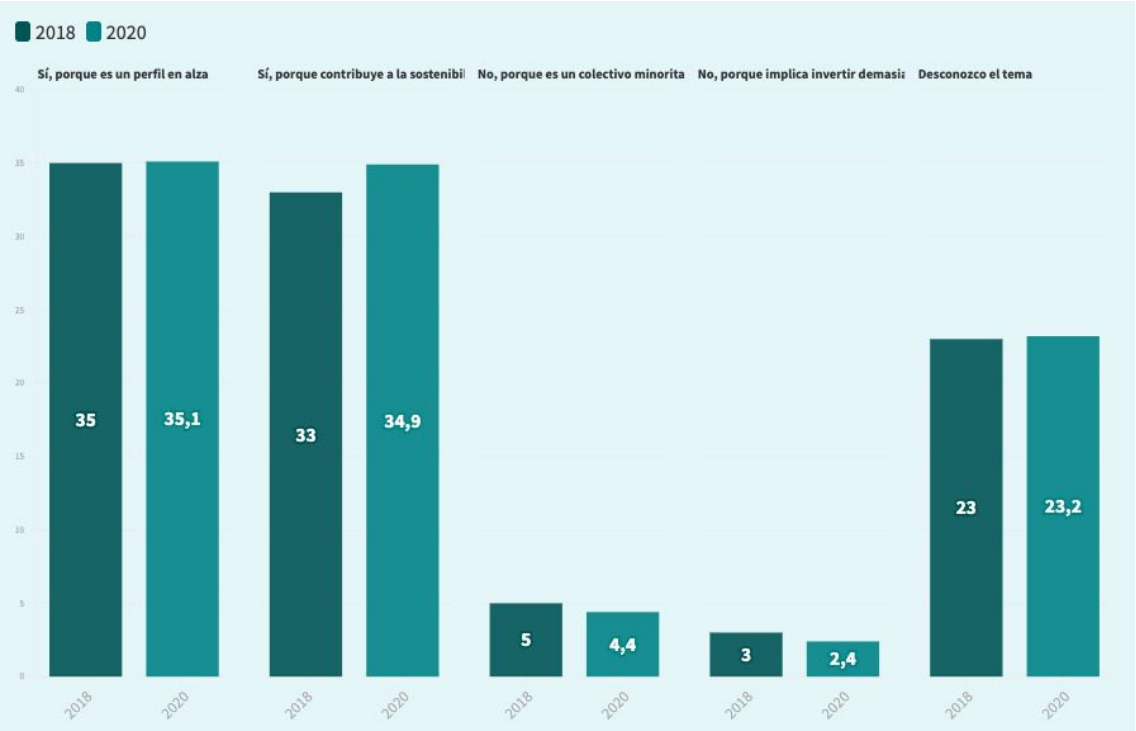
Para abordar los puntos en común que el turismo rural y ecoturismo comparten se plantea un primer nivel de análisis, que reside en saber cuál y cómo ha sido la evolución de los empresarios de turismo rural que más se identifican con una oferta de ecoturismo.

OTR. Complementa su oferta como alojamiento con actividades y/o servicios de ecoturismo



La gráfica muestra cómo, en conjunto, en 2018 y 2020 se aprecia una caída significativa de los establecimientos vinculados a servicios adicionales de ecoturismo. Veníamos de un 2017 donde los que ofrecían este tipo de actividades de manera habitual suponían un 35,20% y descendió bastante en 2018 (26%) para mantenerse estable en 2020 (27,3%). Lo mismo ocurre con los que lo ofrecen de manera esporádica, que tras caer de un 43,50% a un 39%, han vuelto a hacerlo hasta un 37,6% en 2020. Los datos también muestran la necesidad de hacer que se recupere el interés por este tipo de colaboración entre alojamientos y oferta de actividades de ecoturismo, así como la necesidad de esta última de implantarse y visibilizarse aún más en el territorio.

OTR. Cree que puede ser atractivo tener una oferta orientada al ecoturismo



Por otro lado, cuando se analiza el interés que despierta este tipo de oferta complementaria que suponen las actividades de ecoturismo para los alojamientos rurales, se observan unas cifras muy estables en los últimos dos años. Así, se aprecia como predominan los que ven en esta tendencia de consumo un perfil al alza y una opción para contribuir con la sostenibilidad. Sin embargo, llama la atención el hecho de que aún queda mucho trabajo por hacer en términos de información y conocimiento sobre lo que es el ecoturismo.

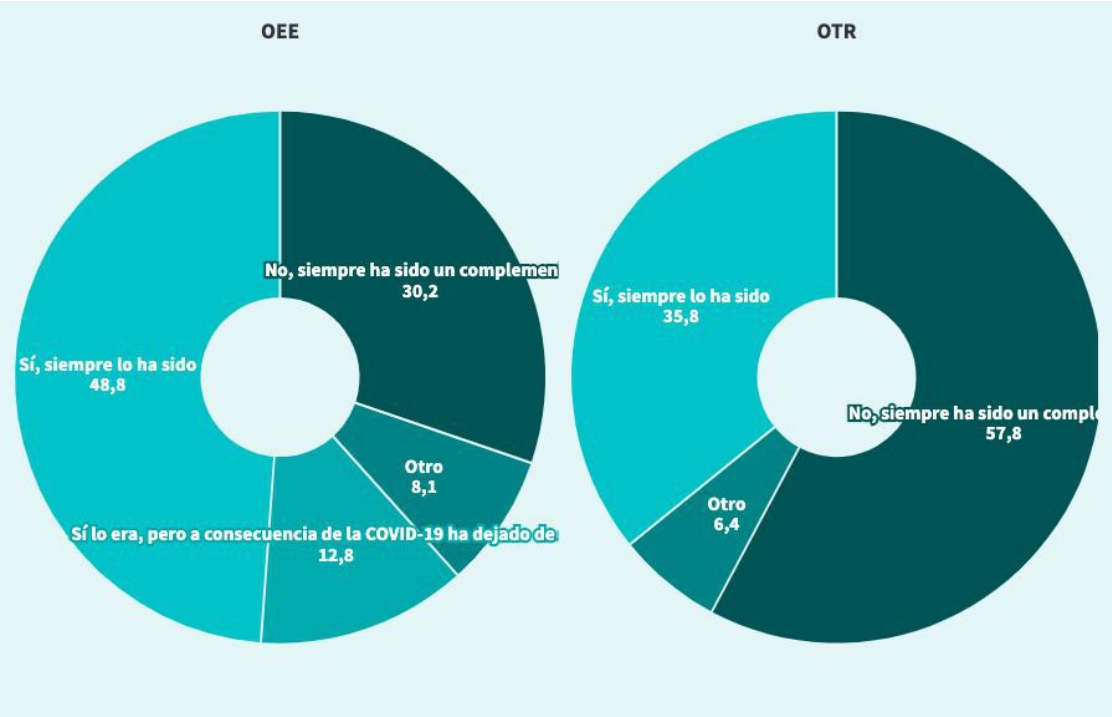
6. TURISMO RURAL VS. ECOTURISMO: SIMILITUDES Y DIFERENCIAS

Tal y como hemos hecho con la demanda, en este punto analizaremos qué similitudes y diferencias existen actualmente entre los propietarios de alojamientos rurales y los empresarios de ecoturismo. Sabiendo qué es lo que les separa se podrán establecer actuaciones para provocar las sinergias adecuadas.

6.1. PERFIL GENERAL

Para entender mejor a cada uno de los dos perfiles analizados, hemos planteado la misma pregunta a las dos muestras del estudio con el fin de conocer aspectos básicos del funcionamiento de sus negocios. De este modo profundizamos en cuestiones tales como la manera en que consiguen sus reservas, su capacidad para generar empleo o sus necesidades formativas.

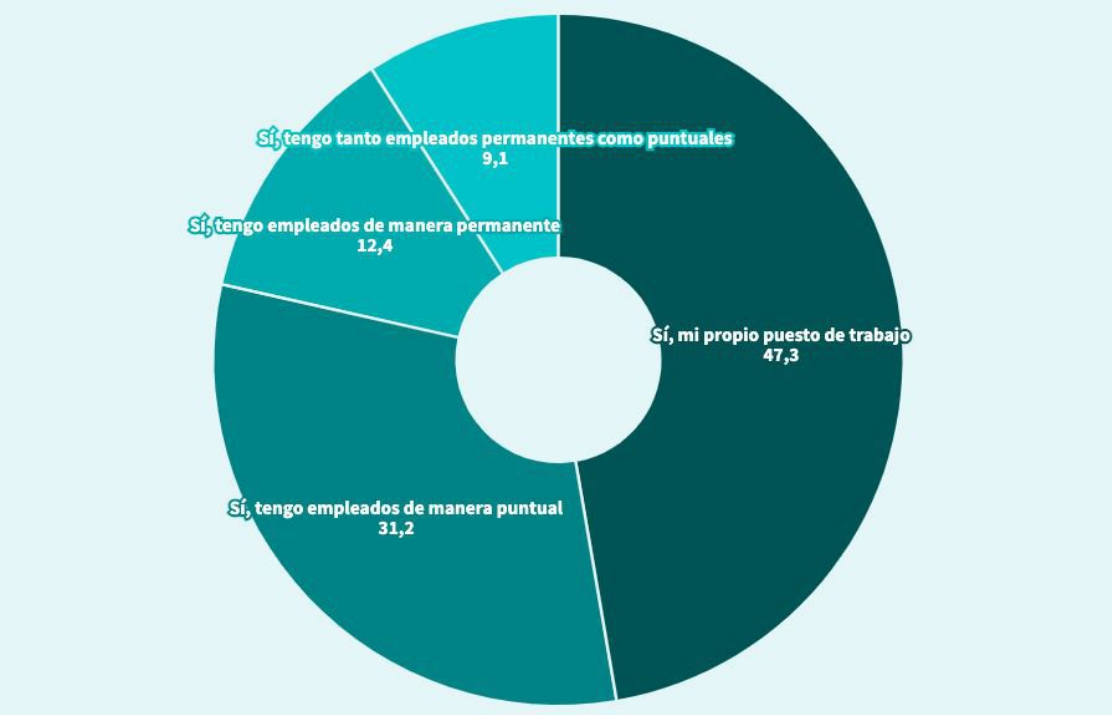
OEE. ¿Es la empresa de ecoturismo o turismo rural su fuente principal de ingresos?



En relación a lo comentado en el punto anterior sobre la dedicación parcial al negocio turístico, esta gráfica muestra cómo en el caso de los alojamientos de turismo rural asciende hasta un 57,8%, mientras que en el ecoturismo están a 27 puntos de distancia. De hecho, para la mayoría de empresas de ecoturismo (48,8%), es su actividad económica principal y, por tanto, la dedicación al negocio es plena.

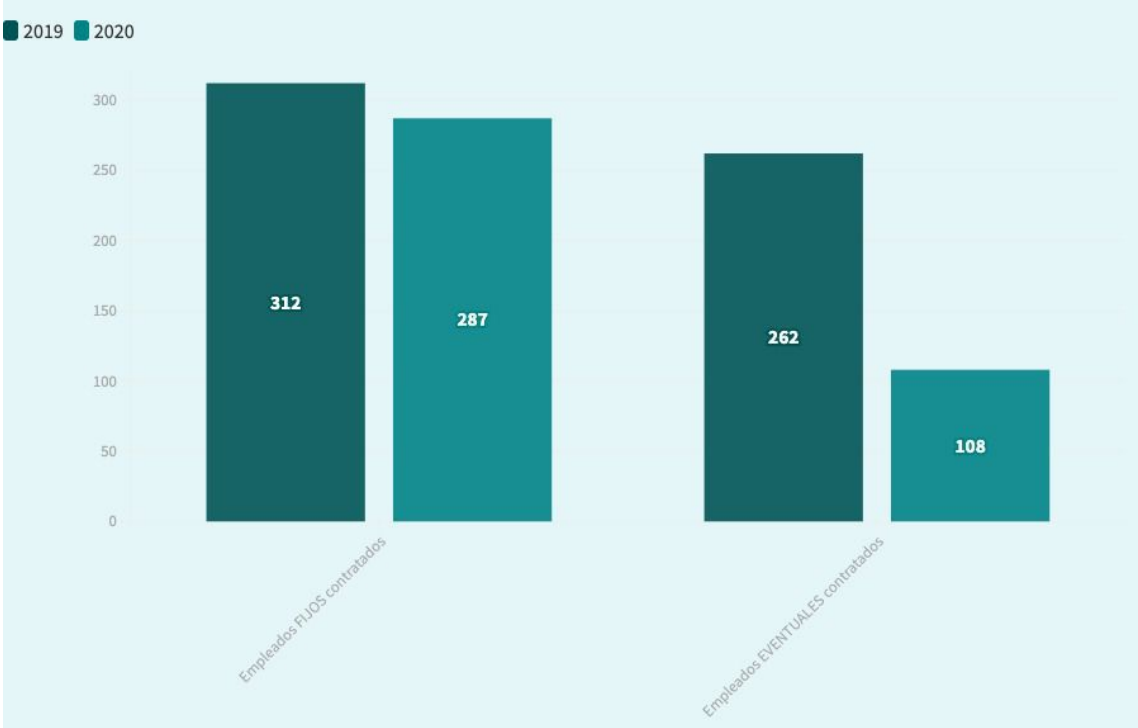
6.1.1. Generación de empleo

OTR. Su actividad turística genera empleo



A la hora de analizar el perfil del empresario en uno y otro caso la capacidad de generar empleo, se considera un aspecto fundamental. En el caso de los propietarios de alojamientos rurales, para la mayor parte se trata de un autoempleo (47,3%), si bien un 31,2% contrata empleados de manera puntual.

OEE. Indique el nº empleados FIJOS contratados en su empresa en 2019 y 2020



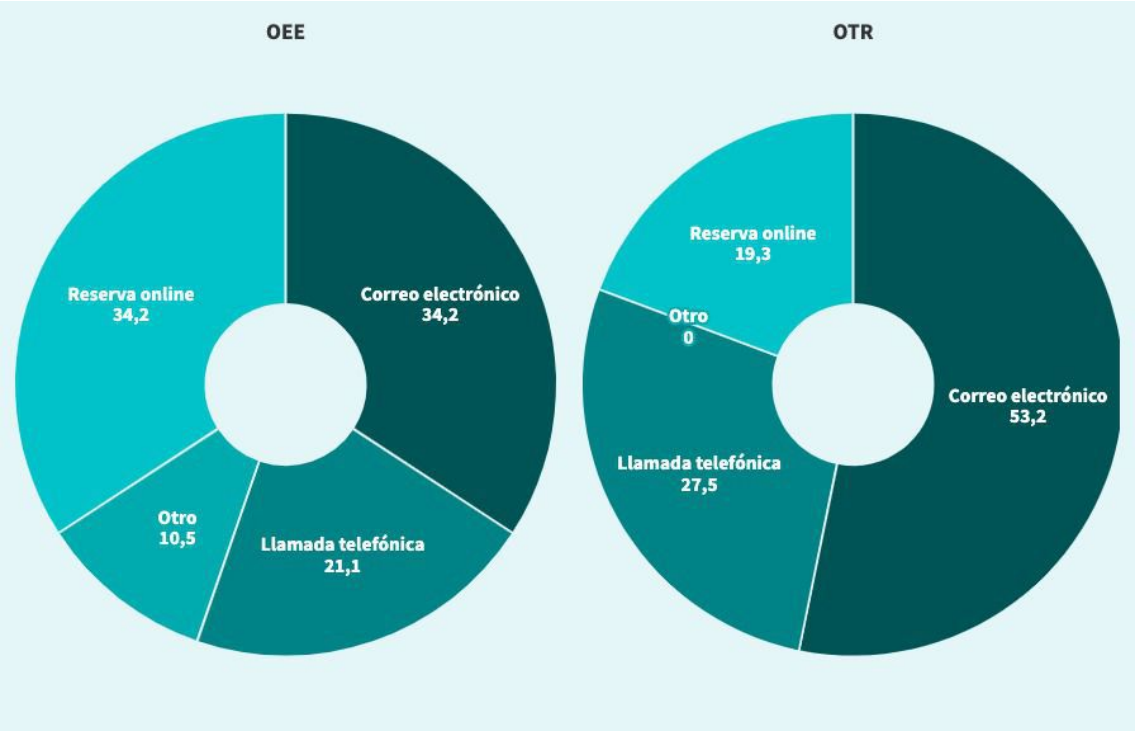
En el caso de las empresas de ecoturismo el 100% tiene empleados fijos contratados, un dato muy significativo que pone de manifiesto la importancia del ecoturismo como motor de desarrollo, generando empleo y ayudando a fijar población en el mundo rural. Cabe destacar que, al tratarse de empleos fijos, la mayoría de empresas (92%) ha podido mantener en plantilla a todos sus empleados tras la irrupción de la COVID-19, mientras que un 8% se ha visto obligada a prescindir de alguno de los empleados. Por el contrario, la contratación de empleados eventuales se ha reducido en un 58,8%. El sector más afectado es el de las agencias de viajes, cuya reducción en la contratación de empleados eventuales ha sido del 100%, seguido de los centros de educación ambiental (-96%), restaurantes (-91,7%), y los alojamientos que también ofrecen actividades (-71,4%).

6.2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Es interesante profundizar en la tipología de clientes, los canales de venta y la fórmula de inversión en promoción que utilizan las empresas de ecoturismo a través de los siguientes datos.

6.2.1. Canales de reserva

¿Cuál es el medio por el que la mayoría de sus clientes acostumbran a realizar reservas?



En el gráfico se aprecia cómo en el caso de las empresas de ecoturismo la reserva online está mucho más implementada que en el caso de los alojamientos de turismo rural. En turismo rural la dedicación parcial al negocio y cierta reticencia a renunciar al trato directo con el cliente hace que aún esté muy presente el sistema de reserva tradicional, si bien ya hemos visto anteriormente que el turista rural demanda esa opción cada vez más.

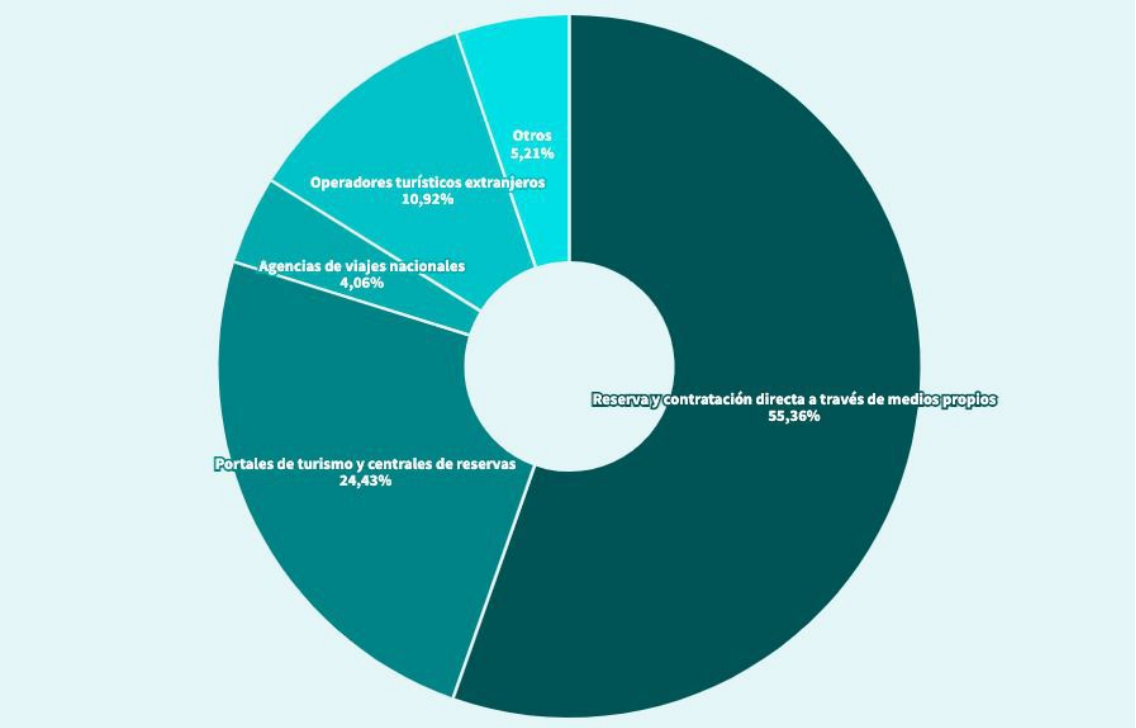
6.2.2. Promoción

OEE. Indique en € la inversión aproximada en publicidad y promoción de su empresa.
Variación interanual de la inversión en promoción

Los resultados del cuestionario muestran cómo las empresas de ecoturismo han invertido en 2020 un 51,6% menos en acciones promoción que en 2019. Esta variación es mucho más acusada en el caso de las agencias de viaje, centros de educación ambiental y restaurantes, sectores especialmente afectados por la COVID-19 tal y como se ve en el gráfico sobre la contratación de empleados eventuales. En cambio, las empresas de actividades y los alojamientos que también ofrecen actividades son las tipologías de empresas que menos han reducido su inversión en promoción, un 42,1% y 15,3% respectivamente. Este hecho podría vincularse al incremento, previsible antes del comienzo de la temporada turística de verano, del deseo y necesidad tras el confinamiento en disfrutar de la naturaleza y practicar actividades de ocio al aire libre.

6.2.3. CANALES DE VENTAS

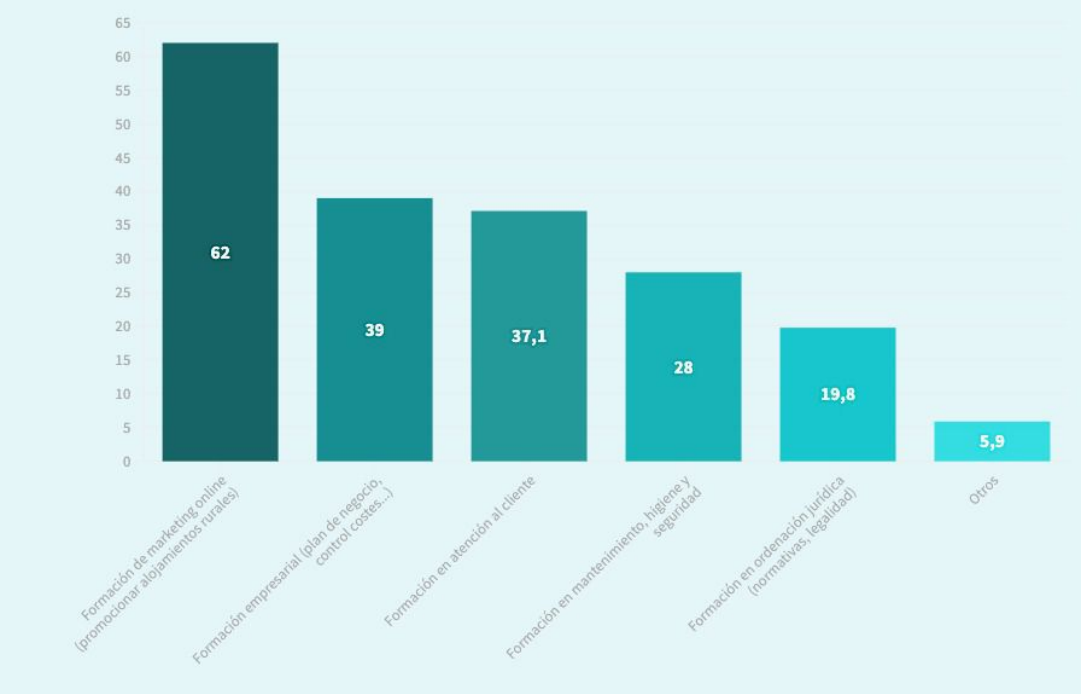
OEE. Asigne el porcentaje de sus ventas de 2020 que procedieron de cada uno de los siguientes canales



Para algo más de la mitad de las empresas de ecoturismo (55,36%) el principal canal de venta de sus servicios es la contratación directa a través de medios propios como el correo electrónico, página web, teléfono, etc., seguido de los portales de turismo y centrales de reserva, canal de venta principal para el 24,4% de las empresas. Estos datos concuerdan con los resultados obtenidos del cuestionario de demanda, que revelan que el ecoturista reserva los servicios que disfruta durante el viaje principalmente por **correo electrónico** o a través de la **página web propia de la empresa** (33,7%), y en segundo lugar por **teléfono** (30,4%).

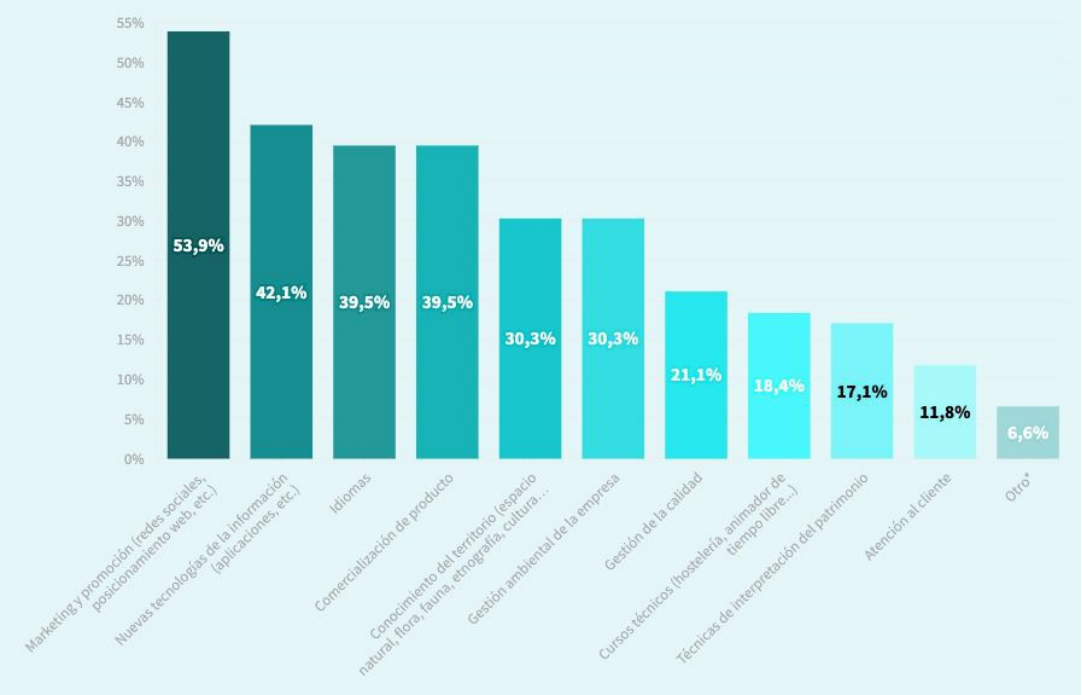
6.3. NECESIDADES DE FORMACIÓN

OTR. En qué área de formación tendrían que mejorar los propietarios de alojamientos turísticos rurales



Según muestran los datos del gráfico, para los propietarios de alojamientos rurales estándar la principal asignatura pendiente es la formación en marketing online, señalada por un 62% de los encuestados y punto en el que coincide con los propietarios de empresas de ecoturismo.

OEE En qué área de formación tendrían que mejorar los empresarios de ecoturismo

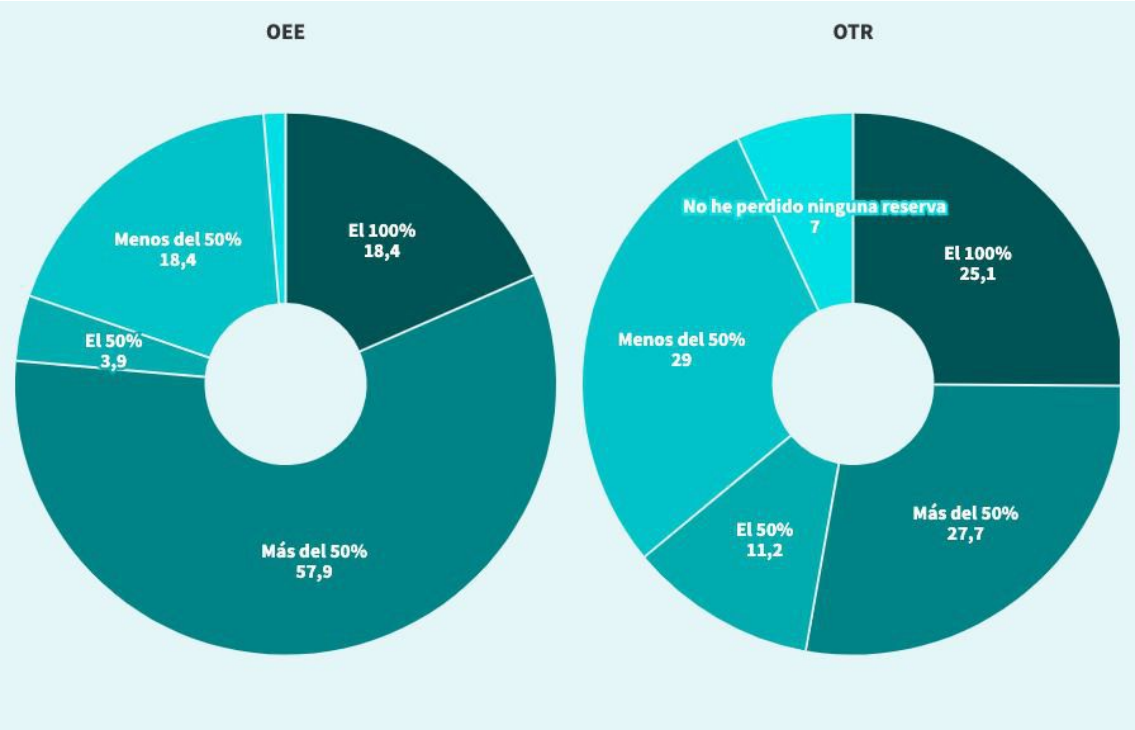


El marketing online (posicionamiento web, redes sociales, comunicación, etc.) es el área en la que las empresas de ecoturismo consideran que necesitan una mayor formación (53,9%), seguida de las nuevas tecnologías de la información (42,1%), idiomas (39,5%) y la parte de comercialización de producto (39,5%). Estos datos arrojan la necesidad de apoyar la transformación digital del sector acompañando y prestando formación a las empresas de ecoturismo en la digitalización de sus empresas y servicios, uno de los aspectos clave para la recuperación de la industria turística.

6.4. IMPACTO DE LA COVID-19

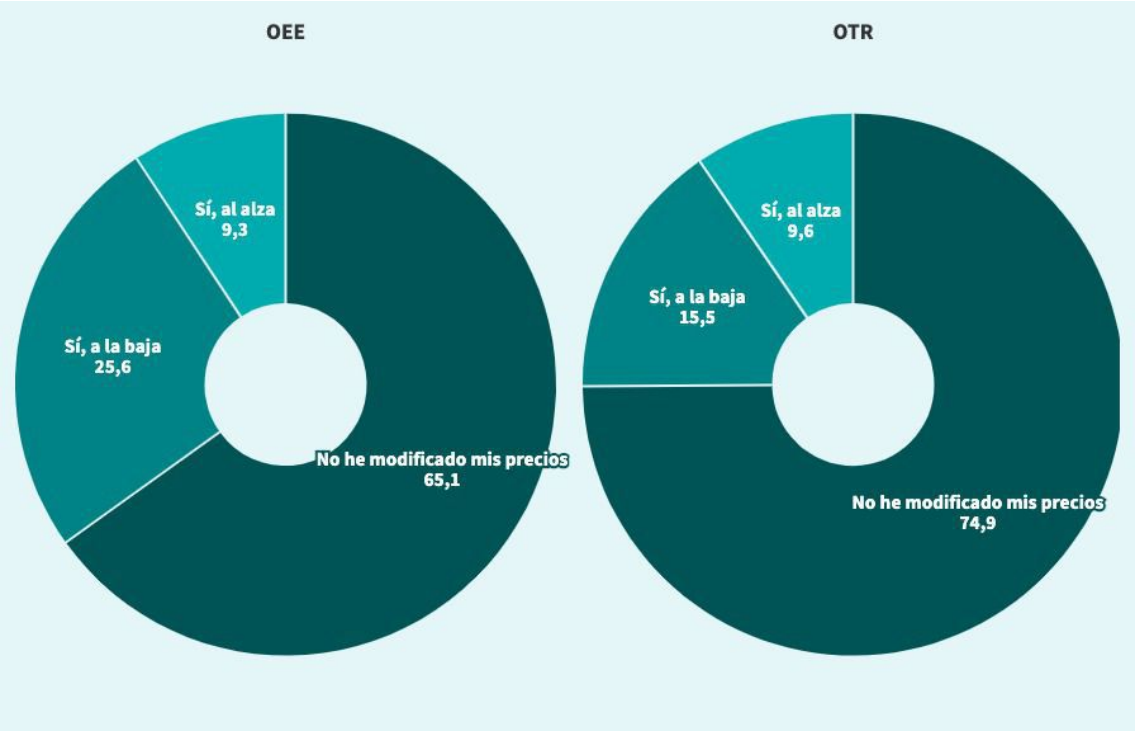
La pandemia ha supuesto un duro revés al sector turístico, el más afectado por la crisis de la COVID-19, pero es interesante analizar las posibles diferencias en el caso de los alojamientos rurales estándar y las empresas de ecoturismo.

¿Qué % de reservas confirmadas en 2020 ha perdido a causa de la COVID19?



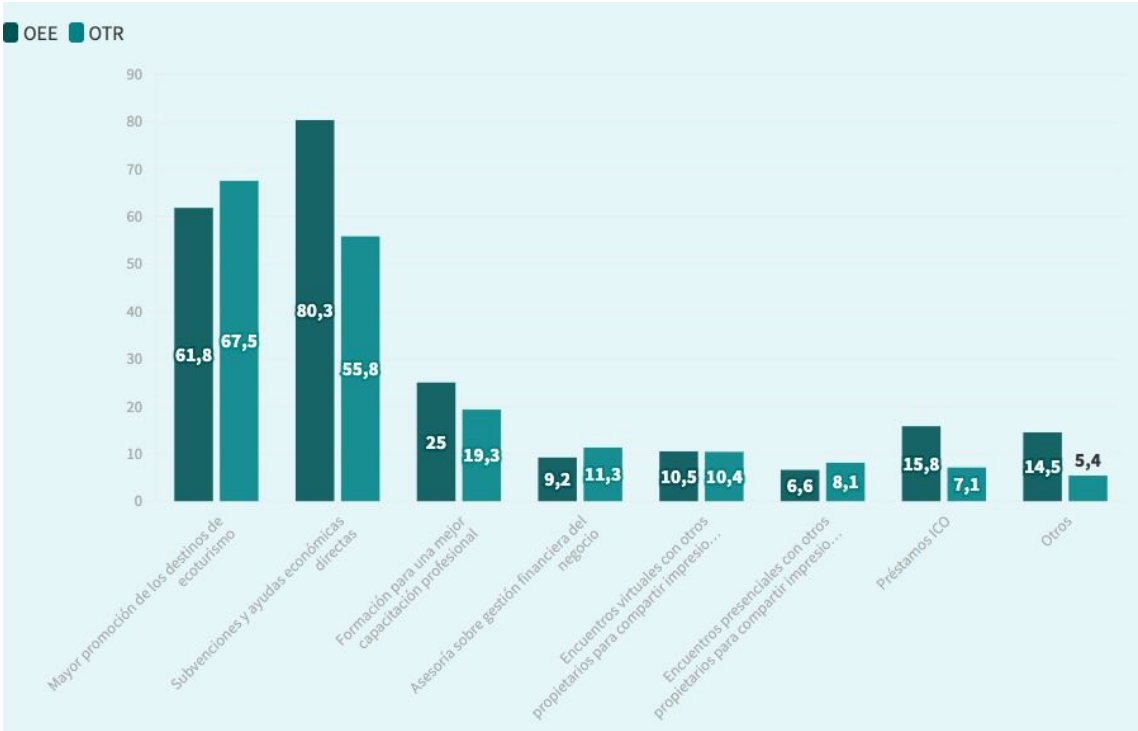
Según los datos que muestra el gráfico, las consecuencias de la COVID-19 para las empresas de ecoturismo han sido más duras que para los alojamientos rurales, pues el 76,3% ha indicado haber perdido entre el 50 y el 100% de las reservas, mientras que en el caso de los alojamientos rurales este porcentaje asciende a un 58,2%. La incertidumbre, las sucesivas restricciones de movilidad en todo el territorio nacional y el hecho de que los viajeros hayan sido más reacios a realizar actividades con otras personas en tiempos de pandemia es probablemente la causa de esta situación.

¿Ha modificado los precios de su oferta a causa de la COVID-19?



Respecto a los precios también se aprecia cómo, a pesar de que en ambos casos predomina una estabilidad, en el caso de las empresas de ecoturismo hay un mayor porcentaje, el 25,6%, que se ha visto obligado a bajarlos, principalmente alojamientos, mientras que en el caso de los alojamientos rurales ese porcentaje se sitúa en el 15,5%.

¿Qué tipo de ayuda le permitiría remontar mejor la crisis provocada por la COVID19?



La mayor diferencia en el caso de los apoyos que reclaman los empresarios reside en el hecho que los que trabajan en el sector del ecoturismo se inclinan en mayor medida por las subvenciones y ayudas económicas directas (80,3%), mientras que los propietarios de alojamientos de turismo rural estándar solicitan una mayor promoción de los destinos turísticos (67,5%). Este hecho puede deberse a en el caso de propietarios de empresas de ecoturismo, dicha empresa es su principal fuente de ingresos, por lo que económicamente dependen completa y directamente de la actividad turística. En cambio, para casi el 60% de los alojamientos rurales el turismo es una actividad económica complementaria que combinan con el sector primario.

7. EMPRESAS 100% DE ECOTURISMO

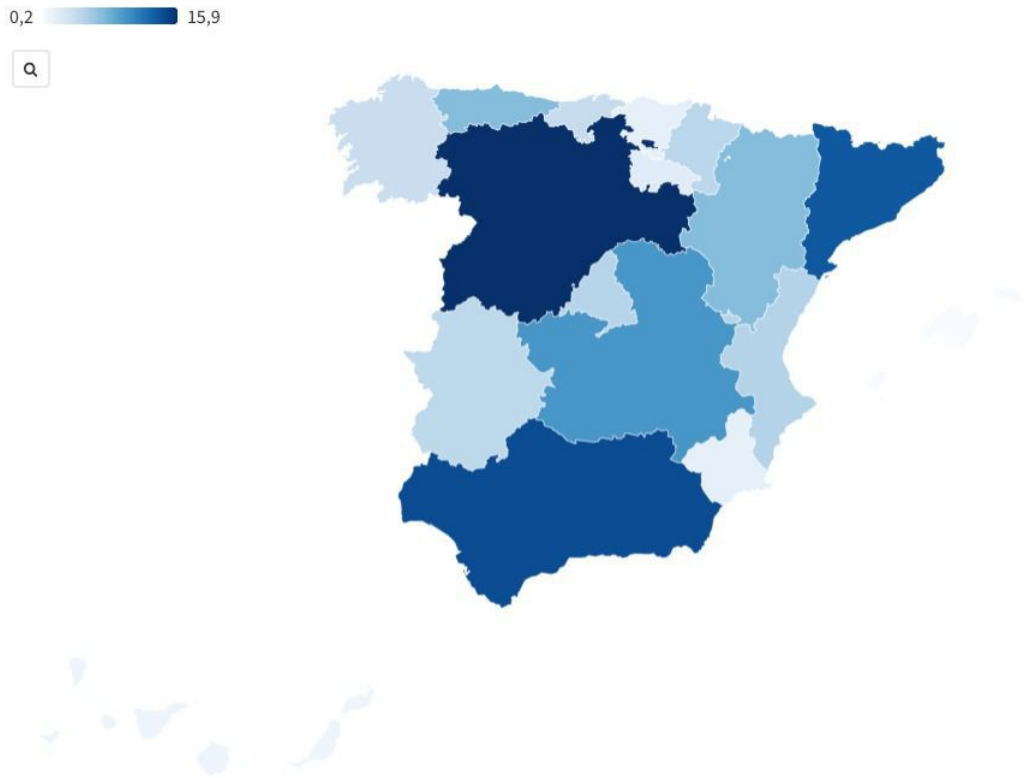
A continuación, pasamos a conocer mejor el perfil del propietario de alojamiento de turismo rural que apuesta por el ecoturismo, junto con otros rasgos significativos de los datos del Observatorio de Ecoturismo de España (OEE). En el primer caso se selecciona de la muestra inicial sólo a aquellos que, dentro de la encuesta general del Observatorio del Turismo Rural, han indicado que complementan su oferta alojativa, de manera habitual, con servicios de ecoturismo.

Conclusiones basadas en el estudio del Observatorio del Turismo Rural: encuesta a 938 propietarios de alojamientos rurales en septiembre de 2020 y el estudio del Observatorio de Ecoturismo en España: encuesta a 86 *empresas de ecoturismo adheridas al Club Ecoturismo en España en enero de 2021.*

7.1. RETRATO ROBOT DEL PROPIETARIO DE ALOJAMIENTO RURAL ECOTURISTA

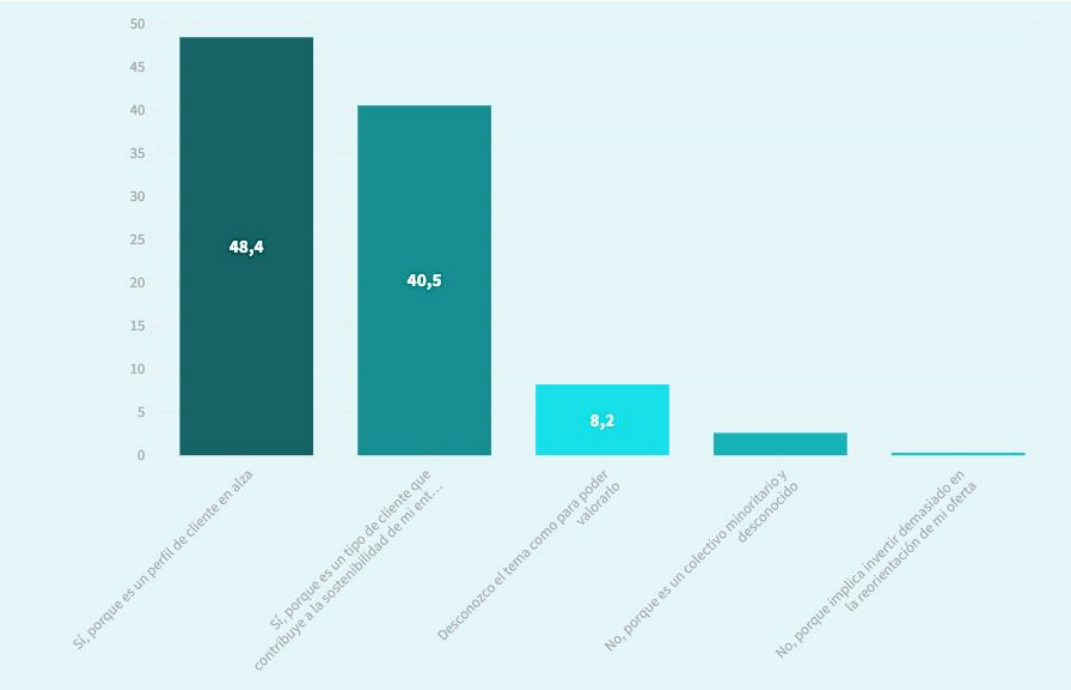
Los propietarios de alojamientos rurales ecoturistas se corresponden con un perfil que en un 56,4% es mujer y en un 48% tiene entre 50 a 64 años. El 65,8% de estos ellos gestiona un solo alojamiento y un 78,1% está al frente de un establecimiento de alquiler íntegro. Respecto al impacto de la Covid-19 en sus negocios, un 29% perdió menos del 50% de las reservas durante el confinamiento, pero un 63,5% no las puedo recuperar. Adicionalmente, el estudio nos revela que los alojamientos que mejor consiguieron recuperarse del impacto de la COVID-19 fueron los establecimientos de Andalucía, Canarias y Galicia porque eran reservas para el verano.

OTR. Mapa lugar de residencia



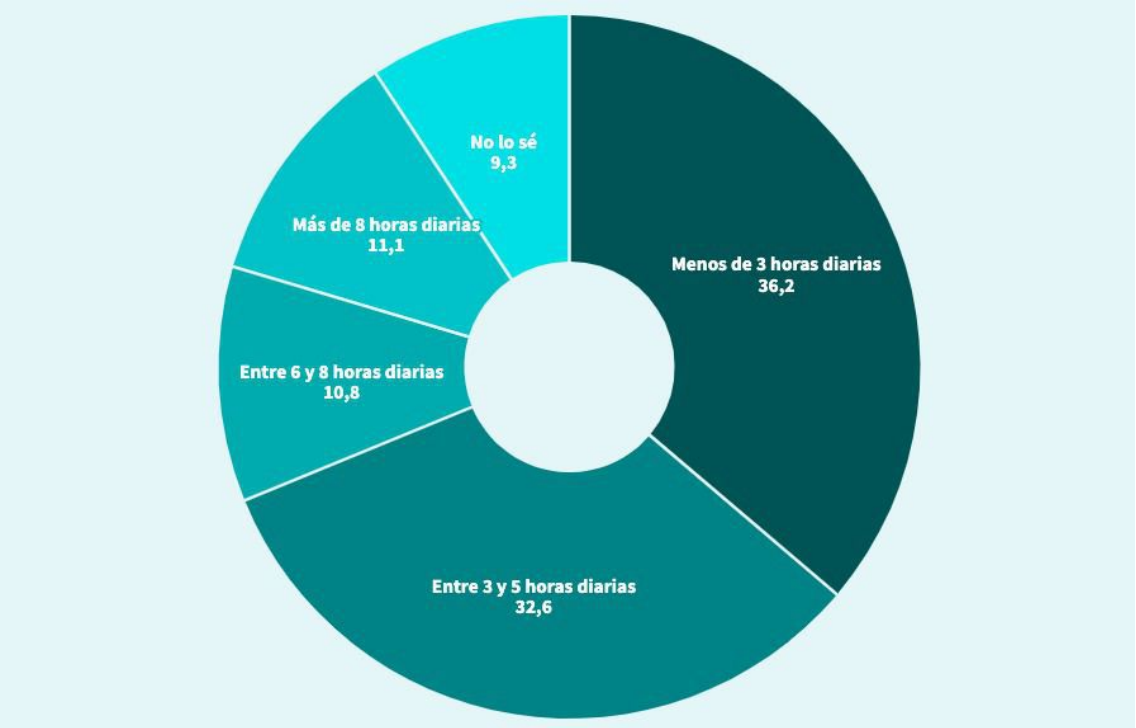
En este mapa, que ubica el lugar donde se encuentran los establecimientos de turismo rural ecoturista, se observa cómo Castilla y León, Andalucía y Cataluña encabezan la lista.

OTR. Cree que puede ser atractivo tener una oferta orientada al ecoturista



Además de contar de manera habitual con una oferta complementaria de ecoturismo, estos alojamientos rurales muestran tener un interés superior por este tipo de servicios o actividades en un índice muy superior a los alojamientos rurales estándar. Así, hasta un 48,4% considera que los ecoturistas son un tipo de cliente al alza, lo que supone 13 puntos más que la media que hemos observado previamente al analizar la opinión de los encuestados genéricos. También es lógico que en este caso sólo un 2,9% no considera esta propuesta como algo que potencia el atractivo de su negocio.

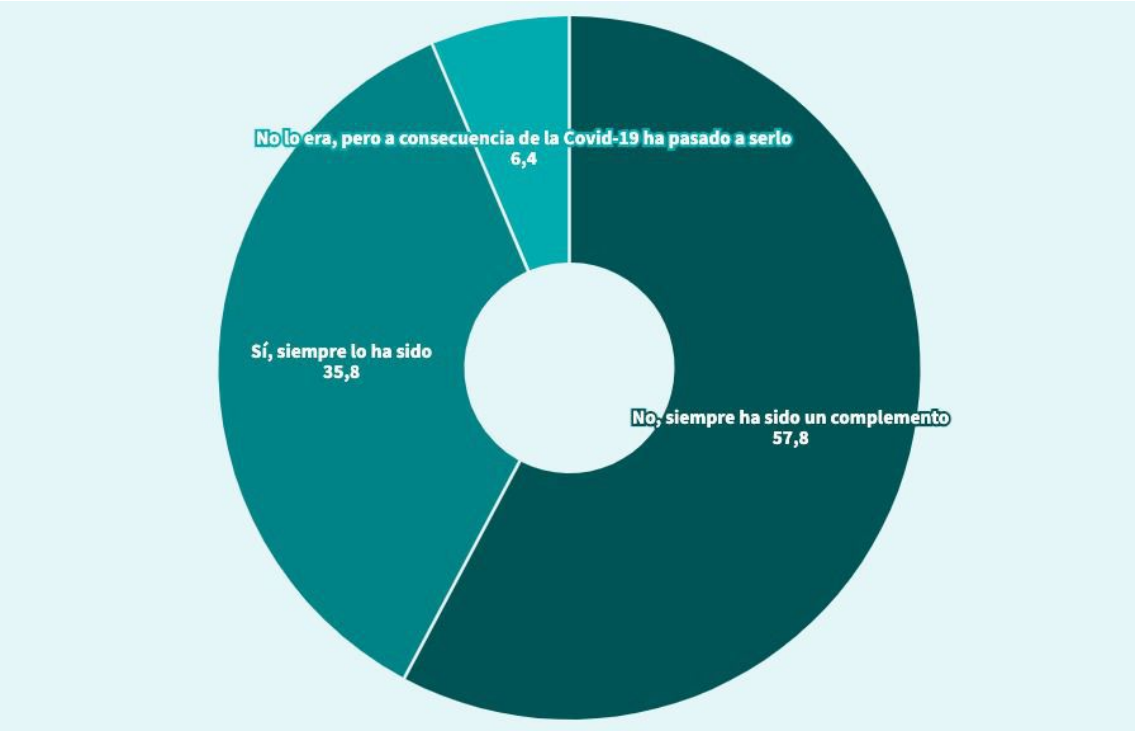
OTR. Cuánto tiempo dedica a todo lo relativo a la gestión de su alojamiento rural



En términos de dedicación al negocio, los alojamientos rurales ecoturistas cuentan con un mayor porcentaje de profesionales (21,9%) que dedican 6 horas diarias a la gestión del alojamiento, mientras que en el caso de los alojamientos rurales estándar este porcentaje se sitúa en un 17,1%. Sin embargo, en la franja de la dedicación por debajo de las 3 horas esta diferencia se agranda, puesto que los alojamientos rurales turistas llegan a un 36,2%, mientras los estándares están en un 41,7%. Asimismo, cabe señalar que lo más importante sería que en ambos casos hay un porcentaje que, aunque sea pequeño, debería tender a 0 y que corresponde a los que desconocen el tiempo de dedicación (9,3% alojamientos rurales ecoturistas y 10,9% alojamientos rurales estándar), lo cual hace muy complicado conocer su rentabilidad.

El estudio del Observatorio del Turismo Rural también revela otros matices, como por ejemplo que el 39% de los alojamientos rurales ecoturistas de alquiler íntegro dedican menos de 3 horas diarias a la gestión del establecimiento, mientras que el 43,6% de los alojamientos de alquiler por habitaciones le dedican más de 8 horas diarias. Dentro de los que les dedican más de 8 horas diarias en general, la mayoría están en Cantabria 727%), Galicia (22,2%) y Asturias (21,5%).

OTR. Es su alojamiento rural su fuente principal de ingresos

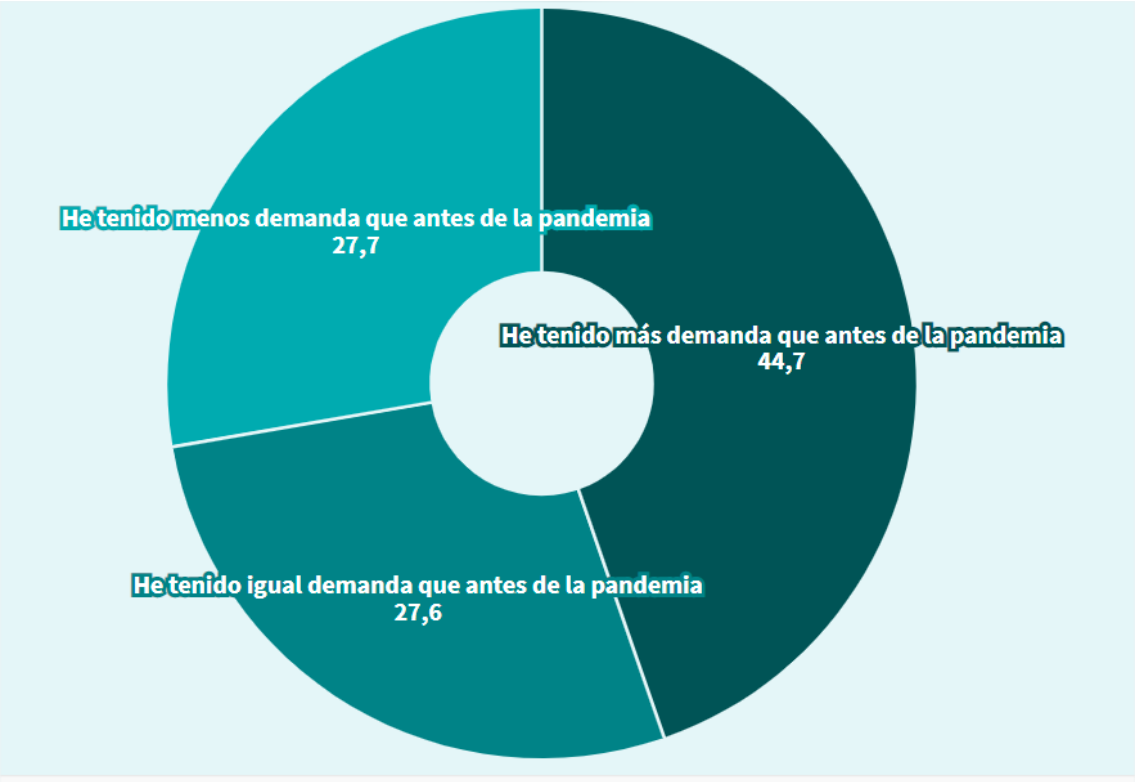


Previamente hemos visto lo que suponía en la economía de los propietarios rurales estándar la gestión de sus establecimientos para poder comparar con los datos del Observatorio de Ecoturismo en España. Ahora vemos estos datos desde el punto de vista de los alojamientos rurales ecoturistas para los que se detecta un porcentaje 5 puntos mayor entre los que sí tienen en su establecimiento su fuente principal de ingresos (35,8%).

7.2. IMPACTO DE LA COVID-19

7.2.1. IMPACTO DE LA COVID-19 EN LOS ALOJAMIENTOS RURALES ECOTURISTAS

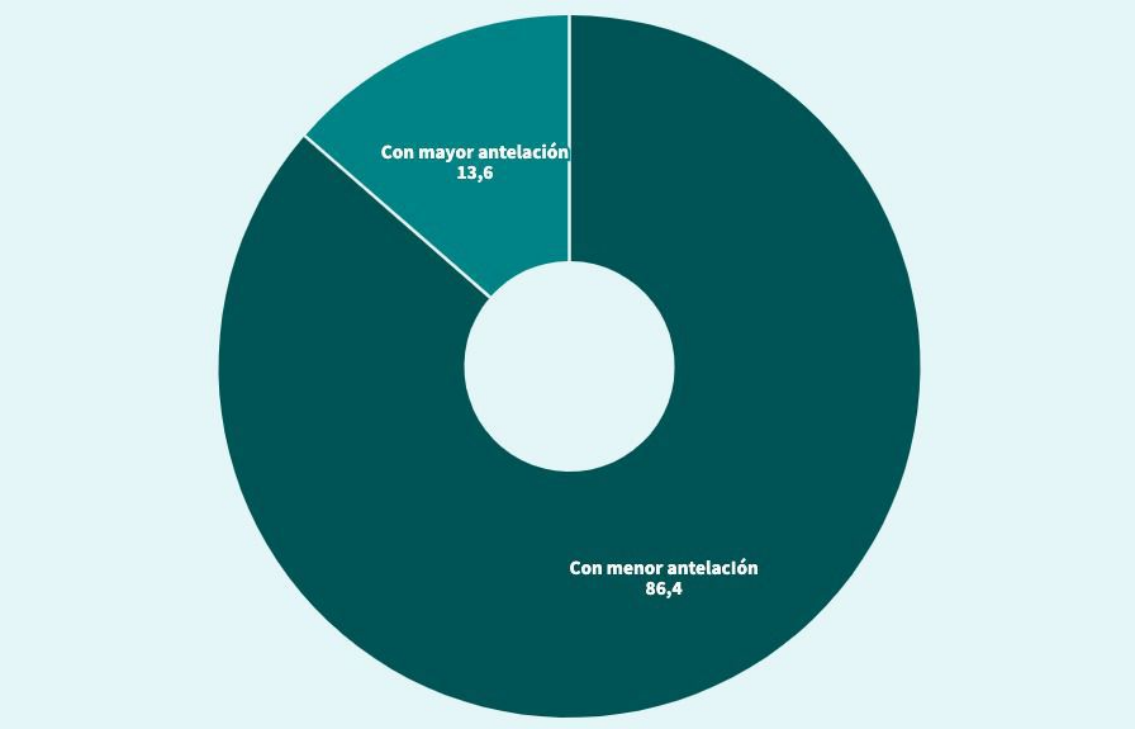
OTR. Desde el levantamiento del estado de alarma (21 junio), el escenario de la COVID-19 he hecho que su establecimiento registre más o menos demanda



La demanda de los alojamientos rurales ecoturistas ha crecido en un índice un punto inferior con respecto a los establecimientos estándar de turismo rural (44,7% vs. 45,9%)

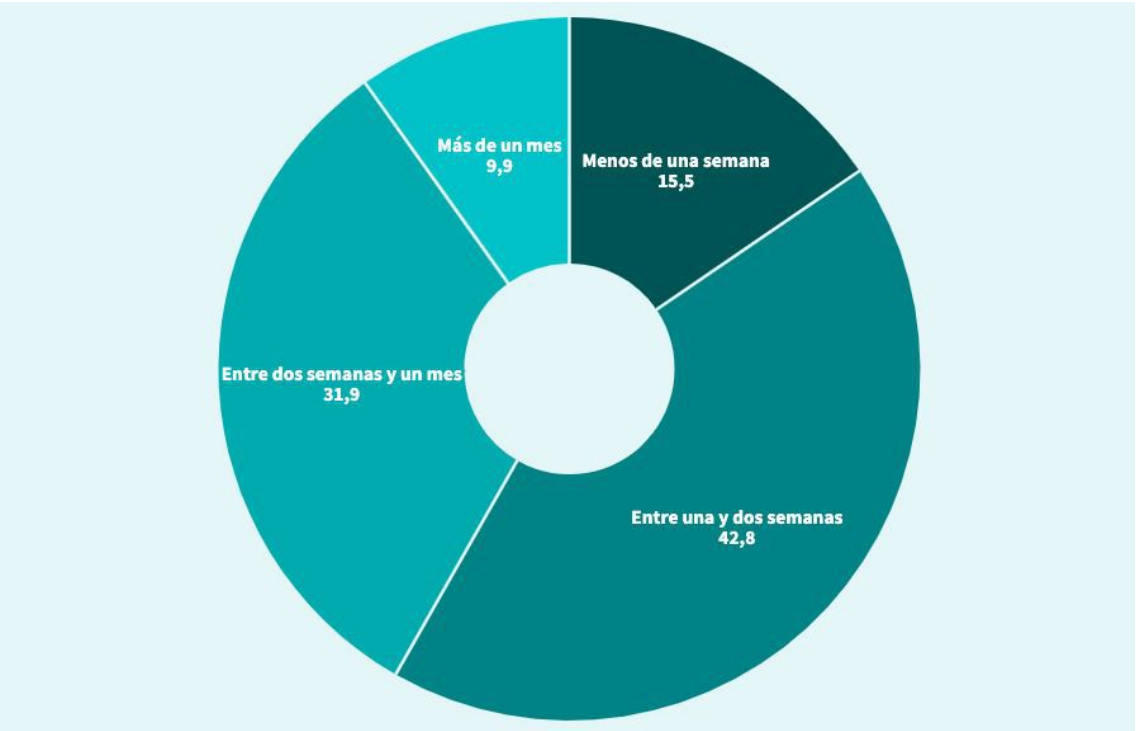
En el caso de los de alquiler íntegro el porcentaje de los que han incrementado su demanda crece hasta un 48,8%. Euskadi sería el destino donde la demanda ha bajado en mayor medida, dado que un 71,4% de los propietarios dicen que han tenido menos que antes de la pandemia.

OTR. Los clientes que ha tenido este verano 2020 han reservado con maor o menor antelación que el verano de 2019



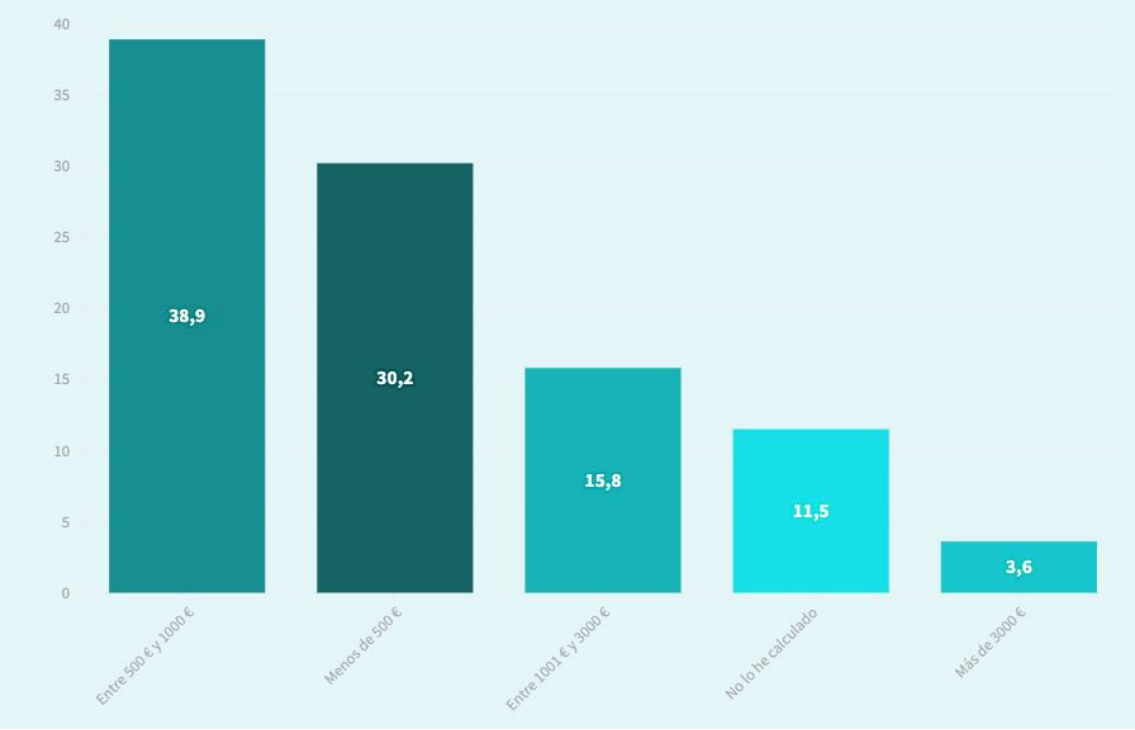
Al profundizar en el perfil de esa demanda registrada en el pasado verano se muestra un fenómeno habitual en el que la antelación se reduce y el 86,4% registra una anticipación inferior en la llegada de reservas a sus establecimientos.

P8A2OTR. Concretamente cuál ha sido la antelación con la que le han llegado la mayoría de reservas para este verano de 2020



Los alojamientos rurales ecoturistas registran la mayoría de sus reservas con una o dos semanas de antelación a la estancia. Teniendo en cuenta que la época estival se suele manejar con una anticipación mayor, este dato refleja claramente la situación de incertidumbre en la que la pandemia ha dejado al sector. En el caso de los alquileres por habitaciones esta antelación se rebaja aún más porque, si bien la mayoría también actúa así (47,2%), hasta un 39,6% reservó con menos de una semana de antelación.

OTR. En relación a las medidas de seguridad e higiene que se ha visto obligado a implementar en su establecimiento por la COVID-19, ¿Qué gasto han supuesto?

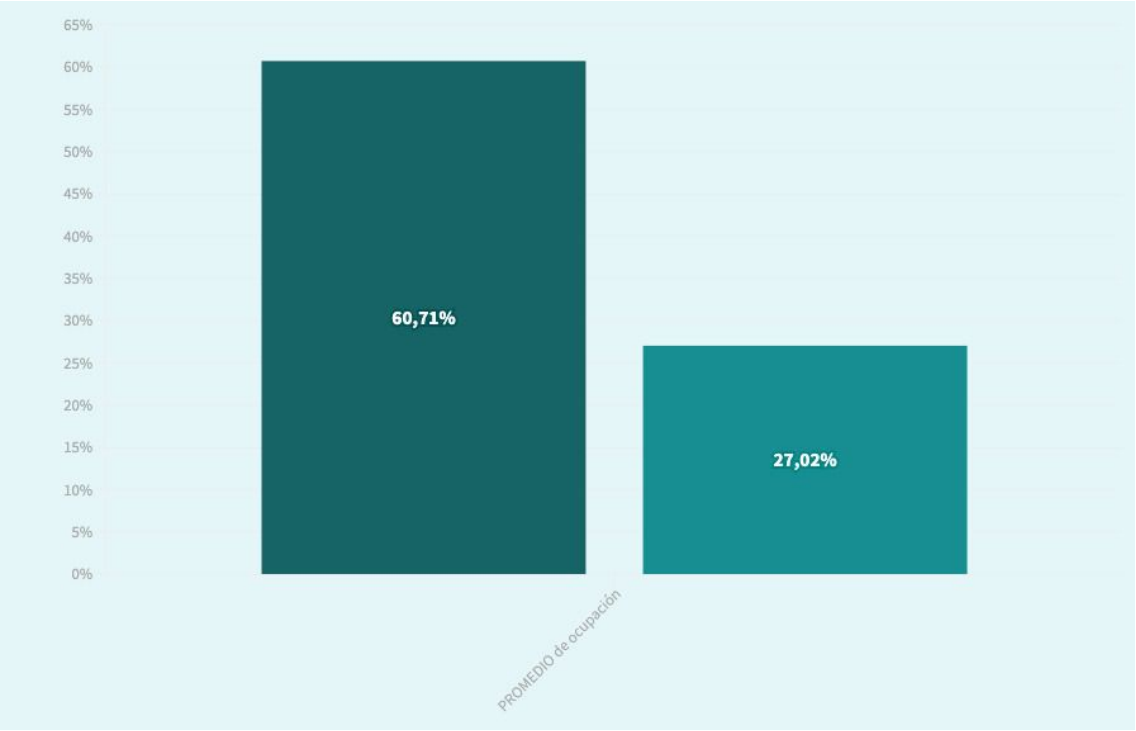


En relación a la inversión que ha supuesto para los alojamientos rurales ecoturistas el adaptar sus establecimientos a las medidas de seguridad e higiene que exigen los protocolos para minimizar el riesgo de contagio de la COVID-19, la gráfica muestra un comportamiento habitual tanto en los alojamientos rurales estándar como en los ecoturistas. Así, se aprecia cómo en la mayoría de los casos esa inversión queda por debajo de los 1000 €, si bien en el caso de los alojamientos rurales ecoturistas la franja más señalada está entre los 500 € y los 1000 € (38,9%)y no por debajo de los 500€, como en el caso de los alojamientos estándar (38,1%).

A nivel de análisis regional, en el caso de los alojamientos rurales ecoturistas de Madrid las inversiones ascienden significativamente (33,3%) a la franja entre 1000 y 3000 €. En Cataluña las inversiones entre 1000 y 3000 € se contemplan hasta en el 23,3% de los casos. En el caso de Extremadura las inversiones de más de 3000 € llegan al 15,6% de los casos, mientras en Murcia son un 14,3% y en Galicia un 11,1%.

7.2.2. Impacto de la COVID-19 en los alojamientos de ecoturismo

OEE Evolución del promedio de ocupación anual (2019 izquierda, 2020 derecha).



El promedio de ocupación anual en los alojamientos de ecoturismo y alojamientos de ecoturismo que también ofrecen actividades ha caído en 2020 un 55,5% respecto a 2019. El confinamiento sufrido de marzo a mayo, la corta duración de la temporada turística de verano, de julio a septiembre, y la casi inexistente temporada de otoño-invierno debido a las restricciones de movilidad impuestas en todo el territorio nacional, son los motivos por los cuales la ocupación en los alojamientos se ha visto reducido en más de la mitad.

OEE. Variación interanual de la facturación de 2019 a 2020 de las empresas de ecoturismo

En el caso de las empresas de ecoturismo, la facturación se ha reducido en todas las tipologías de empresas, si bien los centros de educación ambiental, alojamientos, restaurantes y las agencias de viajes son las empresas con una caída de facturación más acusada del 92%, 89,6%, 84,6% y 79,5%, respectivamente. En el caso de los alojamientos, a pesar de no haber sido de las empresas más afectadas en cuanto a la cancelación de reservas y pérdida de clientes, es posible que la facturación haya caído tanto debido a la corta duración de la temporada turística de verano y a la suspensión de puentes y festivos nacionales clave para el sector turístico en España como la Semana Santa, el Puente de la Constitución o las Fiestas de Navidad.

¿QUÉ NOS DICEN LOS DATOS?

Todo parece indicar a que la COVID-19 ha motivado el auge por los viajes y destinos cuya oferta principal son las **actividades y experiencias** en la naturaleza, por lo que el turismo rural y el ecoturismo serán de los más beneficiados al desarrollarse y tener lugar en espacios abiertos y no masificados. Sin embargo, según los datos del OTR ante la pregunta de si el turista rural **prioriza la elección del destino como un lugar para disfrutar de la naturaleza de manera responsable**, los datos muestran una evolución fluctuante: del año 2017 al 2018 los viajeros que se identificaban así aumentaron en 17 puntos, pero en 2020 este porcentaje ha bajado en 7,4 puntos. El "boom" por este tipo de turismo podría desvirtuar los valores que caracterizan a los destinos y empresas de ecoturismo, cuya filosofía se basa en la protección y conservación de los valores naturales y culturales del territorio.

- La principal diferencia entre el turista rural y el ecoturista reside en la motivación del viaje. Si bien es cierto que la naturaleza es fundamental para ambos, se observa cómo el porcentaje de ecoturistas aficionados a la naturaleza es mayor al de turistas rurales (28% frente al 15,7%, respectivamente). En este sentido, casi el 60% de los ecoturistas viaja a destinos que cuentan, al menos, con un espacio protegido (Parque Nacional, Parque Natural, Reserva de la Biosfera, Geoparque, etc.), es decir; el ecoturista asocia dichas figuras de protección a una serie de valores naturales excepcionales, que son los que motivan al ecoturista a conocer y recorrer el territorio (paisajes y pueblos) que alberga este espacio protegido, mientras que la motivación del turista rural está más vinculada al disfrute en un entorno natural, como recorrer paisajes y pueblos del destino, sin tener en cuenta el hecho que en el destino haya o no un espacio protegido, a pesar que la gran mayoría (84%) da importancia a disfrutar de la naturaleza de manera responsable en sus viajes -para el 43% es prioritario y para el 41% es relevante- Por tanto, la existencia o no de un espacio protegido es la clave para entender la diferencia entre un ecoturista y un turista rural.
- Si hablamos del perfil del turista rural y del ecoturista, a priori podría parecer bastante similar, pues ambos, un 56% y 45% respectivamente, se identifican mayoritariamente como un "turista que recorre paisajes y pueblos de los espacios naturales", seguido del que le gusta ir a alojamientos rurales (16%) en el caso del turista rural, y de aquel aficionado a la naturaleza (28%) en el caso del ecoturista. En todo caso, en ambos casos se trata mayoritariamente de un **perfil generalista**, un viajero que disfruta en el destino realizando una **combinación de actividades**, entre las que destacan paseos, el disfrute de la gastronomía local, el descanso en el alojamiento, la visita a pueblos y el senderismo. El perfil de observador especializado de la naturaleza es claramente minoritario.
- Esta diferencia se hace más evidente en la contratación de actividades guiadas de naturaleza, pues solo el 18% de los turistas rurales contrata visitas guiadas de naturaleza frente al 34% de los ecoturistas. En cambio, l interés del turista rural por las actividades guiadas de tipo cultural es sensiblemente mayor (27,6%) al del ecoturista. En todo caso, el porcentaje de viajeros que no

contrata este tipo de actividades es todavía bastante elevado, una brecha que se debería ver como una oportunidad para aumentar la oferta turística en los destinos de turismo rural y de ecoturismo y mejorar la calidad de las experiencias de los viajeros

- En un viaje de ecoturismo, en el que se promueve las visitas guiadas, el disfrute de la gastronomía local y la compra de productos locales, el gasto turístico se reparte entre un mayor número de empresas locales, llegando a dedicar a estas actividades el 67% del gasto en el destino. El viaje de ecoturismo es mucho más que el alojamiento.
- La mayoría de los turistas rurales preferirían hacer su reserva online (71,8%) y en la práctica los ecoturistas realizan sus reservas a través de medios o-line (56%), si bien la realizan mayoritariamente de forma directa con la empresa (64%), especialmente los clientes de las empresas de actividades (77%).
- Las empresas de ecoturismo muestran una mayor profesionalización, al suponer en mayor medida la fuente principal de ingresos para sus propietarios (48,8% - 61,6% antes de la COVID-19-, rente al 35,8% de los alojamientos rurales), y tiene más implantada el sistema online de reservas (34,2%) que los alojamientos rurales en general (19,3%).
- Tanto los alojamientos rurales como las empresas de ecoturismo identifican el marketing y la promoción on-line como el ámbito con más necesidad de mejora y formación.
- Las empresas de ecoturismo se han visto más afectadas por la COVID-19, al haber perdido el 76,3% más del 50% de sus reservas. Sin embargo, el alojamiento rural se ha visto menos afectado al suponer en su caso un 58,2%. Ha habido más empresas de ecoturismo que han modificado sus precios a la baja (25,6%) que los alojamientos rurales (15,5%).
- Para remontar la crisis, las empresas de ecoturismo reclaman en mayor medida ayudas directas – lo que se ajusta a una mayor profesionalización de este sector y una mayor afección a su actividad-, seguida de la promoción de los destinos, opción mayoritaria entre los alojamientos rurales en general.

¿CUÁLES SON LOS RETOS?

- Realizar más pedagogía, hacer una mejor comunicación del ecoturismo, qué es y sus ventajas. Tanto en el sector empresarial como entre los viajeros, reales y potenciales. En cuanto a los alojamientos rurales, tienen una oportunidad de evolucionar su oferta para captar viajeros más sensibilizados.
- Potenciar el componente cultural de las experiencias de ecoturismo, que generan un alto interés en los viajeros rurales y ecoturistas (tradiciones, pueblos, gastronomía, etc.).
- Informar más y mejor sobre las actividades guiadas de naturaleza en el destino, que contribuyen a una mayor sensibilización del viajero, un aumento de la satisfacción general sobre el viaje y una mayor repercusión económica en el destino.
- Impulsar la digitalización del sector es una demanda del viajero, que preferirían realizar sus reservas on-line, y una necesidad reconocida por las empresas. Si bien, en este sector habría que tratar de no perder el trato directo y cercano en el proceso de reserva entre el viajero y el empresario, con suficiente información de valor para ayudarle en su elección.

- En esta época marcada por la pandemia las empresas han de adaptarse a una reserva con menor antelación por parte de los viajeros debido a la incertidumbre, una demanda de información sobre las medidas de seguridad y flexibilización en la cancelación.
- Apoyar desde las instituciones a este sector, en primer lugar, con ayudas directas que les permitan al menos mantener la actividad de las empresas más profesionalizadas que se han visto gravemente afectadas por la crisis, y en segundo lugar, invirtiendo en la promoción del sector y sus destinos.