

BARÓMETRO

DEL TURISMO RURAL
EN ESPAÑA

PRIMER SEMESTRE 2017

INDICE

1. Introducción	3
2. Destinos Rurales	4
3. Perfil del Viajero Rural	6
3.1. Características	
3.2. Opiniones	
4. Perfil del Propietario Rural	13
5. Conclusiones	24



1. INTRODUCCIÓN

El turismo rural es un sector con un desarrollo continuado. El ritmo de crecimiento en la oferta de casas rurales es imparable, una línea creciente que sigue también la demanda. En esta situación de equilibrio, es interesante estudiar cuál es **el perfil del viajero que demanda este tipo de turismo**, así como qué periodos del semestre han tenido más importancia y los destinos que ha elegido. En el estudio tratamos de analizar y sacar algunas de las conclusiones más relevantes.

Además por otro lado, es interesante saber también cuáles son **las características del propietario rural**. Poco a poco el sector se va profesionalizando más gracias a la amplia dedicación que ofrecen estos emprendedores. Conocer más sobre su forma de gestionar los negocios nos dará un punto de vista diferente del sector.

Clubrural (el portal de casas y hoteles rurales pionero en nuestro país con 14.000 establecimientos) elabora periódicamente el Barómetro del Turismo Rural con el que trata de dar respuesta a estas preguntas y analizar tanto la demanda como las características y el perfil del viajero.



2. DESTINOS RURALES

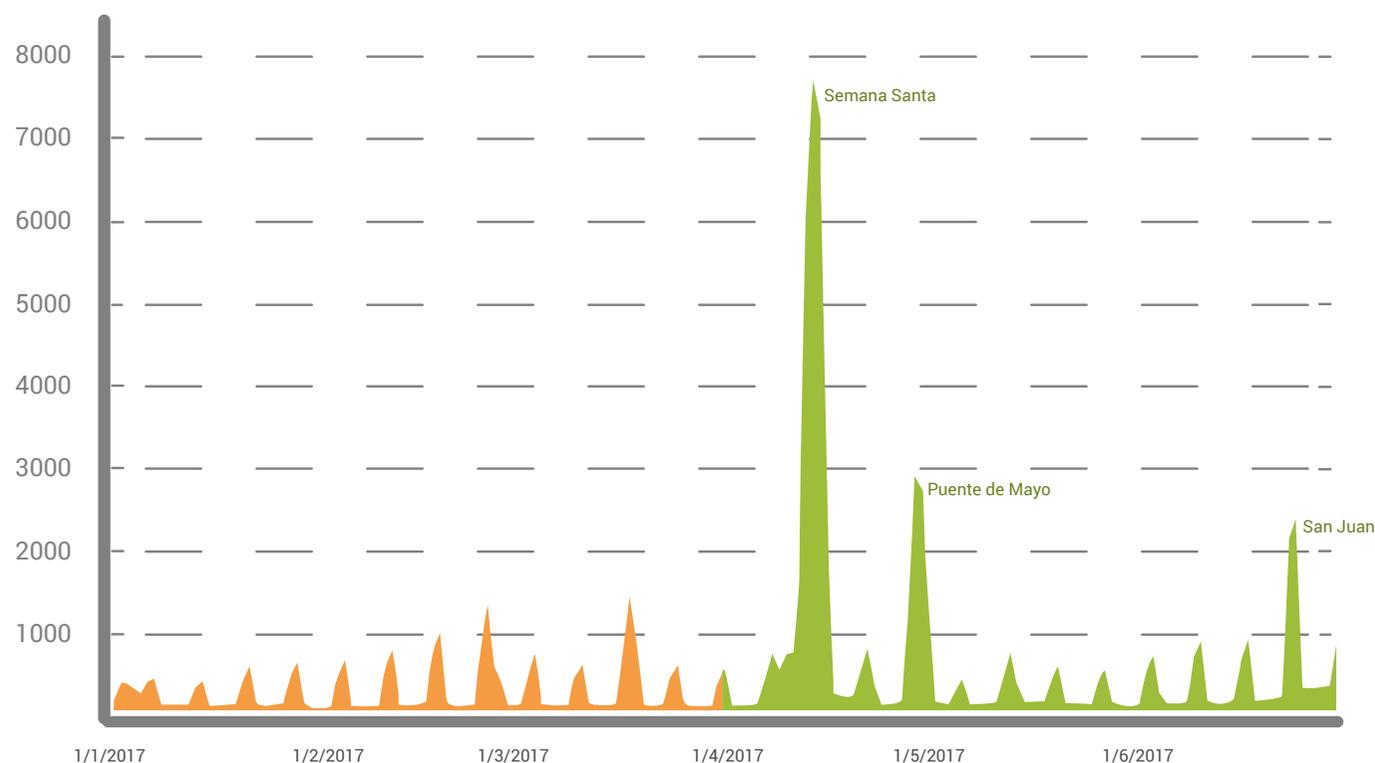
2.1 Cuándo viaja el turista

Uno de los problemas más importantes detectado en el turismo rural es el que tiene que ver con **la estacionalidad**. Los turistas optan por los fines de semana y los puentes como fechas clave para estas escapadas, quedándose los días de entre diario sin ocupación. Es un problema que afecta a la mayoría de los establecimientos y que hasta ahora no se ha sabido resolver. Una tarea pendiente que tratan de solucionar los propietarios rurales con atractivas ofertas entre semana.

Tomando como referencia el primer semestre y dividiéndolo en dos trimestres, vemos que hay claras diferencias entre ambos. Enero, febrero

y marzo, apenas han "hecho ruido" en las reservas, siendo abril, mayo y junio los periodos que han concentrado **el 68.13% de las estancias en casas rurales**. Esto coincide con fechas clave como **Semana Santa (13, 14, 15 y 16 de abril) y el Puente de mayo**.

Sin embargo, **los viajeros que eligen los tres primeros meses (31.87%)** para hacer escapadas de turismo rural son muy pocos, quedando solo los fines de semana como las fechas destacadas. La ausencia de fiestas en este periodo y la vuelta de Navidad complican las reservas en estos tres primeros meses del año.



2. DESTINOS RURALES

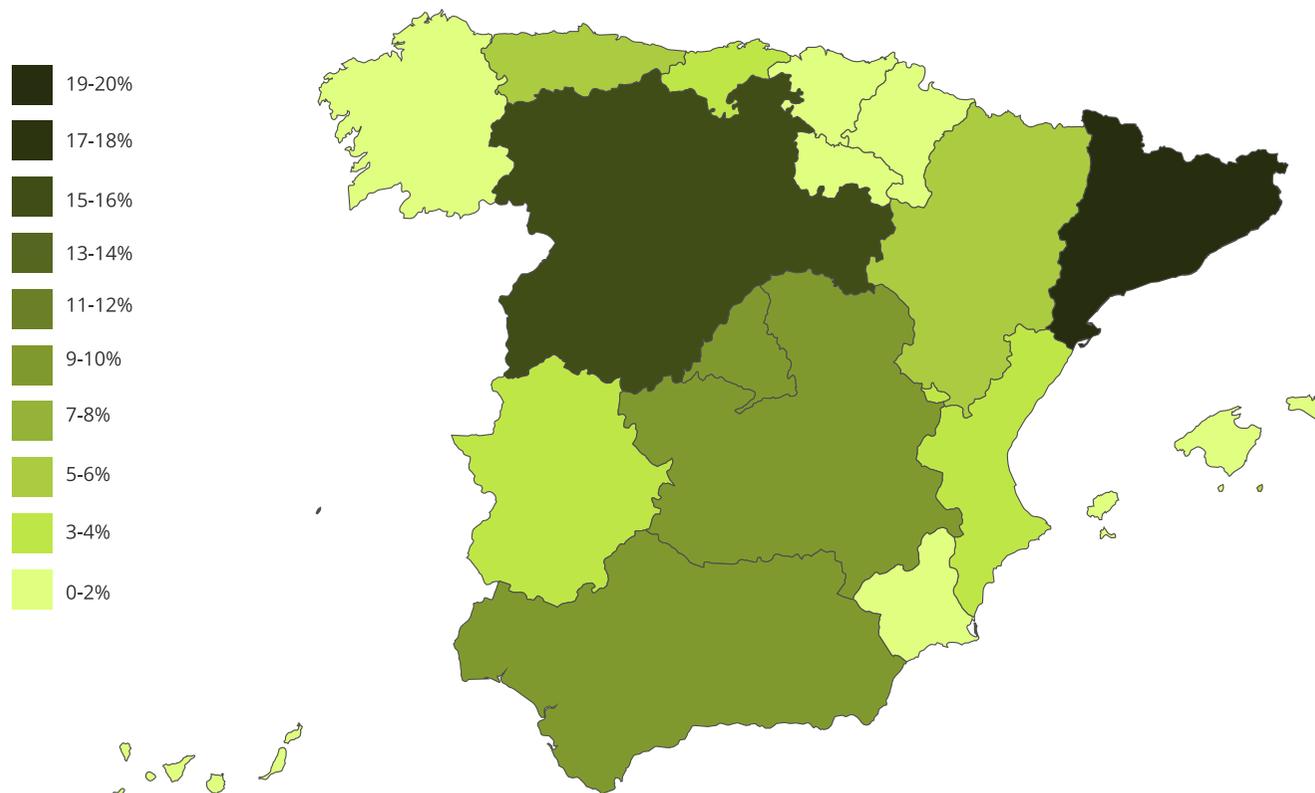
2.2 Hacia dónde viaja el turista

Estos seis primeros meses del año dejan a dos comunidades como las más destacadas en turismo rural. En primer lugar mencionar la relevancia de **Cataluña que con el 19.56% se posiciona como líder del primer semestre**. Tras sus pasos aparece muy cerca **Castilla y León con el 16.18% de las reservas**. Cierran este top 5 La Comunidad de Madrid (10.38%), Andalucía (9.93%) y Castilla – La Mancha (9.20%).

En el lado opuesto se encuentran las Islas Baleares (0.25% de reservas respecto al resto de España), La Rioja (1.09%), Región de Murcia (1.24%), Islas Canarias (1.40%) y País Vasco (1.65%) dónde el turismo rural no destaca tanto como en otras comunidades.

En cuanto a las provincias que más viajeros han visto llegar en los últimos seis meses, hay que destacar a **Madrid y Barcelona con el 10.38% y el 8.77%**, respectivamente. Les siguen Asturias (6.07%), Girona (5.79%) y Ávila (5.21%). Sin embargo, son las islas las que menos reservas han tenido en este semestre. Menorca (0.02%), Ibiza (0.06%), Lanzarote (0.07%), Fuerteventura (0.08%) y El Hierro (0.11%), ocupan las últimas posiciones.

Destacar que en este sentido, no hay diferencias en cuanto a los destinos elegidos por los turistas en las fechas analizadas.



PERFIL DEL VIAJERO RURAL



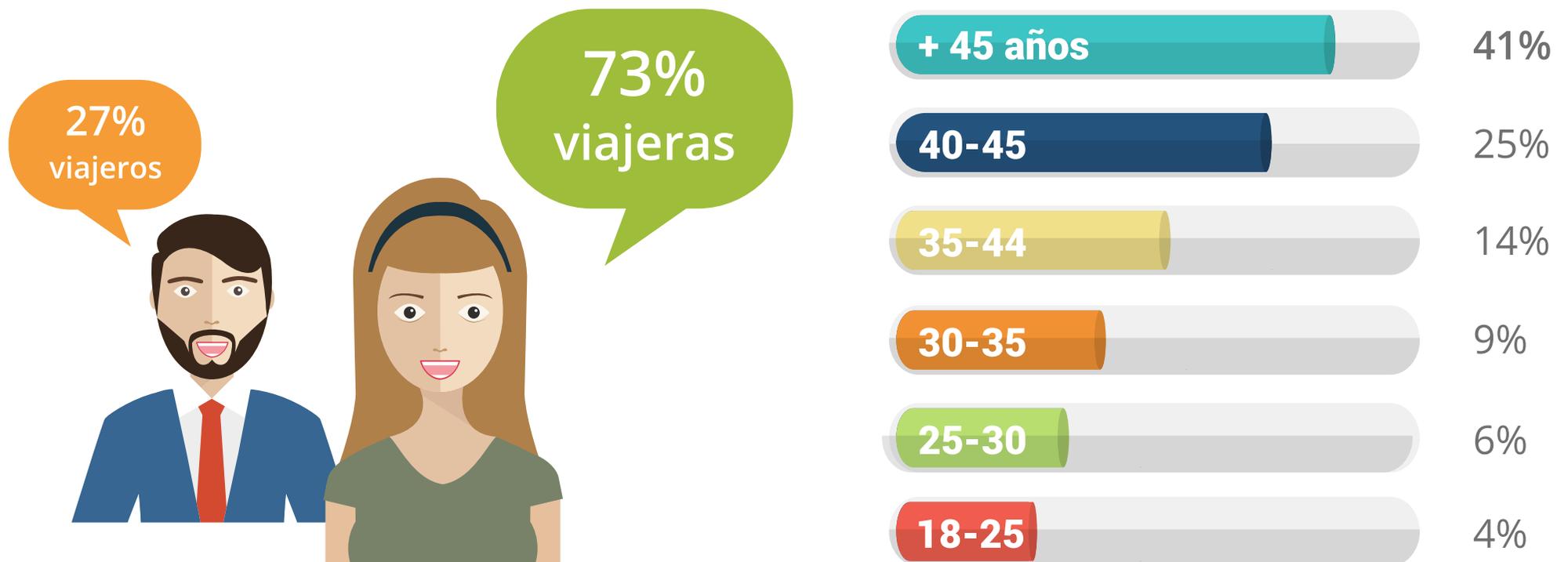
3. PERFIL DEL VIAJERO RURAL

3.1. CARACTERÍSTICAS

Es importante conocer el perfil del turista rural para así adaptar tanto las ofertas como las instalaciones a lo que van buscando.

Sexo y edad

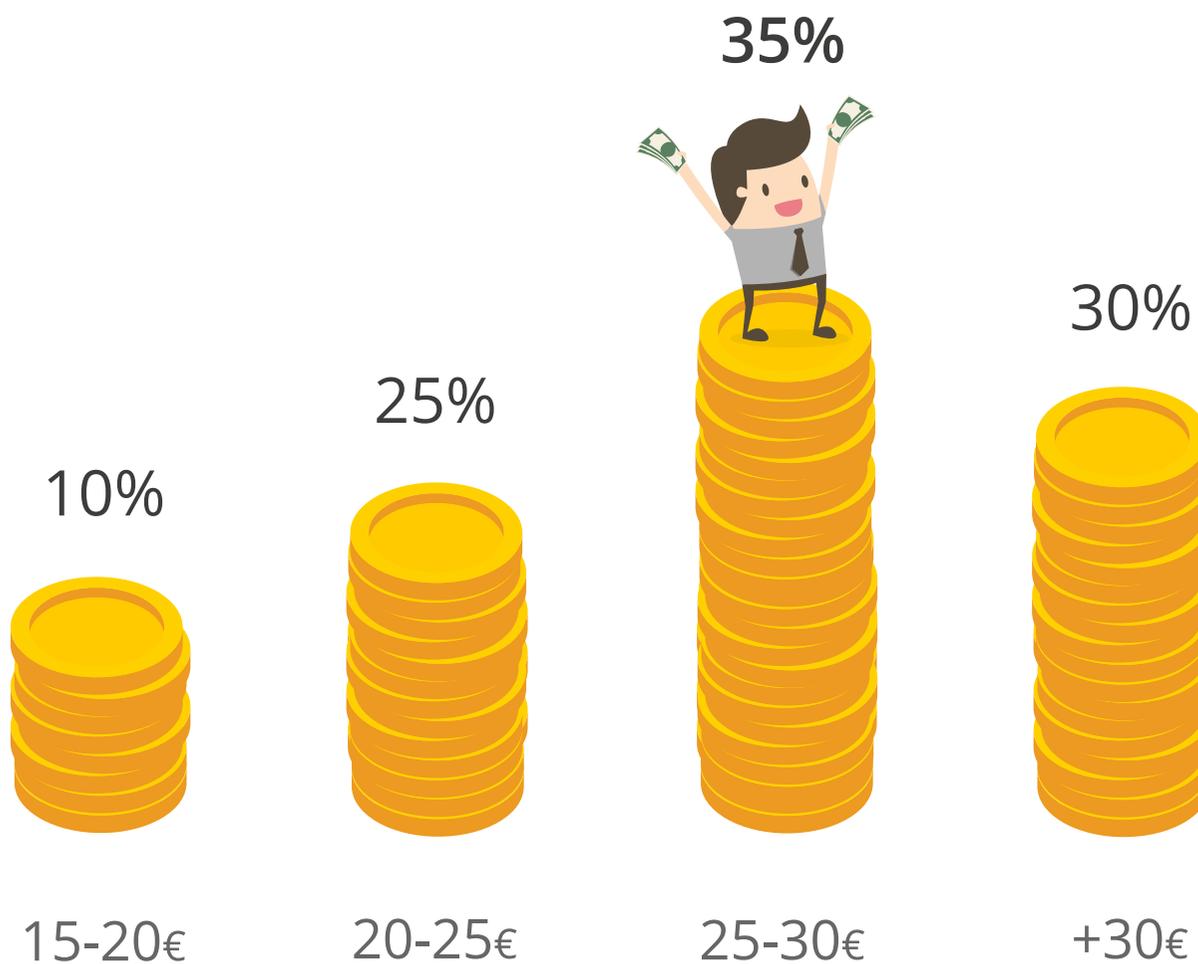
En la encuesta elaborada por Clubrural, **el 73% de los viajeros eran mujeres frente al 27% de hombres**. Respecto a la edad de estos turistas el 66% es mayor de 40 años (donde el 25% tiene entre 40 y 45 años y el 41% más de 45). Por tanto el público más frecuente en este tipo de establecimientos es el de más de 40 años. Alejados quedan los de entre 34 y 39 años, que a día de hoy solo representan el 14%.



Inversión

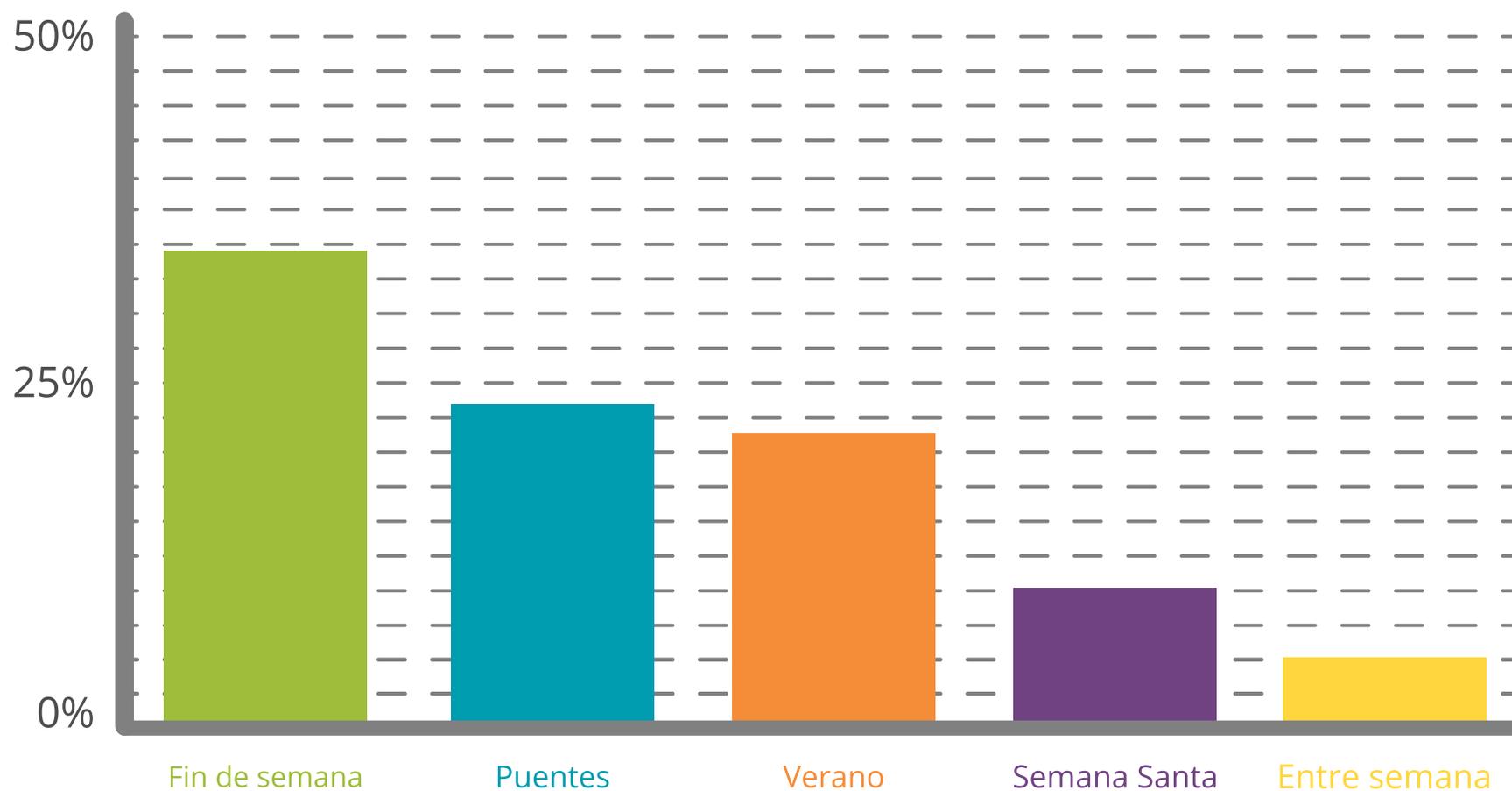
El 35% de los viajeros invierte una media de entre **25 y 30 euros** por persona y noche. Una cifra que no se aleja demasiado del 30% que llega a pagar más de 30 euros por la estancia. Sin embargo, en el lado opuesto aparecen los que tan solo dejan 15 y 20 euros (el 10%).

Pero es importante hacer distinción por edades, pues no gastan lo mismo unos que otros. Así, los más jóvenes (entre 18 y 25 años) prefieren invertir una media de 20 euros por persona y noche, mientras que los que superan los 40 años destinan más de 30 euros.



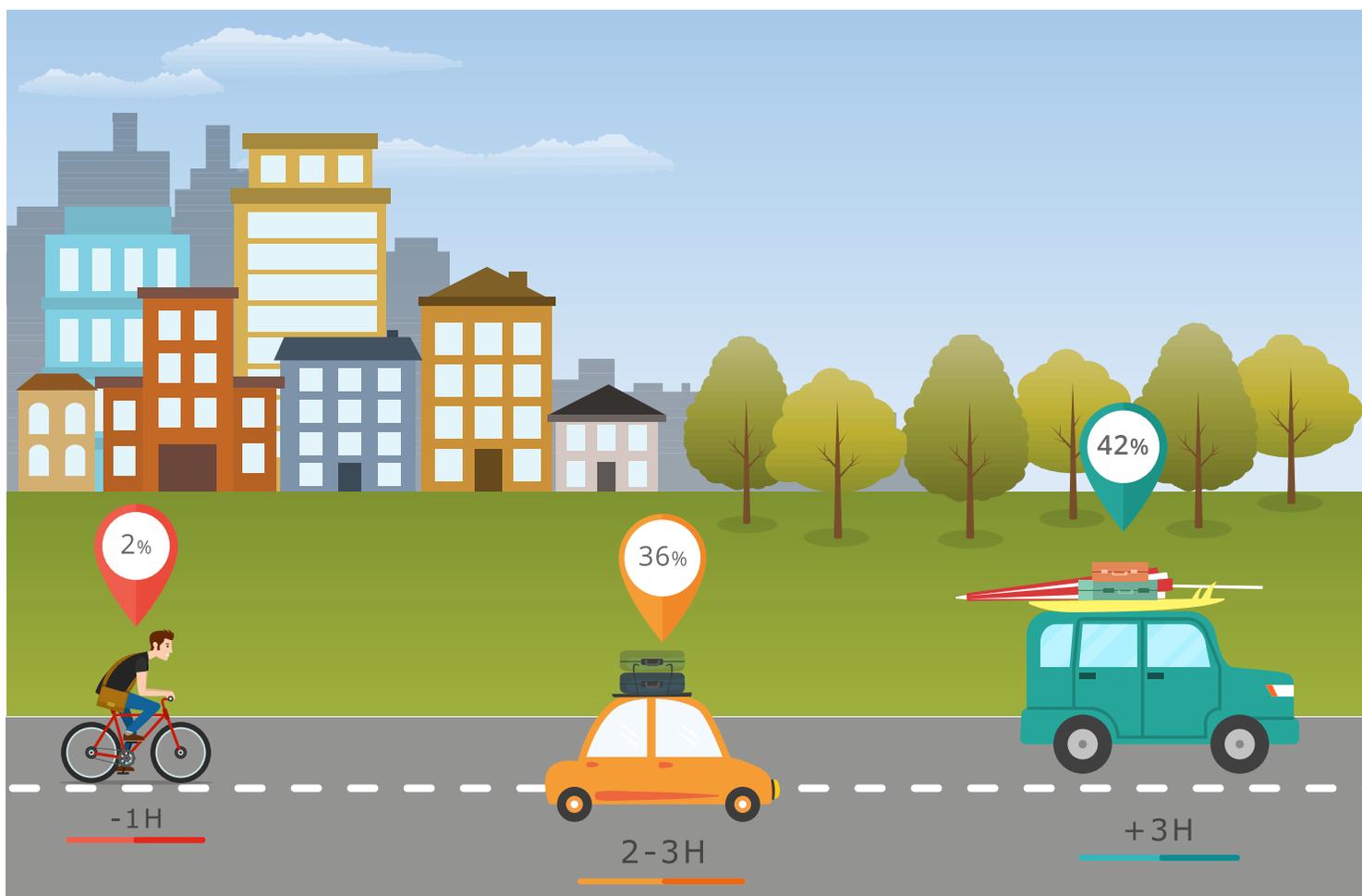
Cuándo viaja

Según las respuestas de los encuestados, un **34.26% elige los fines de semana** (viernes, sábado y domingo) para sus estancias rurales. Otros, sin embargo, optan por **los puentes** (23.61%) de forma que puedan reunir más días y la experiencia sea más larga. Con un 21.25%, las vacaciones de verano también son una fecha importante para los viajeros que optan por el turismo rural así como la **Semana Santa** (10.79%). Las reservas entre semana no tienen prácticamente incidencia (5.85%).



Cuántas horas viaja

Hay una creencia generalizada por la que se piensa que el turismo rural es de cercanía, es decir, que el viajero no elige destinos alejados para estancias de estas características. Sin embargo, según la encuesta el 42% de los turistas se decanta por destinos que se encuentran a **más de 3 horas de distancia** del lugar habitual de residencia. Una cifra muy cercana a los que eligen lugares situados entre **2 y 3 horas (un 36%)**. Característico es el **2% que prefiere quedarse en la zona** y no dedica más de una hora en coche.



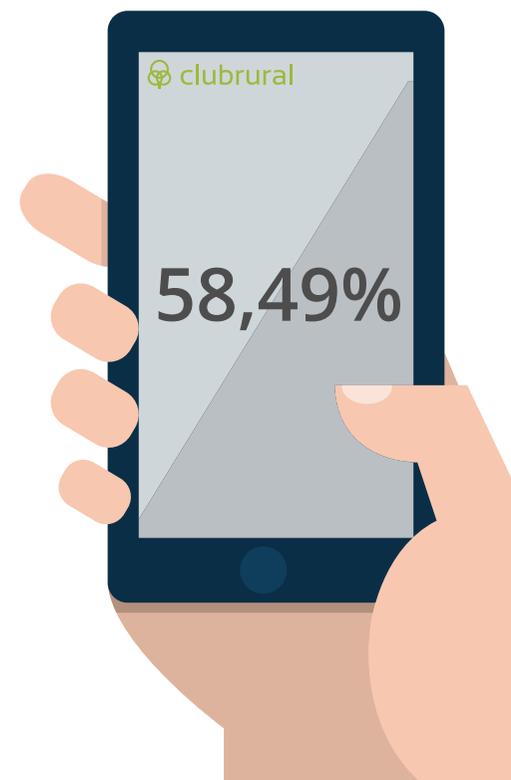
Dónde y cómo busca alojamiento

Respecto a **dónde** busca alojamiento el 38.76% lo hace a través de Clubrural.com, mientras que otros lo hacen directamente **desde buscadores (32.59%)**. Sin embargo, todavía hay quien opta por las recomendaciones de otros viajeros conocidos para orientarse y elegir la casa rural en la que se alojarán (el 18.46%). Y por último, el 10.19% de los turistas dice haberse decantado por un establecimiento después de haberlo visto a través de las redes sociales de la casa o de portales.

Respecto a **cómo** busca, el 58.49% del tráfico ya es mobile, desplazando

a un segundo lugar y cada vez aumentando más la diferencia con quienes lo hacen a través de ordenador (31.18%). El 10.33% restante llega desde las Tablets.

Cuando localiza la casa rural, el viajero prefiere contactar con el propietario **mediante llamada telefónica (un 32% lo hace así)** mientras que un 24% prefiere hacerlo mediante el formulario de contacto de Clubrural. Sin embargo hay un empate entre quienes optan por la reserva online y el correo electrónico (ambos con el 22%).



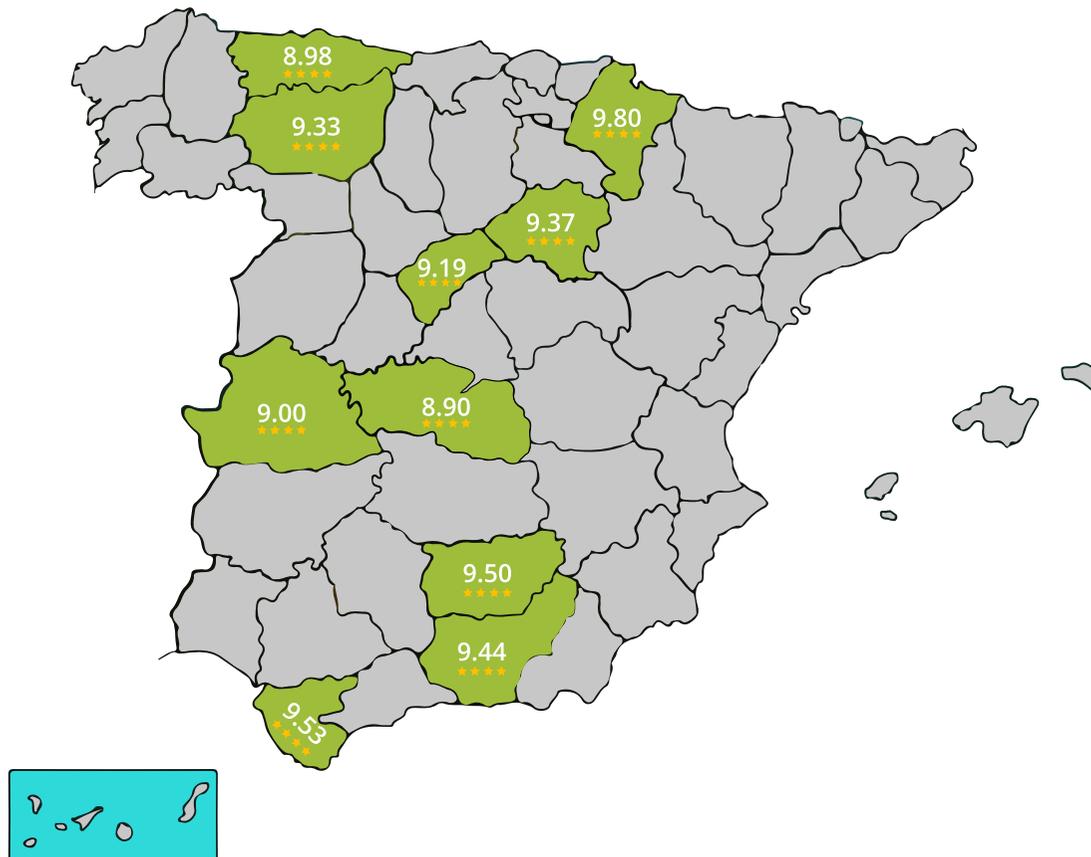
3.2. OPINIONES

¿Qué opina el turista?

Las opiniones son muy importantes a la hora de reservar. Tener la referencia de viajeros anteriores ayuda a contratar una casa u otra. De hecho un **91.97% de los encuestados confiesa haber leído** todos los comentarios antes de hacer la gestión definitiva. En el mismo sentido, un **29.89%** confesaba que si un alojamiento en concreto **tiene exceso de opiniones negativas, no reservaría**. Por otro lado, el **50%** de los viajeros dice opinar sobre la estancia en una casa rural siempre y **cuando se lo recuerden con un email post estancia**. Tan solo un **30% deja**

siempre opiniones después de una estancia y un 13% nunca lo hace. Sin embargo hay un **7% que solo comenta** cuando la experiencia ha sido negativa.

Respecto a las valoraciones que reciben las casas rurales por provincias hay que destacar a las 10 más valoradas. **Navarra (9.80), Cádiz (9.53), Jaén (9.50), Granada (9.44), Soria (9.37), León (9.33), Segovia (9.19), Cáceres (9.00), Asturias (8.98) y Toledo (8.90)** son las que mejor puntuación reciben por parte de los viajeros.



PERFIL DEL PROPIETARIO

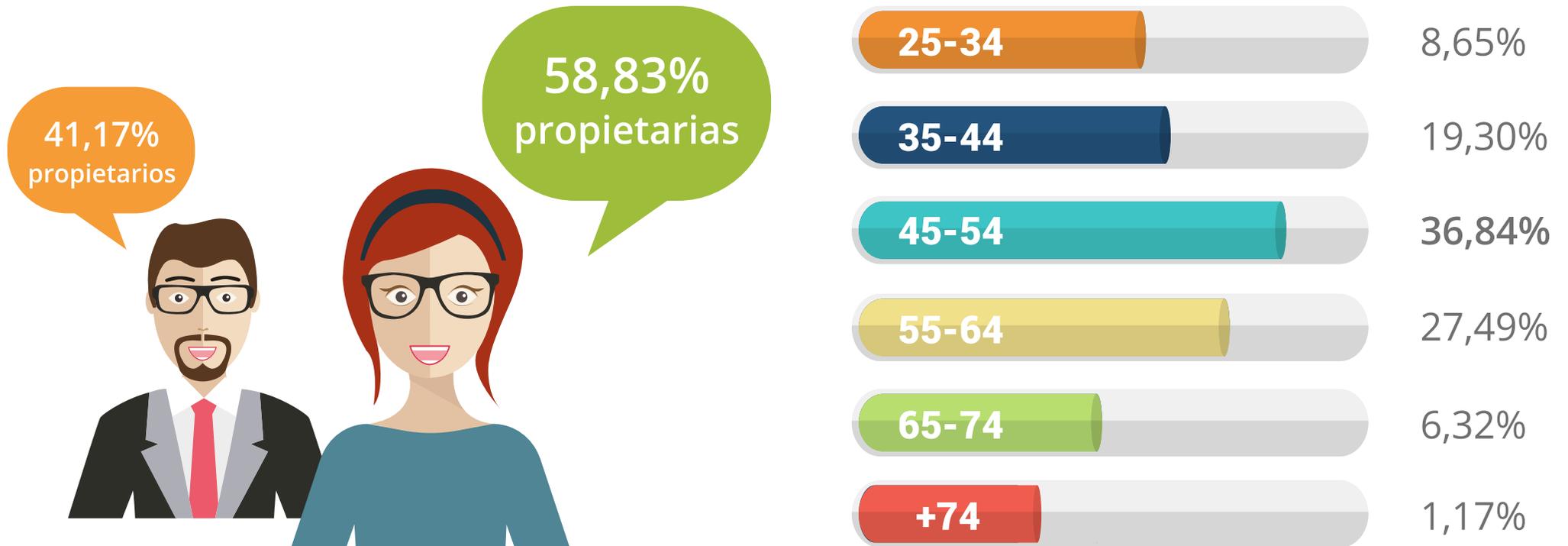


3. PERFIL DEL PROPIETARIO CARACTERÍSTICAS

Tan importante es conocer el perfil del viajero, como el del propietario. Gracias al emprendimiento de muchos empresarios, el turismo rural es hoy lo que es. Por eso vamos a descubrir más sobre las características de estos profesionales rurales.

Sexo y edad

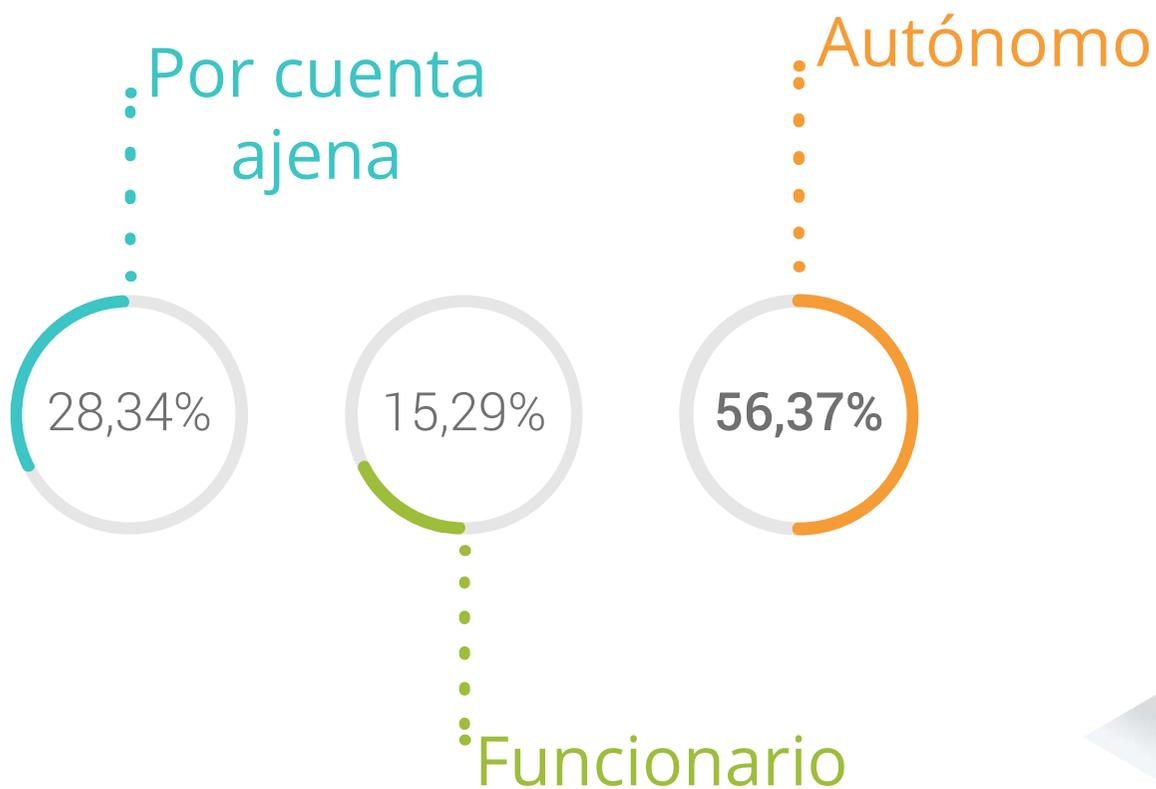
A través de una encuesta hemos obtenido algunos resultados interesantes. **El 58.83% de los propietarios de casas rurales son mujeres frente al 41.17% de hombres.** Respecto a la edad, el grupo de profesionales más frecuente en este sector es el que se encuentra entre los **45 y los 54 años**, representando un 36.84% de los encuestados. Destacar también a la franja comprendida entre los **55 y 64 años** con el 27.49%. Los jóvenes comprendidos entre los 25 y 34 años todavía no se lanzan al emprendimiento de un negocio rural. Solo un 8.65% se dedican a ello.



Principal dedicación y estudios

Para el 50.88% de los propietarios, el negocio de la casa rural es un ingreso adicional, es decir, tienen una actividad profesional alternativa a esta. El restante **49.12% se dedica en exclusiva a la gestión del establecimiento**. Para aquellos que el turismo no es su principal actividad económica, el **56.37% son autónomos, seguidos del 28.34% que trabaja por cuenta ajena y el 15.29% que son funcionarios**.

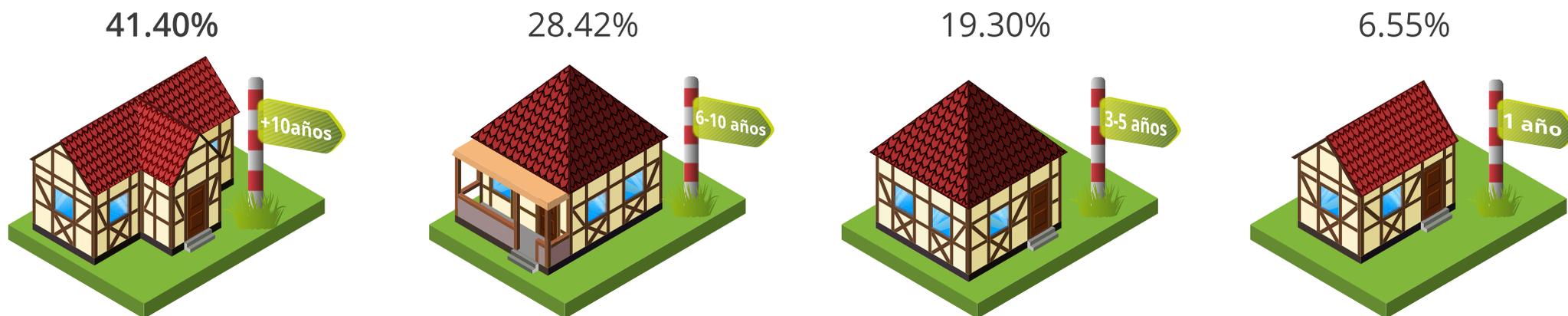
Respecto a los estudios que poseen estos profesionales, **el 44.80% es universitario y un 25.03% posee un título de Formación Profesional**. Los empresarios que poseen una casa rural con estudios secundarios (18.83%) y solo estudios primarios (11.11%) son menores.



¿Cuándo abrió el negocio de turismo rural?

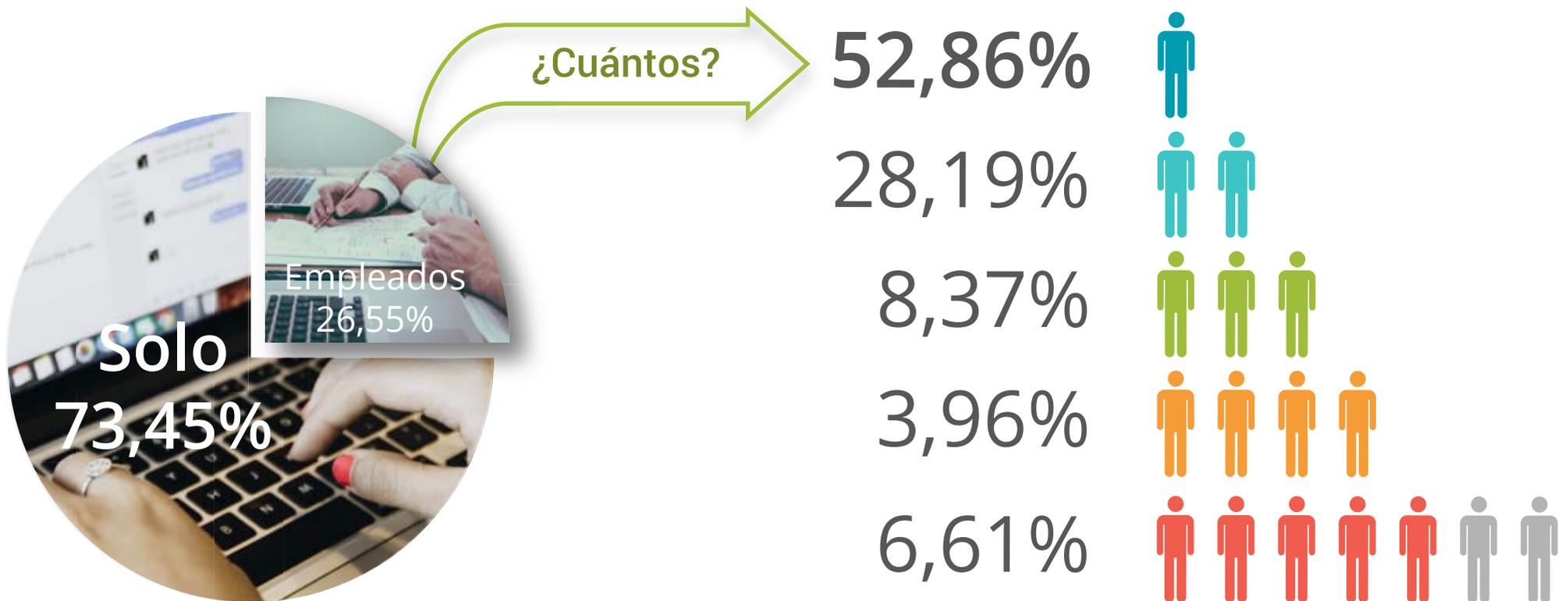
Siguiendo la línea económica general del país, el turismo rural también tuvo su explosión hace más de 10 años, viéndose afectado, como el resto de sectores a partir de la crisis económica. **El 41.40% de los establecimientos se pusieron en marcha hace más de 10 años**, una cifra que va decayendo a medida que se avanza al presente. **El 28.42% fueron abiertos hace entre 6 y 10 años, el 19.30% entre 3 y 5 años, el 6.55% hace dos años y en 2016 solo el 4.33%.**

El turismo rural por tanto ha seguido las mismas líneas generales que la mayoría de sectores económicos de España: muchas aperturas hace más de una década y un decrecimiento paulatino con el paso de los años.



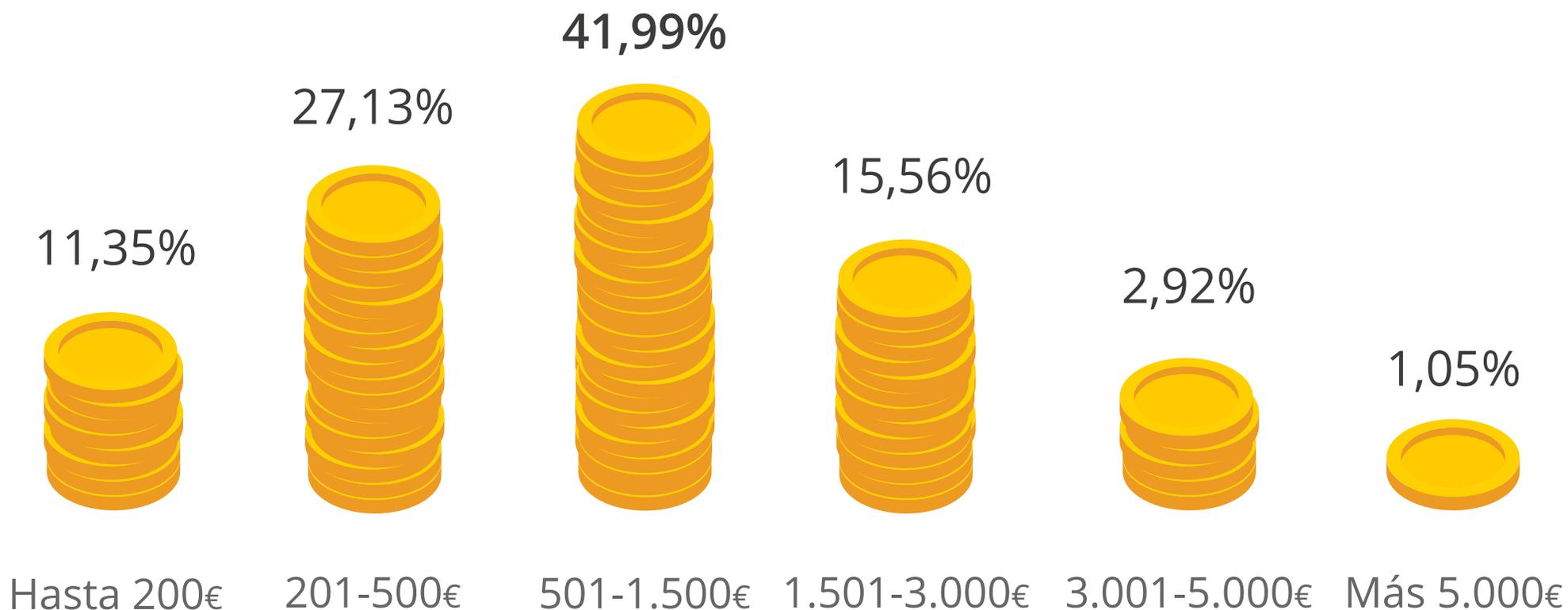
¿Cuántos empleados tienen?

Respecto a la empleabilidad de las empresas de turismo rural, el **73.45% de los propietarios dice gestionarlo él solo frente al 26.55% que sí cuenta con empleados** a su cargo ayudándole en las tareas diarias de la casa. Dentro de quienes sí disponen de trabajadores, el 52.86% tiene sólo un empleado frente al 28.19% que cuenta con dos. El turismo rural no genera demasiada empleabilidad, de hecho solo el 8.37% tienen tres empleados y el 10.57%, cuatro o más.



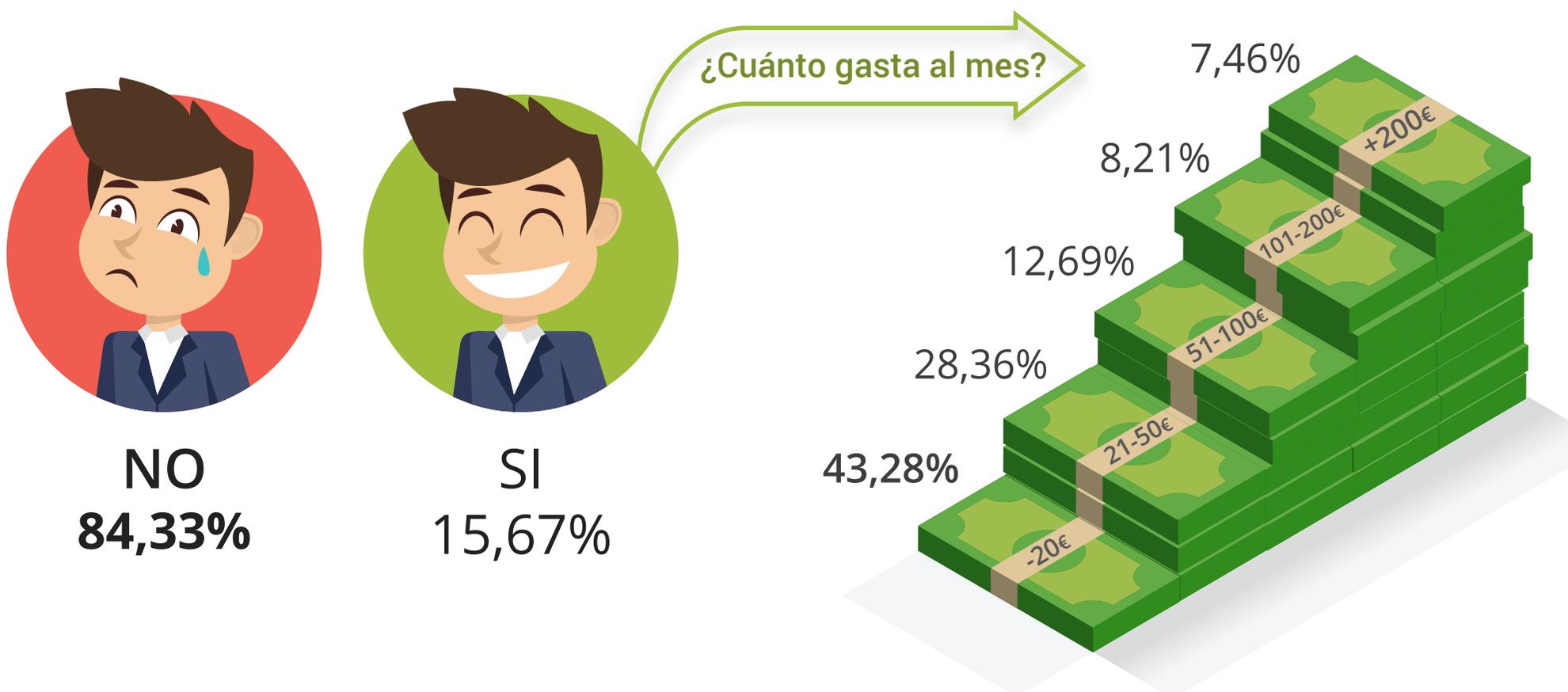
Inversión en publicidad

Una de las partidas presupuestarias más importantes de los establecimientos rurales es la de la publicidad. Gracias a ella podrán ser más visibles en internet y de esta forma lograr más huéspedes en sus alojamientos. **El 41.99% de los propietarios invierte entre 501 y 1.500 euros al año**, una cifra que se aleja bastante del segundo grupo (el 27.13%), que destina entre 201 y 500 euros del presupuesto anual. Cabe destacar que sólo un 1.05% invierte más de 5.000 euros en esta partida publicitaria.



Channel Manager, ¿sí o no?

A pesar de ser una herramienta muy útil para la gestión de los alojamientos, todavía **un 84.33% de los propietarios no hace uso de ella**. Del restante 15.67% que sí aprovecha las facilidades que da el Channel Manager, el 43.28% paga menos de 20 euros al mes por esta herramienta. Un 28.36% destina entre 21 y 50 euros al mes y el 12.69% entre 51 y 100 euros.

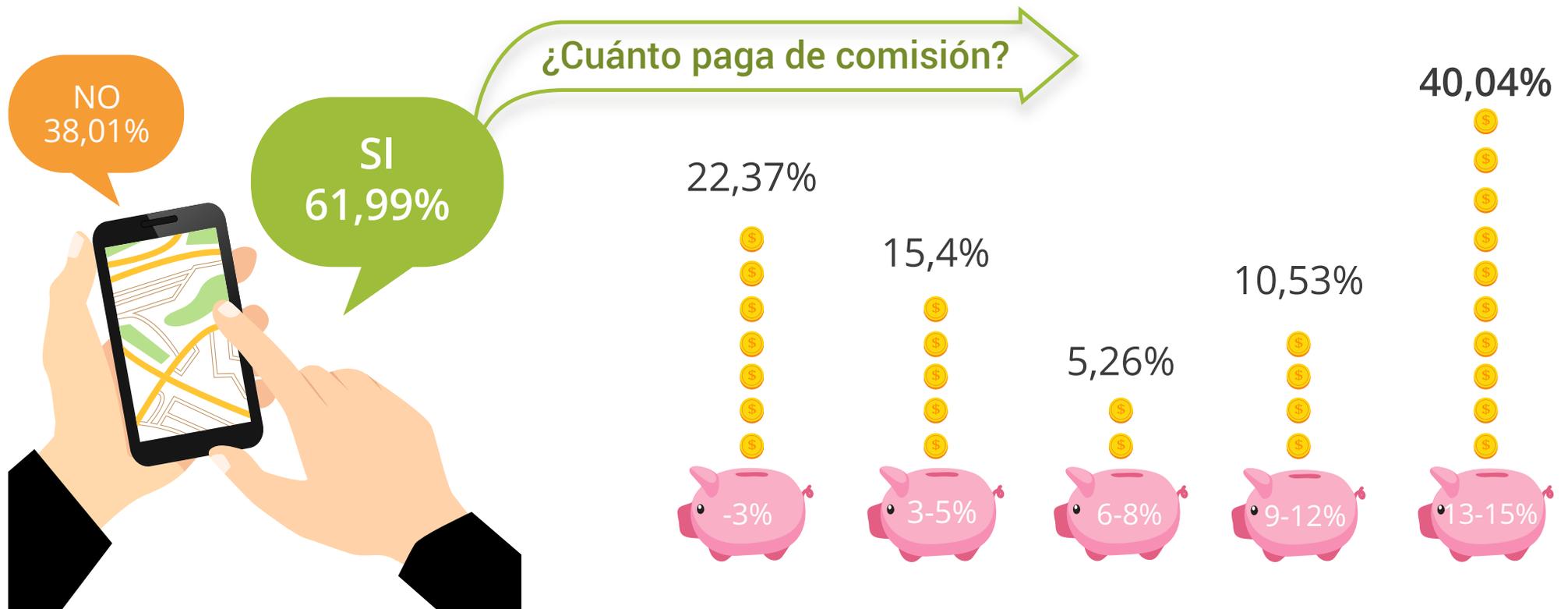


¿Tiene reserva online?

Poco a poco el propietario rural va adaptándose a las necesidades del viajero. La reserva online se ha convertido en una demanda que facilita la contratación, evitando llamadas o correos entre turista y propietario. A día de hoy ya el 61.99% de los propietarios lo tiene contratado mientras que el 38.01% aún se resiste a hacerlo. Entre las razones más frecuentes para no disponer de este servicio, está la **imposibilidad de contar con la confirmación del propietario** para hacer la reserva (37.14%), un 29.01% dice que **no podría controlarlo** y el 26.81% dice que **no le interesa**.

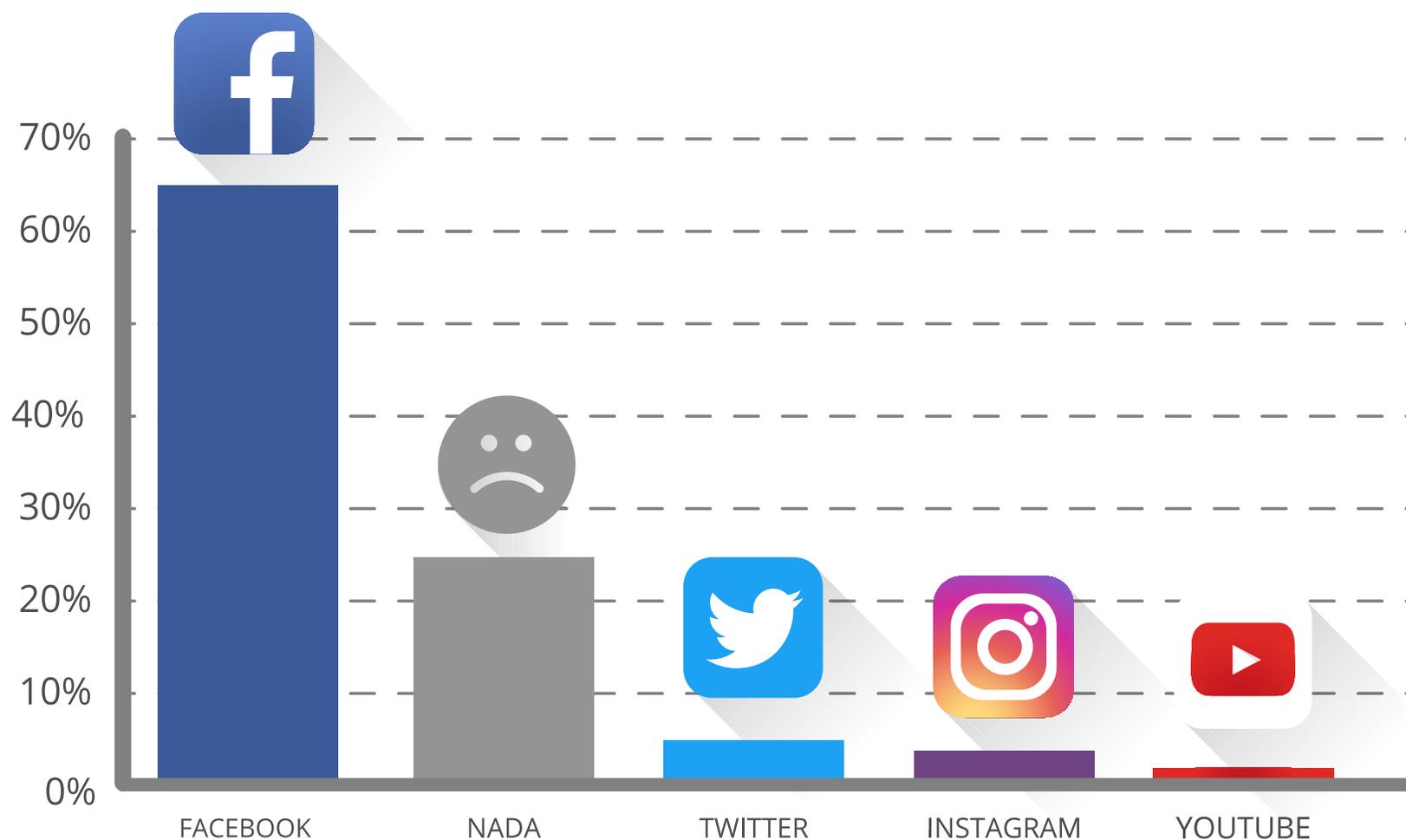
El coste que pagan los profesionales rurales por este servicio está entre un **13 y un 15% de comisión (para el 40.04%)**. Sin embargo, también es interesante destacar que un 22.37% paga menos de un 3% de comisión.

Respecto a dónde tienen situada la reserva online, el 50.43% dice ubicarla en los portales especializados, un 21.59% en su propia web y el 27.98% en ambos espacios.



Turismo rural y redes sociales

La visibilidad en portales web es muy importante, pero también en las redes sociales. Y eso parecen saberlo muchos propietarios rurales. De hecho **el 65.15% de ellos tiene una cuenta en Facebook** a través de la cual presenta y da a conocer su establecimiento. Aunque a través de esta encuesta hemos sabido que todavía hay un 24.91% de gestores de casas rurales que no dispone de ninguna red social mediante la cual dar publicidad a su negocio. Menos relevancia tienen otras redes sociales como **Twitter (3.86%), Instagram (3.04%) o Youtube (1.05%)**.



Políticas de cancelación

Las cancelaciones en turismo rural son habituales. Pero una cancelación en este tipo de establecimientos supone muchas pérdidas para el propietario por lo que muchos de ellos se han visto obligados a poner en marcha ciertas políticas de cancelación.

Solo el **11.35% de los propietarios permite cancelar sin gasto en cualquier momento**. Para el 14.04% las cancelaciones siempre tienen

gasto independientemente de la anticipación con que se haga. Anular la reserva entre uno y dos meses antes de la estancia no tiene coste en el 15.32% de los establecimientos. Un porcentaje que se va ampliando a medida que se reduce el tiempo: entre 15 días y un mes no tiene gasto para el 23.98% de las casas y entre una semana y 15 días sigue sin tener coste para el 35.32% de las casas.



1 semana - 15 días

35,32%



15 días - 1 mes

23,98%



1 mes - 2 meses

15,32%



Siempre tiene gasto

14,04%



En cualquier momento

11,35%

Chantajes y estafas

Como cualquier negocio, el turismo rural también se ve envuelto en astucias y peripecias para estafar a los propietarios. Un 30.99% dice haber sido víctima de un intento de estafa aunque finalmente no lo lograron. Sin embargo, **un 5.73% sí ha sido estafado.**

Por otro lado también están los chantajes que proceden de viajeros a cambio de no poner malas opiniones en internet. Aprovechando que la

reputación online es muy importante para los propietarios de casas rurales, algunos clientes amenazan con dejar malos comentarios a cambio de descuentos en el precio final de la estancia. Aunque son muy pocos los que lo intentan, **un 18.13% de los propietarios reconoce que sí ha sido víctima** de estos chantajes e incluso el 7.10% confiesa haber cedido.



¿Te ha chantajeado algún viajero a cambio de no poner una mala opinión sobre tu casa?



NO 81,87%



SI 18,13%



¿Accediste a ese chantaje?



SI 7,10%



NO 92,90%

Conclusiones

- Como lleva ocurriendo desde el despegue del turismo rural, uno de sus aspectos negativos es la estacionalidad. La mayoría de los viajes se concentran en fechas puntuales, quedando el resto del año con un índice de reservas bastante inferior.
- Las comunidades que más influencia tienen en el primer periodo del año son Cataluña, Castilla y León y la Comunidad de Madrid.
- El perfil del viajero rural es de hombres y mujeres de más de 40 años. Unas características que definen al turismo rural: encandila a familias y grupos de amigos en edad adulta.
- La inversión media desembolsada por los viajeros es de entre 25 y 30 euros por persona y noche. Solo un 10% dedica entre 15 y 20 euros.
- A pesar de ser viajes de corta duración, el 42% elige destinos que se encuentran a más de 3 horas de distancia de su lugar de residencia. Una nueva teoría que se desmonta en el sector del turismo rural.
- Las búsquedas por móvil ya suponen el 58.49% del tráfico. El ordenador se convierte en el segundo dispositivo más empleado con el 31.18% ampliándose la distancia entre ambos cada vez más.
- Las casas rurales con mejor valoración por parte de los viajeros son Navarra (9.80), Cádiz (9.53), Jaén (9.50), Granada (9.44), Soria (9.37), León (9.33), Segovia (9.19), Cáceres (9.00), Asturias (8.98) y Toledo (8.90).

- La edad media del propietario rural está entre los 45 y 54 años con un 36.48%.
- Para un 50.88% de los empresarios de turismo rural esta actividad es adicional a la profesión principal. Sin embargo el restante 49.12% sí que es la principal fuente de ingresos.
- De las casas rurales que actualmente están en funcionamiento, el 41.40% abrieron sus puertas hace más de 10 años, coincidiendo con la etapa de auge económico que vivía España.
- Solo el 26.55% cuenta con empleados en su establecimiento. Y de ellos el 52.86% dispone de un empleado que gestiona las tareas del establecimiento rural.
- Respecto a la publicidad y el gasto que hacen en ella, el 41.99% invierte entre 500 y 1500 euros al año en todo tipo de canales a través de los cuales poder promocionarse.
- Las políticas de cancelación también existen en el turismo rural: para el 14.04% de los propietarios, anular una estancia contratada siempre tiene gasto, independientemente de la anticipación.



BARÓMETRO DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA

PRIMER SEMESTRE 2017

comunicacion@clubrural.com
911 191 290