



Turismo Rural en Europa y Andalucía

*Situación, Oportunidades, y
Retos*

Klaus Ehrlich
*Secretario General
EuroGites*



Klaus Ehrlich

- MA Económicas / Empresariales
- Co-fundador de RAAR-Red Andaluza de Alojamientos Rurales
- EuroGîtes – Federación Europea de Turismo Rural
- Trabajos de consultoría para UE y UNWTO

general.secretary@eurogites.org



34 organizaciones de 27 países:

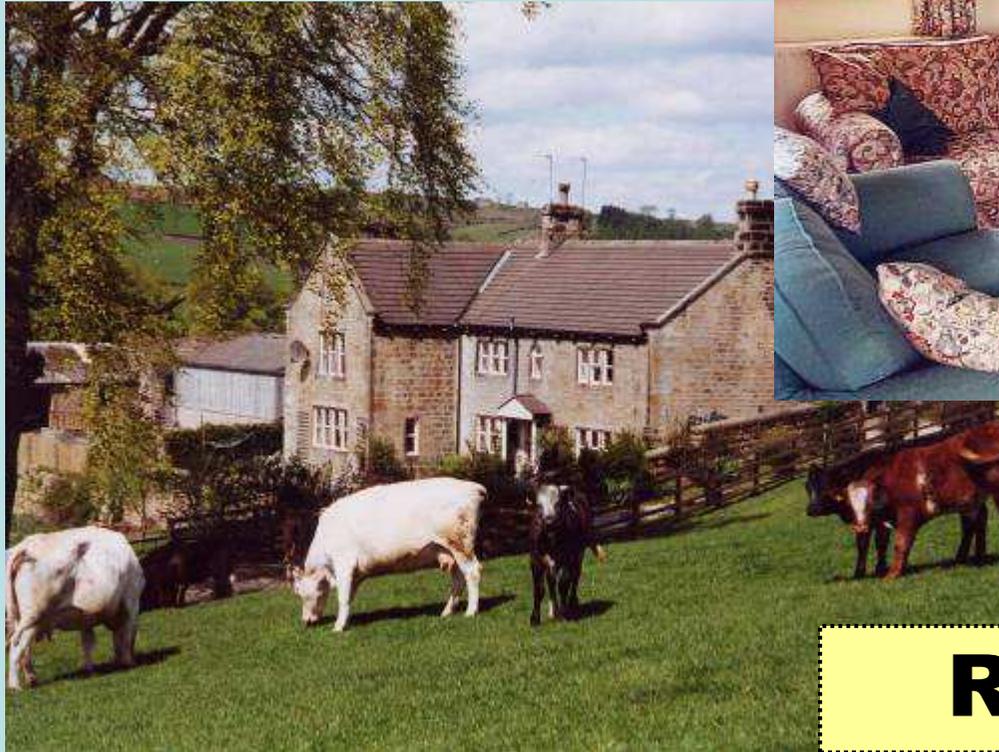


www.eurogites.org

Alemania
Austria
Bélgica (3)
Bosnia-Herzegovina
Bulgaria
Chequia
Chipre
Eslovaquia
Eslovenia
España
Estonia
Finlandia
Georgia (2)
Grecia (2)
Hungria
Islandia
Italia
Letonia
Lituania
Noruega
Polonia
Portugal
Reino Unido
Rumania
Rusia
Serbia (2)
Suiza



Rumanía



Reino Unido



De qué (aún) hablamos

**Turismo
en territorio rural**

**Turismo
Rural**

Agroturismo
*actividad turística
"solo finca en
zonas rurales
activo"*

Servicios Turísticos

Gastronomía
Alojamiento
Turismo Activo
Paisaje
Patrimonio
Cultura
Eventos
...





“Turismo Rural”

- Alojamiento en fincas agrarias y viviendas privadas del medio rural
- Pequeños establecimientos comerciales de alojamiento (< 40-50 beds)
- Pueden ser **B&B** o **Unidades completas**
- + ***Gastronomía tradicional***
- + ***Actividades***
- + ***Servicios y recursos externos*** (*turismo activo, monumentos, patrimonio cultural, instalaciones de ocio, ...*)



Turismo Rural en Europa 2017

- En total, más de **500.000 unidades**
- **5-6,5 millones de plazas**
- **20%** “Agro”-turismo (fincas activas)
- **< 20%** habitaciones, **> 80%** self-catering
- **15%** de la capacidad total de Europa

FACTORES DE ÉXITO:

- Diversificación de mercados
- Valorización de recursos rurales
- Visibilidad del Destino





Islandia



Chipre



Situación actual

Organizaciones de Turismo Rural
Calidad y Marcas
Beneficios para asociados
Retos y Oportunidades



Organizaciones profesionales

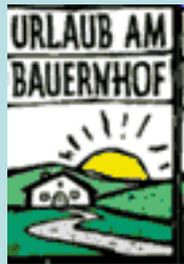
- Existen en todos los países europeos
- Representividad: 20-35% del total
- De 50 – 55.000 asociados
- Apoyo profesional, marketing, formación, y lobbying
- “maduras” (la mayoría lleva 20+ años)
- Tienen fuerza si aglutinan alrededor de una marca reconocida (Francia, Austria, ...)





Calidad y marcas

- Clasificación en gestión propia
- Sistemas oficiales sin relevancia
- Competencia por evaluaciones de clientes



- Marcas fuertes y reconocidas
- Reflejar necesidades y valores del cliente
- Cuestión: ¿tienen aún sentido en tiempos de internet?
- Se necesita más inteligencia de mercado



Servicios a empresas

- Apoyo técnico y político (lobbying)
- Marcas – visibilidad – imagen
- Formación y conocimientos
- Beneficios corporativos (descuentos)
- Reservas



Normalmente, no todos los anteriores se cubren
Competencia desde iniciativas privadas



Belarus



36 Reviews | #1 of 4 Specialty Lodging



Normativas
Regulación

Sostenibilidad



Replantear conceptos ...

**Ocio
Sostenible
en territorio rural**

**"Antiguo"
Turismo Rural**

AgroTurismo
"fincas en activo"

**Gestión
de Destinos**

Gastronomía
Alojamiento
Turismo activo
MICE
Paisaje
Patrimonio
Cultura
Eventos
...



Un visitante
se fija
primero en



... pero
luego:



El territorio rural es el referente. Pero se debe
llenar de **servicios y atracciones.**



Existe demanda para muchos recursos rurales



- “55+”
- *Escapadas románticas*
- *Agro-Turismo*
- *Viajeros con mascotas*
- *LGTB*
- *Salud y bienestar (“wellness”)*
- *Encuentros o eventos familiares*
- *MICE*
- *Sensaciones y experiencias*

- Naturalez / Eco-turismo
- Comida y bebida
- Familias con niños / mono-parentales
- Actividades: senderismo, bici, acuático, ...
- Monumentos, cultura, historia
- Eventos y celebraciones

Características comunes

Demanda estable

Motivación elevada y muy específica

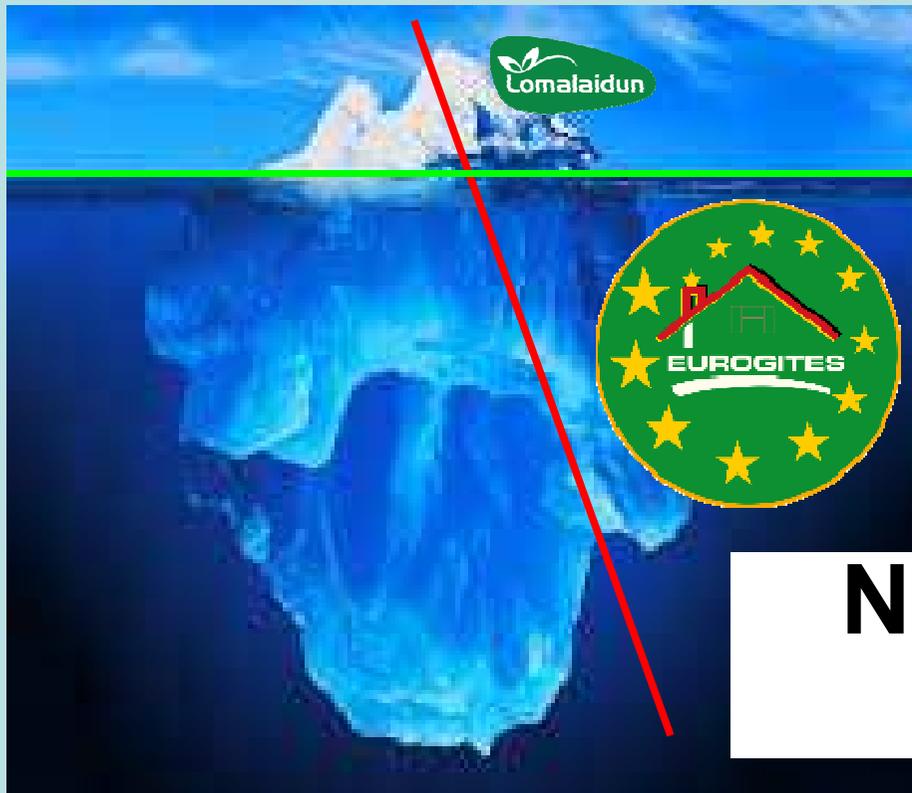
Saben lo que buscan

Baja estacionalidad





El Iceberg del Turismo Rural



- 450.000 unidades en EU
- Eurogites: ~ 100.000
- Adaptadas para mercado **internacional**, de 10-15%

45-65.000 units

**Necesitan enfoque
específico**



Perfiles de demanda

DOMESTICA

- Estancia corta, excepto en periodo vacacional de verano (estacional)
- Ocio y diversión
- Muy sensible al precio
- Varios nichos de mercado
- No demasiado exigente
- Reserva directa sin intermediarios

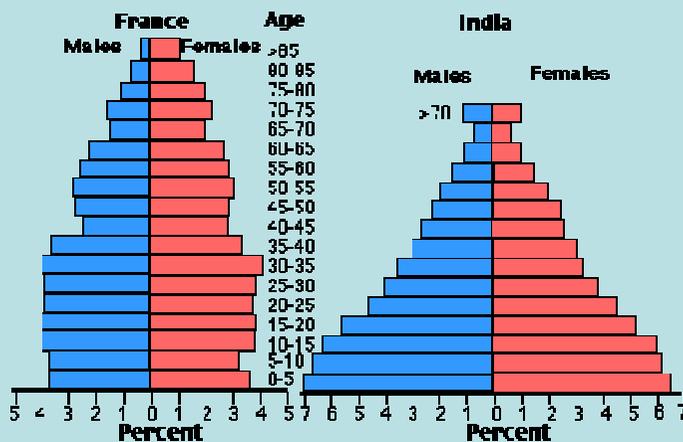
INTERNACIONAL

- Estancia larga, tb fuera de tempodad
- Busca autenticidad Ó
- Intereses temáticos especiales
- Pide nivel medio-alto de instalaciones
- Relación precio-valor
- Repartida a lo largo del año
- Viajero experimentado
- Dominio de idiomas

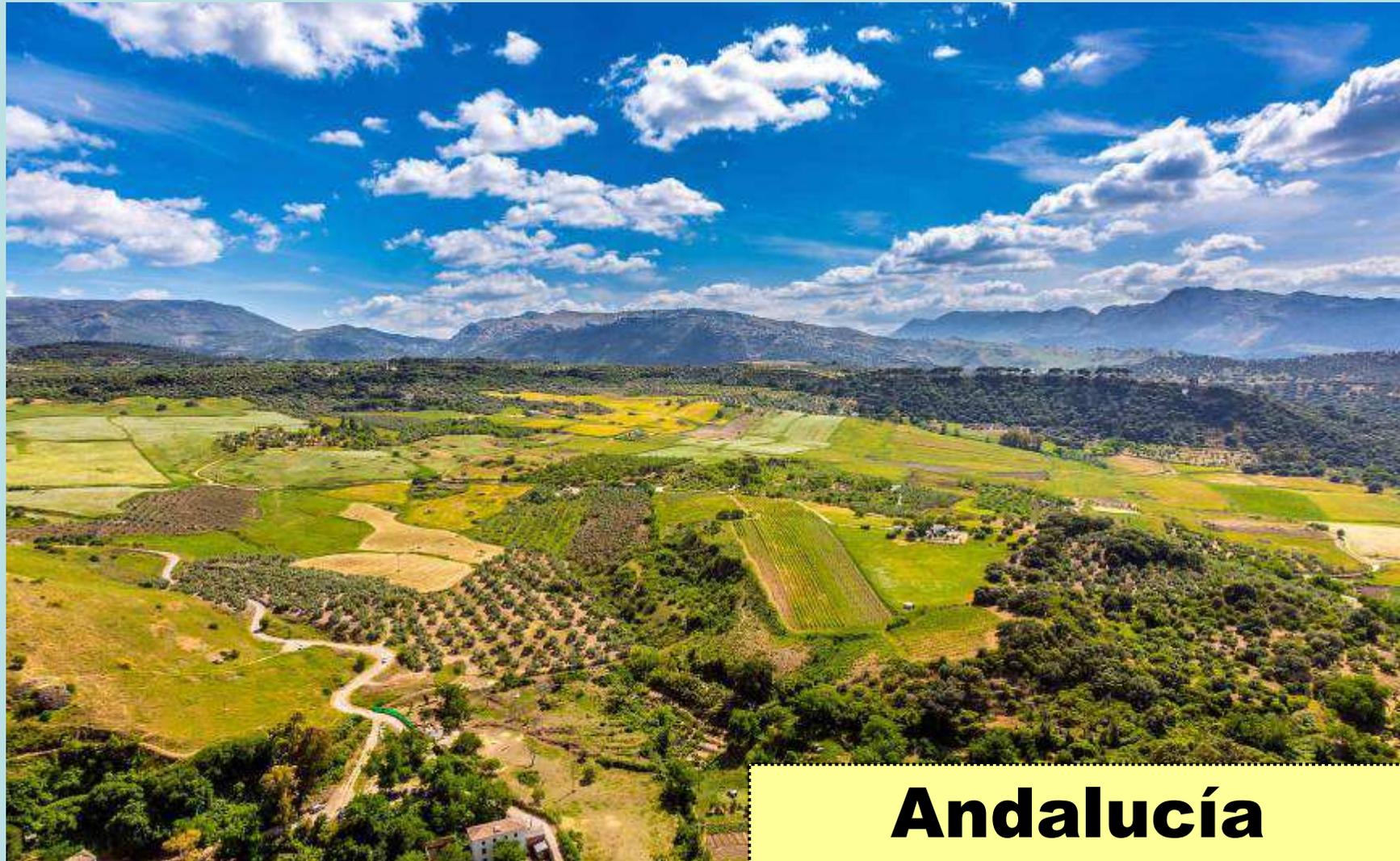


Retos y Oportunidades

- Cambio generacional de propietarios y clientes
- Digitilización de comunicación y canales de venta
- El nuevo producto: definir, crear, y hacer visible
- Todos hacen lo mismo – “inventar la rueda de nuevo”



- Valores y expectativas en favor
- Nuevos mercados – seniors, naturaleza, demanda mundial “con un toque personal”
- “Slow & Small is beautiful”
- Acceder y usar “Big data”



Andalucía

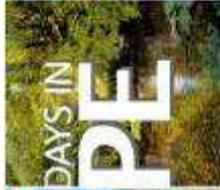


Situación y oportunidades

- Desde “cero” en 1990 hasta 5-6000 unidades en 2017
- Normativa específica desde 2002 (Decreto 20/2002)
- Sin política específica – englobado en “Turismo interior”
- Estacionalidad y concentración en zonas muy concretas

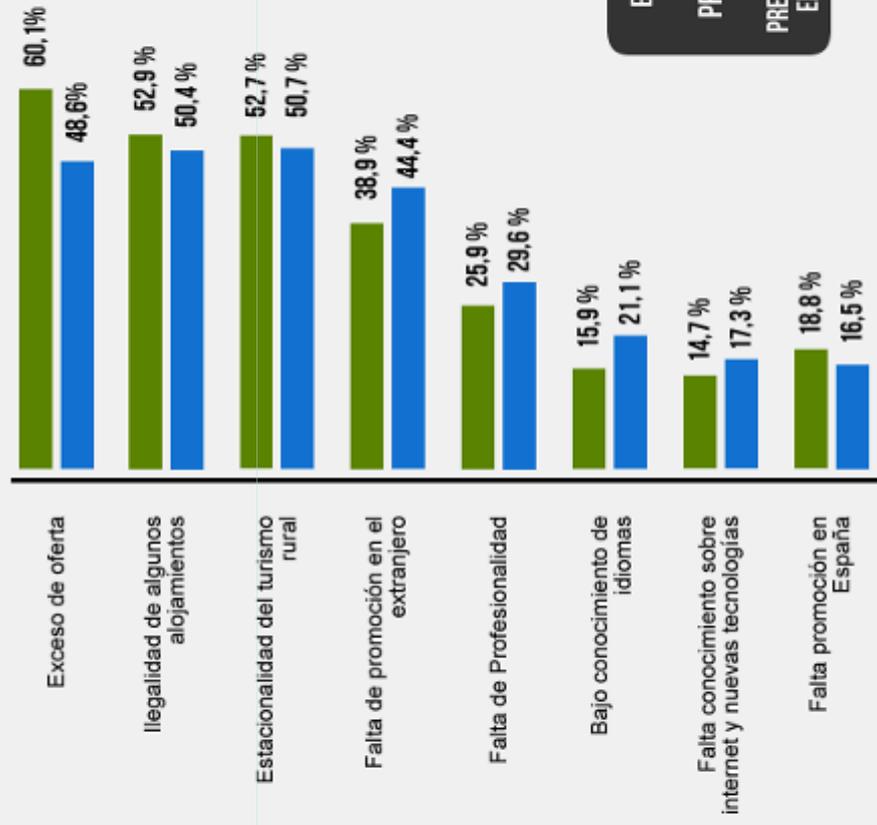


- Destino consolidado y conocido
- Accesibilidad
- Múltiples recursos
- Aprovechamiento de TIC
- ¿Formación? - ¿Gestión de destino?



¿CUÁL CREES QUE ES EL PRINCIPAL PROBLEMA DEL TURISMO RURAL?

ESPAÑA
 ANDALUCÍA



**EN ANDALUCÍA
 LA FALTA DE
 PROMOCIÓN EN EL
 EXTRANJERO
 PREOCUPA MÁS QUE EN
 EL RESTO DEL PAÍS**



Canales de comunicación

Portales

Toprural

EscapadaRural



clubrural

Buscadores



Comunidades y Medios Sociales





Canales de venta

Booking.com



AvaiBook
BOOKING

RuralGEST



Prioridades comunes

Defensa de intereses
Conocimiento
Website



Desarrollo de producto
Marca y criterios
Mercado internacional
Segmentación





Colombia



Cómo lo hacen los demás

Ejemplos del Turismo Rural en

- **Lituania**
- **Austria**
- **Noruega**



Lituania



Lithuanian Countryside Tourism Association

- Alojamiento, gastronomía, y otras actividades turísticas en medio rural
- 380 asociados
- Presupuesto anual: 130.000 EUR
- Personal: 4 + proyectos
- Marketing, desarrollo de producto, formación, web, asesoramiento, gestión de destinos
- Muy dinámico, capaz de involucrar la nueva generación



Francia



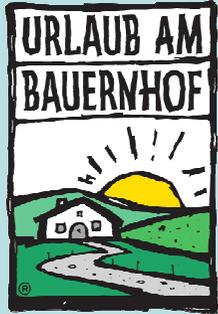
Gîtes de France

And your holidays have another meaning

- Primera organización del sector (desde 1951)
- 47.000 miembros / > 55.000 alojamientos
- Presupuesto anual – n.n.
- Personal: 550 en Francia / oficina central, 12
- Marca y logotipo muy reconocido, fuertemente implantado, comercialización (online booking)
- Solo alojamiento, bajo la filosofía de “compartir vivencias con el anfitrión”



Austria



Urlaub am Bauernhof Austria

Austrian Farm Tourism

- Federación de entidades regionales (desde 1991)
- 2350 asociados
- Presupuesto anual 1.200.000 EUR
- Personal: 5 (oficina central) + oficinas regionales
- Marketing, marca de “AgroTurismo”, internet + channel management, asesoramiento, formación, lobbying
- Solo alojamiento en fincas agrarias en activo, en algunos casos con oferta especial (caballos, vino). Buen funcionamiento e integración en el sistema Austríaco de gestión de destinos



Noruega



HANEN will guide you to the rural pearls of Norway.
Enjoy the genuine experiences, the tasteful food and the great stories

Genuine, authentic and tasteful. Enjoy Norway.

- Alojamiento, comida, y actividades
- 460 asociados
- Presupuesto anual 600.000 EUR
- Personal: 3 + proyectos
- Web y marketing internet para asociados, lobbying, grupos temáticos de trabajo, redes, medios de comunicación
- Combina los tres elementos (alojamiento, comida, actividades) en un producto que se presenta en conjunto.



E-Marketing For Rural Tourism

The E-Kitour platform is a modular online information and training programme. It has been designed to help small and medium rural enterprises to achieve better results through effective online marketing and communication.

[VIEW ALL MODULES](#)



Como contactar con nosotros

- **Oficina**

EuroGîtes
Sagunto, 8-10-3
E – 04004 Almería

- **Email** requests@eurogites.org

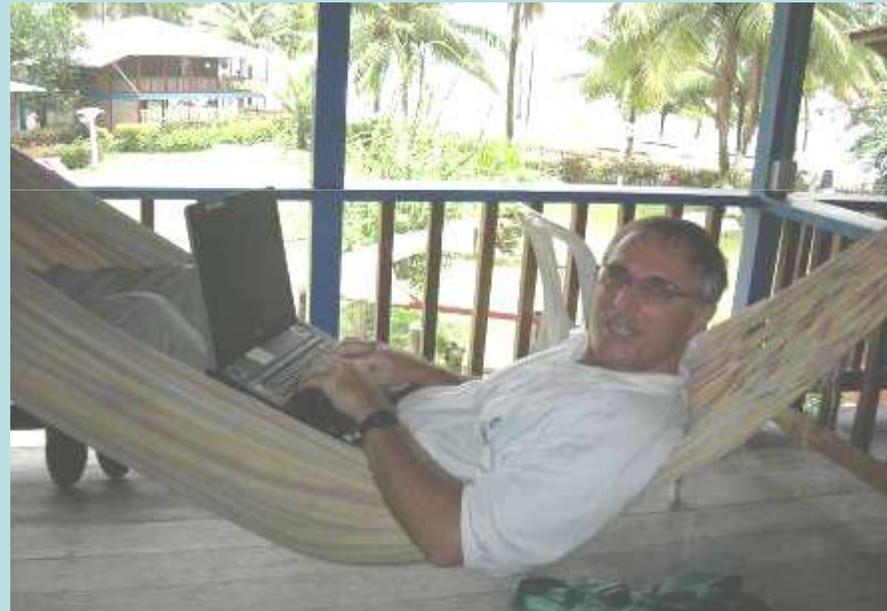
- **WEB** www.eurogites.org

- **Persona de contacto**

Klaus Ehrlich – *General Secretary*
Tfno. +34 656 900 371
Email general.secretary@eurogites.org



i Gracias!



por vuestra atención