

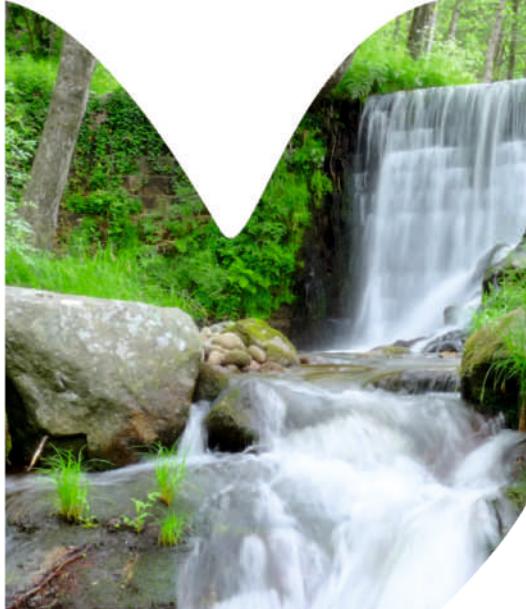
CENTRO
DE ANÁLISIS
E INNOVACIÓN
TURÍSTICA
DE LA PROVINCIA
DE ÁVILA

Boletín Turístico
2-2015

te toca
CULTURA

te toca
**NATURA
LEZA**

te toca
**GASTRO
NOMÍA**



Edita:

Institución Gran Duque de Alba
Paseo Dos de Mayo, nº 8.
CP: 05001
Teléfono: 920 352 126

Diseño y realización:

Oh Publicidad

Depósito Legal:

AV 31-2015

©

Equipo de Investigadores:

F. Javier Melgosa Arcos
Libertad Troitiño Torralba
Alejandro D. Galán Aguado
Marta Nieto García
Eva Lahuerta Otero
Pablo Antonio Muñoz Gallego
Ruth Pindado González

© Institución Gran Duque de Alba

© Área de Turismo de la Diputación Provincial de Ávila

AGRADECIMIENTOS:

A Javier Valenzuela y a Francisco Madrazo de la Fundación Patrimonio Natural por todo el apoyo prestado.

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN	4
2. COYUNTURA TURÍSTICA: Balance del verano 2015. Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.	5
3. LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE ÁVILA A TRAVÉS DE SUS MENSAJES EN INTERNET.	23
4. MÚSICOS EN LA NATURALEZA, UN REVULSIVO TURÍSTICO PARA LA SIERRA DE GREDOS.	39
5. VIÑEDOS, BODEGAS Y EXPERIENCIAS DE ENOTURISMO EN LA PROVINCIA DE ÁVILA.	45
6. NUEVA APLICACIÓN PARA TELÉFONOS MÓVILES DEL ÁREA DE TURISMO DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE LA PROVINCIA DE ÁVILA.	51
7. ENTRA EN VIGOR EL NUEVO DECRETO REGULADOR DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO HOTELERO EN CASTILLA Y LEÓN	54



PRESENTACIÓN

Como Diputado responsable del área de Turismo, es un honor presentar este **Boletín Turístico** porque viene a coincidir con la puesta en marcha de importantes novedades en la política turística provincial que servirán para mejorar la posición de la provincia de Ávila como destino turístico.

La portada “**cultura**”, “**gastronomía**” y “**naturaleza**” recoge los tres pilares fundamentales sobre los que se apoyará la política de comunicación turística en los próximos años.

La Marca “**AVILA TE TOCA**” hace un llamamiento a los sentidos, identificándose cada “gajo del corazón” con cada una de nuestras zonas de interés turístico a promocionar, apostando por el color verde que engloba el Turismo de Naturaleza tan presente en nuestra Provincia.

El primer estudio está referido a la **coyuntura turística de la provincia** en el período estival, que refleja datos positivos, con medias de viajeros en establecimientos de alojamiento de turismo rural superiores a la media nacional y autonómica. Nuestra provincia está muy bien posicionada en el ranking de las diez con mejor trayectoria en la demanda de alojamientos rurales, pero hay que seguir trabajando entre todos para incrementar el número de pernoctaciones y las ocupaciones medias de todos los establecimientos en los próximos años. Desde la Diputación Provincial no se escatimarán esfuerzos.

En el siguiente trabajo, se analiza la **experiencia de los turistas en alojamientos de turismo rural en la provincia de Ávila a través de sus mensajes en internet**. Es evidente que los internautas utilizan las redes para buscar y comparar información sobre distintos elementos de la oferta (alojamientos, restaurantes, etc.) y también, en muchas ocasiones, comentan sus propias experiencias. Estos comentarios, conocidos como boca-oído electrónico, pueden tener relevancia a la hora de elegir un destino por su influencia en otros consumidores.

El tercer capítulo se dedica al análisis del **impacto del festival “Músicos en la naturaleza” en el sector turístico** de la sierra de Gredos, por haber celebrado este año –por todo lo alto- su décima edición, con la presencia del prestigioso músico escocés Mark Knopfler y los españoles Fito&Fitipaldis. El festival se ha convertido en una cita obligada para miles de personas que, año tras año, llenan todos los alojamientos y todos los restaurantes, lo que supone una importante inyección económica para toda la zona (más de 1 millón de euros). Pero además de los impactos directos, que van mucho más allá del sector turístico, el festival se ha convertido en un importante medio para la promoción nacional e internacional de Gredos.

El cuarto capítulo aborda las **experiencias de enoturismo en la provincia de Ávila**, como producto que viene a completar la oferta para un segmento que, cada vez, tiene más adeptos. No son muchas ni muy grandes las bodegas abulenses, pero en los últimos años han surgido iniciativas en las comarcas de Alberche-Pinares, Valle del Tiétar y La Moraña que tratan de abrirse un hueco en este ámbito. La cultura del vino se ha convertido en un elemento diferenciador en muchos territorios y su capacidad temática es enorme por ser un elemento que trasciende a los productores y aglutina a muchos servicios (naturales, culturales, folclóricos, turísticos, etc.). El turismo del vino debe servir como instrumento que sirva para propiciar la aparición de nuevos emprendedores.

En el apartado de **promoción turística** se incluye una referencia a la **nueva APP Turística** que hemos promovido desde el Área de Turismo de la Diputación Provincial. Con la llegada de los smartphones, las tabletas o las wearables tecnologías se puede afirmar con rotundidad que las nuevas tecnologías se han puesto definitivamente al servicio del turista (SEGITUR-APP Turísticas 2015).

Con esta iniciativa queremos llegar a ese nuevo **turista digital**, hiperconectado y multicanal, acostumbrado a usar sus dispositivos móviles y aplicaciones para descubrir un destino.

Por último, quiero agradecer al equipo multidisciplinar de profesionales de la Universidad de Salamanca y de la Institución Gran Duque de Alba el esfuerzo realizado.

Rafael Pérez Nieto

Diputado Provincial responsable del Área de Turismo, Asuntos Europeos y Energía.
Diputación Provincial de Ávila

2

COYUNTURA TURÍSTICA: Balance del verano 2015.

Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.





COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

1.- Turismo de la provincia de Ávila: una apuesta por la diversificación

Desde el inicio de 2015 los datos turísticos nos venían anunciando que se iba a tratar de un buen año. En el anterior boletín ya se puso de manifiesto que la "Provincia de Ávila" está consolidándose como un destino de naturaleza y rural de referencia a nivel nacional. Este balance favorable tiene que suponer un insuflo de optimismo, tras los malos años vividos como consecuencia de la crisis, aunque no por ello, hay que caer en el conformismo. Hay que seguir trabajando y continuar apostando por impulsar y ensalzar los valores materiales e inmateriales existentes en nuestra provincia. Pero para ello, los agentes implicados, sean públicos o privados, requieren dotarse de herramientas de planificación, gestión y conocimiento, que contribuyan a generar un destino sostenible de calidad, dónde los productos y servicios que lo sustentan, cumplan también con estos estándares.

El sector turístico es un ámbito muy competitivo, de ahí, que haya que seguir en la dirección que desde la Diputación de Ávila se viene trazando. Sin lugar a dudas, se debe prestar atención a los recursos que hoy en día ya funcionan como reclamos o atractivos en la provincia, pero también hay que trabajar por la puesta en valor de nuevos elementos que ayuden a diversificar la oferta, y contribuyan a diferenciar el destino "Provincia de Ávila" de sus competidores más directos. Contar con más activos no solo supondrá ofrecer un mayor volumen de oferta al visitante, sino que favorecerá el dinamismo turístico del territorio, evitando así caer en una etapa de agotamiento o estancamiento.

Ahondar en el conocimiento turístico de la realidad provincial resulta clave para prever y anticiparse a cualquier inconveniente, así como para identificar las oportunidades y aprovechar las fortalezas que brinda el territorio y patrimonio abulense.

Desde el CAIT seguimos poniendo de manifiesto la importancia de manejar fuentes cuantitativas y cualitativas en el análisis turístico provincial, ya que nos ayuda a profundizar en la dinámica turística, identificando aspectos positivos y negativos tanto de la oferta como de la demanda, y dando claves para la planificación y gestión de nuestro territorio como destino turístico.

2.- Una amplia y diversificada oferta complementaria

Oferta hotelera

La provincia de Ávila cuenta con una heterogénea oferta de alojamiento distribuida en diversas fórmulas, lo cual favorece la acogida de perfiles diferenciados de visitantes. Atendiendo a la fórmula clásica de hoteles, hostales y pensiones, la provincia cuenta con 145 establecimientos¹, y una capacidad de alojamiento de 5.648 plazas. En la capital y pedanías, se localizan 47 negocios, el 32,41% de la provincia, y los 99 restantes, el 67,59%, que se hallan distribuidos en 50 municipios. Solo la capital oferta el 49,06% de las plazas (2.771), mientras que en el resto de la provincia se ofrecen 2.877 plazas, es decir, el 50,94% provincial.

¹ El Listado de actividades turísticas de la Dirección General de Turismo, contabiliza 145, con y sin promoción, de los cuales, 10, permanecen cerrados o de baja temporal. Tres de ellos en Ávila Capital (1 Hotel, 1 Hostal Residencia, y 1 Pensión); y 7 en municipios de la provincia (3 Hoteles, 1 Hostales y 3 Pensiones).



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva
dinámica turística.

Tabla I : Distribución de los establecimientos hoteleros en la provincia de Ávila. 2015

	Categoría (*)	TOTAL PROVINCIA		ÁVILA CAPITAL		MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA	
		Establ.	Plazas	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas
H	5	1	36			1	36
	4	11	1.277	8	1157	3	120
	3	13	925	4	365	9	560
	2	12	788	3	171	9	617
	1	2	79	1	29	1	50
HA	1	1	28			1	28
HR	4	1	114	1	114		
	3	3	194	3	194		
	2	7	214	6	158	1	56
HS	3	1	19			1	19
	2	26	726	9	247	17	479
	1	24	461	1	24	23	437
HSR	2	12	242	6	153	6	89
	1	17	363	4	140	13	223
P	1	14	182	1	19	13	163
		145	5.648	47	2.771	98	2.877

Fuente: Dirección General de Turismo. Consejería de Cultura y Turismo. Junta de Castilla y León. Septiembre 2015.
Elaboración CAIT.

Prestando atención a las categorías de la infraestructura de alojamiento hotelero, observamos cómo predominan los establecimientos hoteleros de 1 estrella, hostales y pensiones, en lo que a establecimientos y plazas respecta. De hecho, de los 98 establecimientos existentes, el 86,73% responde a estas características, el 19,18%, se identifica con categorías medias, y tan solo el 4,7%, representa los establecimientos de 4 y 5 estrellas. En cuanto a las plazas,² nos encontramos una realidad similar, de las 2.877, casi tres cuartas partes se distribuyen entre hoteles y hostales de 2 y 1 estrella y pensiones, frente al 25% de las plazas en hoteles de categorías medias (19,46%) y superiores (éstas últimas apenas asumen el 5,42%).

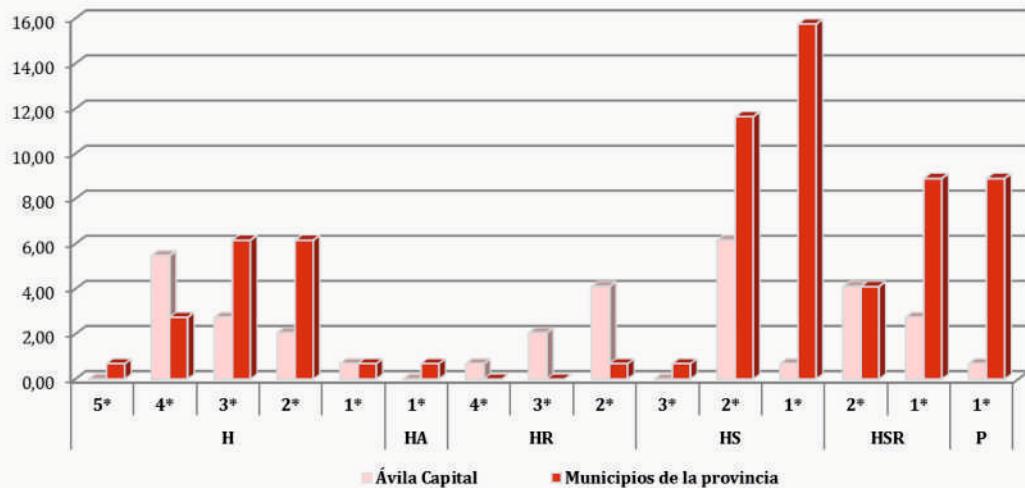
²Hay que tener en cuenta que único establecimiento de 5* existente en la provincia, localizado en Bohoyo, se encuentra cerrado.



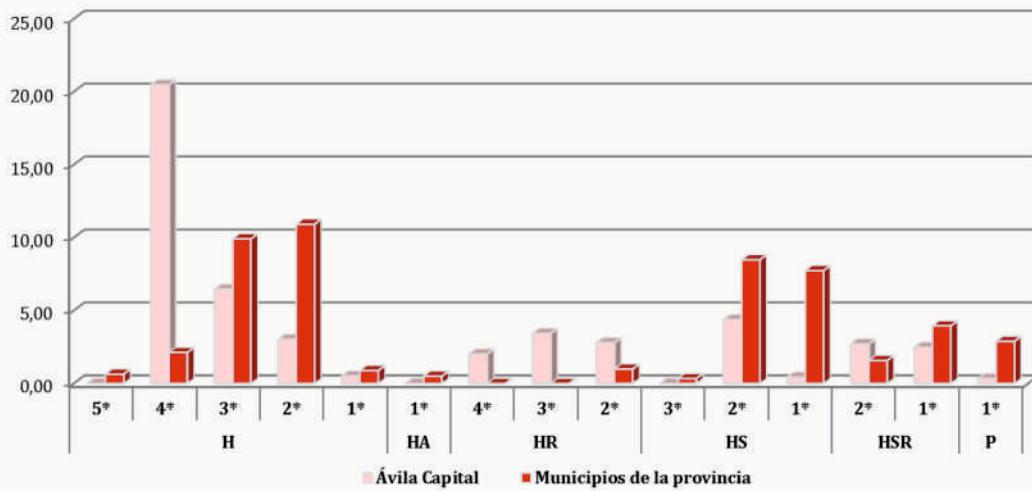
COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva
dinámica turística.

Distribución de los establecimientos hoteleros por categorías. Septiembre (%). 2015



Distribución de las plazas en establecimientos hoteleros por categorías. Septiembre (%). 2015



La oferta hotelera es considerable en la provincia, sin embargo, no es la fórmula más demandada por los turistas que eligen los municipios de nuestra provincia para pasar unos días. No así por aquellos que deciden visitar un destino más urbano, de dominante patrimonial, como es el caso de Ávila capital. Los visitantes que vienen atraídos por la naturaleza se decantan por alojamientos de turismo rural, que permiten ritmos de viaje y organización más dinámicos.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Oferta alojamiento turismo rural

Uno de los pasos iniciales en el proceso de conversión de un territorio en espacio/destino turístico es la existencia de una infraestructura de acogida, capaz de albergar a perfiles heterogéneos de visitantes, por tanto, en el desarrollo del sector turístico rural y de naturaleza local, es clave el sector del alojamiento, si bien es cierto que no es la única pieza sobre la que debe vertebrarse el "Destino Ávila".

Cerrando la temporada estival (septiembre), en Ávila se contabilizan 972 establecimientos distribuidos en: 69 Casas Rurales (CR), 815 Casas Rurales de Alquiler (CRA), 17 Casas Rurales de Alquiler Compartido (CRAC), 44 Hoteles Rurales (HTR), 27 Posadas (PO). El volumen de plazas también es significativo, 6.874. Las Casas Rurales de Alquiler es la tipología predominante, de hecho, del total de la oferta agrupan el casi el 84%, y representan el 70% de las plazas provinciales existentes.³

Tabla 3: Establecimientos de alojamientos de turismo rural por tipologías. Provincia de Ávila. 2015

	Nº Establecimientos	%	Nº Plazas	%
CR	69	7,10	489	7,11
CRA	815	83,85	4.817	70,08
CRAC	17	1,75	145	2,11
HTR	44	4,53	947	13,78
PO	27	2,78	476	6,92
Total	972	100	6.874	100,00

Fuente: Dirección General de Turismo. Consejería de Cultura y Turismo. Junta de Castilla y León. Septiembre 2015.
Elaboración CAIT.

Prueba de la importancia que ha adquirido el sector turístico en nuestra provincia es que, de los 248 municipios que la conforman, en 216 hay establecimientos de alojamiento rural. Si prestamos atención al grado de especialización turística de nuestras comarcas, observamos cómo el Valle del Tormes y Sierra de Gredos, y el Valle del Alberche y Tierra de Pinares, agrupan casi el 50% de los establecimientos abulenses (271 y 205 respectivamente), y del orden del 43% de las plazas ofertadas (1.569 y 1.399 en cada caso). El Valle del Tiétar y el Valle del Ambroz y Sierra de Ávila, también presentan una infraestructura de acogida bastante considerable; de hecho, en lo que respecta a plazas ofertadas, la zona del Tiétar-Vertiente Sur de Gredos es la que concentra un mayor volumen, con más de 1.760, que representan casi el 26% provincial.

³ De los cuales 37 se hallaban cerrados, o en baja/cese temporal. Por tanto, la oferta de establecimientos real era de 935.



COYUNTURA TURÍSTICA:

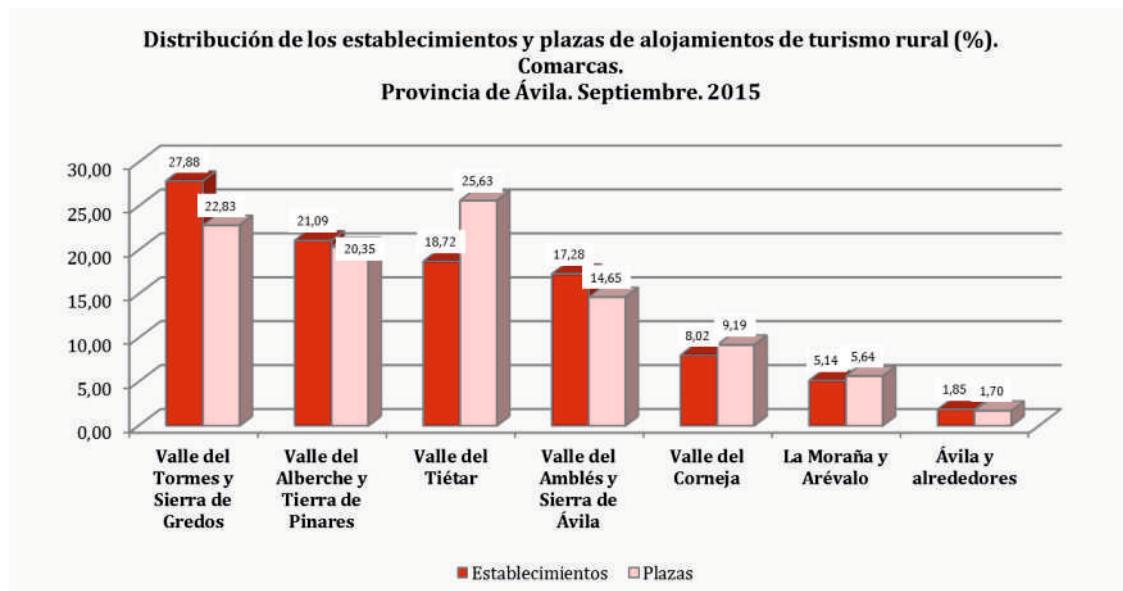
Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Tabla 4: Establecimientos de alojamientos de turismo rural por comarcas. Provincia de Ávila. 2015

	Total Establecimientos	%	Total Plazas	%
Valle del Tormes y Sierra de Gredos	271	27,88	1.569	22,83
Valle del Alberche y Tierra de Pinares	205	21,09	1.399	20,35
Valle del Tiétar	182	18,72	1.762	25,63
Valle del Amblés y Sierra de Ávila	168	17,28	1.007	14,65
Valle del Corneja	78	8,02	632	9,19
La Moraña y Arévalo	50	5,14	388	5,64
Ávila y alrededores	18	1,85	117	1,70
Total	972	100,00	6.874	100,00

Fuente: Dirección General de Turismo. Consejería de Cultura y Turismo. Junta de Castilla y León. Septiembre 2015.
Elaboración CAIT.

Los municipios del Valle del Corneja, o de la zona de la Moraña- Arévalo, o de los alrededores de Ávila, presentan una oferta más discreta, aunque no por ello menos importante. De hecho, la actividad turística se postula como agente dinamizador de las comunidades locales, así como un mecanismo de reacción para la recuperación y puesta en valor de recursos culturales y naturales que evidencian ciertos signos de deterioro o abandono, y que, el convertirse en atractivos turísticos, supone su recuperación, rehabilitación y revitalización.





COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Número de establecimientos por municipios

En cuanto a la distribución por municipios nos encontramos aquellos que tienen **más de 40 establecimientos**, como es el caso de El Barraco (62)⁴, Hoyos del Espino (50) y Navarredonda de Gredos (44); **entre 40 y 30 alojamientos**, Navalengua (38) y Candeleda (36); **entre los 30 y 10**, el número de representatividad de municipios es mayor, pues son 13 los que conforman este grupo, Burgohondo (27), Arenas de San Pedro (20), Umbrías (19), Cardeñosa (14), La Horcajada (13), Piedrahita (13), Piedralaves (12), San Martín de la Vega (12), y por último, Guisando, Navalonguilla, Pajares de Adaja y Robledillo (11 respectivamente); el siguiente nivel lo estimamos **entre los 10 y 5 alojamientos**, donde nos encontramos por ejemplo, los municipios de El Arenal y Pedro Bernardo en el Valle del Tiétar o Navacepeda de Tormes en la comarca del Valle del Tormes-Sierra de Gredos con 9; Solosancho y Mingorría en el Valle de Amblés y Sierra de Ávila, con 8, al igual que Villanueva de Ávila, en el Valle del Alberche y Tierra de Pinares, y en el Valle del Corneja, Bonilla de la Sierra y Tórtoles con 7. Más numeroso es el conjunto de municipios que tiene **menos de 5 alojamientos**, 151 localidades se inscribirían en este grupo, Hoyorredondo (4), Tormellas (4), Gavilanes (3), Madrigal de las Altas Torres (3), Berrocalejo de Aragona (2), o Blascosancho (1)

Tabla 5: Municipios con más de 10 de establecimientos de alojamiento rural. Provincia de Ávila. 2015

LOCALIDAD	Nº ESTABLECIMIENTOS
EL BARRACO	62
HOYOS DEL ESPINO	50
NAVAREDONDA DE GREDOS	44
NAVALUENGA	38
CANDELEDA	36
BURGOHONDO	27
ARENAS DE SAN PEDRO	20
UMBRIAS	19
CARDEÑOSA	14
LA HORCAJADA	13
PIEDRAHITA	13
PIEDRALAVES	12
SAN MARTIN DE LA VEGA	12
GUISEND	11
NAVALONGUILA	11
PAJARES DE ADAJA	11
ROBLEDILLO	11

Fuente: Dirección General de Turismo. Consejería de Cultura y Turismo. Junta de Castilla y León. Septiembre 2015.
Elaboración CAIT.

⁴ Tengase en cuenta que el Núcleo de Turismo Rural Valle de Iruelas se encuentra en el término municipal de El Barraco



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Número de plazas por municipios

La realidad provincial nos muestra cómo un 34,5% de las plazas totales se concentran en tan solo 11 municipios. Considerando unos umbrales con **más de 300 plazas**, únicamente se sitúan 4 localidades, Hoyos del Espino (325), Candeleda (320), El Barraco (308) y Navalenga (304). **Entre 300 y 100**, hay 6, Navarredonda de Gredos (286), Burgohondo (241), Arenas de San Pedro (218), Piedralaves (147), El Arenal (104) y Piedrahita (104). En el siguiente nivel se sitúan los 21 municipios que ofertan **entre las 100 y 50 plazas**, como Guisando (92), Solosancho (85), Villatoro (74), Peguerinos (61), Navacepedilla de Corneja (68), San Martín de la Vega del Alberche (56) o Mombeltrán (53). A continuación, son 37 municipios los que disponen **entre 50 y 25 plazas**, como es el caso de El Hornillo (43), Hoyo de Pinares (39), Mingorría (36), San Martín del Pimpollar (33), Arévalo (31), Fontiveros (27) o San Bartolomé de Corneja. Finalmente, los municipios con **menos de 25 plazas**, Navalperal de Pinares (16), Navadijos (14), Ortigosa de Tormes (12), Langa (6) o Narros de Saldueña.

Distribución de las plazas en los municipios de la provincia de Ávila (%).
Septiembre. 2105

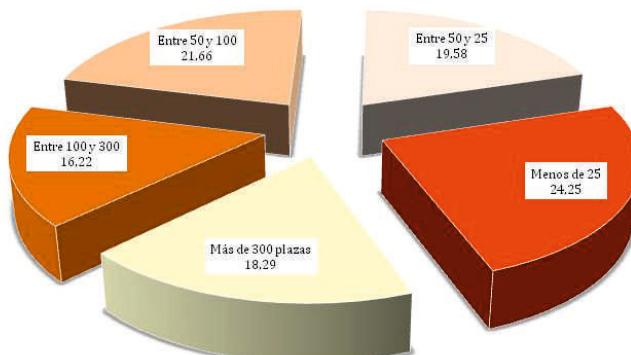


Tabla 6: Municipios con más de 100 plazas en establecimientos de alojamiento rural. Provincia de Ávila. 2015

LOCALIDAD	PLAZAS
HOYOS DEL ESPINO	325
CANDELEDA	320
EL BARRACO	308
NAVALENGA	304
NAVARREDONDA DE GREDOS	286
BURGOHONDO	241
ARENAS DE SAN PEDRO	218
PIEDRALAVES	147
EL ARENAL	119
PIEDRAHITA	104

Fuente: Dirección General de Turismo. Consejería de Cultura y Turismo. Junta de Castilla y León. Septiembre 2015.
Elaboración CAIT.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Otra oferta de acogida

Además de estas fórmulas de alojamiento ya consolidadas en nuestra provincia, la oferta se complementa con la correspondiente a 155 apartamentos abiertos (1.907 plazas), 14 campings (6.933 plazas) y 14 albergues (776).

Por tanto la provincia cuenta con una oferta de alojamiento bastante considerable, estamos hablando de un universo del orden de los 1.300 establecimientos, entre diferentes tipologías y categorías, y de más de 22.100 plazas. Sin duda, el dato cuantitativo es importante, pero más relevancia adquiere, desde el punto de vista analítico del destino turístico "PROVINCIA DE ÁVILA", la variable cualitativa vinculada a la heterogeneidad de la oferta. La disponibilidad de diversas tipologías contribuye a atraer a un amplio abanico de visitantes, pues el territorio abulense posee establecimientos que responden a las diversas características socioeconómicas del viajero, a los hábitos de viajes, a sus diferentes pautas de consumo, así como a las múltiples motivaciones.

Un sector de la restauración potente y diversificada

Como hemos señalado en boletines anteriores, otra de las señas de identidad de la provincia, además de su riqueza monumental, etnográfica, natural y paisajística, es su gastronomía. No podemos olvidar que una de las marcas culinarias abulenses por excelencia es el "chuletón de raza avileña", una carne de calidad que por sí sola, actúa de reclamo para el visitante.

El sector de la restauración es un pilar clave en las economías locales dentro del complejo sistema turístico territorial. Teniendo en cuenta el protagonismo que ha adquirido en nuestro país, y en Castilla y León, el denominado turismo gastronómico, los empresarios de nuestra provincia podrían aprovechar dicha coyuntura. De hecho, tal y como apunta el Plan Estratégico de Turismo Gastronómico de Castilla y León. 2013-2015: "Esta modalidad turística contribuye a revalorizar tradiciones culinarias, pues permite utilizar productos de origen local. Y, además, favorece el desarrollo de los sectores primario y secundario (que en nuestra provincia presentan ciertos signos de abandono y decadencia). En definitiva, el turismo gastronómico contribuye de manera señalada a:

- Diversificar la oferta turística, potenciando la recepción de turismo de calidad.
- Desestacionalizar la demanda, fijando el turismo nacional y buscando incrementar el internacional.
- Aumentar el prestigio de la gastronomía, fidelizando al visitante hacia los productos locales.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.



Fuente: Plan Estratégico de Turismo Gastronómico de Castilla y León. 2013-2015

Señala este documento que el visitante que consume territorio, motivado por la gastronomía del lugar, prefiere viajar acompañado, busca destinos singulares, ansía tener una vivencia/experiencia turística auténtica, desea estar en contacto con lo local, así como disfrutar de espacios con identidad bien definida. En realidad, estos rasgos asociados al turismo gastronómico se podrían perfectamente extrapolar a la tipología de visitantes que demanda nuestra provincia.

El viajero que llega a un destino valora la existencia de productos autóctonos y aprecia su protección y reconocimiento. En este sentido, empresarios de establecimientos de restauración abulenses podrían aprovechar para integrar los productos de temporada en su recetas y menús, favoreciendo la puesta en valor de ese producto, el reconocimiento de su calidad, y la recuperación de actividades tradicionales vinculadas al cultivo o cuidado de estos alimentos. Por ejemplo, en el período estival, objeto de análisis del presente boletín, habría que hacer una mención especial a la cereza. Mientras que el territorio próximo (a la vez que competidor) del Valle del Jerte tiene en esta fruta una seña de identidad convertida en marca ya consolidada, la cereza abulense no tiene ese reconocimiento, y quizás, su introducción en el ámbito gastronómico sería una vía positiva hacia su posicionamiento en el mercado no solo agroalimentario, sino también turístico, porque se asociaría con el territorio de procedencia.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.



Fuente: Plan Estratégico de Turismo Gastronómico de Castilla y León. 2013-2015.

Al igual que ocurre con el sector hotelero, el de la restauración no solo es cuestión de volumen, es indudable que la cantidad de establecimientos y plazas existentes es importante, pero es clave la calidad y la profesionalidad de todos los servicios y productos que se ofrecen. Además hay que tener en cuenta que existe una relación directamente proporcional al destino turístico, es decir, una mala experiencia en un restaurante, bar, cafetería o alojamiento condiciona la repetición de la visita al destino, así como la recomendación a potenciales visitantes. Por tanto, estos aspectos deben ser tenidos en cuenta para lograr el éxito no solo del establecimiento, sino también del destino.

Durante la temporada estival en la provincia había abiertos 541 establecimientos de restauración, que ofertaban del orden de las 53.234 plazas. Respecto a la distribución de la oferta, cabe señalar que en Ávila capital y sus pedanías se concentran 142 establecimientos (restaurantes, cafeterías, bares) que ofertan 17.458 plazas. En el resto de municipios de la provincia se localizan 399 negocios de restauración que disponen de 35.776 plazas.

Tabla 7: Distribución de los establecimientos de restauración y plazas por categorías. Provincia de Ávila. 2015

Categorías	Ávila Capital		Municipios provincia		Total Provincia	
	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas	Establ.	Plazas
1 tenedor	81	5.875	266	17.106	347	22.981
2 tenedores	52	8.204	115	14.775	167	22.979
3 tenedores	8	2.433	14	2.361	22	4.794
4 tenedores	1	946	4	1.534	5	2.480
Total	142	17.458	399	35.776	541	53.234

Fuente: Dirección General de Turismo. Consejería de Cultura y Turismo. Junta de Castilla y León. Septiembre 2015. Elaboración CAIT.

En suma, el sector de la restauración y alojamiento tiene que seguir trabajando por la calidad y diversificación del producto, así como continuar apostando por la cualificación y profesionalización. Todo ello, unido a la valía de las materias primas y del patrimonio tanto cultural, como natural, contribuirá a impulsar turísticamente nuestra provincia y a diferenciarla de destinos competidores.



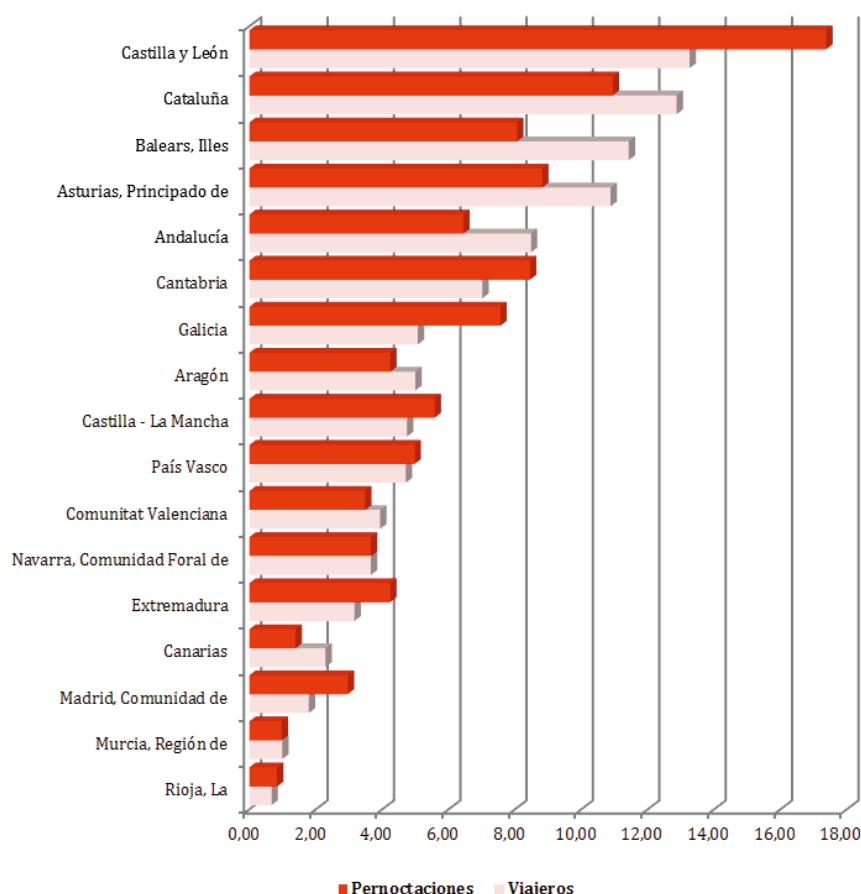
COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

3.- Turismo rural y de naturaleza: una opción turística que va consolidándose entre el visitante nacional

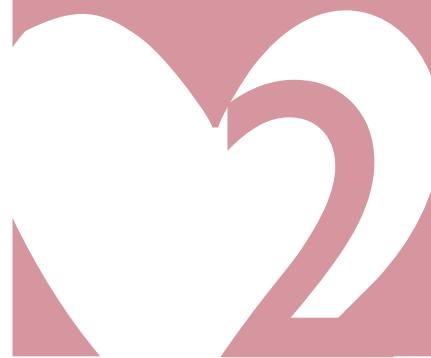
Castilla y León continúa siendo un destino turístico de interior de referencia a nivel nacional. En lo que a turismo rural respecta, durante la temporada turística estival,⁵ ha sido la comunidad autónoma que más llegadas de viajeros a alojamientos rurales ha registrado, 245.515, que representan el 17,38% nacional, y en la que más pernoctaciones se han realizado, 592.066, que suponen el 13,27% nacional (EOATR. INE, 2015).

Distribución de las llegadas de viajeros y pernoctaciones a nivel nacional (%) Junio-Julio-Septiembre-Agosto. 2015



Considerando los datos de la Encuesta de Ocupación hotelera, hay que decir que nuestra Autonomía es la octava comunidad en cuanto a las llegadas de viajeros, 1.948.016, y pernoctaciones efectuadas, 3.105.580. Sin embargo, es el segundo destino de interior del país, tan solo por detrás de la Comunidad de Madrid.

⁵ La temporada turística estival comprende los meses de junio, julio, agosto y septiembre.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Tabla 8: Distribución de llegadas de viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. EOH. Junio-Julio-Agosto-Septiembre. 2015.

	CC.AA.	VIAJEROS		CC.AA	pernoctacion es
1º	Cataluña	8.117.823	1º	Balears, Illes	37.760.584
2º	Andalucía	7.281.820	2º	Cataluña	27.856.548
3º	Balears, Illes	5.850.944	3º	Andalucía	23.814.578
4º	Madrid, Comunidad de	3.831.577	4º	Canarias	22.633.863
5º	Comunitat Valenciana	3.380.507	5º	Comunitat Valenciana	12.638.744
6º	Canarias	2.991.433	6º	Madrid, Comunidad de	7.446.133
7º	Galicia	2.153.271	7º	Galicia	4.199.681
8º	Castilla y León	1.948.016	8º	Castilla y León	3.105.580
9º	País Vasco	1.150.625	9º	País Vasco	2.319.722
10º	Aragón	967.571	10º	Aragón	1.865.084
11º	Asturias, Principado de	866.437	11º	Asturias, Principado de	1.860.367
12º	Castilla - La Mancha	727.504	12º	Cantabria	1.480.720
13º	Cantabria	589.568	13º	Murcia, Región de	1.259.063
14º	Extremadura	510.071	14º	Castilla - La Mancha	1.215.482
15º	Murcia, Región de	450.214	15º	Extremadura	846.096
16º	Navarra, Comunidad Foral de	412.593	16º	Navarra, Comunidad Foral de	759.523
17º	26 Rioja, La	242.173	17º	Rioja, La	410.948
18º	Ceuta	32.152	18º	Ceuta	65.299
19º	Melilla	20.589	19º	Melilla	52.381
	Total Nacional	41.524.888		Total Nacional	151.590.392

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera. Junio-Septiembre, 2015. Elaboración CAIT.

La situación favorable a nivel autonómico es trasladable a nuestra provincia. Si consideramos el período estival comprendido entre junio-julio-agosto y septiembre, comprobamos, cómo Ávila, mantiene un paso firme en el proceso de consolidación como territorio turístico de interior a nivel nacional. Especialmente reseñable, como veremos a continuación, es la realidad vinculada al turismo rural y naturaleza, donde nuestra provincia, en lo que llevamos de año, no ha abandonado el ranking entre los 10 mejores destinos.

Tabla 9: Las 10 provincias con mayor número de llegadas de viajeros y pernoctaciones en alojamientos rurales. EOH. Junio-Julio-Agosto-Septiembre. 2015.

		2015	2014	Var. 14-15 (%)
1º	Asturias	125.588	120.883	3,89
2º	Cantabria	120.426	100.739	19,54
3º	Balears, Illes	114.788	99.120	15,81
4º	Girona	72.010	64.067	12,40
5º	Navarra	52.076	43.568	19,53
6º	Cáceres	49.942	44.363	12,58
7º	Coruña, A	44.388	35.939	23,51
8º	Madrid	42.135	46.828	-10,02
9º	Ávila	41.228	38.875	6,05
10º	Barcelona	40.818	35.443	15,17

Fuente: Encuesta de Ocupación Alojamiento Turismo Rural. Junio-Septiembre, 2015. Elaboración CAIT.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

La temporada turística estival ha arrojado resultados favorables aunque algo más contenidos que los que veníamos observando desde el inicio de 2015. Destaca especialmente el mes de agosto. Donde al visitante de repetición, fiel a las tierras abulenses, habitualmente de proximidad, se le suman visitantes de primera visita, procedentes de provincias más lejanas, que aprovechan la mayor disponibilidad temporal para elegir destinos vacacionales más distantes de su lugar habitual de residencia.

Cierto estancamiento del viajero nacional en el período estival y mejora del volumen de viajeros internacionales

Ávila, desde enero hasta septiembre lleva un acumulado de 84.575 llegadas de viajeros, de las cuales 41.228 se realizaron durante los meses de junio, julio, agosto y septiembre, lo que representa el 49% anual. En términos generales, la dinámica turística en el período estival se mantiene positiva respecto a 2014, creciendo un 6,05%. Esto se ha debido fundamentalmente a los buenos resultados asociados a los viajeros internacionales, pues en estos meses mejoraron los registros del orden del 35% en relación a la anualidad anterior. Esta circunstancia en cierta manera salva el estancamiento que en este período se produjo de las llegadas de viajeros nacionales.

Tabla 10: Temporada turística estival. Provincia de Ávila. Llegadas de viajeros a alojamientos de turismo rural. EOATR. Junio-Julio-Agosto-Septiembre. 2015.

	2014			2015			Var. Interanual. 14-15 (%)		
	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total
Junio	8.574	315	8.889	8.839	371	9.210	3,09	17,78	3,61
Julio	10.426	421	10.847	10.753	269	11.022	3,14	-36,10	1,61
Agosto	10.991	380	11.371	12.424	606	13.030	13,04	59,47	14,59
Septiembre	7.562	206	7.768	7.427	539	7.966	-1,79	161,65	2,55
Total	39.567	1.322	38.875	41.458	1.785	41.228	4,78	35,02	6,05

Fuente: Encuesta de Ocupación Alojamiento Turismo Rural. Junio-Septiembre, 2015. Elaboración CAIT.

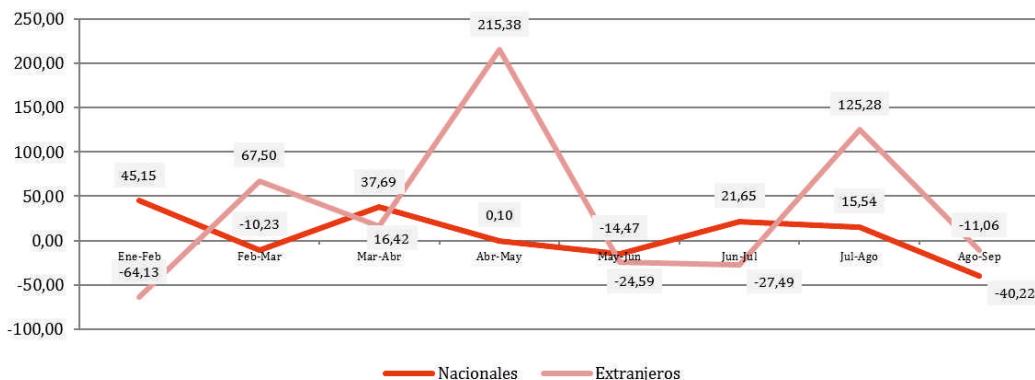
Es evidente que los visitantes internacionales en nuestra provincia son minoritarios, pero los esfuerzos que se vienen haciendo para atraer un mayor flujo, poco a poco, están teniendo ciertos frutos.



COYUNTURA TURÍSTICA:

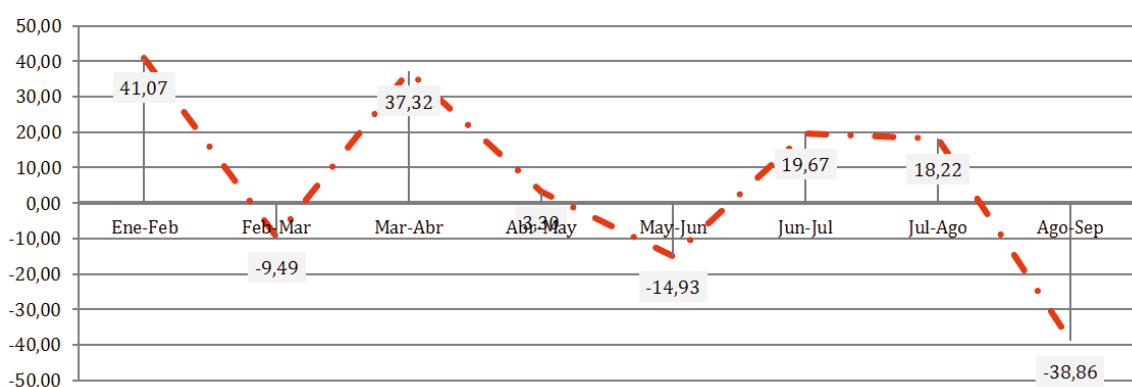
Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Provincia de Ávila. Dinámica turística de las llegadas de viajeros por procedencias a establecimientos de alojamiento de turismo rural (%). Enero-septiembre. 2015



Prestando atención a la dinámica mensual, destacan fundamentalmente los datos obtenidos en julio y, especialmente, en agosto, mes vacacional en España por excelencia, mientras que los valores de junio y septiembre, aún siendo relevantes, son más discretos. En julio, tras el "freno" que se produjo en junio, volvieron a mejorarse las cifras y se superaron las 11.000 llegadas. Valor que se mejoró en agosto, registrándose en lo que llevamos de 2015 el máximo anual, alcanzando las 13.030 llegadas de viajeros, que representaban el 17% anual. Se produjo así, respecto a julio, un incremento del 18,22%. El cierre de la campaña estival arroja datos menos favorables, y las llegadas en septiembre se redujeron respecto a agosto casi un 39%.

Provincia de Ávila. Dinámica turística de la llegada de viajeros a establecimientos de alojamiento de turismo rural (%). Enero-Septiembre. 2015



El verano es una época benigna en términos generales para los diferentes lugares de la geografía española, sin embargo, para los destinos de interior supone un cierto hándicap. Dos razones pueden dar explicación a esta realidad:

1º. Los destinos rurales de interior no son prioritarios en la elección como destinos vacacionales de larga duración.

2º. Los visitantes nacionales de proximidad (mayoritarios en nuestra provincia), en las vacaciones estivales, demandan destinos más lejanos, de ahí que el ritmo de crecimiento sea más contenido, pues los nacionales que recibimos en este periodo son de CCAA más distantes, y la proporción y facilidad de desplazamiento es inferior a la que poseen, por ejemplo, los procedentes de la Comunidad de Madrid.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Ralentización en el período estival de las pernoctaciones debido al freno de las efectuadas por el viajero nacional

A lo largo de estos nueve meses de 2015, los alojamientos de turismo rural han registrado 218.735 pernoctaciones, de las cuales, entre junio y septiembre, se efectuaron 117.340 concentrándose en estos meses el 54% anual.

Tabla 11: Temporada turística estival. Provincia de Ávila. Llegadas de viajeros a alojamientos de turismo rural. EOATR. Junio-Julio-Agosto-Septiembre. 2015.

	2014			2015			Var. Interanual. 14-15 (%)		
	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total	Nac.	Extr.	Total
Enero	10.257	137	10.394	14.637	442	15.079	42,7	222,6	45,1
Febrero	11.575	255	11.830	17.403	168	17.571	50,3	-34,1	48,5
Marzo	12.457	135	12.592	17.403	277	17.680	39,7	105,2	40,4
Abril	26.487	181	26.668	27.510	1164	27.807	3,9	64,1	4,3
Mayo	19.553	500	20.053	22.074	1.184	23.258	12,89	136,8	15,98
Junio	19.039	641	19.680	19.854	538	20.392	4,28	-16,07	3,62
Julio	35.328	2337	37.665	29.438	2.268	31.706	-16,67	-2,95	-15,82
Agosto	42.636	2.306	44.942	42.872	3.021	45.893	0,55	31,01	2,12
Sept.	17.509	448	17.957	17.178	2.171	19.349	-1,89	384,6	7,75
Total	194.841	6.940	201.781	208.369	11.233	218.735	6,94	61,86	8,4

Fuente: Encuesta de Ocupación Alojamiento Turismo Rural. Enero-Septiembre, 2015. Elaboración CAIT.

Los datos referidos a las llegadas de viajeros ya dan buena cuenta de la dinámica turística provincial como destino vacacional o de fin de semana. Agosto destaca por encima del resto de meses, registrando 45.893 pernoctaciones, el máximo obtenido hasta el momento en el corriente año, como ya ocurriera con las llegadas de viajeros. Solo este mes concentra el 21% anual. Los destinos de interior evidencian, aunque de una manera más discreta que los destinos de litoral, una estacionalidad de los flujos turísticos, donde los meses de agosto y julio, en verano, y abril, durante la primavera, registran los picos de máxima de afluencia.

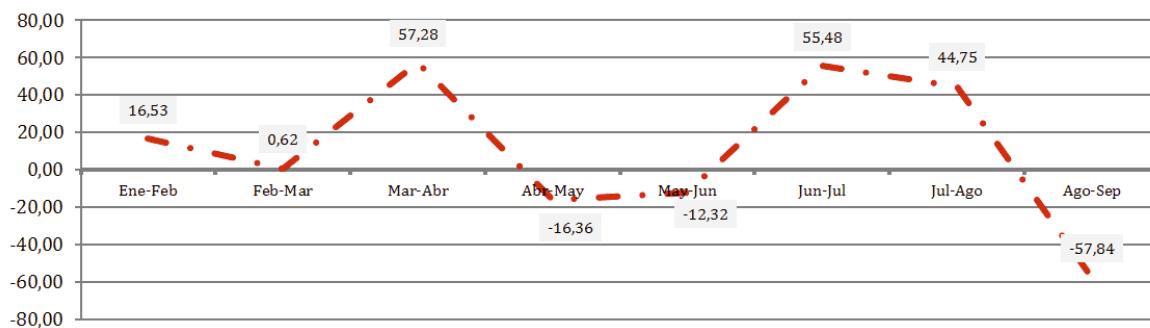
Llama la atención que, mientras que en otros destinos, tanto de interior como de litoral, septiembre se está convirtiendo en un mes en el que se prolonga con buenos resultados la campaña veraniega, en nuestro caso, no ocurre lo mismo. De hecho, el número de pernoctaciones en 2015, aún siendo superior al contabilizado en 2014, es algo bajo, situándose por debajo de la barrera de las 20.000.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

Provincia de Ávila. Dinámica turística de las pernoctaciones efectuadas en los establecimientos de alojamiento rural (%). Enero-Septiembre. 2015



El visitante nacional es mayoritario en nuestra provincia, de hecho, realizaron el 93% de las pernoctaciones estivales. Por tanto, la dinámica turística está fuertemente condicionada por esta tipología de visitantes, y más concretamente por los flujos asociados al visitante de proximidad.

Durante el verano, la población de las localidades abulenses se duplica e incluso triplica. Sin embargo, esto no se refleja en las estadísticas oficiales, puesto que estamos hablando de los denominados visitantes de retorno, es decir, personas que tienen algún vínculo afectivo con un determinado espacio y, durante los períodos vacacionales o de fines de semana, regresan a él. Habitualmente esta tipología de visitantes no se aloja en establecimientos hoteleros o de turismo rural, sino que lo hace o bien en sus propias viviendas (viviendas de 2^a residencia), o en casas de familiares. De ahí, que los datos oficiales de viajeros, pernoctaciones, niveles de ocupación y estadía, se tomen con cierta cautela, pues no se computan con las prácticas turísticas derivadas de los visitantes de retorno, que tradicionalmente en períodos vacacionales, como es el estival, responden a estancias medias superiores a las jornadas de fines de semana. De hecho es este tipo de visitante el que dinamiza económicamente, en muchos de nuestros municipios, el tejido empresarial asociado al sector turístico.

Niveles discretos de ocupación

Se mantienen las preocupaciones vinculadas a los niveles de ocupación y la duración de la estancia. Respecto a la primera variable cabe señalar que durante el verano se mejoraron discretamente estos resultados, especialmente en el mes de agosto, donde los valores medios se sitúan en un 25%, y durante los fines de semana se elevaron al 36%. Estas cifras tan discretas de ocupación, como ya hemos señalado con anterioridad, no responden a una realidad exclusiva de la provincia de Ávila, sino que se hace extensiva al resto de país. Y, en cuanto a la segunda, es el mes de agosto el que eleva la media anual, pasando de períodos cortos de fin de semana a estancia de 4 días. Si bien esta realidad es pasajera, porque en septiembre, la duración de la estancia cae, y nuevamente se sitúa por debajo de las 2 jornadas.



COYUNTURA TURÍSTICA:

Balance del verano 2015.
Un período estival marcado por una positiva dinámica turística.

CONCLUSIONES:

- Importante capacidad de acogida universo del orden de los 1.300 establecimientos, entre diferentes tipologías y categorías, y de más 22.000 plazas, una oferta más que suficiente para dar cobertura a las necesidades de la demanda vinculada a este tipo de territorios.
- Consolidación del sector de la restauración, 541 establecimientos de los cuales 399 se distribuyen en municipios de la provincia, el 73% total. Y más de 53.234 plazas, donde el 67% se reparte entre localidades abulenses, y el 33% en la capital.
- Nuestra provincia sigue ocupando un lugar destacado entre los destinos más demandados en España, situándose entre el ranking de las 10 provincias con mayor trayectoria en turismo rural a nivel nacional.
- De las nueve provincias castellanoleonesas, es Ávila la única que se encuentra entre el grupo de destinos que han superado la barrera de las 84.500 llegadas de viajeros, entre enero y septiembre, y las 2.180.000 pernoctaciones, reforzando así su imagen de destino vinculado a la naturaleza y al patrimonio territorial.
- El turista nacional sigue siendo mayoritario en nuestra provincia, supone el 96% de las llegadas de viajeros, y el 95% de las pernoctaciones.
- Necesidad de analizar otras tipologías de visitantes, que tienen protagonismo en nuestra provincia, pero que no se registran en las estadísticas oficiales.

3

LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS

EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL
DE LA PROVINCIA DE ÁVILA A TRAVÉS
DE SUS MENSAJES EN INTERNET.





LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS

EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE ÁVILA A TRAVÉS DE SUS MENSAJES EN INTERNET.

Marta Nieto García

Becaria de Investigación del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Universidad de Salamanca

Eva Lahuerta Otero

Ayudante Doctor. Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la
Universidad de Salamanca

Pablo Antonio Muñoz Gallego

Catedrático de Universidad. Instituto Multidisciplinar de la Empresa.
Universidad de Salamanca

Presentación

El presente trabajo presenta y analiza los datos correspondientes a los establecimientos de turismo rural de la provincia de Ávila en relación a los comentarios que los usuarios alojados en los mismos dejan en el portal líder del sector, Top Rural.

A pesar de que no todos los establecimientos de turismo rural de la provincia están incluidos en este portal online de consultas y reservas, los resultados, con datos de 2013, 2014 y del primer cuatrimestre de 2015, permiten extraer conclusiones claras sobre los aspectos destacables de la oferta (calidad) y sobre el grado de satisfacción (valoración de la oferta) percibidos por el viajero en relación con el alojamiento y el destino turístico.

Ávila como destino de turismo rural

El turismo rural se ha convertido en motor fundamental de desarrollo de muchas provincias de interior españolas. Es una actividad económica clave para asentar población en el medio rural y dinamizar un entorno que no responde a un turismo masificado, sino que se basa en destinos de naturaleza que ofrecen al visitante alternativas al turismo de sol y playa.

El medio rural propone una gran variedad de alternativas de ocio con distintas denominaciones tales como turismo de naturaleza, turismo "verde", ecoturismo, agroturismo, turismo rural, turismo activo, turismo de aventura, turismo alternativo, turismo blando... (Melgosa Arcos, 2010). Gracias al apoyo de la Unión Europea, el turismo rural se ha potenciado en la última década, y numerosas han sido las medidas estatales, regionales y provinciales dedicadas a dotar a estas iniciativas de una infraestructura adecuada para sustentar los destinos turísticos en el medio rural.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística (Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos: Alojamientos de turismo rural), Castilla y León registró un total de 1.355.926 pernoctaciones realizadas por 593.918 viajeros en alojamientos de turismo rural durante el año 2014, de los cuales corresponden a Ávila 269.715 pernoctaciones y 103.743 viajeros, un 19,89% y 17,47%, respectivamente.

La proximidad a Madrid es un aspecto muy positivo por la cercanía al principal mercado de origen de viajeros, pero también es un reto, ya que el viajero puede realizar excursiones de día completo sin pernoctar en los alojamientos de la provincia.

De acuerdo a la "Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos" del INE, Ávila puede presumir de ser la primera provincia de Castilla y León y la tercera provincia española con mayor número de pernoctaciones al año en alojamientos de turismo rural, por delante de destinos turísticos tan potentes como Cáceres, Barcelona, Santa Cruz de Tenerife o Huesca.

3

LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE ÁVILA A TRAVÉS DE SUS MENSAJES EN INTERNET.

Impacto de Internet y las nuevas tecnologías

Además de los motivos expuestos anteriormente, hemos de comentar que el viajero actual tiene un proceso de búsqueda y elección del establecimiento rural muy distinto al de hace unos años. La predominancia de las búsquedas online ha hecho que los viajeros se dirijan directamente a Internet a la hora de buscar, comparar y elegir un establecimiento de turismo rural conforme a las características necesarias para su estancia (ubicación, número de habitaciones, servicios, actividades en la naturaleza...). Gracias a la introducción de las nuevas tecnologías (Internet, redes sociales, wikis, blogs...) y a una mayor implicación del propietario el turismo rural ha evolucionado mucho y se centra en la diferenciación, convirtiendo los recursos del entorno en recursos turísticos (Melgosa Arcos, 2010).

Dado que la sociedad está en red, los establecimientos hoteleros de turismo rural deben hacer un esfuerzo constante para que su oferta comercial se visualice y se diferencie en el complejo y complicado entorno competitivo online.

Los datos del último perfil socioeconómico de los internautas españoles confirman esta tendencia (ONTSI, 2015): Nueve de cada diez internautas que se conectan diariamente a la red buscan información sobre bienes y servicios. No solo eso, sino que, entre los internautas que usan Internet a diario, el 60,1 % utiliza servicios relacionados con viajes y alojamiento. No es de extrañar, por lo tanto, que la segunda categoría en porcentaje de ventas online en España tras los billetes de transporte sean las reservas de alojamiento y paquetes turísticos (ONTSI, 2014).

Puesto que los internautas utilizan la red para buscar y comparar información sobre alojamientos turísticos, tienden también a comentar sus propias experiencias online. Esto hace que los comentarios que dejan las personas alojadas en un establecimiento de turismo rural adquieran gran relevancia a la hora de determinar la elección del destino por alguien con características similares que busca vivir una experiencia similar (Nieto, Muñoz-Gallego y Hernández-Maestro, 2014). Los comentarios de los clientes, conocidos como boca-oído electrónico, son una valiosísima herramienta para los alojamientos de turismo rural, ya que suponen opiniones críticas y actualizadas no solo de las condiciones y características del establecimiento, sino también de su entorno y de las actividades relacionadas. Estos comentarios se suelen alojar en infomedios, que son portales de información que permiten comparar y reservar una gran variedad de establecimientos en un único portal.

Los propios viajeros pueden influir en la percepción de otros consumidores a través de los comentarios realizados fruto de su estancia en un alojamiento de turismo rural (Casaló, Flavián y Guinalíu, 2009) y también en su proceso de decisión de compra (Goldenberg et al., 2001). Esto se debe a que, a la hora de realizar una decisión de compra, los viajeros prefieren confiar en fuentes de comunicación personales en lugar de en mensajes publicitarios (Bansal y Voyer, 2000). Además, estos comentarios suelen ser altamente efectivos, ya que los futuros viajeros perciben que la fuente de información no tiene intenciones comerciales (Schiffman y Kanuk, 1997) por lo que los comentarios se consideran fuentes de información objetivas, actualizadas, atractivas y fiables (Kozinets, 2002; Gretzel and Yoo, 2007). Asimismo, si un internauta que se quiere alojar en un establecimiento de turismo rural no tiene experiencia previa con el mismo, basará sus intenciones de comportamiento en parte aceptando la experiencia que otros consumidores similares han tenido en el mismo, lo que resulta una herramienta muy útil para generar sus expectativas (Casaló, Flavián y Guinalíu, 2009). De esta manera, el boca-oído electrónico contribuye de manera decisiva a formar la imagen potencial del destino turístico en la mente del consumidor (Gretzel, Hyun-Yoo & Purifoy, 2007; Pan et al., 2007; Cox et al., 2009)

3

LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE ÁVILA A TRAVÉS DE SUS MENSAJES EN INTERNET.

Por ello, el presente análisis recoge el análisis de los comentarios de los viajeros alojados en establecimientos de turismo rural de la provincia de Ávila presentes en el portal TopRural desde enero de 2013, y sus implicaciones tanto para los establecimientos como para el sector del turismo rural en la provincia de Ávila.

TopRural es el portal líder del sector de alojamientos de turismo rural en España. Compite con otras muchas páginas como Ruralia, Escapada Rural, Club Rural... a las que supera no sólo en número de alojamientos ofertados (9.348 en España) sino también en número de reservas y en número de opiniones. Desde su comienzo, en 2001, recoge miles de opiniones de viajeros.

Metodología

En este estudio se tienen en cuenta todos los comentarios de alojamientos rurales de la provincia de Ávila recogidos en Toprural desde enero de 2013 a Abril de 2015.

De los 373 alojamientos rurales de Ávila ofertados por TopRural, se han dejado fuera del análisis aquellos alojamientos que no cuentan con ningún comentario en el periodo de interés, por lo que finalmente el número de alojamientos incluidos en este estudio ha sido 180, de los cuales se dispone de 977 comentarios, que son nuestra base de análisis.

La base de datos elaborada para el posterior análisis de los mensajes contiene la siguiente información:

- Nombre y número identificador del alojamiento.
- Número de mensaje (ordenados cronológicamente).
- Fecha de entrada del alojamiento en TopRural.
- Tipo de alojamiento: alquiler completo o alquiler por habitaciones.
- Zona geográfica: Tormes, Alberche, Tiétar, Amblés.
- Precio del alojamiento por persona y noche.
- Tamaño máximo del alojamiento (número máximo de personas).
- Valoración media del alojamiento en los últimos 24 meses (escala de 0 a 10)
- Número total de mensajes del alojamiento, desde su inicio en TopRural.
- Texto del mensaje.
- Fecha del mensaje.
- Existencia o no de respuesta del propietario al mensaje.

Para realizar el análisis de contenido de los mensajes se va a utilizar el programa NVivo 10, disponible bajo licencia por la USAL. NVivo 10 es una popular herramienta de análisis de contenido. Este programa nos permite hacer fácilmente búsquedas de palabras agrupadas en categorías.

La primera etapa del análisis de contenido pasa por identificar un conjunto de categorías relevantes. Cada categoría recoge un conjunto de palabras que la representan. Esta asignación de palabras a cada categoría se ha realizado teniendo en cuenta un diccionario especializado de términos utilizados en los mensajes de viajeros alojados en establecimientos de turismo rural diseñado por el equipo de investigación y previamente validado. A las categorías iniciales, se ha añadido una categoría creada particularmente para este estudio, "Atractivos Destino", que recoge los principales atractivos de Ávila como destino turístico.

Nº3

LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE ÁVILA A TRAVÉS DE SUS MENSAJES EN INTERNET.

Análisis de resultados

I. Evolución temporal

El primer Boletín Turístico publicado por el CAIT incluyó, entre otros, dos capítulos relacionados con la oferta y la demanda turística de la provincia de Ávila.

- Oferta turística: recoge un apartado sobre los alojamientos de turismo rural. El contenido de este apartado se centró en ofrecer información sobre la evolución del número de establecimientos en los últimos 10 años, la distribución comarcal de los mismos y su desglose por tipo de alojamiento rural y categoría (0 a 5 estrellas).

- Demanda turística: en este caso, los datos ofrecidos hacen referencia a la demanda global de viajeros, sin distinguir por tipos de alojamiento.

Es por ello que en este apartado se trata de estudiar la demanda de alojamientos de turismo rural y su evolución temporal. Tomando como fuente de información los Boletines de Coyuntura Turística de Castilla y León, se ha estudiado la evolución mensual del número de viajeros que recibe Ávila en alojamientos de turismo rural (Tabla I). El periodo objeto de estudio va desde enero de 2013 a abril de 2015, periodo para el cual contamos con la base de comentarios.

El número de viajeros en 2014 es un 2,79% menor que en el año anterior. La distribución mensual es muy similar en los dos años. Se observa que el mes con mayor demanda de turismo rural (tanto en 2013 como en 2014) es agosto, el mes estival más común para el disfrute de las vacaciones en España. El segundo mes con mayor número de viajeros es diferente en los dos años. En 2013 es marzo, coincidiendo con la celebración de la Semana Santa, mientras que en 2014 es julio. Sin embargo, se observa que en 2014 existe otro pico de viajeros en coincidente con la Semana Santa, en abril.

En cuanto al 2015 señalar que el número de viajeros del primer cuatrimestre del año es superior al del mismo periodo tanto de 2014 como de 2013.

Tabla I Evolución mensual del número de viajeros en alojamientos de turismo rural de Ávila

Mes	Nº viajeros	Mes	Nº viajeros	Mes	Nº viajeros
ene-13	6.357	ene-14	6.507	ene-15	6.723
feb-13	8.488	feb-14	8.708	feb-15	9.155
mar-13	16.772	mar-14	10.090	mar-15	10.592
abr-13	7.871	abr-14	14.859	abr-15	15.766
may-13	11.985	may-14	12.332	-	-
jun-13	14.536	jun-14	15.506	-	-
jul-13	14.838	jul-14	16.565	-	-
ago-13	20.021	ago-14	17.772	-	-
sep-13	11.592	sep-14	10.072	-	-
oct-13	14.365	oct-14	14.164	-	-
nov-13	13.014	nov-14	11.860	-	-
dic-13	14.742	dic-14	11.835	-	-
Total 2013	154.581	Total 2014	150.270	Total 2015	42.236

Fuente: Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León 2013-2015. Junta de Castilla y León

3

LA EXPERIENCIA DE LOS TURISTAS EN ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL DE LA PROVINCIA DE ÁVILA A TRAVÉS DE SUS MENSAJES EN INTERNET.

El gráfico I muestra la evolución mensual del número de viajeros que reciben los alojamientos rurales de la provincia en el periodo de interés, así como la evolución mensual del número de mensajes. Destacar que cada una de las dos series se mide en un eje distinto (el número de viajeros a la izquierda y el número de mensajes a la derecha).

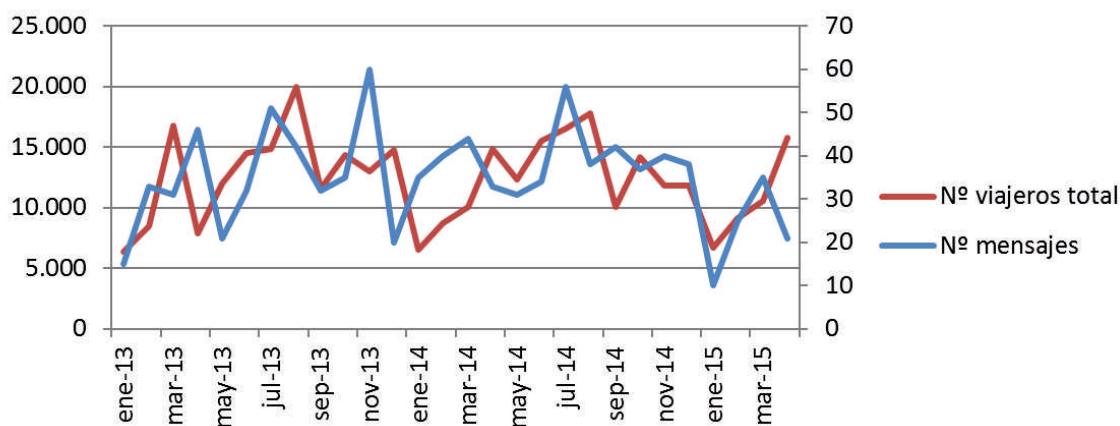


Gráfico 1 Evolución del número de mensajes y número de viajeros

Se puede afirmar que las dos series muestran un patrón muy similar. Lo más destacable es que en algunos meses existe un retraso en la evolución del número de mensajes en relación al número de viajeros. Esto se explica dado que los viajeros realizan sus comentarios sobre el alojamiento una vez pasada la estancia, en ocasiones existiendo varias semanas de retraso.

Como dato global, señalar que el porcentaje de mensajes respecto al número de viajeros no llega al 1% en ningún periodo. Es un dato muy bajo pero se debe tener en cuenta que sólo 373 de los 868 alojamientos rurales de Ávila están ofertados en TopRural, y que de ellos sólo en 180 los viajeros han dejado algún comentario. También hay que tener en cuenta que, en general, cuando se viaja en grupo (familia, pareja, amigos) uno de los viajeros suele ser, en su caso, el que pone el mensaje y no todos los usuarios, por lo que este porcentaje hay que valorarlo de forma relativa.

En cuanto a la respuesta del propietario, señalar que sólo 305 de los 977 comentarios (un 31,22%) reciben respuesta por parte del propietario, un bajo porcentaje que debería mejorarse.