

IX.3. DEMANDA TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA RED

Más de la mitad de los hogares andaluces tuvieron acceso a Internet a lo largo de 2010, un 13% más que en 2009. Y es que en los últimos seis años el número de viviendas que tienen acceso a Internet ha crecido alrededor de 29 puntos en la Comunidad Andaluza y un 22,4% en el país.

Según datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística, 22 millones de españoles utilizaron Internet durante el último trimestre de 2010, de ellos el 16% eran andaluces. Si comparamos con respecto al mismo período del año anterior se observa un crecimiento del 7,1% para el caso de los españoles y del 8,5% para los andaluces.

Entre las personas que han hecho uso de Internet en el último trimestre de 2010, la búsqueda de información y servicios relacionados con viajes y alojamiento online se ha estimado en el 65% para España y en el 58% para Andalucía, lo que supone crecimientos de 3 y 2 puntos respectivamente en relación a 2010.

En cuanto al uso de comercio electrónico se puede apuntar que cada vez es más frecuente, se ha estimado que 8,5 millones de españoles ha hecho uso de ello, de los que el 14% han sido andaluces. Con respecto a 2009 la frecuencia del uso de Internet con fines comerciales ha crecido más entre los andaluces (14%) que entre la población española (6%).

Atendiendo a la compra de servicios de alojamiento para vacaciones, 600 mil andaluces han acudido a este canal de comercialización, al igual 487 mil lo han hecho para comprar otros servicios para viajes como el transporte, alquiler de coches, etc.

Es por ello la necesidad de seguir avanzando en el desarrollo de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo, para ello la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte emprende una operación de gran magnitud que pretende crear una herramienta que va más allá de servir al público como canal de conocimiento de destino andaluz ya que pretende llegar a ser un canal de distribución de servicios turísticos.

El análisis general que se plantea a continuación se basa en estimaciones realizadas a través de la Encuesta de Coyuntura Turística, a través de la cual se han obtenido resultados para aquellos turistas que han venido Andalucía habiendo realizado alguna reserva on-line, entendiéndose por reserva la contratación de algún tipo de servicio sin que ésta implique la compra a través de la red.

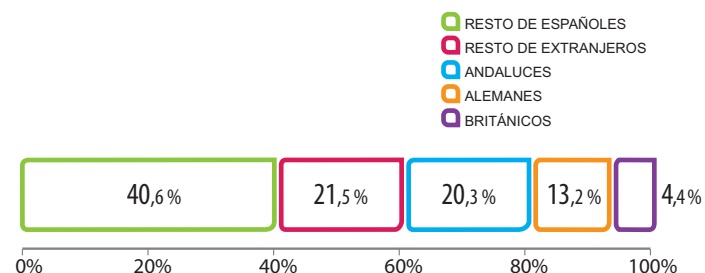
• Análisis General

Durante 2010, el 51,2% de los turistas que llegaron a la Comunidad Andaluza utilizaron internet para hacer alguna consulta, reserva o compra de alguno de los servicios contratados. De ellos, el 68% realizaron la reserva de alguno de los servicios contratados y el 40% llegó a culminar el proceso con la compra. En el caso de los extranjeros la utilización de la red es más frecuente (61%) que en el caso de los españoles en el que la utilización de la red para buscar información, reservar o incluso comprar algún servicio, se reduce al 46%.

El análisis de este capítulo se va a basar en aquellos turistas que han llegado a Andalucía durante 2010 habiendo realizado la reserva de algún servicio de este viaje a través de Internet. Se estima que éste es el caso del 29% del total de turistas que se han recibido en este año en la Comunidad Andaluza.

El 7% de los turistas andaluces accedieron a la red para realizar alguna reserva relacionada con su viaje, lo que supone dos puntos por encima al año 2009, siendo de entre los españoles los que más utilizaron este canal de comercialización seguidos de los madrileños (4%), comportamiento similar al del ejercicio pasado.

Distribución por procedencias de los turistas que han venido a Andalucía y han realizado alguna reserva a través de Internet. Año 2010.



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

Las opciones ‘sólo alojamiento’ y ‘solo transporte’ son las más representativas dentro de este colectivo, el 66% corresponde a la primera opción y el 51% a la segunda, a gran distancia le sigue la reserva del pack transporte y alojamiento, que es la elegida por 14,5% de los turistas que realizan reservas on-line.

En cuanto a la finalización del proceso on-line, se observa que el 51% de los turistas que hicieron alguna reserva a través de este canal de distribución terminó comprando y pagando el servicio mediante esta vía. Destaca la compra ‘solo transporte’ como la opción más representada (72%) seguida por ‘sólo alojamiento’ (38%) y muy de lejos por el programa conjunto ‘transporte alojamiento’ (14%). Las consultas sobre los lugares que visitar fueron frecuentes (39%) pero sólo se hizo reserva en el 3% de los casos y tan sólo se materializó la compra por el 2%.

Distribución de los turistas según el uso realizado con Internet

Opciones	Porcentaje (%)
Consulta	
Programa transporte y alojamiento	23,9
Sólo transporte	60,5
Sólo alojamiento	71,9
Restaurantes, cafeterías y bares	21,7
Lugares que visitar	39,3
Reservar	
Programa transporte y alojamiento	14,5
Sólo transporte	51,3
Sólo alojamiento	66,5
Restaurantes, cafeterías y bares	5,9
Lugares que visitar	3,2
Compra	
Programa transporte y alojamiento	14,0
Sólo transporte	71,6
Sólo alojamiento	37,9
Restaurantes, cafeterías y bares	4,7
Lugares que visitar	1,8

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

El uso de esta herramienta es muy distinto entre españoles y extranjeros, mientras que los primeros dirigen un mayor número de consultas y de reservas hacia ‘sólo alojamiento’, en el caso de los turistas procedentes de otros países éstas recaen sobre ‘sólo transporte’. En el caso de la compra de algún servicio a través de la red, en ambos casos ‘sólo el transporte’ es la opción mayoritaria.

El **alojamiento hotelero** es utilizado por más de las tres cuartas partes (78%) del turismo de este segmento, el uso de éste, en este caso, es superior en casi 9 puntos a la media total del turismo. En el caso del turismo español este porcentaje se eleva al 80% y en el caso de los extranjeros pasa al 74%

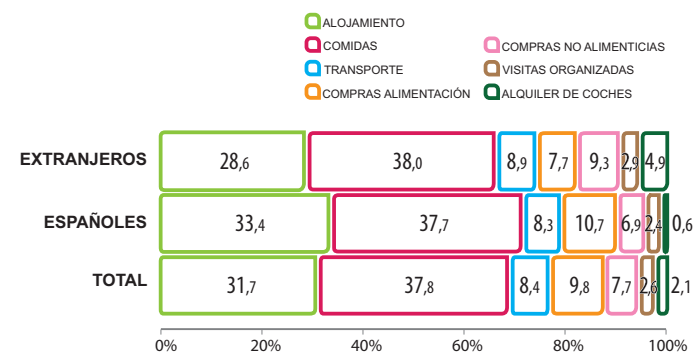
Debido a las características de los turistas que se analizan en este segmento, es lógico que en el 92% de las ocasiones la **organización del viaje** se realice de forma particular, siendo esta opción mayoritaria tanto entre los españoles como en los extranjeros (94% y 90% respectivamente).

Hay que distinguir entre españoles y extranjeros en cuanto al **transporte**, en el caso de los primeros y como posible consecuencia de la proximidad geográfica, el coche particular es el medio utilizado por la mayoría de los turistas (73%), mientras que los extranjeros utilizan mayoritariamente el avión (76%) para acceder a Andalucía.

El **gasto medio en origen** se ha estimado en 275,90 euros, siendo muy superior el efectuado por el turista procedente del extranjero que alcanza los 389,37 euros que el correspondiente a los españoles que supone 153,50 euros. La distancia, entre otras cosas, condiciona el tipo de transporte y la elección de este influye considerablemente en el gasto realizado en el origen. Por ello, la partida que concentra la mayor parte del gasto es el transporte 53% para el total, seguido a gran distancia del 'solo alojamiento'.

El **gasto medio diario** realizado en el destino andaluz durante 2010 se ha estimado, para este tipo de turismo, en 69,06 euros, superando en más de 9 euros al turista medio que visita la Comunidad andaluza y también mayor en casi un euro al estimado para 2009. Los turistas españoles gastaron 5,5 euros más que los extranjeros. La mayor parte del presupuesto es destinado a la restauración, para la cual el total de turistas empleó el 38% del mismo, siendo éste concepto el de mayor cuantía tanto para los españoles como para los extranjeros.

Distribución gasto por concepto. Total, españoles y extranjeros 2010



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

La **duración** del viaje se ha estimado en 6,7 días, 0,2 días por encima de la registrada para 2009, siendo muy superior la correspondiente a los turistas extranjeros que la de los españoles. En este caso la estancia media se sitúa 2,3 días por debajo de la estimada para el total del turismo.

El destino Andalucía ha sido **conocido** en la mayoría de los casos entre los turistas que reservan a través de Internet por la experiencia propia. Los españoles contribuyen a este porcentaje de forma más rotunda 64% frente al 37% de los extranjeros. Estos últimos tienen mayor presencia en la recomendación de amigos y familiares, ya que casi el 50% de ellos declara conocer el destino andaluz por este motivo.

El **perfil** del turista se corresponde principalmente con el de una mujer (51%), independientemente de si su procedencia es España como si no lo es. En cuanto a la edad, hay que apuntar diferencias entre españoles y extranjeros, mientras que para los primeros el intervalo 30 a 44 años es el más representado (44%), para los segundos la mayor concentración de turistas se registra entre los que tienen una edad comprendida entre los 45 y 64 años. La situación laboral más común es la de trabajo remunerado por cuenta propia o ajena y la profesión más representada se corresponde con la técnicos y profesionales científicos e intelectuales, tanto para españoles como para extranjeros..

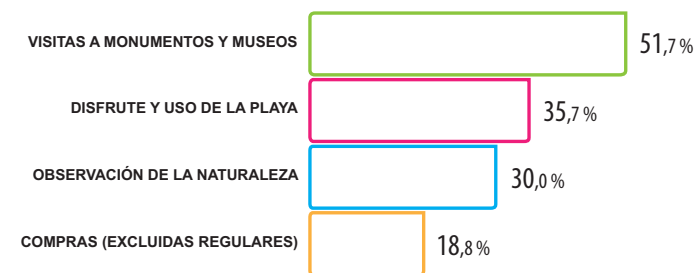
Perfil sociodemográfico del turista. Año 2010

Perfil del Turista	Total	Espanoles	Extranjeros
Sexo			
Hombre	49,0%	49,5%	48,1%
Mujer	51%	50,5%	51,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Edad			
Menores de 18 años	6,4%	7,0%	5,3%
De 18 a 29 años	18,2%	18,5%	17,7%
De 30 a 44 años	37,9%	43,6%	28,0%
De 45 a 64 años	31,2%	27,9%	36,8%
Más de 65 años	6,3%	3,0%	12,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Situación Laboral			
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	74,4%	79,3%	66,1%
En Paro	2,2%	2,9%	0,9%
Estudiante	10,7%	9,9%	12,1%
Retirado/Jubilado	9,0%	4,5%	16,9%
Labores del Hogar	3,2%	3,0%	3,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%
Profesión			
Dirección de empresas y Admon. Pública	8,7%	8,8%	8,3%
Técnicos y Profesionales Científicos e Intelectuales	30,8%	27,4%	37,8%
Técnicos y Profesionales de Apoyo (FP)	16,4%	15,8%	17,5%
Otros empleados de tipo administrativo	17,8%	19,9%	13,5%
Trabajadores Servicios: Rest, Personales, Protecc. y Comercio	21,0%	22,7%	17,5%
Trabajadores cualificados en Agricultura y Pesca	1,0%	1,1%	0,9%
Artesanos y Trabajadores cualificados: Ind., Manufact., Contr., y Minería	1,6%	1,8%	1,1%
Operadores de Instalaciones y Maquinaria, Montadores	0,7%	0,7%	0,6%
Trabajadores no cualificados	1,8%	1,6%	2,3%
Fuerzas Armadas	0,3%	0,2%	0,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En cuanto a las **actividades** realizadas por los turistas de este segmento turístico destaca sobre todas ellas la visita a monumentos y museos seguida a gran distancia pero con gran peso el disfrute y uso de la playa.

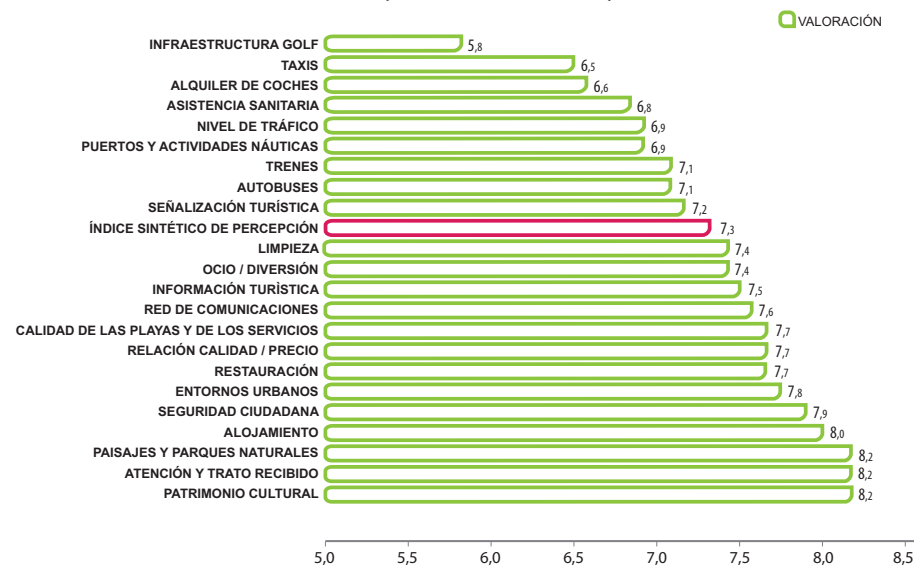
Principales actividades realizadas durante la estancia. Año 2010



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte

En cuanto a la **calificación** del destino andaluz por parte de los turistas hay que apuntar que obtiene un notable, en una escala de 1 a 10 la puntuación es de 7,4. Los españoles son algo más exigentes que los extranjeros, ya que los primeros le otorgan 7,3 puntos mientras que los segundos califican Andalucía con 7,4 puntos. Los conceptos mejor valorados, con 8 puntos o por encima de estos, son la atención y trato, patrimonio cultural, y paisajes y parques naturales, coincidiendo en estos puntos tanto los españoles como los extranjeros.

Calificación media otorgada al destino andaluz por el turista cultural. Año 2010 (Puntuación 1 a 10)



Fuente: SAETA. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

La satisfacción con el destino andaluz es demostrable por el hecho de que el 41% de los turistas que vinieron a Andalucía ya habían estado el año anterior, aunque no necesariamente por los mismos motivos. Esto indica como la diversidad de Andalucía **fideliza** este destino. Si bien es cierto que son los españoles los que mayor grado de fidelización presentan, ya que el 47,5% de ellos estuvieron el año pasado, porcentaje que se reduce al 31% en el caso de los extranjeros.

ASPECTOS DIFERENCIALES DE CADA MERCADO

Mercado español

- El 25% de los turistas españoles han utilizado Internet para realizar alguna reserva relacionada con su viaje a Andalucía.
- Los andaluces y los madrileños son los turistas que contemplan un mayor porcentaje en cuanto a la utilización de la red para reservar servicios turísticos.
- La reserva del alojamiento es la más representada dentro del mercado que se está analizando, el 78% lo reservaron on-line, tras éste se encuentra el transporte (39%), siendo estos dos conceptos sobre los que recae el mayor número de reservas.
- El 32% de las reservas realizadas culminan en compras para el caso de los turistas españoles siendo "solo transporte" y "sólo alojamiento" los servicios más solicitados (63% y 52% respectivamente).
- La estancia media de los turistas españoles se ha estimado en 5,6 días, inferior en casi 2 días a la correspondiente al total de llegadas españolas.
- Más del 80% de los turistas españoles eligen el alojamiento hotelero como establecimiento preferente a la hora de alojarse en Andalucía frente al 74% que es la elección del total de españoles que visitaron la Comunidad durante 2009.
- La organización del viaje corre a cargo de los particulares como norma general (95%), tan solo el 5% acude a un intermediario. Este último porcentaje se eleva al 18% para el total de españoles.
- En el 73% de los casos analizados para este mercado, el coche particular es el transporte elegido para llegar al destino andaluz, porcentaje que similar al del total de españoles y en el 11% es el avión el vehículo utilizado.

- Los turistas españoles presentan menor gasto en origen, 153,50 euros, que los extranjeros para los que esta magnitud se eleva a más del doble, 389,37 euros.
- En cuanto al gasto medio diario en destino, hay que apuntar que el correspondiente a los españoles (71,04 euros) es superior en casi 6 euros al de los extranjeros (65,46 euros). La mayor parte de este gasto va destinada a la restauración y al alojamiento casi en la misma proporción, le siguen las compras y el transporte, pero a gran distancia.
- La referencia de este destino para este mercado con origen en España, es la propia experiencia (64%).
- Entre los turistas, la proporción de mujeres (50,5%) es prácticamente igual a la de los hombres, con mayor representación en el intervalo de edad 30 a 44 años, con una trabajo remunerado y con una profesión relacionada con la de técnicos y profesionales científicos e intelectuales.
- La visita a monumentos y museos ha sido la actividad más realizada por los turistas españoles, ésta es seguida por la observación de la naturaleza y el disfrute de la playa.
- Los turistas españoles califican el destino con 7,3 puntos y le otorgan a los paisajes y parques naturales, a la atención y trato recibido y al patrimonio cultural más de 8 puntos.
- El 48% de los turistas que realizaron turismo en Andalucía ya había estado en este destino.

Mercado extranjero

- El 43% de los turistas extranjeros que han venido a Andalucía durante el año 2010 han realizado alguna reserva a través de la red.
- Los turistas alemanes y británicos reservaron algunos de los servicios demandados a través de Internet en el 47% y 42% de los casos respectivamente.

- La mayor parte de las reservas recaen sobre “sólo transporte” (71,4%) y “sólo alojamiento” (48%). El 48% de ellas terminan en compras efectivas siendo en este caso, el transporte, el servicio de mayor representación (79,5%) seguido del alojamiento, sobre el que recae el 25% de las compras a través de la red.
- El alojamiento hotelero es utilizado por el 74%, porcentaje inferior en 3 puntos al del turista extranjero en general. Tras este se sitúa el apartamento casa o chalet, ya sea alquilado o de amigos y familiares (8% y 6% respectivamente) seguidos de las pensiones y del alojamiento en propiedad.
- La duración de la estancia en Andalucía por parte de los turistas extranjeros que reservan a través de Internet se ha estimado en 10,2 días, inferior en 1,9 días al del turista foráneo en general.
- Debido a que el mercado que se está analizando acota al turista que hace algún tipo de reserva a través de la red, el porcentaje de organización del viaje de forma particular se eleva al 89%, quedando sólo un 11% de personas que acuden a algún tipo de intermediario.
- La vía de acceso elegida mayoritariamente por los extranjeros que pertenecen a este segmento es la aérea, el 76% de ellos coge un avión para venir a Andalucía.
- El gasto medio en origen más elevado es el que presenta este mercado, para el cual se estima un gasto en origen de 389,37 euros, siendo el transporte para llegar a la comunidad andaluza el servicio que mayor importe se lleva (64%).
- En cuanto al gasto medio diario se puede apuntar que es bastante similar al del conjunto de extranjeros que llegan a Andalucía, habiéndose estimado en 65,46 euros. Se destina el 38% a la restauración y el 28% al alojamiento.
- El principal canal de conocimiento del destino para la mitad de los turistas es la reserva de amigos y familiares, aunque también destaca que el 37% sea la experiencia propia. A mucha distancia de estos conceptos se sitúa con un 18% Internet.

- Existe una mayor proporción de mujeres que de hombres entre los turistas extranjeros, 52% frente al 48%. El intervalo de edad que concentra más turistas es el que comprendido entre los 45 y 64 años. La situación laboral mayoritaria coincide con la de los españoles (trabajo remunerado) al igual que ocurre con la profesión, siendo la más representada la de técnicos y profesionales científicos e intelectuales.
- Las actividades realizadas no presentan ninguna diferencia con respecto a las otras procedencias, éstas son principalmente la visita a monumento y museos (50,6%), el disfrute y uso de la playa (40%) y la observación de la naturaleza (24%). Aunque se puede apuntar que en el caso de los turistas extranjeros el disfrute de la playa adquiere mayor relevancia que en el caso de los españoles.
- Son los turistas extranjeros los que más satisfechos se sienten en Andalucía ya que son los que mayor calificación le otorgan (7,4puntos). Destacando por encima de 8 puntos el patrimonio cultural, los paisajes naturales, el alojamiento y la hospitalidad.
- El grado de fidelidad no es tan alto como en el caso de los españoles, pero se puede decir que un tercio de los extranjeros estuvieron en Andalucía durante 2009.