

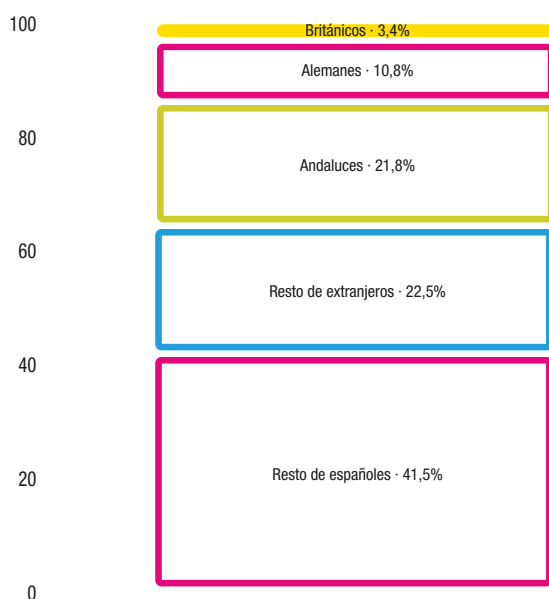
10.3. DEMANDA TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA RED

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

En el año 2011, el 57,2% de los turistas que llegaron a la Comunidad Andaluza utilizaron Internet para hacer alguna consulta, reserva o compra de alguno de los servicios contratados, lo que supone un incremento de seis puntos en este porcentaje respecto al 2010. De ellos, el 65,3% realizaron la reserva de alguno de los servicios contratados y el 36,8% llegó a culminar el proceso con la compra. En el caso de los extranjeros, la utilización de la Red es más frecuente (67,6%) que en el caso de los españoles, para los que buscar información, reservar o incluso comprar algún servicio se reduce al 52%, aunque ambas cuotas han crecido en más de cinco puntos respecto al año anterior.

El análisis de este capítulo se va a basar en aquellos turistas que han llegado a Andalucía en 2011 habiendo realizado la reserva de algún servicio de este viaje a través de Internet. Se estima que éste es el caso del 32% del total de turistas que se han recibido en este año en la Comunidad Andaluza.

Distribución por procedencias de los turistas que han venido a Andalucía y han realizado alguna reserva a través de Internet. Año 2011



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio

Las opciones 'sólo alojamiento' y 'solo transporte' son las más representativas dentro de las reservas por Internet, el 67,5% corresponde a la primera opción y el 54,0% a la segunda, registrando respecto a 2010, incrementos de 1 punto y 2,7 puntos respectivamente. A gran distancia le sigue la reserva del pack 'transporte y alojamiento', que es la elegida por 11,1% de los turistas que realizan reservas online y que desciende en más de 3 puntos respecto al año anterior.

Si atendemos a la compra como final del proceso, destaca 'solo transporte' como la opción más representada (81,6%) que experimenta un crecimiento de 10 puntos respecto a 2010. Le sigue 'sólo alojamiento' (34,4%) y el programa conjunto 'transporte alojamiento' (9,2%). Las consultas sobre los lugares que visitar fueron frecuentes (36,7%) pero sólo se hizo reserva en el 1,4% de los casos.

Distribución de los turistas según el uso realizado con Internet

Opciones	Porcentaje (%)
Consulta	
Programa transporte y alojamiento	16,8
Sólo transporte	61,1
Sólo alojamiento	76,8
Restaurantes, cafeterías y bares	21,7
Lugares que visitar	36,7
Reserva	
Programa transporte y alojamiento	11,1
Sólo transporte	54,0
Sólo alojamiento	67,5
Restaurantes, cafeterías y bares	1,7
Lugares que visitar	1,4
Compra	
Programa transporte y alojamiento	9,2
Sólo transporte	81,6
Sólo alojamiento	34,3
Restaurantes, cafeterías y bares	0,6
Lugares que visitar	0,7

Fuente: Consejería de Turismo y Comercio

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 (80%) del turismo de este segmento, el uso de éste, en este caso, es superior en más de 10

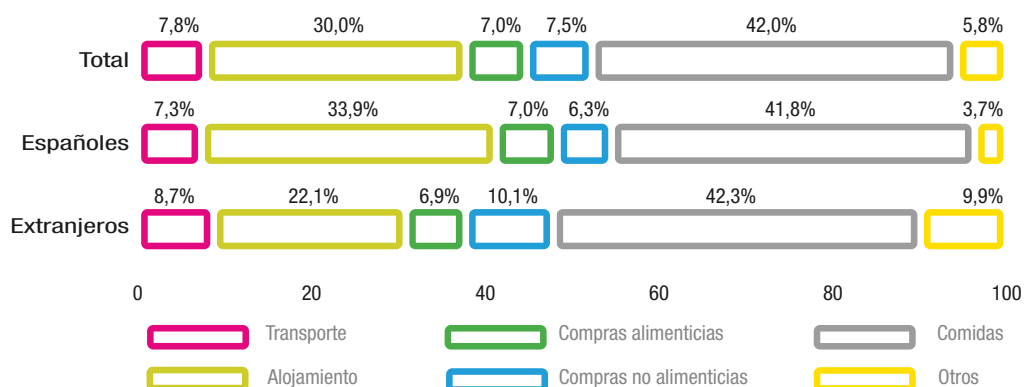
puntos a la media total del turismo. En el caso del turismo español este porcentaje se eleva al 82,2% y en el caso de los extranjeros se sitúa en el 76,9%.

Debido a las características de los turistas que se analizan en este segmento, es lógico que en el 93% de las ocasiones la **organización del viaje** se realice de forma particular, siendo esta opción mayoritaria tanto entre los españoles como en los extranjeros (97% y 86,4% 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 (69,7%), mientras que los extranjeros utilizan mayoritariamente el avión (72%) para acceder a Andalucía.

El **gasto medio diario** realizado en el destino andaluz durante 2011 se ha estimado, para este tipo de turismo, en 67,19 euros, superando en más de 7 euros al turista medio que visita la Comunidad andaluza, aunque se ha reducido en 1,86 euros respecto al estimado para 2010. Los turistas españoles gastaron 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 42% del mismo, siendo éste concepto el de mayor cuantía tanto para los españoles como para los extranjeros y el que más ha crecido respecto al año 2010.

Distribución gasto por concepto. Total, españoles y extranjeros 2011



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio

La **duración** del viaje se ha mantenido en torno a los 7 días, 0,3 días por encima de la registrada para 2010. En este caso la estancia media se sitúa 2 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 56,7% frente al 36,9% de los extranjeros. Estos últimos tienen mayor presencia en la recomendación de amigos y familiares, ya que el 54,1% de ellos declara conocer el destino andaluz por este motivo. Internet gana peso y se sitúa en el tercer lugar para los extranjeros (17%) frente al 10,2% en los turistas nacionales.

El **perfil** del turista se corresponde principalmente con el de una mujer (52,7%), 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 (41%), para los segundos la mayor concentración de turistas se registra entre los que tienen una edad comprendida entre los 45 y 64 años (35%). 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 del turista que reserva por Internet en Andalucía. Año 2011

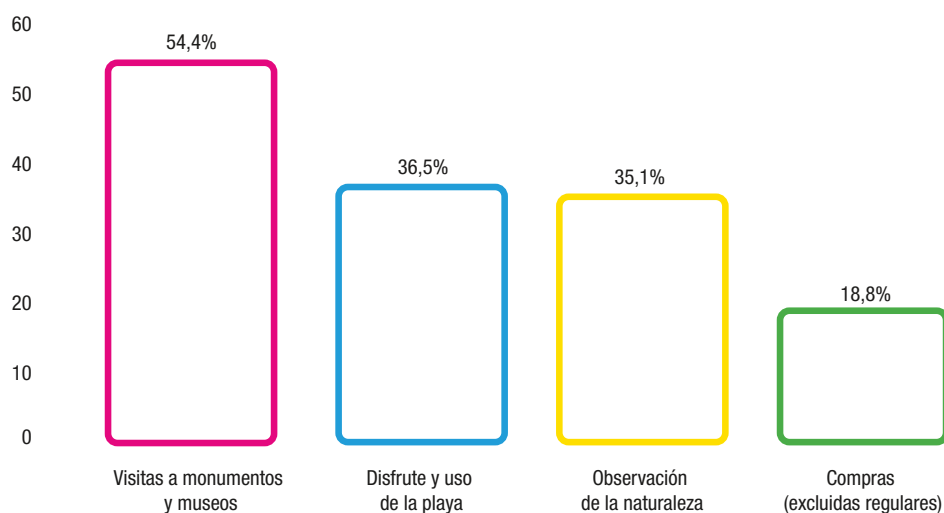
Sexo	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Hombre	47,3	47,3	47,1
Mujer	52,7	52,7	52,9
Edad	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Menores de 16 años	6,8	7,3	5,9
De 16 a 17 años	0,5	0,4	0,7
De 18 a 29 años	18,3	18,5	18,0
De 30 a 44 años	36,2	40,9	28,2
De 45 a 64 años	31,1	28,9	34,9
Más de 65 años	7,0	3,9	12,3
Situación laboral	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Trabajo (por cuenta ajena o propia)	71,4	75,7	64,2
En paro	2,7	3,7	1,0
Estudiante	12,0	11,1	13,5
Retirado/Jubilado	10,4	5,7	18,2
Labores del hogar	3,2	3,5	2,8
Otras	0,3	0,2	0,3
Profesión	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Dirección de las empresas y de la Administración pública	9,0	8,9	9,2
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	30,9	28,6	35,2
Técnicos y profesionales de apoyo (FP)	17,6	17,4	18,0
Otros empleados de tipo administrativo	17,2	18,1	15,5
Trabajadores de ser. Restau., personales, protecc. y vend. comercio	21,8	23,3	18,8
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	0,7	0,7	0,6
Artesanos y trabajadores. Cualif. ind., manufact., constr. y minería	1,0	1,0	0,9

Profesión	Total (%)	Españoles (%)	Extranjeros (%)
Operadores de instalaciones y maquinaria, montadores	0,5	0,5	0,3
Trabajadores no cualificados	1,0	0,9	1,3
Fuerzas armadas	0,4	0,4	0,2

Fuente: Consejería de Turismo y Comercio

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* y la *observación de la naturaleza*.

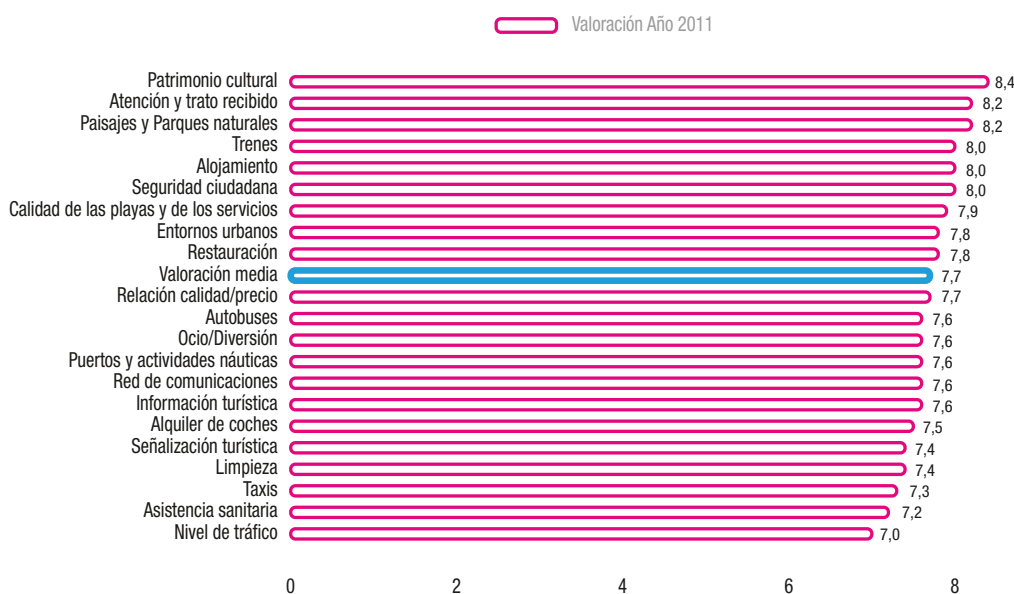
Principales actividades realizadas durante la estancia. Año 2011



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio

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 7,7, ligeramente superior a la otorgada en 2010. Los españoles han sido más positivos en su valoración con 7,6 puntos mientras que los extranjeros califican el destino Andalucía con 7,1 puntos. Los conceptos mejor valorados, superando los 8 puntos son el *patrimonio cultural*, la *atención y trato* y *paisajes y parques naturales*, coincidiendo en estos puntos tanto los españoles como los extranjeros.

**Calificación media otorgada al destino andaluz.
Año 2011 (Puntuación 1 a 10)**



Fuente: Consejería de Turismo y Comercio

La satisfacción con el destino andaluz es demostrable por el hecho de que el 41,8% de los turistas que vinieron a Andalucía ya habían estado el año anterior, aunque no necesariamente por los mismos motivos. Este **grado de fidelidad** ha aumentado un punto respecto al 2010, si bien es cierto que son los españoles los que mayor grado de fidelización presentan, ya que el 51,8% de ellos estuvieron el año pasado, porcentaje que se reduce al 27,5% en el caso de los extranjeros.

ASPECTOS DIFERENCIALES DE CADA MERCADO

Mercado español

- El 26,7% 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 presentan un mayor porcentaje en cuanto a la utilización de la Red para reservar servicios turísticos en su viaje a Andalucía, con el 20,3% y el 11,6% de los casos respectivamente.
- La reserva del alojamiento es la más representada dentro del mercado que se está analizando, el 77,2% lo reservaron online, tras éste se encuentra el transporte (39,8%), siendo estos dos conceptos sobre los que recae el mayor número de reservas.
- “Solo transporte” y “sólo alojamiento” son los servicios turísticos más comprados por Internet (63% y 52% respectivamente).
- La estancia media de los turistas españoles se ha estimado en torno a los 5 días.
- El 82,2% de los turistas españoles eligen el alojamiento hotelero como establecimiento preferente a la hora de alojarse en Andalucía frente al 70% que es la elección del total de españoles que visitaron la Comunidad durante 2011.
- La organización del viaje corre a cargo de los particulares como norma general (97%), tan solo el 3% acude a un intermediario. Este último porcentaje se eleva al 12,6% para el total de españoles.
- En el 69,7% 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 12,9% es el avión el vehículo utilizado.
- En cuanto al gasto medio diario en destino, hay que apuntar que el correspondiente a los españoles (69,08 euros) es superior en 5 euros al de los extranjeros

(64,03 euros). La mayor parte de este gasto va destinada a la restauración y al alojamiento.

- La referencia de este destino para este mercado con origen en España, es la propia experiencia (56,7%), aunque han crecido en 2011 las recomendaciones de amigos/familiares e Internet como canales de conocimiento del destino.
- Entre los turistas, la proporción de mujeres (52,7%) es ligeramente superior 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 7,6 puntos y le otorgan al *patri-monio cultural*, a los *paisajes y parques naturales* y a la *atención y trato recibido* y más de 8 puntos.
- El 51,8% de los turistas que realizaron turismo en Andalucía ya había estado en este destino.

Mercado extranjero

- El 48,6% de los turistas extranjeros que han venido a Andalucía durante el año 2011 han realizado alguna reserva a través de la red, lo que supone un crecimiento de seis puntos respecto al año 2010.
- Los turistas alemanes y británicos reservaron algunos de los servicios demandados a través de Internet en el 41,6% y 49,5% de los casos respectivamente.
- La mayor parte de las reservas recaen sobre “sólo transporte” (76,4%) y “sólo alojamiento” (52,1%). En cuanto a las compras, el transporte se observa en el 85% de los casos, siendo así el servicio que más se compra por Internet por parte de estos turistas que viajan a Andalucía.
- El alojamiento hotelero es utilizado por el 76,9%, porcentaje similar al del turista extranjero en general. Tras este se sitúa el apartamento casa o chalet, ya sea alquilado o de amigos y familiares (9,1% y 7,8% respectivamente).
- La duración de la estancia en Andalucía por parte de los turistas extranjeros que reservan a través de Internet se ha estimado en 10,5 días, inferior en 1,2 días al del turista foráneo en general.
- El porcentaje de organización del viaje de forma particular se eleva al 86,4%, quedando sólo un 13,6% 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 72% de ellos coge un avión para venir a Andalucía.
- En cuanto al gasto medio diario se puede apuntar que se sitúa cuatro euros por debajo de la media del turista extranjero en Andalucía, habiéndose estimado en 64,03 euros. Se destina el 42,3% a la restauración y el 22,1% al alojamiento.
- El principal canal de conocimiento del destino para la mitad de los turistas es la *recomendación de amigos y familiares*, aunque también destaca que el 37% sea la experiencia propia. Aunque a mucha distancia de estos conceptos, Inter-

net se sitúa en tercer lugar con un 17%, muy por encima del peso que este canal tiene en el turista nacional (10,2%).

- Existe una mayor proporción de *mujeres* que de hombres entre los turistas extranjeros, (53%). El intervalo de edad que concentra más turistas es el que comprendido entre los *45 y 64 años*. La situación laboral mayoritaria es el *trabajo remunerado*, coincidiendo con la de los españoles, 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* (51,4%), el *disfrute y uso de la playa* (48%) y la *observación de la naturaleza* (27,7%). Aunque si que 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.
- Los turistas extranjeros califican con 7,1 puntos el destino andaluz. destacando por el *patrimonio cultural, los paisajes naturales, la hospitalidad, y la hospitalidad* como los ítems mejor valorados por estos turistas.
- El grado de fidelidad del turista extranjero se sitúa en el 27,5%, cifra muy inferior a la del turista nacional.