

Cuatro de cada cinco españoles gastó en viajes menos de 500 euros en 2011, frente al 70% hace dos años

Casi dedicó más de 2.000 euros a viajar el año pasado, frente al 5% de 2009

MADRID, 1 (EUROPA PRESS)

El 80% de los españoles gastó en viajes menos de 500 euros a lo largo de 2011, lo que representa 10 puntos más que hace dos años y cuatro puntos más que el año pasado. En consecuencia, el segmento de población que gastó entre 500 y 2.000 euros se redujo al 19%, frente al 25% en 2009 y el 22% en 2010.

Además, según el estudio de hábitos viajeros 'Lookinside', creado por Google y en asociación con el Instituto de Estudios Turísticos (IET) y la Alianza para la Excelencia Turística, Exceltur, la población que dedicó más de 2.000 euros en viajes en 2011 fue prácticamente inexistente, en torno a un 1%, frente al 5% de los viajeros que se lo permitieron hace dos años.

El 80% de los viajes continuaron siendo de ocio y recreo, aunque el estudio advierte un aumento en las visitas a familiares y amigos del 7% en 2009 al 11% el año pasado.

En cuanto al destino del último viaje que realizaron los encuestados, tres cuartas partes se quedaron en España, frente al 71% que lo hizo el año pasado. De ellos, el 25% escogieron un destino de ciudad, el 19% se decantaron por la costa mediterránea y el 13% apostaron por el turismo de montaña.

Dentro del 25% restante que viajó al extranjero en su último viaje, la mitad escogió una ciudad europea, mientras que la otra mitad se dividió entre otros destinos mediterráneos y europeos y Sudamérica, principalmente.

Viajar solo continúa su tendencia descendente, ya que las personas amantes de las escapadas en su propia compañía han decrecido desde el 18% en 2009 al 12% en 2011. Por contra, el viaje con otro adulto o pareja va ganando adeptos, pasando del 44% en 2009, un punto porcentual más en 2010 y un punto adicional este año, hasta el 46%.

FUENTES DE INFORMACION Y CRITERIOS DE SELECCION.

En líneas generales, el estudio de Google asegura que el acceso a Internet entre los viajeros españoles se ha incrementado regularmente desde el 73% en 2009, al 81% en 2010 y al 86% el pasado año

De hecho, para la elección en materia turística los españoles acuden a la Red cada vez más, aunque el resultado es muy dispar dependiendo del producto a elegir. Así, en la toma de decisión relativa al destino en sí, más de la mitad de los españoles, un 54%, escoge "algún canal de Internet", mientras que el 38% confía en la opinión de amigos y familiares y un 33% elige a través de un buscador 'online'.

El informe destaca que en los últimos años, cada vez más los viajeros están eligiendo el destino basándose en experiencias previas en detrimento de la elección por motivos personales o de trabajo. Además, la opinión de otros turistas en Internet adquiere mayor relevancia.

Para elegir alojamiento, el 61% de los viajeros elige algún canal de Internet, el 34% un buscador y el 29% acuden directamente a la web hotelera, mientras que para reservar el vuelo, el 44% selecciona algún canal

'online', el 27% se lanza a un buscador y el 17% se deja llevar por las recomendaciones de sus familiares o amigos.

Una vez seleccionada la fuente, lo primero en lo que se fijan los españoles es en el precio --un 43% en el caso del alojamiento y un 79% para seleccionar la compañía aérea--. La calidad es el segundo factor a tener en cuenta para elegir un lugar donde pernoctar, mientras que el horario lo es para los vuelos.

"INNOVAR SIN ENLOQUECER".

Una de las principales conclusiones que se desprende del estudio es la necesidad de continuar innovando en nuevas tecnologías y apostando por las redes sociales pero "sin enloquecer", ya que "los rezagados" en cuanto a vanguardia tecnológica se refiere son un segmento "importante" del mercado.

De hecho, el grueso de la población tiene teléfono móvil pero no lo usa para Internet, tal y como muestra la estadística: El 96% de los españoles posee un dispositivo móvil pero el 61% ni tiene acceso a Internet desde éste ni espera 'conectarse' en el próximo año.

Entre el reducido número relativo de viajeros españoles que sí disponen de teléfono inteligente, la principal función que realizan es la de consultar mapas y buscar direcciones, seguida de buscar lugares dentro del destino, encontrar restaurante y actualizar su perfil en las redes sociales.

El informe Lookinside de Google, Exceltur e IET de este año se realizó entre noviembre de 2011 y enero de 2012 mediante entrevistas telefónicas y 'online' a alrededor de 90.000 personas. Se trata de una iniciativa de organizaciones públicas y privadas para proporcionar un mayor conocimiento de los hábitos de consumo del viajero.