

LA DEMANDA TURISTICA

CARACTERISTICAS

La demanda turística es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos—

También se puede definir como la cantidad demandada por el mundo a cada uno de los precios de los productos y servicios que componen los viajes. Se supone que la variable mas importante que afecta a la demanda es el PRECIO, diciéndose habitualmente que la demanda se comporta de manera decreciente respecto al incremento de este básicamente porque:

Disminuye la capacidad

adquisitiva del turista

los turistas buscan productos

sustitutivos a un determinado

precio

Consecuentemente con este planteamiento, el primer elemento de decisión del turista deberá ser el precio y la cantidad de servicios y de productos que se ofrece

CRITERIOS BASICOS DE ELECCION

Los productos y servicios no son básicamente iguales y no se pueden sustituir fácilmente unos por otros. Esto es debido a que tienen una serie de características que les hacen diferentes, por que el turista lo que busca, es obtener el máximo bienestar posible del producto o servicio que compra.

Cuando los productos son heterogéneos, el criterio básico de elección es la COMPARABILIDAD que consiste en comparar las características de un producto turístico con otro.

El segundo criterio de elección de los turistas es LA FIDELIDAD, uno compra los productos o servicios turísticos por costumbre o tradición en una determinada empresa por que satisface las necesidades planteadas por el turista. Solamente se cambiara de empresa, producto, o servicio cuando se modifique algo esencial de las características del producto o que otra empresa oferte un producto similar mas ventajosamente.

El tercer criterio de elección es la ESPECTATIVA, es el deseo, el sentido que tiene cada persona de cómo va a desarrollarse su viaje por que las actividades turísticas se tienen que adquirir o comprar con anterioridad a la realización del viaje.

El cuarto criterio es la PERCEPCION, es la impresión subjetiva que tiene cada persona ante las características de los productos o servicios turísticos, teniendo en cuenta que ante un mismo producto, la percepción de dos personas puede ser completamente distinta porque entran en juego los sentimientos, la atención y los criterios particulares de cada persona.

PROCESO DE INFORMACION

Lo mas importante en la decisión de un turista es que previamente a la elección de un producto o servicio se realice un proceso de información donde las características implícitas de los productos sean suficientes y adecuadas para la realización del análisis por parte del turista, constatando que esa información sea real cuando se esta realizando el viaje. Para que haya una coincidencias entre la percepción y las expectativas previamente planteadas sobre el desarrollo del mismo

Por otro lado las inversiones de las zonas turísticas tienen que ser rentables, luego el elemento mas importante para la atracción de los turistas es que la información de los productos y servicios turísticos, tiene que llegar nítidamente al turista para que sean comprensibles por este y tenga capacidad de analizarlas.

A veces las personas acuden al mundo turístico y no encuentran los productos o servicios que les satisfacen por que no están adecuadas a sus condiciones y características que derivan de un proceso de investigación del cual no han sabido descubrir las características que tienen que tener los productos y servicios para estar de acuerdo con las necesidades de los turistas.

FACTORES DE LA DEMANDA

Son los determinantes que tienen las personas para la

realización de los viajes, distinguiendo entre los factores internos o directos y los externos o indirectos.

FACTORES INTERNOS

Son las condiciones propias de cada persona en particular, subjetivos y relativos a ellas.

Determinan la posibilidad o imposibilidad de realización del viaje, independientemente de las características de una zona (hay 3):

Renta : Es la capacidad económica que tienen las personas para destinar al consumo turístico y satisfacer el precio que tienen en el mundo los productos y servicios turísticos , donde curiosamente los productos y servicios específicamente turísticos carecen de coste económico o su precio es insignificante mientras que el gasto mas importante se lo llevan los turistas (alojamiento restauración diversión).

Con el mismo nivel de renta dos personas diferentes pueden optar por soluciones contrarias

Tiempo : Es un elemento necesario para la realización turística, ya que se concibe como la actividad que exige un desplazamiento a un lugar de destino, donde se tiene una estancia temporal variable que una vez terminado se vuelve al lugar de residencia del turista . Se dan tres tipos de tiempos

Tiempo laboral : Tiempo que las personas dedican a sus actividades proporcionales siendo el principal componente de los viajes de negocios.

Tiempo libre : tiempo que queda tras la jornada laboral. Viajes vacacionales. Es de libre decisión teniendo en cuenta las relaciones de dependencias sociales y familiares.

Tiempo de ocio : Tiempo que dedicamos a lo que nos gusta después del trabajo y los quehaceres personales.
Excepción : Viajes gastronómicos.

Predisposición : Es la necesidad o deseo de viajar que se plantean las personas cuando en general tienen cubiertas las necesidades primarias (orgánicas y las de seguridad).

La predisposición turística, surge con las necesidades secundarias (psicológicas y sociológicas) que se llevan

a cabo una vez cubiertas las 1°. Puede estar también condicionadas por la dependencia familiar, del ámbito social... y esta muy relacionado con el nivel cultural de las personas.

FACTORES EXTERNOS

Son los condicionantes que tienen las zonas, que afectan subjetivamente al turista que actúan como polo de atracción o rechazo para la realización de las actividades turísticas.

Se Grupo de factores de condiciones de zona : pueden dividir en dos grupos:

Son aquellas condicionantes que hacen atractiva la zona turística, con carácter coyuntural en la que se distinguen 3 factores:

Estado de tiempo: son las condiciones en un determinado momento, analizando fundamentalmente las condiciones de temperatura y precipitaciones.

Distancia cultural: se refiere al grado de separación que existe entre la cultura de la zona de origen del turista y a del turista de destino.

Condicionan la interpretación de las condiciones de seguridad de la zona: Cuanto mayor es la distancia cultural mayor es la resistencia de zona esto hace que la demanda sea menor, por que se crean barreras entre el lugar de origen y destino y a menor distancia cultural menor es la resistencia de zona y mayor demanda.

Calidad de los productos y servicios turísticos : Se define como el grado de probabilidad del resultado de la producción del viaje que se mide habitualmente entre la expectativa que manifiesta el turista y el grado de satisfacción de los productos y servicios turísticos.

La calidad se suele relacionar con la categoría de los establecimientos y a veces con el precio. Pero lo mas importante del análisis de la calidad es la que ofrece cada producto independientemente de la categoría del producto es decir cada producto tiene su calidad.

La calidad turística se analiza fundamentalmente por tres razones:

La calidad de los elementos de la oferta

La calidad que ofrece la zona en la preparación

La calidad por las condiciones convivencia y seguridad

Cuanto menor calidad, mayor resistencia de zona, consecuentemente menor demanda, y cuanto mayor es la calidad, menor resistencia de zona y mayor demanda.

Factores económicos

Son aquellas condiciones de zona que afectan al viaje del

Turista y que explican en buena medida el planteamiento de que los países desarrollados se comporten como emisores y que los países menos desarrollados se comporten como receptores, por que hay que tener en cuenta el diferencial de renta y precios de los países.

Hay tres factores externos económicos:

Distancia económica: es el incremento que sufre el precio del viaje, en relación al precio del transporte, que depende de la distancia considerada entre el punto de origen destino donde: a mayor distancia, mayor precio, como consecuencia de que se encarece, aumenta el coste de toda la producción.

En 1º lugar cuando en un destino turístico aumentan las frecuencias de turistas (aumentando así la oferta), consecuentemente habrá una reducción de precio (ofertas)

En 2º lugar, también se modifican, cuando aumenta la competencia dando lugar a una lucha por la demanda, por la captación de turistas

En 3º lugar, se modifican cuando las compañías ofrecen: Precio De Espacio Global. Es cuando dentro de un espacio determinado, todos los destinos turísticos, se ofrecen al mismo precio independientemente de la distancia. Además de este planteamiento los turistas eligen el medio de transporte por la rapidez o velocidad del desplazamiento y al precio que cada medio tiene.

En general los medios de transporte son mas caros, a medida que se incrementa la velocidad de desplazamiento del medio, por que tienen tecnologías y costes de producción mayores

Coste del precio del viaje : es el precio global que paga el turista en función de su país o lugar de residencia y la zona o país de destino turístico, teniendo en cuenta que la evaluación del precio depende de tres elementos:

De la cantidad de productos y servicios que consume el turista. A mayor cantidad mayor será el precio, además también depende de la categoría del establecimiento, a mayor categoría mayor precio.

El nivel de vida o diferencial de precios entre el país de residencia y el lugar de destino, el cual generalmente esta menos desarrollado lo que corresponde con unos precios mas bajos

Los valores de cambio de las monedas, que pueden dar lugar a que un precio pueda variar entre el lugar de destino y el de residencia como consecuencia de la modificación constante del valor de cambio de la moneda.

Un incremento del precio del viaje da lugar a mayor resistencia de zona, en consecuencia habrá menor demanda y al contrario.

La temporada turística : es el conjunto de condiciones homogéneas que presentan las zonas, caracterizadas por la situación de la oferta y el acceso de la demanda que dan lugar a una modificación constante del precio distinguiendo entre tres tipos de temporadas:

Temporada alta : se caracteriza por que la oferta y los atractivos se encuentran en la mejor situación posible. Esto coincide generalmente con un acceso masivo de los turistas , que provoca un incremento considerable del precio, derivado de la limitación temporal de las personas para la determinación de los periodos vacacionales.

Temporada media : se caracteriza por la pérdida de las condiciones y características de los atractivos turísticos de la zona, donde la demanda turística reduce su acceso que tiene como consecuencia una reducción significativa del fenómeno turístico. La temporada media se utiliza como temporada de promoción cuando el atractivo turístico tienen buenas condiciones pero los turistas tienen limitaciones temporales.

Temporada baja : Es aquel periodo de tiempo donde los atractivos turísticos han perdido sus características esenciales y en donde la demanda turística esta limitada por que son los periodos establecidos para el trabajo, lo que provoca una reducción progresiva de la demanda solo al alcance del turismo de elite, del turismo social o para personas ajenas al ámbito laboral. En consecuencia el precio alcanza sus niveles mas baratos y se provoca la baja rentabilidad de las empresas, donde algunas o muchas de ellas tendrán que cerrar.

MOTIVACIONES TURISTICAS Y LOS TIPOS DE VIAJE

Las motivaciones turísticas son las causas que mueven a las personas a la realización de los viajes donde cualquier persona puede tener 1000 motivos de viaje. Entre todos ellos , siempre existe uno que es el principal, el mas importante, el cual condiciona el tipo de viaje, los atractivos turísticos y la zona. Podemos distinguir tres tipos de motivaciones:

MOTIVACIONES RECREATIVAS

Son aquellas que se basan en el descanso y entretenimiento de los turistas, basados fundamentalmente en la utilización de los atractivos naturales y distinguiendo entre:

ð **Motivación deportiva:** tiene como objeto fundamental la realización de actividades físicas por afición o mantenimiento, teniendo en cuenta que algunas actividades conllevan cursos de formación , por ejemplo la vela , paracaidismo.... y distinguiendo entre 2 tipos de deportes:

–**Deportes convencionales :** No conllevan riesgo por la integridad física de las personas. Son lo que llamamos deportes de grupo football.....

Deportes de aventura : Conllevan riesgo físico para la persona puenting.....

ð **Motivación de aventura :** tiene como finalidad disfrutar del riesgo físico y psíquico que lleva inherente el viaje y las actividades que se realicen ya sea a través de los deportes de aventura, o por la agresividad de un espacio, habitualmente no desarrollado turísticamente donde lo mas habitual son los desiertos, montañas y selvas

ð **Motivación de sol y playa:** motivación genérica del turismo de descanso y relajación, utilizando como base los electos naturales (sol, playa, agua) ya sean costeros, lacustres o fluviales. Lo fundamental de este turismo es la recuperación del equilibrio físico y psíquico del turista.

ð **Motivación rutera :** Realización de un turismo itinerante con el fin de disfrutar del paisaje y de la cultura de unos determinados espacios que dan lugar a dos tipos de turismo:

Turismo de ruta continental : Consiste en recorrer un itinerario prefijado, habitualmente por una institución que se encuentra localizada sobre la superficie terrestre. Ruta andalusi, Ruta de la plata.....

Turismo de ruta acuática : consiste en recorrer un itinerario fijado por una empresa, utilizando el agua . El tipo de turismo mas relacionado con este son los viajes de cruceros marítimos y fluviales.

ð **Motivación campestre :** es el disfrute del espacio relacionado con los elementos naturales y culturales que se derivan, de los pueblos y su entorno dando lugar a tres tipos de turismo diferentes:

Turismo rural: Cuyo objetivo fundamental es el descanso y relajación a través de la realización de actividades sencillas, comunes de interpelación con la gente y disfrute del paisaje

Turismo de espacio natural: Realización de actividades que se basan en la utilización de los elementos naturales bióticos y abióticos, que normalmente tienen un interés singular y que a veces están protegidos por algún tipo de calificación legal (reserva)

Agroturismo: Consiste en la participación del turista en las actividades tradicionales de un entorno rural, que se relacionan en general con la agricultura y la ganadería (granja escuela)

ð **Motivación interpersonal** : Tiene como objeto relacionarse con otro conjunto de personas en el lugar de destino. Esto puede dar lugar a :

Viajes de visitas a amigos o familiares

Viajes de diversión y de esparcimiento : Cuando el objetivo fundamental es relacionarse con personas en el lugar de destino, por el ambiente y por la diversión, muy relacionados con salidas nocturnas

ð **Motivación de salud** : Tiene una combinación de necesidad física, psíquica y de recreo, relacionada con la utilización de elementos naturales que tienen propiedades curativas. (termalismo , barro)

ð **Motivación de compras** : Tiene como fin la adquisición de determinados productos que son típicos o tradicionales de la zona de destino turístico ofreciendo alguna ventaja comparativa de precios o calidad, respecto a la zona de residencia , donde habitualmente se adquieren productos de tecnología. (Andorra)

MOTIVACIONES CULTURALES

El grupo de motivación cultural esta compuesto por todas aquellas causas de viaje, que están relacionadas con las manifestaciones y expresiones que las sociedades han ido desarrollando lo largo de un proceso histórico que el turista observa y disfruta sincréticamente.

Las motivaciones culturales son las siguientes:

ð **Motivación étnica** : Donde el turista tiene como objeto participar en los elementos culturales que se han ido transmitiendo a lo largo del tiempo por costumbre y tradición, y donde distinguimos :

Turismo religioso . basado en actos de fe u ofrendas de las personas que dan lugar a manifestaciones que llamamos peregrinación, romería, procesión.....

Turismo festivo: consiste en la participación del turista en las celebraciones tradicionales de la zona de destino

Turismo gastronómico : tiene como objetivo la degustación de las comidas tradicionales de las zonas de destino

ð **Motivación espectáculos o acontecimientos programados:** Cuando el viaje se desarrolla como consecuencia de que el turista actúa como espectador en un acontecimiento programado de carácter cultural o deportivo.

ð **Motivación monumental:** Es la motivación genérica de carácter cultural que se caracteriza por la visualización y comprensión de los elementos artísticos de una sociedad, utilizando como base la arquitectura, escultura y pintura Y las artes menores como la orfebrería, cerámica....

ð **Motivación urbana:** Consiste en un conglomerado de actividades culturales que se centran en la ciudad de destino combinado con el turismo étnico, artístico monumental y el de espectáculos.

MOTIVACIONES PROFESIONALES:

Son las relacionadas con el ámbito laboral de las personas y que normalmente están condicionadas. Distinguimos:

ð **Motivación comercial o de negocios:** es la motivación genérica de los viajes profesionales, que son

aquellos viajes condicionados y derivados del puesto laboral que se desempeña.

ð Motivación de congresos: Viajes programados en un destino como consecuencia de una reunión de un grupo de personas afines del ámbito profesional, aficiones o a la militancia, con el fin de resolver problemas comunes a todos ellos.

ð Motivación educativa o formativa: Todos los cursos programados como consecuencia del proceso de formación de las personas que puede ser previo o posterior a su especialización profesional

ð **Motivación de incentivos** : es un viaje consecuencia de un premio que ofrece la empresa a los trabajadores que cumplen los objetivos de producción o rentabilidad.

-DISTRIBUCION DE LA DEMANDA TURISTICA

Consiste en dividir o separar a la demanda turística en grupos de comportamiento homogéneo, con el fin de averiguar las necesidades de los turistas, para que las empresas puedan realizar programaciones de viajes adaptados a esas necesidades y a lograr el objetivo del planteamiento turístico : La satisfacción del turista.

Cualquier clasificación de tipos de turistas, dan lugar a 3 tipos de características similares, donde vamos a utilizar la clasificación de perfiles psicofísicos de Stantly Plog, el cual establece 3 grupos de turistas

PSICOCENTRICOS:

Se les denomina también turistas de extremos conformistas. Es una persona introvertida, con muy poca confianza en si mismo, que le gustan las cosas sencillas y que realiza el turismo por conformismo social o por habito adquirido. Conciben el turismo como descanso y recreo en grupo. Se desplazan hacia zonas turísticas muy desarrolladas, seguras, relacionando los elementos de sol, agua y espacios naturales. Planifica fundamentalmente su viaje desde su lugar de residencia y no admite cambios durante el desarrollo. Normalmente comprara un viaje programado por una empresa especializada.

Los destinos turísticos tienen que ser cercanos, con poca distancia cultural, con tipos de turismo de carácter rural, sol y playa. Y si van a un país extranjero , va a realizar un turismo urbano en las grandes ciudades.

ALOCENTRICOS:

Se les denomina extremos impulsores. Se caracterizan por ser extrovertidos, seguros de si mismos. Son personas complejas y que esta realizando actividades constantemente y que lo que mas valora es la libertad y la independencia. Conciben el turismo como una acumulación de experiencias basadas en la aventura y en el riesgo, para lo cual planifican mínimamente el viaje para que de manera flexible se adapte a las condiciones de este. Los destinos turísticos que elige son alejados de su lugar de residencia. Eligen especialmente espacios principalmente agresivos como montañas, selvas, desiertos.... Y que estén deshabitados o habitados por poblaciones primitivas.

MEDIOCENTRICOS

Actúan entre los extremos anteriores distinguiendo entre dos tipos de turistas:

ð **Mediocentrico de tendencia psicocentrica:** Son las personas que llamamos turistas convencionales, que coincide con el típico turista de masas cuyo motivo del viaje es el descanso, la relajación y la satisfacción que ofrecen los contactos familiares y amistades, y en donde la salud es un elemento importante para este turista. Concibe el turismo como huida del lugar de residencia, mezclando un conjunto de actividades, en contacto con la naturaleza, con el sol, el mar, la tranquilidad del espacio rural, la satisfacción corporal, las compras, la

diversión, los elementos culturales tópicos, museos, monumentos, parques temáticos, casco histórico.....Y contactos con las personas del lugar de destino.

Los destinos elegidos son espacios muy desarrollados turísticamente de culturas similares y cercanos a su lugar de residencia.

ð Mediocentricos de tendencia alocentrica : Son turistas con intereses especiales porque conciben el turismo como el desarrollo de sus aficiones y entretenimientos, muy relacionados con actividades deportivas o de esfuerzo físico, asumiendo deseando nuevas experiencias y aventuras, siempre y cuando el riesgo este controlado.

Los destinos turísticos son exclusivos para el desarrollo de sus actividades, relacionados con las montañas y los elementos naturales.