

## Nuevas aplicaciones abrirán en abril el horizonte de esta comunidad

A finales de marzo la Comunidad Turística dará un paso más en su desarrollo tecnológico, lo que permitirá, a partir de abril, ampliar sus horizontes en los sectores de ocio y restauración. Esta plataforma, que permite al viajero planificar, informarse y comprar desde el avión y el hotel hasta la entrada a un museo o la reserva de una mesa en cualquiera de los restaurantes andaluces, cuenta ya con más de 8.000 empresas adscritas, que suponen el 34% del total de sociedades que conforman la industria turística.

Esta comunidad es en la actualidad la columna vertebral de la estrategia de turismo en la región y es que marcará un antes y un después en la forma de hacer negocio y promocionar el destino ante la posibilidad de colocar en todo el mundo el abanico de posibilidades de ocio y cultura de las zonas turísticas. El consejero de Turismo, Comercio y Deporte, Luciano Alonso, aprovecha todas las presentaciones en el exterior y en el mercado nacional para dar a conocer esta herramienta y para animar a los empresarios a que se sumen a esta iniciativa. Para ello, los profesionales andaluces cuentan con el apoyo del laboratorio turístico Andalucía Lab.

llan en la región también tienen presencia en Youtube, a través de los canales 'AndalucíaPro' y 'DeporteAndaluz', cuyos vídeos suman 77.000 reproducciones.

Precisamente, avanzan que para unificar las diferentes identidades de Andalucía en los canales 2.0 se ha llevado a cabo una renovación de la imagen de estos servicios, de modo que los perfiles puedan alcanzar una mejor identificación con el destino turístico por parte de los distintos usuarios.



Pantalla de la página de la Consejería de Turismo en las redes sociales. :: SUR

# Ocho de cada diez andaluces utiliza las redes sociales

## El uso de estos canales ha crecido en Andalucía en once puntos durante el último ejercicio

:: P. MARTÍNEZ

**MÁLAGA.** Ocho de cada diez andaluces está presente en las redes sociales. Este dato supone un crecimiento de once puntos respecto al uso de estos canales en el último año. Así se recoge en un estudio realizado por la red de blogs Ocio Networks, que cuenta con más de siete millones de usuarios únicos mensuales. Se trata de la segunda edición del Estudio de Hábitos de Internet, en el que se ha entrevistado a 1.875 internautas.

Entre las principales conclusiones destaca que el 73% de los encuestados andaluces utiliza Facebook, un 51% es usuario de Tuenti y otro 25% tiene una cuenta de Twitter. También revela que frente a este auge, siete de cada diez

andaluces ha reducido su consumo de televisión.

A nivel nacional los datos también marcan un incremento, puesto que el 83% de los internautas ha afirmado utilizar las redes sociales en el año 2010, al contrario que el 76% que lo hizo el año pasado. Según este estudio, las principales redes sociales han experimentado un gran crecimiento respecto al año anterior.

### Radiografía

Según los promotores del informe, Facebook es la más popular en España entre los entrevistados, con un 75% de penetración y un aumento del 14% de usuarios frente a 2009. Tuenti es la segunda red más empleada, con un 33% de internautas que la utilizan frente al 22% del año 2009. El porcentaje de usuarios que no usa redes sociales desciende significativamente en 2010 hasta el 17% frente al 24% del año anterior.

En este sentido, Alejandro Suárez, CEO de Ocio Networks, afirmó: «la consolidación del uso de

este tipo de redes, con un aumento de un 7% interanual en el país significa que Internet se ha convertido en la principal herramienta social para los españoles, que utilizan, al menos, una red social para comunicarse todos los días».

Los hábitos de consumo de los internautas han cambiado debido al uso de las redes sociales. Alejandro Suárez comentó: «estas están sustituyendo progresivamente a otros medios para la comunicación directa. Por ejemplo durante la pasada Navidad vimos como descendía el número de mensajes de texto y aumentaba la comunicación a través de estas redes. Los internautas cada vez dedican más tiempo a comunicarse entre ellos y a intercambiar sus experiencias».

El informe revela que las tres principales redes sociales continúan creciendo respecto a 2009. El consumo de Facebook se ha incrementado un 14%, Tuenti un 11% y Twitter un 12%, frente al resto, que ha sufrido un leve descenso en la penetración, según los datos de la encuesta.



LA OLA  
PILAR MARTÍNEZ

## EFFECTO LLAMADA

**C**alor en pleno invierno. Un fin de semana largo, como arranque de unas minivacaciones escolares, y un tiempo que invita a escapar al campo y a la playa. Es el primer puente del año y el clima dará la primera alegría al sector turístico. Con más o menos ocupación, según el segmento turístico, lo cierto es que se ha tomado la temperatura a la demanda y se ha podido comprobar como hay más ganas de salir que el pasado año. Este termómetro se generaliza a toda la oferta y pone de manifiesto que cuanto más se elaboran las propuestas de viajes más calan en los turistas potenciales. Es decir, queda claro que la situación impone vestir y revestir las estancias en los hoteles con variados servicios y más alternativas de ocio.

Es evidente que el sector no puede vivir de los puentes o de fines de semana con posibilidad de ser tematizados, como el de San Valentín. Pero siempre es mejor sumar y pensar que unos pocos hacen un mucho. En esta dinámica trabajan ya hoteleros de la Costa, que están convencidos de que hay que buscar turistas en mercados que están dando una buena respuesta y dejar de depender tanto de un solo país como el Reino Unido, que levanta cabeza en comunidades como la valenciana pero que sigue resistiéndose en la andaluza.

Los primeros datos del Gobierno sobre la evolución de Andalucía en el escenario internacional advierten de que el sector no se puede dormir en los laureles. Mientras España capta más viajeros, Andalucía reduce su cuota. Falta saber si a cambio de unos turistas que gastan más. Ojalá.

CON INTERNET ESTÁN MÁS CERCA.

EL ACCESO A LA INFORMACIÓN MAS RÁPIDA CON INTERNET EN AFINACIÓN AL VILLORCHAVO CONTRA LA FORTALEZA INFANTIL Y EL CIBERACOSO AYUDAROS.



www.aia2.org

laboralencia 902 22 54 22

