

El perfil de la Demanda del Turismo Rural

Isabel P. Albaladejo Pina

M^a Teresa Díaz Delfa

Lourdes Molera Peris

Dpto. Métodos Cuantitativos para la Economía

Universidad de Murcia



Junio 2007

Encuesta Consumidores de turismo rural

- **Fondos:** Proyecto Investigación de la Fundación Séneca
- **Fecha:** Semana Santa 2002
- **Muestra:** Individuos que pernoctaron una o más noches en un alojamiento de turismo rural en la comarca Noroeste de la Región de Murcia
- **Datos:** 335 cuestionarios con datos sobre sus características socio-económicas, su comportamiento de viaje, sus gustos en cuanto a actividades en zonas rurales, sus motivaciones y sus elecciones de alojamiento rural.

Características generales de la demanda de turismo rural en Murcia

Alicante (66,9%) y Murcia (19,4%)
Jóvenes (100% menos de 50 años)
Más con estudios primarios (38,5%)
83% con ingresos inferiores a 2405€
Alquilan al propietario (60,3%)
Amigos (93,1%) y familia (40%)
Grupos más grandes (40,3% más de 10)
68,4% turismo rural antes
35,8% más de un viaje de TR al año
49% referencias por conocidos
24% Internet como referencia
61,7% más de cuatro actividades

Contacto con la naturaleza, posibilidad de conocer gente nueva, **convivencia con amigos**, **posibilidad de descansar**, independencia y flexibilidad

1º Trabajo:

Segmentación de los turistas según las motivaciones que les llevan al ambiente rural

Objetivo

Determinar segmentos de turistas con motivaciones específicas para pasar sus vacaciones en el campo y la definición de esos segmentos por medio de asociaciones significativas con variables exógenas (socioeconómicas, demográficas y de comportamiento de viaje)

Turismo rural:

Una forma de turismo que ocurre en áreas rurales

(Lane, 1994)

“Turismo rural puro”:

- el deseo de contacto con el entorno natural,
- la búsqueda de autenticidad, y
- la interrelación con las familias locales.

(Lane, 1994)

“Turismo de alojamiento rural”

Motivaciones para la práctica del turismo rural

1. Atmósfera relajada
2. Aire fresco y contacto con la naturaleza
3. Belleza del entorno
4. Ausencia de masificación
5. Posibilidad de realizar actividades al aire libre
6. Posibilidad de contemplar monumentos o arquitectura típica
7. Posibilidad de hacer actividades culturales
8. Agroactividades (hacer queso, amasar pan...)
9. Buena comida típica o tradicional
10. Posibilidad de convivir con los amigos
11. Posibilidad de convivir con la familia
12. Posibilidad de relacionarse con la gente del lugar
13. Posibilidad de viajar con niños
14. Posibilidad de descansar
15. Independencia y flexibilidad
16. Distancia de viaje razonable
17. Precio asequible

METODOLOGÍA

Método en dos fases:

1. La segmentación de la demanda en diferentes grupos con motivaciones específicas para la práctica de turismo rural, se hace mediante una combinación de análisis factorial y cluster.
 - i. Se aplica un análisis de componentes principales para agrupar todas las motivaciones en un número más pequeño de factores (SPSS 11.5).
 - ii. Los individuos se agrupan sobre la base de los anteriores factores usando usando un desarrollo combinado de técnicas jerárquicas (método de Ward) y no jerárquicas (K-means).
2. Una vez determinados los segmentos, la diferenciación de los mismos según variables exógenas que no intervienen en la construcción de los clusters se lleva a cabo mediante un análisis de regresión logit.

MOTIVACIONES	MEDIAS				
	Turista rural de familia	Turista rural de relax	Turista rural activo	Turista de vida rural	Turista de alojamiento rural
Atmósfera relajada	4.36	4.49	4.05	4.36	2.37
Aire fresco y naturaleza	4.60	4.33	4.50	4.50	2.47
Belleza del entorno	3.84	3.76	4.24	3.50	2.13
Posibilidad de descansar	4.44	4.78	3.98	4.65	2.97
Lugar poco masificado	4.21	4.27	4.09	4.35	2.29
Independencia y flexibilidad	4.22	4.66	4.17	4.36	2.87
Monumentos y arq. Típica	2.35	1.86	4.19	2.21	2.05
Actividades culturales	1.88	1.35	3.67	2.13	1.55
Actividades al aire libre	3.59	3.49	4.29	3.31	2.18
Convivir con la familia	4.64	1.86	2.62	3.19	2.10
Viajar con niños	4.18	1.16	1.96	2.44	1.66
Precio asequible	3.31	3.80	3.98	3.00	3.21
Distancia de viaje razonable	4.26	3.85	4.14	3.29	3.10
Agroactividades	1.33	1.41	1.95	3.77	1.58
Comida típica o tradicional	3.41	2.32	3.26	3.96	2.53
Relacionarse con gente del lugar	3.16	2.63	3.41	3.83	3.83
Convivir con los amigos	4.58	4.73	4.64	4.69	4.69

Variables	Turista rural activo	Turista rural de familia	Turista rural de relax	Turista de vida rural	Turista de alojamiento rural
Mayor de 30 años	11.04%	1.07%	-8.89%	-1.17%	-2.05%
Trabajador asalariado	-3.03%	6.15%	9.08%	-8.98%	-3.22%
Con estudios universitarios	15.72%	-2.44%	-3.81%	-6.25%	-3.22%
Residente en Murcia	-12.60%	2.44%	4.59%	4.10%	1.46%
Gasto diario por persona superior a 30€	3.22%	-6.35%	-4.00%	6.25%	0.88%
Viajar con niños	-17.09%	40.14%	-15.53%	-4.30%	-3.22%
Conocimiento del destino por Internet	11.23%	-3.81%	-3.22%	-3.91%	-0.29%
Viajar a áreas rurales más de una vez al año	-3.61%	2.25%	-3.61%	5.47%	-0.49%
Alquiler del alojamiento directo a los propietarios	-8.89%	4.59%	4.20%	0.20%	-0.10%
Área elegida: Pequeño casco urbano	7.32%	-0.29%	0.88%	-9.77%	1.86%

2º Trabajo:

El perfil de turista rural en función del tipo de alojamiento elegido

Objetivo

Desarrollar un proceso que determine cuáles son las características de los individuos que tienen una mayor incidencia a la hora de decidirse por una u otra de las ofertas de alojamiento que un determinado destino rural oferta. Específicamente este estudio se diseña para identificar el perfil de turista que, habiendo decidido hacer turismo rural en la Comarca Noroeste de la Región de Murcia, tiene mayor probabilidad de elección de una de las diferentes alternativas de alojamiento que existen en esta comarca.

El atractivo de las áreas rurales para el turismo y el recreo se debe en un primer lugar a sus características intrínsecamente rurales, pero la demanda de un destino rural depende también del rango y calidades de su oferta de alojamiento

En la selección de un destino para las vacaciones el alojamiento es altamente considerado por los turistas y es elegido basándose en sus necesidades y esperanzas

El éxito de un destino depende del crecimiento y desarrollo de su sector de alojamiento

METODOLOGÍA

Objetivo

Prob (alojamiento rural tipo i) =
= F (características socioeconómicas y
comportamiento de viaje de los turistas)

Problema

Conjunto de elección = alojamientos rurales del destino

Solución



Clasificación alojamientos rurales

Método combinado de análisis de correspondencias múltiple (para asignar valores numéricos a los atributos nominales) y de análisis cluster (para definir los grupos).

Casas rurales grandes

Viviendas grandes con cuatro o más habitaciones y dos baños.

Construcción antigua.

Situadas en el campo, la huerta o la montaña.

Tienen pistas deportivas y piscina.

Pertenecen todas aquellas viviendas que poseen la Q de calidad.

Casas de madera o nuevas

Viviendas con dos o tres habitaciones y un solo baño.

Situadas fundamentalmente en la huerta.

Poseen piscina y pistas deportivas pero no minigranja.

Casas tradicionales

Son las más numerosas.

Viviendas con dos o tres habitaciones y uno o dos baños.

Estructura arquitectónica propia de la zona.

Situadas en pequeñas pedanías o próximas a algún pueblo.

Molinos

Actualmente transformados en casas que se alquilan por habitaciones cada una con su propio baño.

Situadas lejos de localizaciones urbanas.

Con la posibilidad del servicio de comidas por encargo

Poseen piscina.

Logit multinomial

Usando el programa informático LIMDEP versión 7.0 se realizan diferentes estimaciones de un modelo logit multinomial.



Probabilidades de elección de cada uno de los grupos de viviendas en función de las características de los turistas que han decidido pasar sus vacaciones en ese destino.



**Perfiles de turistas para cada
tipología de alojamientos**

Casas rurales grandes

Turistas que viajan con amigos y que les gustan las actividades deportivas, pero no las culturales.

Casas de madera o nuevas

Turistas con un bajo nivel de renta y que han obtenido referencia de la casa mediante una guía de turismo

Casas tradicionales

Turistas que alquilan directamente a los propietarios, que proceden de Alicante y que únicamente tienen estudios primarios

Molinos

Turistas de más de 30 años, solteros sin independizar y que les gustan las actividades culturales

El perfil de la Demanda del Turismo Rural

Isabel P. Albaladejo Pina

M^a Teresa Díaz Delfa

Lourdes Molera Peris

Dpto. Métodos Cuantitativos para la Economía

Universidad de Murcia



Junio 2007