



# Segmentación de la demanda turística

Capítulo 8



## 8. SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA.

En este capítulo se realiza una aproximación a las características de los turistas que han visitado Andalucía durante el año 2009. En concreto, se desea obtener una aproximación de la demanda turística<sup>1</sup> mediante la segmentación del mercado en grupos de individuos con un comportamiento homogéneo. La motivación del análisis surge por el hecho de que el conocimiento de los segmentos, que componen la demanda turística, es un elemento de primordial importancia para la elaboración de estrategias y el logro de un uso más eficiente de los recursos por parte de las empresas y los organismos encargados de la elaboración de políticas económicas.

### 8.1 Perfiles del turista según destino de litoral, interior y de ciudad.

El análisis del perfil del turista se realiza a partir de los microdatos de la ECTA para el año 2009, lo que supone utilizar la información relativa a 19.209 individuos.

Entre los factores determinantes<sup>2</sup> del modelo de elección del destino, destaca, en primer lugar, la distribución de los visitantes según el destino: el 59,49 por ciento de los mismos realiza una estancia en municipios o capitales costeras, el 23,52 por ciento en capitales de interior y el 16,99 por ciento en municipios de interior.

En este aspecto se observa, en primer lugar, que los turistas encuestados varones superan a las mujeres en todos los destinos, registrándose las mayores diferencias en los municipios de interior, y en los municipios y capitales costeras. En segundo lugar, en relación con la distribución de los visitantes según grupo de edad, el colectivo mayoritario es el que tiene una

1 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

2 Entre las variables introducidas en el modelo se insertan variables ficticias que indican si el individuo ha realizado actividades de compra, disfrute y uso de playas, observación de la naturaleza, actividades deportivas, asistencia a eventos culturales o deportivos, actividades culturales (visitas a museos, monumentos, etc.) y asistencia a congresos y reuniones.

Cuadro 8.1

**Análisis descriptivo de las variables utilizadas en la estimación del modelo de elección de destino (porcentaje).**

Variables	Municipios y capitales costeras	Capitales de interior	Municipios de interior de interior	Total
<b>Sexo</b>				
Varón	59	55	59	58
Mujer	41	45	41	42
<b>Edad</b>				
Entre 18-29	12	28	12	16
Entre 30-44	35	39	43	37
Entre 45-64	35	27	34	33
65 o más	18	4	10	14
<b>Nacionalidad</b>				
España	75	71	84	75
Alemania	4	3	3	4
Francia	1	3	1	1
Reino Unido	10	4	4	7
Resto del mundo	10	20	8	12
<b>Actividad económica</b>				
Trabajando	66	79	80	71
Parado	2	2	1	2
Estudiante	3	10	2	4
Jubilado	25	6	13	18
Labores del hogar	4	2	3	3
Otra	1	1	1	1
<b>Actividades turísticas</b>				
Compras	11	11	7	10
Act. de disfrute y uso de playas	78	3	8	48
Observación de la naturaleza	18	28	47	25
Actividades deportivas	10	1	7	8
Asistencia a eventos	1	2	1	1
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	12	68	57	33
Asistencia a congresos y reuniones	1	3	1	1

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

edad comprendida entre los 30 y 44 años. Además, es en los municipios de interior donde alcanza su mayor peso con un 43 por ciento. En tercer lugar, la ordenación de los visitantes según nacionalidad muestra que en los municipios y capitales costeras los colectivos británico y alemán representan conjuntamente un 14 por ciento sobre el total de turistas, mientras que en los otros dos destinos estos colectivos de extranjeros sólo representan el 7 por ciento. En términos generales, si se considera a todo el colectivo de extranjeros, la mayor representación de los mismos aparece en las capitales de interior (un 29 por ciento), por el contrario su menor peso corresponde a los municipios de interior (un 16 por ciento).

En relación con la actividad económica como datos más reveladores se constatan, por una parte, que para toda la muestra los turistas que trabajan superan el 70 por ciento, registrando su mayor proporción en los municipios de interior, con un 80 por ciento. Por otra parte, la segunda situación en orden de importancia dentro de los municipios de interior, y en los municipios y capitales costeras es la de jubilado, con porcentajes respectivos del 13 por ciento y 25 por ciento; mientras que en las capitales interiores, el segundo grupo en orden de importancia son los estudiantes, con un 10 por ciento.

Con respecto a las variables que indican si los visitantes han realizado una determinada actividad turística, la representación de cada una de ellas está claramente asociada a la elección del destino turístico. Así, por ejemplo, aquellos turistas que visitan municipios y capitales costeras declaran, en un 78 por ciento de los casos, que realizan actividades de disfrute y uso de la playa. Por el contrario, si el destino elegido corresponde con los municipios de interior, las actividades más elegidas son las relacionadas con la observación de la naturaleza y las culturales, ya que el 47 por ciento y el 57 por ciento de los visitantes las realizan, respectivamente. En las capitales interiores, las dos actividades anteriores son también las más representativas, aunque los porcentajes de turistas que las realizan varían (un 28 por ciento observa la naturaleza, mientras que un 68 por ciento realiza actividades culturales).

Cuadro 8.2

**Análisis descriptivo de las variables explicativas adicionales en los modelos de duración y número de municipios visitados.**

<b>Forma de viajar</b>	Porcentaje sobre total
Solo	17,41
Pareja	58,71
Acompañado de familiares	16,44
Acompañado de amigos	7,25
Otros	0,18
<b>Forma de organizar el viaje</b>	
Solo	80,57
Organizado por un club	8,92
Adquisición de un paquete turístico	10,51
<b>Motivo principal del viaje</b>	
Trabajo o Negocios	2,92
Asistencia a ferias, monográficos, congr.	0,70
Vacaciones/Ocio	87,59
Eventos culturales	0,62
Visitas a familiares y amigos	6,87
Estudios	0,51
Otros motivos	0,79
<b>Tipo de alojamiento</b>	
Hoteles y otros establecimientos hoteleros	73,71
Apartamentos o casas	24,70
Otros alojamientos	1,13

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

El análisis descriptivo de las variables explicativas adicionales introducidas para aplicar los modelos de duración de la estancia refleja, por un lado, que la duración de la estancia media en Andalucía está en torno a los 8 días, para todos los periodos considerados.

Además, como principales resultados asociados a estas variables para el año 2009 se comprueba, por un lado, que el 80,6 por ciento de los turistas encuestados han organizado su viaje de forma individual, habiendo realizado el viaje en pareja el 58,7 por ciento. Por otro lado, el motivo principal de la estancia en la comunidad andaluza corresponde al desarrollo de la actividad vacacional (87,6 por ciento), seguido del grupo de individuos que se alojan en Andalucía para visitar amigos o familiares (6,9 por ciento).

Para las variables vinculadas al modelo de elección del tipo de alojamiento<sup>3</sup> se ha tomado la decisión de realizar tres agrupaciones con objeto de tener un suficiente número de observaciones en cada alternativa para poder realizar la estimación del modelo. Concretamente, se consideran las siguientes agrupaciones<sup>4</sup>: en primer lugar, aparecen los individuos que eligen como alojamiento hotel, otro alojamiento hotelero y pensión, lo cual representan el 73,7 por ciento de las observaciones; en segundo lugar, se incluyen a los visitantes que se alojan en cualquier modalidad de apartamento o casa (es decir, alquilado, en propiedad o apartamento perteneciente a amigos o familiares), esta alternativa representa el 24,7 por ciento del total; por último, el resto de individuos está comprendido por aquellos que optan por alojarse en campings, albergues, villas turísticas, casas rurales u otro tipo de alojamiento, este grupo tienen un peso del 1,6 por ciento.

Por último, en cuanto al modelo explicativo del gasto, en la estimación de los elementos influyentes sobre el gasto turístico per cápita (que asciende en términos medios a 324 €), las variables explicativas del mismo son las consideradas anteriormente.

3 Los factores explicativos que se incluyen en el modelo que explica la elección de alojamiento son similares a los que se incluyen en el modelo explicativo de la duración, a excepción del propio alojamiento.

4 La ECTA permite diferenciar los siguientes tipos de alojamiento en el primer municipio donde se pernocta: hotel, otro alojamiento hotelero (parador, apartahotel,...), pensión, apartamento alquilado, apartamento en propiedad, apartamento de amigos o familiares, camping, albergue, villa turística, casa rural o similar y otros.

Cuadro 8.3

## Distribución de los encuestados según tipo de alojamiento.

Tipo de alojamiento	Porcentaje sobre el total
Hotel	67,41
Otro alojamiento hotelero (parados, apartahotel,...)	4,36
Pensión	1,95
Casa o apartamento alquilado	5,76
Casa o apartamento en propiedad	10,5
Casa o apartamento de amigos o familiares	8,44
Camping	0,65
Albergue	0,23
Villa turística	0,13
Casa rural o similar	0,13
Otros	0,46
Total	100

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta Turística de Adalucía (IEA, 2009).

## 8.2 Modelos de segmentación de la demanda.

### *Modelo de elección de destino turístico.*

El modelo elegido para cuantificar la influencia de un conjunto de variables explicativas sobre la elección de destino turístico es un modelo *logit multinomial*<sup>5</sup>. En este modelo se ha elegido como categoría de referencia la probabilidad, que tiene cada individuo, de elegir como destino turístico un municipio interior, con lo cual se miden las probabilidades relativas de elegir el destino capitales interiores respecto a municipios de interior y probabilidades relativas de elegir municipios y capitales costeras respecto a municipios de interior.

5 Véase Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

Cuadro 8. 4

Estimación del modelo logit multinomial para la elección de destino turístico

Variables	Capitales interiores		Municipios y capitales costeras	
	Coefficiente	Odd ratio	Coefficiente	Odd ratio
<b>Sexo</b>				
Varón	-0,043	0.957	0.079	1.082
<b>Edad</b>				
Entre 18-29	0.774***	2.168***	0.199**	1.221**
Entre 45-64	-0,071	0.931	0.207**	1.230**
65 o más	-0.332**	0.717**	0.393***	1.482**
<b>Nacionalidad</b>				
Alemania	0.159	1.172	-0.004	0.995
Francia	0.767***	2.153***	-0.004	0.432**
Reino Unido	0.237*	1.267*	0.228*	1.257*
Resto del mundo	0.8777	2.405***	0.188**	1.207**
<b>Actividad económica</b>				
Parado	0.611**	1.843**	0.952***	2.592***
Estudiante	0.663***	1.940***	0.162	1.176
Jubilado	-0.331**	0.717**	0.521***	1.684***
Labores del hogar	-0.198	0.819	0.317**	1.373**
Otra	0.071	1.074	-1.019**	0.360**
<b>Actividades turísticas</b>				
Compras	0.405***	1.499***	0.383***	1.467***
Disfrutes de la playa	-1.135***	0.321***	3.703***	40.57***
Realización de deportes	-2.266***	0.103***	-0.264**	0.767**
Observación naturaleza	-0.929***	0.394***	-0.292***	0.746***
Asistencia a eventos	-0.100	0.904	0.331***	1.393
Actividades culturales	0.631***	1.878***	-1.730***	0.177***
Asistencia a congresos	2.344***	10.428***	0.806**	2.238**
<b>Trimestre</b>				
1 <sup>er</sup> Trimestre	-0.468***	1.325***	0.247***	3.119***
3 <sup>o</sup> Trimestre	-0.750***	2.117***	-0.889***	2.434***
4 <sup>o</sup> Trimestre	-0.856***	0.8999	0.016	2.473***

Notas:

(a) El turista de referencia es mujer, español, con una edad comprendida entre 30 y 44 años, es español, trabaja, no hace actividades turísticas y realiza su estancia en el tercer trimestre.

(b) (\*\*\*) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,

(\*\*) al 5 por ciento,

(\*) al 1 por ciento.

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

Con respecto a los resultados obtenidos, cabe señalar, en primer lugar que el sexo no es una variable determinante en la elección del destino turístico durante el año 2009, ya que los coeficientes<sup>6</sup> asociados a la variable género no son estadísticamente significativos.

Por grupos de edad, los *odds ratios*<sup>7</sup> nos revelan que los turistas con edades comprendidas entre 18 y 29 años tienen una probabilidad relativa de visitar capitales interiores andaluzas superior a la del resto. En particular, dicha probabilidad es 2,16 veces superior a la de los turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años<sup>8</sup>. En relación a los municipios y capitales costeras, los *odds ratios* de todas las variables de edad introducidas son superiores a 1, lo que refleja que el riesgo relativo de elegir dicho destino frente a los municipios interiores de los turistas con edades entre 30 y 44 años es inferior al del resto de visitantes.

Las variables explicativas que identifican la nacionalidad del turista manifiestan, por un lado, que los extranjeros tienen una probabilidad relativa de visitar capitales de interior que es superior a la correspondiente para los turistas españoles<sup>9</sup>. Así, por ejemplo, para los turistas que componen el grupo de visitantes procedentes del resto del mundo, el cociente de probabilidades entre las alternativas capitales de interior y municipios de interior es 2,4 veces superior al cociente correspondiente para los turistas nacionales. Por otro lado, los turistas procedentes del Reino Unido tienen una probabilidad relativa de seleccionar un localidad costera frente a una interior que es 1,25 veces superior a la correspondiente a los españoles.

- 6 El coeficiente  $\beta$  es un vector de parámetros desconocidos que recoge la influencia de cada variable explicativa.
- 7 El *odds ratio* se obtiene elevando el coeficiente  $\beta$  al número  $e$ . Nos indica cuantas veces es superior la probabilidad relativa de elegir un destino dado respecto a la probabilidad de elegir un municipio de interior para cada variable y con referencia a un segmento dado de la misma.
- 8 Para la variable edad, el turista de referencia es un individuo con edad comprendida entre 30 y 44 años. por lo tanto, las probabilidades relativas de los distintos segmentos de edades se comparan con esta referencia. Ver nota (a) del Cuadro 8.4.
- 9 En la variable nacionalidad, el turista de referencia es un individuo de nacionalidad española. Ver nota (a) del Cuadro 8.4.

Si se segmenta a los turistas según su actividad económica, se destaca que las probabilidades relativas de visitar municipios interiores con respecto a capitales interiores o a municipios y capitales costeras es superior para los turistas que están trabajando<sup>10</sup>, en términos generales.

Los coeficientes asociados a las variables ficticias que recogen las actividades turísticas son en su mayoría estadísticamente significativos. Los resultados más relevantes nos muestran, en primer lugar, que los turistas que realizan actividades<sup>11</sup> de compra tienen una probabilidad de visitar municipios y capitales costeras o capitales de interior relativa a la probabilidad de alojarse en municipios de interior que es superior en 1,5 veces a los que no efectúan dicha actividad. En segundo lugar, los turistas que practican deportes tienen una probabilidad de visitar municipios de interior en relación con la de ir a capitales de interior que es superior en 9,7 veces a los turistas que no los practican. En tercer lugar, los turistas cuya actividad es la observación de la naturaleza muestran una probabilidad relativa de visitar municipios de interior superior a la del resto de individuos. Por último, cabe señalar que si el visitante asiste a congresos, su probabilidad relativa de alojarse en capitales de interior es muy superior a la correspondiente para el resto de casos.

Para finalizar con los análisis de los resultados y con objeto de lograr uno de los principales fines de este trabajo, se realiza a continuación una aproximación a los perfiles de los turistas que visitan Andalucía según destino. Para ello se selecciona los individuos con una alta probabilidad estimada, resultante del modelo, de elegir un determinado destino turístico. Concretamente se selecciona aquellos turistas cuya probabilidad de elegir una alternativa supere 0,5 (hay que tener en cuenta que dicha probabilidad se puede situar entre 0 y 1). Además, se selecciona a los tres grupos de visitantes con mayor peso dentro del total, es decir, españoles, alemanes y británicos.

10 En la actividad económica la referencia es un individuo que trabaja.

11 En las actividades turísticas, la referencia es un individuo que no hace actividades turísticas.

Cuadro 8.5

**Perfiles turísticos de los españoles.**  
*Individuos con una probabilidad superior a 0.5 para cada alternativa. Porcentaje*

Variables	Municipios de interior	Capitales de interior	Municipios y capitales costeras
<b>Sexo</b>			
Varón	63,95	54,66	60,07
Mujer	36,05	45,34	39,93
<b>Edad</b>			
Entre 18-29	1,26	32,09	10,31
Entre 30-44	52,69	41,89	33,78
Entre 45-64	37,43	25,14	35,56
65 o más	8,62	0,88	20,35
<b>Actividad económica</b>			
Trabajando	87,2	85,39	69,02
Parado	0	2,3	2,63
Estudiante	0	10,01	2,16
Jubilado	9,89	1,28	26,49
Labores del hogar	2,53	0,79	4,27
Otra	0,38	0,23	0,22
<b>Actividades turísticas</b>			
Compras	1,52	8,4	13,1
Actividades de disfrute y uso de playas	0	0,26	82,59
Observación de la naturaleza	93,14	24,34	18,56
Actividades deportivas	10,27	0	11,44
Asistencia a eventos	0,63	1,48	0,58
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	84,13	87,84	10,26
Asistencia a congresos y reuniones	0,13	3,82	0
<b>Trimestre</b>			
1 <sup>er</sup> Trimestre	5,07	16,83	24,75
2 <sup>o</sup> Trimestre	3,29	34,2	23,51
3 <sup>er</sup> Trimestre	56,49	23,44	30,85
4 <sup>o</sup> Trimestre	35,15	25,53	20,89

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

Cuadro 8.6

**Perfiles turísticos de los alemanes.**  
 Individuos con una probabilidad superior a 0.5 para cada alternativa. Porcentaje

Variables	Municipios de interior	Capitales de interior	Municipios y capitales costeras
<b>Sexo</b>			
Varón	62,5	47,11	60,01
Mujer	37,5	37,5	39,99
<b>Edad</b>			
Entre 18-29	0	47,11	11,51
Entre 30-44	37,5	65,39	39,93
Entre 45-64	56,25	25	38,19
65 o más	6,25	9,61	21,88
<b>Actividad económica</b>			
Trabajando	87,5	61,51	62,21
Parado	0	2,88	0,95
Estudiante	0	31,73	4,79
Jubilado	6,25	2,88	30,13
Labores del hogar	6,25	0	1,91
Otra	0	1	0,01
<b>Actividades turísticas</b>			
Compras	6,25	19,23	9,98
Actividades de disfrute y uso de playas	0	0	82,14
Observación de la naturaleza	93,75	16,34	18,61
Actividades deportivas	12,5	0	22,45
Asistencia a eventos	0	1,92	0,01
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	93,75	77,88	13,05
Asistencia a congresos y reuniones	0	3,84	0
<b>Trimestre</b>			
1 <sup>er</sup> Trimestre	12,5	38,46	34,54
2 <sup>o</sup> Trimestre	0	29,8	26,87
3 <sup>er</sup> Trimestre	25	18,28	17,87
4 <sup>o</sup> Trimestre	62,5	13,46	20,72

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

Cuadro 8.7

**Perfiles turísticos de los británicos.**  
*Individuos con una probabilidad superior a 0.5 para cada alternativa. Porcentaje*

Variables	Municipios de interior	Capitales de interior	Municipios y capitales costeras
<b>Sexo</b>			
Varón	60	62,87	53,4
Mujer	40	37,13	46,6
<b>Edad</b>			
Entre 18-29	0	23,95	7,32
Entre 30-44	33,34	65,27	53,41
Entre 45-64	66,66	34,73	46,59
65 o más	0	3,59	24,52
<b>Actividad económica</b>			
Trabajando	86,67	83,85	59,1
Parado	0	0	0
Estudiante	0	10,17	1,65
Jubilado	13,33	4,79	36,38
Labores del hogar	0	1,19	2,87
Otra	0	0	0
<b>Actividades Turísticas</b>			
Compras	6,66	16,76	6,19
Actividades de disfrute y uso de playas	0		88,74
Observación de la naturaleza	80	17,36	11,34
Actividades deportivas	26,66	0	5,75
Asistencia a eventos	0		0
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	66,66	88,62	6,8
Asistencia a congresos y reuniones	0	3,59	0
<b>Trimestre</b>			
1 <sup>er</sup> Trimestre	20	26,34	23,47
2 <sup>o</sup> Trimestre	0	29,99	24,86
3 <sup>er</sup> Trimestre	53,34	19,72	26,89
4 <sup>o</sup> Trimestre	26,66	23,95	24,78

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (IEA, 2009).

### ***Modelo de duración de la estancia.***

En cuanto a los resultados relativos a la estimación del modelo binomial negativo truncado aplicado para explicar la duración de la estancia<sup>12</sup>, se han calculado los efectos marginales, es decir, las variaciones en la variable dependiente (número de días de estancia en Andalucía) cuando se producen cambios en las variables explicativas. En el modelo propuesto, todas las variables explicativas incluidas son cualitativas, por lo que las distintas categorías asociadas a cada variable se han introducido mediante variables binarias. Por ello, cuando se obtienen los efectos marginales, lo que se hace es cuantificar las variaciones de la variable explicada cuando se observa una determinada modalidad dentro de cada variable explicativa, con respecto a la categoría de referencia<sup>13</sup>.

Los resultados nos revelan, por un lado, la idoneidad del modelo especificado, ya que la gran mayoría de los efectos marginales son estadísticamente significativos. Por otro lado, un análisis más detallado de los mismos permite observar cómo afectan las características personales y socioeconómicas de los turistas, y el tipo de actividad que realizan, sobre la duración de su estancia en Andalucía. Así, en primer lugar, se observa que aunque la variable que identifica a los varones frente a las mujeres es estadísticamente significativa, el efecto marginal está muy cercano a cero, lo que conlleva que prácticamente no existan diferencias en la duración de la estancia entre hombres y mujeres. No ocurre lo mismo cuando se consideran las distintas modalidades generadas para la variable edad. Concretamente, como resultado destacado se constata que los individuos con una edad mayor o igual a 65 años tienen una duración superior en 2 días con respecto a los turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años<sup>14</sup>. Este resultado es el esperado en la medida que el colectivo con mayor edad es el que cuenta con más disponibilidad de tiempo para la realización de un mayor consumo de servicios y productos turísticos.

12 Ver Anexo: Cuestiones metodológicas y notas explicativas.

13 Definida en la nota a) del Cuadro 8.8.

14 La referencia es un individuo con edad entre 30-44 años. Ver nota (a) del Cuadro 8.8.

Cuadro 8.8

**Modelo de duración de la estancia. Efectos marginales resultantes de la estimación del modelo truncado binomial negativo.**

VARIABLES	COEFICIENTE
<b>Sexo</b>	
Varón	-0.150*
<b>Edad</b>	
Entre 18-29	-0.044
Entre 45-64	0.812***
65 o más	2.243***
<b>Nacionalidad</b>	
Alemania	6.658***
Francia	4.692***
Reino Unido	3.731***
Resto del mundo	5.096***
<b>Actividad económica</b>	
Parado	2.720***
Estudiante	0.540***
Jubilado	4.391***
Labores del hogar	2.385***
Otra	4.542***
<b>Actividades turísticas</b>	
Compras	0.348**
Actividades de disfrute y uso de playas	2.123**
Observación de la naturaleza	-0.254***
Actividades deportivas	-0.470***
Asistencia a eventos	0.009
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	-0.984***
Asistencia a congresos y reuniones	-0.012
<b>Forma de viajar</b>	
Pareja	-0.718***
Acompañado de familiares	-0.365***
Acompañado de amigos	-0.700***
Otros	-0.283

continúa...

...continuación

<b>Forma de organizar el viaje</b>	
Organizado por un club	1.101***
Adquisición de un paquete turístico	-0.035
<b>Motivo principal del viaje</b>	
Asistencia a ferias, monográficos, Congr.	-2.513***
Vacaciones	-2.268***
Eventos culturales	-2.844***
Visitas a familiares y amigos	-2.030***
Estudios	8.613***
Otros motivos	-2.423***
<b>Tipo de alojamiento</b>	
Hotel	-3.664***
Apartamentos o casas	1.219**
<b>Trimestre</b>	
1 <sup>er</sup> trimestre	-2.464***
2 <sup>o</sup> trimestre	-2.605***
4 <sup>o</sup> trimestre	-2.290***

Notas:

(a) El individuo de referencia es mujer, con edad comprendidas entre 30 y 44 años, es español, trabaja, organiza el viaje particularmente, viaja sólo, el motivo de la estancia es vacacional, se aloja en hoteles y la visita la ha realizado en el 3<sup>er</sup> trimestre.

(b) (\*\*\*) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,  
 (\*\*) al 5 por ciento,  
 (\*) al 10 por ciento.

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

Con respecto a las variables ficticias que recogen la nacionalidad del turista cabe señalar, en primer lugar, que todas ellas son relevantes estadísticamente. En segundo lugar, todos los colectivos de extranjeros considerados presentan una mayor duración de la estancia con respecto a los españoles. En particular, son los turistas alemanes los que muestran una estancia de mayor duración, siendo casi superior en 7 días a la registrada por los turistas españoles<sup>15</sup>.

15 La referencia es un turista de nacionalidad española.

En relación a las variables que muestran el tipo de actividad económica que desempeña el individuo, se observa que el colectivo con mayor disponibilidad de tiempo, es decir los jubilados, son los que presentan una mayor duración de su estancia respecto a los turistas que tienen trabajo.

En lo relativo al tipo de actividad turística que realizan los individuos, el disfrute de la playa es la que implica una mayor duración, con una estancia media ligeramente superior a 2 días con respecto a la correspondiente a aquellos que no realizan esta actividad.

La influencia del tipo de alojamiento sobre la duración de la estancia muestra que los individuos que realizan su estancia en hoteles o establecimientos similares tienen una duración de la estancia inferior a casi 4 días a la correspondiente para los que se alojan en apartamentos o casas. Para finalizar con los comentarios asociados a la estimación del modelo especificado para la variable duración de la estancia, cabe destacar que las visitas a Andalucía realizadas en trimestres diferentes al tercero son las que tienen una duración más corta, concretamente, inferior a 2 días respecto a los que eligen el tercer trimestre para realizar la estancia. Este resultado es el esperado en la medida que las restricciones temporales en el tercer trimestre son menores, en especial para aquellos visitantes cuyo motivo es vacacional, ya que es en este trimestre donde se concentran principalmente los periodos vacacionales.

#### ***Modelo de elección de alojamiento.***

En cuanto a la estimación del modelo *logit multinomial* para la elección de alojamiento, los tests estadísticos nos muestran la idoneidad del mismo, ya que la mayoría de los coeficientes son estadísticamente significativos.

Con respecto a los comentarios asociados a los *odds ratios*, y teniendo en cuenta que la categoría de referencia es alojarse en un establecimiento distinto a hoteles o apartamentos/casas se constata, en primer lugar, que los encuestados con 65 años o más tienen una mayor probabilidad relativa de hospedarse en apartamentos o casas. Concretamente, para dichos individuos,

esa probabilidad es superior en 3 veces a la correspondiente para los individuos con edades entre 30 y 44 años. Por el contrario, son los individuos con edades comprendidas entre 18 y 29 años, los que tienen menos probabilidades relativas de alojarse en establecimientos hoteleros o en apartamentos/casas. En segundo lugar, los resultados correspondientes a las variables binarias que recogen la nacionalidad de los individuos son bastantes informativos. Así, por un lado, todos los colectivos de extranjeros (a excepción del procedente de Francia) tienen una probabilidad relativa de elegir hoteles o apartamentos/casas que es inferior a la correspondiente para los españoles. Para los hoteles, las mayores diferencias corresponden a los turistas británicos, donde con un *odd ratio* de 0,40 tienen una probabilidad relativa que es 2,5 veces inferior a la de los españoles; mientras, que para los apartamentos o casas, las mayores divergencias corresponden a los visitantes alemanes, que muestran una probabilidad relativa de alojarse en apartamentos que es 1,6 veces inferior a la de los españoles.

En lo relativo a las características socioeconómicas de los visitantes, los resultados más relevantes son que los turistas parados o jubilados son los que tienen menos opciones de pernoctar en hoteles, siendo su probabilidad relativa en torno a 2 veces inferior a la de los turistas que trabajan.

En relación al tipo de actividad turística realizada durante la estancia y su influencia sobre el tipo de alojamiento cabe resaltar que las personas que realizan actividades deportivas o se dedican a la observación de la naturaleza son los que muestran mayor probabilidad de alojarse en campings u otros alojamientos distintos a hoteles o apartamentos/casas.

Por último, respecto al periodo temporal en el cual se realiza la visita también se observan algunos resultados significativos. En particular, los encuestados cuya visita se realiza en el cuarto trimestre presentan una inferior probabilidad relativa de alojarse en apartamentos/casas u hoteles.

Considerando los visitantes que tienen una probabilidad estimada superior a 0,5 de elegir un determinado tipo de alojamiento y una vez seleccionados dichos individuos se procede al análisis de la distribución de los mismos en

Cuadro 8.9

## Estimación del modelo logit multinomial para la elección de alojamiento.

Variables	Hotel		Apartamentos o casas	
	Coeficiente	Odd ratio	Coeficiente	Odd ratio
<b>Sexo</b>				
Varón	0,131	1.140	0.046	1.047
<b>Edad</b>				
Entre 18-29	-0.692***	0.500***	-0.514**	0.597**
Entre 45-64	-0.018	0.981	0.214	1.239
65 o más	0.773**	2.166**	1.097**	2.997**
<b>Nacionalidad</b>				
Alemania	-0.453*	0.635*	-0.477*	0.620*
Francia	0.056	1.058	0.118	1.125
Reino Unido	-0.907***	0.403***	-0.334*	0.715*
Resto del mundo	-0.672***	0.510***	-0.393**	0.674**
<b>Actividad económica</b>				
Parado	-0.877**	0.415**	-0.255	0.774
Estudiante	-0.358	0.698	0.174	1.191
Jubilado	-0.621**	0.537**	-0.104	0.900
Labores del hogar	-0.193	0.824	0.079	1.082
Otra	-1.425*	0.240*	-1.357*	0.257*
<b>Actividades turísticas</b>				
Compras	0.426**	1.532**	0.495**	1.641**
Actividades de disfrute y uso de playas	-0.972***	0.378***	-0.081	0.921
Observación de la naturaleza	-0.438**	0.645**	-0.447**	0.639**
Actividades deportivas	-0.946***	0.388***	-0.294*	0.744*
Asistencia a eventos	0.692	1.999	0.673	1.960
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	0.136	1.146	-1.191***	0.303***
Asistencia a congresos y reuniones	-0.375	0.687	-0.218	0.803

*continúa...*

...continuación

<b>Forma de viajar</b>				
Pareja	0.090	1.095	-0.641**	0.526**
Acompañado de familiares	-0.469**	0.625**	-0.284	0.752
Acompañado de amigos	-0.690**	0.501**	-1.065***	0.344***
<b>Forma de organizar el viaje</b>				
Organizado por un club	0.725**	2.065**	-2.106***	0.121***
Adquisición de un paquete turístico	0.897***	2.453**	-1.461***	0.321***
<b>Motivo principal del viaje</b>				
Asistencia a ferias, monográficos, congresos	-0.502	0.605	-0.968	0.379
Vacaciones	0.087	1.091	0.862*	2.369*
Visitas a familiares y amigos	2.59**	13.348**	4.330***	76.00***
Estudios	-2.38***	0.091***	-0.699	0.496
Otros motivos	-0.856	0.424	-0.116	0.890
<b>Trimestre</b>				
1 <sup>er</sup> trimestre	0.169	1.184	0.118	1.125
2 <sup>o</sup> trimestre	0.130	1.139	0.050	1.051
4 <sup>o</sup> trimestre	0.629***	1.877***	0.477**	1.612**

Notas:

(a) El individuo de referencia es mujer, con edad comprendidas entre 30 y 44 años, es español, trabaja, organiza el viaje particularmente, viaja sólo, el motivo

(b) (\*\*\*) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,  
 (\*\*) al 5 por ciento,  
 (\*) al 1 por ciento.

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía.

función de las características recogidas por las variables explicativas, de esta manera, se realiza una aproximación a los perfiles turísticos que presentan una mayor probabilidad de elegir un determinado tipo de alojamiento. Este análisis nuevamente se realiza para las tres nacionalidades más representadas dentro del conjunto de turistas, es decir, españoles, alemanes y británicos. Además,

hay que tener en cuenta que dado el escaso número de observaciones con una alta probabilidad de elegir como alojamiento a “campings u otro tipo de alojamiento”, el análisis sólo se realiza para las categorías de hoteles y apartamentos/casas.

**Cuadro 8.10**

**Perfiles turísticos de los españoles según tipo de alojamiento.**  
*(Individuos con una probabilidad superior al 0.5 para cada alternativa. Porcentaje)*

Variables	Hoteles	Apartamentos
<b>Sexo</b>		
Varón	59,83	50,42
Mujer	40,17	49,58
<b>Edad</b>		
Entre 18-29	14,01	20,7
Entre 30-44	40,76	23,99
Entre 45-64	32,07	38,4
65 o más	13,16	16,91
<b>Actividad económica</b>		
Trabajando	75,14	54,89
Parado	1,8	6,13
Estudiante	2,8	9,73
Jubilado	16,92	23,84
Labores del hogar	3,14	5,22
Otra	0,2	0,19
<b>Actividades Turísticas</b>		
Compras	10.20	15.28
Actividades de disfrute y uso de playas	40.52	87.39
Observación de la naturaleza	30.24	9.27
Actividades deportivas	5.43	20.90
Asistencia a eventos	0.95	0.32
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	38.26	0.13
Asistencia a congresos y reuniones	0.91	0.26

*continúa...*

...continuación

<b>Forma de viajar</b>		
Solo	15,77	30,06
Pareja	68,15	8,03
Acompañado de familiares	9,7	57,34
Acompañado de amigos	6,38	4,57
<b>Forma de organizar el viaje</b>		
Organizado por un particular	77,97	100
Organizado por un club	11,05	0
Adquisición de un paquete turístico	10,98	0
<b>Motivo principal del viaje</b>		
Trabajo o negocios	3,81	0,39
Asistencia a ferias, monográficos, congresos	0,81	0
Vacaciones	87,81	77,92
Visitas a familiares y amigos	6,28	20
Estudios	0,27	1,43
Otros motivos	1,02	0,26
<b>Trimestre</b>		
1 <sup>er</sup> Trimestre	25,66	18,22
2 <sup>o</sup> Trimestre	25,5	20,24
3 <sup>er</sup> Trimestre	24,52	47,44
4 <sup>o</sup> Trimestre	24,32	14,1

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

Cuadro 8.11

**Perfiles turísticos de los alemanes según tipo de alojamiento.**  
*(Individuos con una probabilidad superior al 0.5 para cada alternativa. Porcentaje)*

Variables	Hoteles	Apartamentos
<b>Sexo</b>		
Varón	59,06	56,14
Mujer	40,94	43,86
<b>Edad</b>		
Entre 18-29	14,88	26,31
Entre 30-44	31,33	14,05
Entre 45-64	37,98	22,8
65 o más	15,81	36,84
<b>Actividad económica</b>		
Trabajando	66,22	40,36
Parado	1,24	0
Estudiante	7,44	17,54
Jubilado	22,94	42,1
Labores del hogar	1,7	0
Otra	0,46	0
<b>Actividades turísticas</b>		
Compras	10.23	14.03
Actividades de disfrute y uso de playas	55.03	92.98
Observación de la naturaleza	23.56	15.78
Actividades deportivas	14.88	35.08
Asistencia a eventos	0.46	0.32
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	28.52	0
Asistencia a congresos y reuniones	0.62	0

*continúa...*

...continuación

<b>Forma de viajar</b>		
Solo	16,91	29,84
Pareja	65,27	21,05
Acompañado de familiares	9,45	38,59
Acompañado de amigos	8,37	10,52
<b>Forma de organizar el viaje</b>		
Organizado por un particular	77,97	100
Organizado por un club	13,51	0
Adquisición de un paquete turístico	8,52	0
<b>Motivo principal del viaje</b>		
Trabajo o negocios	4,05	0,02
Asistencia a ferias, monográficos, congresos	0,31	0
Vacaciones	92,71	82,45
Visitas a familiares y amigos	1,7	14,03
Estudios	0,77	3,5
Otros motivos	0,46	0
<b>Trimestre</b>		
1 <sup>er</sup> Trimestre	36,89	29,82
2 <sup>o</sup> Trimestre	27,44	26,31
3 <sup>er</sup> Trimestre	15,36	21,07
4 <sup>o</sup> Trimestre	20,31	22,8

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

Cuadro 8.12

**Perfiles turísticos de los británicos según tipo de alojamiento.**  
*(Individuos con una probabilidad superior al 0.5 para cada alternativa. Porcentaje)*

Variables	Hoteles	Apartamentos
<b>Sexo</b>		
Varón	60,1	49,38
Mujer	39,9	50,62
<b>Edad</b>		
Entre 18-29	8,9	8,49
Entre 30-44	27,37	21,25
Entre 45-64	46,29	42,83
65 o más	17,44	27,43
<b>Actividad económica</b>		
Trabajando	74,57	45,86
Parado	0,25	1,59
Estudiante	0,22	3
Jubilado	22,96	45,84
Labores del hogar	2	3,71
Otra	0	0
<b>Actividades turísticas</b>		
Compras	9.66	4.42
Actividades de disfrute y uso de playas	56.08	93.98
Observación de la naturaleza	19.57	7
Actividades deportivas	4.26	6.19
Asistencia a eventos	0.46	0
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	33.50	0
Asistencia a congresos y reuniones	0.75	0

*continúa...*

...continuación

<b>Forma de viajar</b>		
Solo	10,05	13,74
Pareja	72,77	35,57
Acompañado de familiares	10,66	40,17
Acompañado de amigos	6,52	10,52
<b>Forma de organizar el viaje</b>		
Organizado por un particular	77,97	100
Organizado por un club	10,66	0
Adquisición de un paquete turístico	23,96	0
<b>Motivo principal del viaje</b>		
Trabajo o negocios	2,53	0,19
Asistencia a ferias, monográficos, congresos	0,5	0
Vacaciones	93,97	91,15
Visitas a familiares y amigos	2,13	8,31
Estudios	0,12	0,35
Otros motivos	0,75	0
<b>Trimestre</b>		
1 <sup>er</sup> Trimestre	25,59	24,42
2 <sup>o</sup> Trimestre	27,1	23,89
3 <sup>er</sup> Trimestre	22,1	26,92
4 <sup>o</sup> Trimestre	25,21	24,77

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

***Modelo explicativo del gasto.***

Los resultados asociados al modelo de regresión lineal especificado para explicar los determinantes del gasto per cápita realizado por los turistas en Andalucía reflejan, en primer lugar, que la gran mayoría de las variables explicativas introducidas en el modelo son estadísticamente significativas, lo que corrobora la idoneidad de la especificación realizada.

Con respecto a la variable sexo, se constata que los varones presentan un mayor gasto por término medio, siendo su gasto superior en 15,59 € al de las mujeres. Las variables ficticias que nos indican la edad del individuo nos señalan que los individuos más jóvenes, con menos de 30 años, registran un gasto inferior que los individuos de referencia, es decir, turistas con edades comprendidas entre 30 y 44 años.

En cuanto a las variables de nacionalidad se constata que la mayoría de los coeficientes son significativos, lo que revela patrones de gasto distintos entre el colectivo de turistas españoles y el resto de colectivos de turistas extranjeros (con la excepción de los turistas franceses). Las mayores diferencias entre turistas españoles y extranjeros se alcanza con los turistas alemanes y los ubicados en la categoría "resto del mundo", siendo el gasto medio de éstos superior a 200 € con respecto a los turistas nacionales.

En relación al tipo de actividad turística realizada durante su estancia en Andalucía, se verifica que las actividades de compra y el uso y disfrute de la playa son las que muestran un mayor gasto en términos medios (27,16 € y 57,33 € superior, respectivamente, respecto a los que no realizan dichas actividades).

En cuanto a la forma de viajar, se observa que las estancias con mayor coste son las realizadas por los turistas que viajan solos, ya que el resto de categorías registran un gasto estimado inferior.

En relación al tipo de alojamiento escogido se constata que los individuos que eligen hoteles u otro tipo de establecimientos hoteleros registran un gasto

superior a 96,50 € en relación a los que se alojan en campings u otro tipo de alojamiento distinto al apartamento/casa. Por último, se constata que el mero hecho de incrementar la estancia en un día genera un incremento del gasto de 14 € para todos los periodos considerados, acercándose a los 19 € si la estancia se realiza en el cuarto trimestre del año.

Cuadro 8.13

## Estimación de un modelo de regresión lineal para explicar el gasto per cápita.

Variables	Total	1 <sup>er</sup> Trimestre	2 <sup>o</sup> Trimestre	3 <sup>er</sup> Trimestre	4 <sup>o</sup> Trimestre
	Coeficiente	Coeficiente	Coeficiente	Coeficiente	Coeficiente
<b>Sexo</b>					
Varón	15.59**	2.77	15.17	35.55**	11.91
<b>Edad</b>					
Entre 18-29	-41.03***	-55.80***	-22.65	-70.85***	-9.69
Entre 45-64	35.24***	16.90	35.98**	49.70**	35.33**
65 o más	3.75	-11.23	9.90	46.96	-2.70
<b>Nacionalidad</b>					
Alemania	214.54***	251.84***	133.41***	191.65***	228.59**
Francia	33.90	103.73**	0.19	73.32	-52.86
Reino Unido	170.89***	181.06***	181.33***	151.33***	111.56**
Resto del mundo	229.16***	166.393***	240.74***	246.70***	202.97***
<b>Actividad económica</b>					
Parado	-61.85**	50.73	-72.97**	-126.23**	-69.26**
Estudiante	-86.83**	-82.50**	-86.60**	-80.75**	-86.43**
Jubilado	17.38	18	26.53	-30.35	13.19
Labores del hogar	15.86	14.56	-2.57	77.85	-19.80
Otra	118.80*	-40.75	26.36	13.98	624
<b>Actividades turísticas</b>					
Compras	27.16**	-25.35*	-18.67	50.18**	119.65***
Actividades de disfrute y uso de playas	57.33***	73.09***	29.40**	137.34***	14.37
Observación de la naturaleza	-10.67	4.81	-8.01	-38.71**	-2.80
Actividades deportivas	-57.78***	-10.73	-86.77***	-76.79**	-60.05**
Asistencia a eventos	-30.67	-14.55	41.64	-82.03	-78.96**
Actividades culturales (museos, visitas a monumentos,...)	41.35	26.53**	30.58**	53.12***	56.92**
Asistencia a congresos y reuniones	40.41	22.20	16.04	8.90	-

continúa...

SEGMENTACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA

...continuación

<b>Forma de viajar</b>					
Pareja	-97.70***	-97.50***	-109.49***	-159.04***	-48.43**
Acompañado de familiares	-136.51***	-109.68***	-128.37***	-225.02***	-78.20**
Acompañado de amigos	-28.91***	0.78	18.53	-175.23***	-6.70
<b>Forma de organizar el viaje</b>					
Organizado por un club	-113.17***	-112.03***	-107.48***	-86.82**	-147.47***
Adquisición de un paquete turístico	-50.07***	-80.15**	-65.77***	-35.29**	-30.7
<b>Motivo principal del viaje</b>					
Asistencia a ferias, monográficos, congresos	74.48**	58.52	17.68	234.69***	57.67
Vacaciones	88.78**	89.66	19.39	219.54***	52.07
Asistencia a eventos	103.39***	115.95***	69.50	275.13***	18.81
Visitas a familiares y amigos	83.34**	106.77***	38.87	190.27**	30.70
Estudios	68.32	177.89	79.40	160.11*	-312.04
Otros motivos	91.08	-13.81	88.54	167.40**	366.79
<b>Alojamiento</b>					
Hotel	96.50***	334.21***	31.99	58.34*	-33.57
Apartamento o casa	74.64**	298.78**	1.73	56.22	-59.78
<b>Trimestre</b>					
1 <sup>er</sup> trimestre	.73.97***				
2 <sup>o</sup> trimestre	-67.61***				
4 <sup>o</sup> trimestre	-73.74***				
<b>Días de estancia</b>	<b>14.10***</b>	<b>16.53***</b>	<b>14.09**</b>	<b>9.23***</b>	<b>18.78***</b>

Notas:

(a) El individuo de referencia es mujer, con edad comprendidas entre 30 y 44 años, es español, trabaja, organiza el viaje particularmente, viaja sólo, el motivo de la estancia es vacacional y la visita la ha realizado en el 3<sup>er</sup> trimestre.

(b) (\*\*\*) Estadísticamente significativo al 1 por ciento,  
 (\*\*) al 5 por ciento,  
 (\*) al 1 por ciento.

Fuente: Instituto de Análisis Económico y Empresarial de Andalucía a partir de datos de la Encuesta de Coyuntura Turística (IEA, 2009).

