

XVI CONGRESO AECIT:

“POLÍTICAS ACTIVAS EN TURISMO. RESPUESTAS A LA SINGULARIDAD DEL
MERCADO LABORAL”

Mijas (Málaga): 9, 10 y 11 de noviembre 2011

PERFIL ACTUAL DEL TURISTA CASTELLANO-MANCHEGO

M^a del Carmen Alarcón del Amo (Dra., Becaria de Investigación, JCCM)

María Cordente Rodríguez (Becaria de Investigación, Ministerio)

Carlota Lorenzo Romero (Dra., Contratado Doctor)

Águeda Esteban Talaya (Dra., Catedrática de Universidad)

MCarmen.Alarcon@uclm.es, Maria.Cordente@uclm.es,

Carlota.Lorenzo@uclm.es, Agueda.Esteban@uclm.es

Área de Comercialización e Investigación de Mercados

Departamento de Administración de Empresas

Universidad de Castilla-La Mancha

Tema de debate propuesto: *El papel del turismo en un entorno nuevo y cambiante*

Resumen

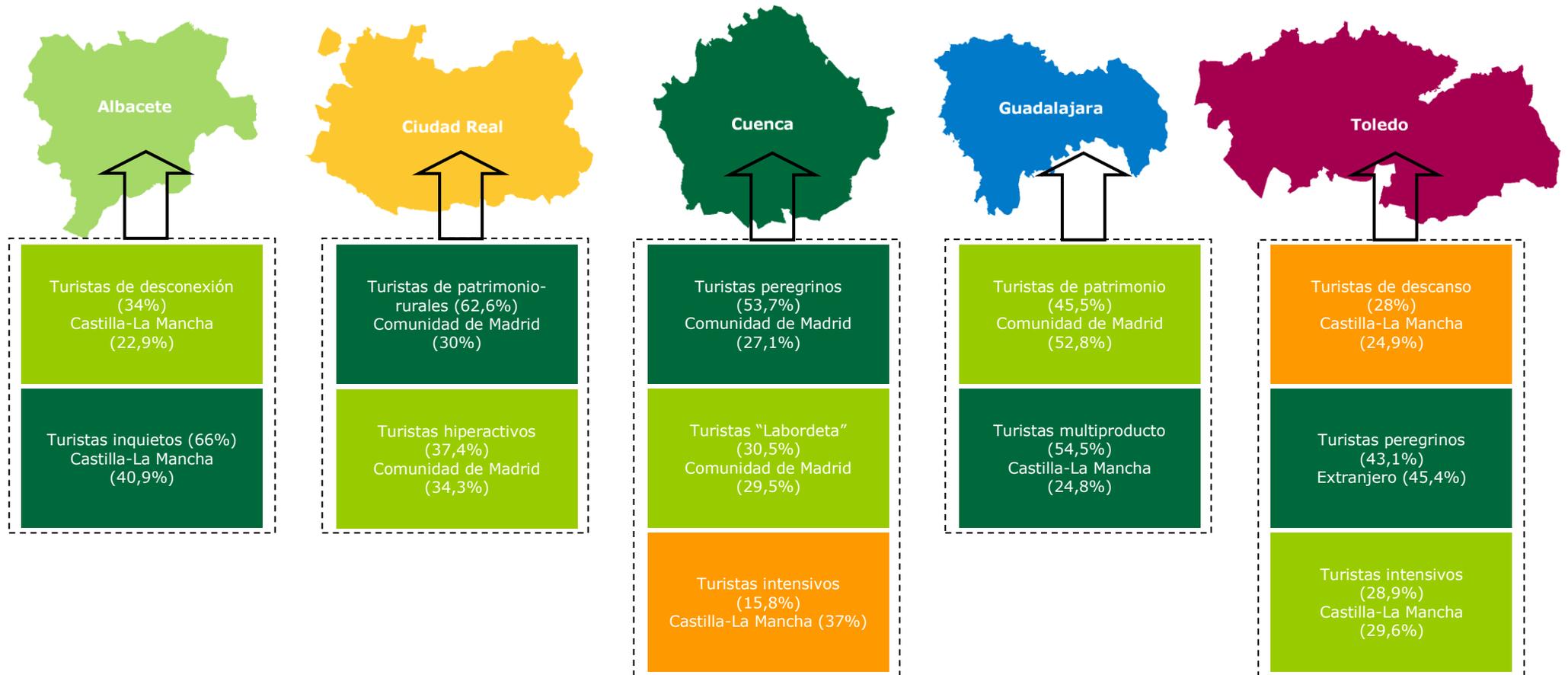
El sector turístico, inmerso en un entorno caracterizado por los cambios en los hábitos y demandas del viajero, principalmente provocados por la situación económica actual, se ha de adaptar e incluso anticipar a las preferencias de su nueva estructura de mercado. Por ello, el análisis del perfil del turista que llega a una región de interior como Castilla-La Mancha, es de crucial interés para conseguir obtener una segmentación que permita ajustar la oferta turística a las necesidades y gustos del turista.

Con el fin de conseguir este objetivo, se ha llevado a cabo una encuesta personal al individuo cuyo destino turístico ha sido Castilla-La Mancha, obteniendo mediante un análisis de segmentación latente (mediante *software* Latent Gold[®]), grupos diferenciados de perfiles de turistas atendiendo a los tipos de turismo realizados y las actividades que desarrollan durante su viaje en la Región, por provincias.

Los análisis realizados dan lugar a los siguientes resultados (Gráfico 1):

1. En cuanto a la tipología de turistas, según la segmentación realizada, se han encontrado cinco grupos de turistas en Castilla-La Mancha cuyas diferencias se explican, principalmente, por los tipos de turismo realizados y las actividades desarrolladas: turistas “intensivos (22,1%), turistas “Labordeta” (21,9%), turistas “de patrimonio” (21,3%), turistas “activos” (18,6%) y turistas “de desconexión” (16,2%).
2. A partir de los tipos de turismo y las actividades realizadas durante su viaje, también se han detectado grupos o segmentos diferenciados para el conjunto de turistas que viajan a cada provincia. Así, en la provincia de Albacete el grupo de mayor tamaño relativo corresponde al segmento denominado turistas “inquietos”, que engloba el 66% de los turistas que visitan dicha provincia, procediendo la mayor proporción de estos turistas de Castilla-La Mancha. En la provincia de Ciudad Real, la mayor proporción corresponde al grupo denominado turistas “de patrimonio-rurales” (62,6%), procedentes la mayor proporción de la Comunidad de Madrid. En la provincia de Cuenca el segmento de mayor tamaño relativo se denominado turistas “peregrinos” (53,7%), de los cuales la mayor proporción reside en la Comunidad de Madrid. Por otro lado, en la provincia de Toledo el grupo de mayor tamaño es muy parecido al de Cuenca, denominado también como turistas “peregrinos” (43,1%), procedentes la mayor proporción del extranjero. Por último, en la provincia de Guadalajara el grupo de mayor tamaño relativo es el denominado turistas “multiproducto” (54,5%), en este grupo la mayor proporción de turistas reside en Castilla-La Mancha.
3. En Cuenca, Guadalajara y Toledo se ha identificado algún segmento de turistas “multiproducto” e “intensivos”, formado por individuos que realizan un turismo más completo y que tienen una elevada propensión a combinar varios tipos de turismo (al menos cuatro diferentes) durante su viaje, lo que les convierte en segmentos especialmente atractivos. Además, estos turistas son muy activos (en Guadalajara), e incluso hiperactivos (en Cuenca y Toledo), realizando múltiples actividades en su actual viaje. Además, estos segmentos están integrados principalmente por turistas procedentes de Castilla-La Mancha.

GRÁFICO 1
SEGMENTACIÓN TURISTAS EN LAS PROVINCIAS DE CASTILLA-LA MANCHA SEGÚN TAMAÑO DE LOS GRUPOS



Ordenación de los grupos por tamaño: **verde oscuro**=primero **verde claro**=segundo **naranja**=tercero