

Perfil sociodemográfico y características del viaje del turista de golf no residente en España: 2010-2013

(Recibido: 10/04/2015; Aceptado: 19/06/2015)

Antonio David Pedreño Palazón
 Universidad Politécnica de Cartagena
 Departamento de Economía de la Facultad de Ciencias de la Empresa
 C/Real 3, 30201, Cartagena (España)
 Teléfono: 868071140
 Email: adpp1@alu.upct.es

Resumen. Este artículo analiza la duración de la estancia y el gasto total y diario del turista que visita España y practica golf durante su estancia. Se ha realizado un análisis descriptivo e inferencial de cómo el perfil sociodemográfico del turista y las características propias del viaje influyen y determinan las variables dependientes anteriormente citadas, con el objetivo de poder adecuar mejor las políticas de marketing del destino España a este tipo de turista creciente, debido a la importancia de España como destino para jugar al golf.

Palabras clave. Estancia media; Gasto diario; Gasto total; Golf; Turismo.

Abstract. This article analyses the length of stay and total and daily expenditure of the tourist who visits Spain and practices golf during his/her stay. A descriptive and inferential analysis is carried out of how the sociodemographic profile of the tourist and travel characteristics influence and determine the dependent variables mentioned above. The objective is to improve marketing policies of Spain in this type of growing tourism, due to the importance of Spain as a destination for golf.

Keywords. Daily expenditure; Golf; Length of stay; Total expenditure; Tourism.

1. Introducción

Cuando se estudia la actividad turística, las estadísticas y los trabajos de investigación se suelen centrar en el lado de la demanda turística; dentro de ésta, el factor principalmente analizado es el número de turistas, puesto que parece que cuanto mayor sea el número de turistas, mayor será el ingreso obtenido. Sin embargo, los ingresos del turismo, no sólo dependen de dicha variable sino que, son el resultado de multiplicar el número de turistas por el gasto diario y por la estancia media. Hay dos factores, estancia media y gasto diario, que no están tan presentes en los trabajos de investigación. Aún está menos desarrollado por la literatura especializada las actividades realizadas por los turistas durante su estancia en el destino.

Este artículo se centra en el turismo de golf, debido a la importancia del mismo en nuestro país. España ha aumentado el número de campos de golf un 155% desde 1995, situando la cifra en 414 en el año 2014 (Ferrerres, 2014); además es el país líder como destino de golf en Europa, conglomerando al 40% del mercado, según IAGTO (2013). En el presente artículo se realiza una revisión sobre el turismo de golf escrita por la literatura especializada, para posteriormente a través del uso de la estadística inferencial realizar un estudio sobre las características sociodemográficas y del propio viaje del turista que practica golf durante su estancia en España.

2. Revisión de la literatura

En los últimos años se han realizado trabajos muy completos sobre estancia media, como el de Alegre y Pou (2006) o Nicolau y Más (2006). De igual forma sobre gasto, destacan las contribuciones de Aguiló y Juaneda (2000) o Villena (2014).

Siempre que se investigan estas variables hay que tener presente el coste de oportunidad. Los turistas tienen un presupuesto y un tiempo limitado, optando por viajar en vez de realizar otras actividades. El coste que supone no invertir dicha renta y tiempo en las otras actividades es lo que se conoce como coste de oportunidad. Es a lo que un turista renuncia para viajar.

Sin embargo, los artículos en los que convergen ambas variables son menores. Un ejemplo es el realizado por García, Fernández y Collado (2013), en el cual también se estudia la realización de actividades por parte del turista, sin particularizar en ninguna.

Las investigaciones sobre los turistas que practican golf se han focalizado en los destinos para la práctica del golf, en algunas características sociodemográficas y en la satisfacción de los turistas que realizan esta actividad durante sus viajes. Un ejemplo de esta tendencia es el trabajo de Kim, Chun y Patrick (2005) que realizan un análisis del posicionamiento de diferentes campos de golf mundiales, a través del MDS, a través del perfil de turistas coreanos que practican golf. Una de las pocas contribuciones que

se centra en el turista que practica golf es el artículo de Barros, Butler y Correia (2010). Estos autores estudian el perfil del turista que juega al golf en el Algarve, Portugal, siendo la estancia media la variable dependiente, usando modelos de supervivencia.

3. Datos y metodología

La base de datos utilizada ha sido la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos del Gobierno de España (IET), para los años 2010, 2011, 2012 y 2013, que son las últimas encuestas cuyos datos publicados son oficiales.

La base de datos ha sido acotada a aquellos turistas que practican golf durante su estancia en España, siendo ésta inferior a un mes, y alojándose los mismos en establecimientos hoteleros, contando con un total de 17.432 observaciones.

Las variables dependientes son tres: duración de la estancia, gasto total y gasto diario. Las variables explicativas son una serie de variables relacionadas con las características sociodemográficas del turista de golf y otras propias del viaje, las cuales son analizadas a continuación.

Para dicho análisis descriptivo e inferencial se ha utilizado el programa estadístico informático Statistical Package for the Social Sciences (SPSS 20.0). Como ninguna variable sigue una distribución normal (test de Komolgorov-Smirnov) ni son homocedásticas sus varianzas (test de Levene) se debe recurrir a la estadística no paramétrica, concretamente al test de Kruskal-Wallis, ya que este no exige el cumplimiento de ninguna condición. Sólo dos variables, posteriormente detalladas, aceptan la hipótesis nula, concluyendo que tienen la misma media los subgrupos de cada variable. En el resto de variables, al rechazar la hipótesis nula, se debe realizar el test de la U de Mann-Whitney para muestras independientes. Se deben realizar comparaciones múltiples dos a dos. Si se acepta la hipótesis nula, ambos subgrupos tienen la misma media.

4. Resultados

En un primer análisis descriptivo, el turista que practica golf es minoritario, 9,4% del total. Tiene una duración de la estancia ligeramente menor, 8 noches frente a 8,4 noches del turista que no practica golf, pero realiza un gasto tanto total como diario bastante superior, 31% y 41% más respectivamente.

Los resultados del análisis efectuado a las variables explicativas del perfil sociodemográfico del turista no residente que practica golf en España sobre las tres variables dependientes son:

1. País de residencia. Alemania, el país con mayor número de turistas que visitan España. Tiene la misma estancia, gasto total y diario que Países Bajos

y Francia. Con menos pernотaciones y gasto se encuentran Reino Unido y Suiza, que tienen la misma estancia. El gasto total y diario de Suiza es superior al de Reino Unido.

2. Estudios. Los turistas que juegan al golf tienen, en su mayoría, estudios superiores, 75%, y además estos se hospedan más noches y realizan un mayor gasto que los turistas que practican golf y no tienen estudios o no son superiores.

3. Situación profesional. Los turistas son en su mayoría jubilados, 15%, y asalariados, 79%. Los retirados tienen una mayor estancia, debido a la incidencia de la restricción tiempo, que les afecta en menor medida, y gasto total. Dentro de los asalariados, prácticamente su totalidad son, empresarios, cargos altos y medios los que practican golf, 98%. Aunque todos tienen la misma estancia, los dos escalafones más altos realizan un mayor gasto total y diario.

4. Renta. Las personas con mayor renta, alta y media, son los que más juegan al golf, 98%. La renta no influye sobre la estancia, pero sí sobre el gasto, ya que a mayor renta, mayor gasto. En esta característica, la restricción renta, como es lógico, prima sobre la restricción tiempo.

5. Género. Sólo destacar que hay más hombres, 70%, que juegan al golf durante su estancia en España que mujeres.

6. Edad. Los turistas mayores de 65 años tienen una mayor duración de la estancia, debido a la restricción tiempo, como ocurría con los jubilados. El resto de turistas tienen una misma estancia, aunque los turistas de 45-64 años tienen un mayor gasto total y diario que los turistas de 25-44. Por detrás se sitúan los mayores de 65 y por último los menores de 24 años.

En cuanto a las variables explicativas propias del viaje:

1. Transporte. Más del 90% de los turistas utilizan el transporte aéreo para venir a España. Los que utilizan un vuelo regular tienen un mayor gasto que los que utilizan un vuelo chárter.

2. Motivo. El 89% de los turistas que juegan al golf viajan por ocio, teniendo una mayor estancia y un menor gasto total y diario que los que viajan por negocios y/o trabajo, 10%.

3. Primera visita. Los turistas que visitan por primera vez nuestro país tienen la misma estancia que los que han estado anteriormente, sin embargo los primeros realizan un mayor gasto total y diario, debido en parte, al factor aprendizaje. Cuanto mejor conocen el destino, los turistas realizan un mejor uso de los servicios, en relación calidad-precio.

4. Número de visita. Es una de las dos variables que se mencionaron anteriormente en la que se aceptó la hipótesis nula del test de Kruskal-Wallis. Por tanto, el número de la visita no implica diferencias en la estancia y el gasto.

5. *Frecuencia de la visita*. Sólo el 10% de los turistas visitan España más de una vez al semestre, teniendo una menor estancia y un mayor gasto que los turistas que visitan nuestro país con menor o igual frecuencia de una vez al semestre. Estos últimos tienen la misma estancia y gasto total y diario.

6. *Tamaño del grupo*. Más del 50% de los turistas viajan con un solo acompañante, teniendo el mismo gasto total y estancia que aquellos que viajan con un mayor número de acompañantes. Los turistas que viajan solos tienen un mayor gasto total y diario y una menor estancia. Esto se debe, en parte, a que la mayoría de los turistas que viajan solos es por motivo de negocios.

7. *Relación con los acompañantes*. Los turistas que viajan con sus parejas o familias tienen el mismo gasto total y realizan más pernoctaciones que el resto de turistas. Por el contrario, los que viajan con amigos o compañeros tienen un mayor gasto total, aunque los primeros realizan más pernoctaciones.

8. *Paquete turístico*. Los turistas que realizan uso de este servicio, 45%, tienen una mayor estancia y un mayor gasto.

9. *Valoración del viaje*. Esta es la otra variable que acepta la hipótesis nula del test de Kruskal-Wallis, es decir, cualquiera que sea la valoración del viaje, los turistas presentan una misma estancia y gasto total y diario. Algo lógico en principio, ya que si la valoración del turista influyese en la estancia del viaje, se estaría suponiendo que el turista decide la duración de su estancia, una vez en el destino, en vez de realizar el viaje con la estancia prefijada.

5. Conclusiones

A la vista de los resultados del análisis de los datos de la encuesta, se puede concluir que, el prototipo de turista que visita España y practica golf es interesante para España, porque realiza un mayor gasto total y diario que el turista que no practica golf, aunque su estancia es ligeramente inferior. Es un hombre alemán o inglés de 45 a 64 años, con estudios superiores, con un alto cargo y un nivel de renta alta o media. Viene a España en vuelo regular por ocio, habiendo visitado nuestro país anteriormente, más de 10 veces, con una frecuencia menor a la anual. Suele venir con un solo acompañante, su pareja, y viaja sin paquete turístico, teniendo una gran valoración del viaje realizado.

6. Futuras líneas de investigación

Debido a la gran aportación que supone este tipo de turistas para los ingresos de la actividad turística, se

puede ahondar en el estudio de sus características sociodemográficas y características del destino, a través de estudios econométricos, y la realización de otras actividades deportivas y culturales, para ver cómo se pueden orientar y desarrollar las políticas de promoción y marketing del multidestino llamado España.

7. Agradecimientos

Los autores desean agradecer al Instituto Español de Estudios Turísticos (IET) haberles proporcionado el conjunto de datos para esta investigación. El estudio ha sido posible gracias al apoyo del Programa de Becas de Iniciación a la Actividad Investigadora en su convocatoria para 2014, de la Universidad Politécnica de Cartagena.

8. Referencias

- [1] Aguiló, E., Juaneda, C. (2000) "Tourist expenditure for mass tourism markets". *Annals of Tourism Research*. Vol. 27. nº.3. pp. 624-637.
- [2] Alegre, J., Pou, L. (2006) "The length of stay in the demand for tourism". *Tourism Management*. Vol. 27. pp. 1343-1355.
- [3] Barros, C. P., Butler, R., Correia, A. (2010) "A length of stay of golf tourism: A survival analysis". *Tourism Management*. Vol. 31. nº.1. pp. 13-21.
- [4] Ferreres, J.B. (2014) "Turismo de golf". En García, A. (coord.). 20 años de la actividad turística en España. pp. 155-165.
- [5] García, A., Fernández, E., Collado, M. (2013) "Daily expenses of foreign tourists, length of stay and activities: evidence from Spain". *Tourism Economics*. Vol. 19. nº.3. pp. 613-630.
- [6] International Association of Golf Travel Operators (IAGTO). (2013) "Golf Tourism Report 2013".
- [7] Kim, S., Chun, H., Patrick, J. F. (2005) "Position analysis of overseas golf tourists destinations by Korean golf tourists". *Tourism Management*. Vol. 26. pp. 905-917.
- [8] Navarro, M. V. (2014) "Turismo de Negocios: Análisis del gasto diario de los turistas de negocios". *Anuario de Jóvenes Investigadores* Vol. 7. pp. 78-80.
- [9] Nicolau J., Mas F.J. (2006) "Elección de la duración de las estancias turísticas: una aproximación con modelos de recuento". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 5. pp. 99-115.