

¿Conocemos a los visitantes de Castilla-La Mancha? Un análisis comparativo turistas vs. excursionistas ¹

Águeda Esteban Talaya ⁱ
Carlota Lorenzo Romero ⁱⁱ
María Encarnación Andrés Martínez ⁱⁱⁱ
María del Carmen Alarcón del Amo ^{iv}

Universidad de Castilla-La Mancha (España)

Resumen: Uno de los sectores menos perjudicados por la crisis económica ha sido el sector turístico. La calidad de este sector mejora cada año, lo cual está repercutiendo de manera positiva sobre aspectos tales como: experiencia turística, hábitos viajeros y demanda de servicios turísticos por parte de turistas y excursionistas. En este trabajo, a partir del análisis del perfil sociodemográfico, la experiencia viajera, los hábitos y el gasto, tratamos de profundizar en el conocimiento de las diferencias y similitudes que surgen entre turistas y excursionistas durante el viaje turístico realizado a Castilla-La Mancha durante 2009. Dicha información permite conocer mejor la demanda turística y adaptar la oferta turística a las necesidades tanto de excursionistas como turistas.

Palabras clave: Turismo; Castilla-La Mancha; Excursionistas; Turistas; Hábitos turísticos.

Title: Do we know the visitors of Castilla-La Mancha? A comparative analysis of tourists versus day-trippers

Abstract: The tourist sector is the least affected by the economic crisis. The quality of this sector is improving every year, which is impacting positively on aspects such as: tourism experience, travel habits and demand of tourist services by tourists and same-day visitors. In this work, based on the analysis of socio-demographic profile, the travelling experience, the habits and the expenditure, we try to study in depth the knowledge of the differences and similarities that arise between tourists and same-day visitors during the tourist trip to Castilla-La Mancha in 2009. This knowledge permits a better understanding of tourist demand and to adapt the tourist supply to the needs of same-day visitors and tourists.

Keywords: Tourism; Castilla-La Mancha; Day-trippers; Tourists; Tourist habits.

ⁱ Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: Agueda.Esteban@uclm.es

ⁱⁱ Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: Carlota.Lorenzo@uclm.es

ⁱⁱⁱ Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: Encarnacion.Andres@uclm.es

^{iv} Área de Comercialización e Investigación de Mercados. Facultad de CC. Jurídicas y Sociales de Toledo. Universidad de Castilla-La Mancha. E:mail: MCarmen.Alarcon@uclm.es

Introducción

A pesar de la crisis económica internacional, el sector turístico se mantiene estable e incluso registra cierta evolución al alza. Así pues, el inicio de 2010 se caracterizó por experimentar una ligera mejoría en los indicadores de afluencia de demanda turística, debida sobre todo al mejor comportamiento de la demanda española (EXCELTUR, 2010). Además, la calidad de la industria turística mejoró, lo cual está repercutiendo de manera positiva en la experiencia del viajero residente y extranjero y, en consecuencia, en el consumo.

Respecto al número y características de los viajes que realizan tanto turistas como excursionistas en España, año tras año, señalar que están condicionados por factores socioeconómicos, culturales, estilos de vida, etc., que van a determinar los tipos de viajes, los diferentes comportamientos turísticos, el gasto turístico individual y en grupo, entre otros. De ahí que se considere vital la posesión de información relacionada con estos factores a distintos niveles geográficos.

En la actualidad el entorno globalizado y cambiante que engloba a los distintos sectores económicos hace que éstos se vean obligados a cambiar las pautas de comportamiento seguidas hasta el momento. Obviamente, el sector turístico no se encuentra ajeno a estos cambios y debe enfrentarse a nuevos retos, marcados por el cambio tecnológico, la responsabilidad medioambiental y las renovadas demandas del consumidor. Para ello, se hace necesario un cambio de estrategia, apostar por un nuevo modelo de crecimiento, que esté basado en el conocimiento, la innovación, la mejora de la productividad y la sostenibilidad de la economía, como factores clave para hacer frente a un contexto cada vez más competitivo (IET, 2010a).

Durante los últimos años se han desarrollado distintos informes que analizan los hábitos de los turistas a distintos niveles geográficos. Así, desde el ámbito europeo podemos destacar el informe España en Europa: Comportamiento Turístico de los Residentes en la Unión Europea 2006, elaborado por el Instituto de Estudios Turísticos (IET) mediante datos de EUROSTAT. En base al citado informe se pueden destacar que el 38,6% de los residentes en España realizó algún viaje de cuatro noches o más durante el año 2006. España es el tercer país de la Unión Europea en el que se realiza una mayor proporción de viajes internos (viajes dentro del propio país), así, en el año 2006, el 86,1% de los viajes de larga duración realizados por los residentes en España fue en su propio territorio nacional. Las pernoctaciones de los no residentes en España fueron superiores a las de los residentes. La estancia media de los residentes

en establecimientos hoteleros fue de 2,2 noches y la estancia media en hoteles de los no residentes fue de 4,4 noches.

Dentro del ámbito nacional, los informes más representativos son: Balance del turismo en España 2008, elaborado por el IET; Movimientos Turísticos de los Españoles 2008 elaborado por el IET; Movimientos Turísticos de los Españoles 2008 (FAMILITUR), elaborado por el IET; Movimientos Turísticos en Fronteras 2008 (FRONTUR), elaborado por el IET; Encuesta de Gasto Turístico 2008 (EGATUR), elaborada por el IET; Hábitos Turísticos de los Residentes en España 2007, elaborado por el IET, y la Encuesta de Ocupación Hotelera 2008 (EOH), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En lo que respecta a la Región de Castilla-La Mancha, el Instituto de Estudios Turísticos ha publicado el informe Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar) Castilla-La Mancha 2008, del que se pueden extraer los siguientes hábitos de viaje:

- En 2008, Castilla-La Mancha recibió 13,3 millones de viajes con pernoctación (un 17,1% más que en 2007), de los cuales el 73% fueron viajes procedentes de otras comunidades autónomas. La Comunidad de Madrid fue el principal mercado emisor con el 50,3% de los viajes realizados a Castilla-La Mancha. A la comunidad madrileña le siguió la propia comunidad castellano-manchega, con el 27% de los turistas, y la Comunidad Valenciana (13%).
- En 2008 las pernoctaciones realizadas en Castilla-La Mancha se incrementaron un 11,5% respecto a 2007, registrándose un total de 46,4 millones. El 85,9% de las pernoctaciones fueron realizadas por turistas procedentes de tres comunidades autónomas: Comunidad de Madrid, la propia Región manchega y Comunidad Valenciana. Asimismo, fue Toledo la provincia que registró el mayor volumen de pernoctaciones (30,7%).
- Los meses centrales del año (de mayo a agosto) concentraron el 36,6% de los viajes realizados en 2008. No obstante, marzo es el mes que agrupa la mayor afluencia turística con el 10,4% de los viajes (1,4 millones).
- El principal motivo de los viajes realizados a Castilla-La Mancha es el ocio, recreo o vacaciones. Esta motivación adquiere una mayor importancia en el caso de los que proceden de otras comunidades autónomas. Así, en la capital castellano-manchega se concentran la mayor parte de los viajes para visitar a familiares y amigos (41,4%), así como los viajes de ocio (34,2%). Por su parte, Albacete registra un importante volumen de los viajes por motivo de trabajo (28,1%). Por

otra parte, cabe destacar que los viajes de ocio están asociados sobre todo al descanso (76,8%).

Tras el análisis de todos estos trabajos se pone de manifiesto la necesidad de profundizar en el análisis de los hábitos de los turistas de la región de Castilla-La Mancha. Para ello, vamos a llevar a cabo una diferenciación, muy importante en los tiempos que corren, entre lo que se considera como turistas y excursionistas, ya que el perfil de estos dos grupos es distinto y obviamente, los hábitos también. En este trabajo se analizan las diferencias y similitudes que surgen entre turistas y excursionistas tras considerar el perfil sociodemográfico (edad, estado civil, nivel de estudios,...), la experiencia viajera (frecuencia con la que viaja, época en la que viajan,...), los hábitos turísticos (compañía, tipo de turismo,...), así como el gasto que han realizado. Para ello, realizamos una breve revisión acerca de qué se considera como turismo haciendo especial hincapié en que se entiende por turista y excursionista. A continuación, se recogen los objetivos que se persiguen, para después plantear la metodología utilizada. Por último, se recogen las principales conclusiones extraídas tras dicho análisis comparativo entre excursionistas y turistas.

El turismo: turistas versus excursionistas

El turismo es un “término que, según cómo hagamos mención del mismo, se le puede atribuir un significado y unas connotaciones (positivas o negativas). Asimismo, podrá vincularse con otros conceptos, será enmarcado en teorías y en concepciones, se estará hablando de símbolos, economía, desarrollo o cultura” (Santana, 1997:47). Teniendo en cuenta todo esto, señala que considerando “la definición de turismo como proceso y sistema abierto, el único término que merece una especial atención, pues se considera que es más adecuado y aplicable al turismo en su conjunto es el de actividad turística. De modo que, si se toma el turismo en su conjunto como una actividad, se puede aceptar una definición holística, que hace alusión al movimiento de gente a destinos fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades. El estudio del turismo será, así, el estudio de la gente fuera de su hábitat usual, de los establecimientos que responden a las necesidades de los viajeros, y de los impactos que ellos tienen sobre el bienestar económico, físico y social de sus anfitriones. Esta definición comprende motivaciones y experiencias de los turistas, expectativas y ajustes hechos por los residentes del área receptora y los roles que desempeñan las agencias e instituciones que interceden entre ellos,

además de las culturas de las áreas generadoras, las de destino y las optimizadas para los encuentros cara a cara” (Santana, 1997:52).

Otra definición de turismo es la que realiza Martin (2003) que hace alusión a “una forma de consumo que no está directamente relacionada con la adquisición de bienes, pero sí con el placer y la diversión. Además, el turismo se encuentra inmerso en un mundo caracterizado por ser tanto global como local, donde la globalización conduce a la estandarización de deseos y necesidades, con el fin de que las necesidades sean homogéneas, y al mismo tiempo se generan fuertes movimientos de nacionalismo y localismo”.

Más recientemente, el turismo según Tremont y Hernández (2010) es “una actividad multisectorial, que demanda la incorporación de diversas áreas productivas de los sectores tanto públicos como privados para facilitar los bienes y servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni es un producto tangible, sino que consiste en la obtención de servicios que varía, obedeciendo a los gustos y exigencias de los turistas”.

En la economía adquiere gran relevancia el turismo, ya que se convierte en una actividad económica que genera riqueza, llegando a ser según Altés (1993) la segunda actividad mundial más importante después de la industria del petróleo y sus sectores derivados. En este sentido, Borg y Gotti (1995) señalan que el turismo constituye un elemento primordial en la economía. De ahí, la necesidad de prestarle atención, pues de esta forma se pueden conocer cuáles son sus implicaciones. En este sentido, el turista según Troitiño (2005) es un generador de riqueza y empleo, ya que es un gran consumidor de bienes y servicios, así como también introduce nuevas modalidades en el consumo.

El turismo se caracteriza por ser un sector económico dinámico, es decir, está cambiando constantemente. De modo que, “las preferencias, deseos y gustos de los viajeros están cambiando derivando en nuevos turistas, que se caracterizan por ser más activos y poseer valores orientados hacia el medioambiente, así como un consumo más ético. Además, los nuevos turistas buscan autenticidad, demandan actividades y experiencias en los destinos, con el fin de acercarse más al destino” (Martín 2003).

Las actividades relacionadas con el turismo se integran en el sector servicios, dentro de la economía nacional, y el desarrollo de su función se encuentra altamente condicionado por la evolución experimentada por el resto de los sectores económicos. Además, cabe señalar que la actividad turística supone una pieza clave ya que representa alrededor del 11% del PIB (IET, 2009).

En cuanto a las variables que se suelen utilizar para identificar la situación de la demanda turística según Esteban (2005) se pueden agrupar en dos tipos. Por un lado, variables en términos físicos como son: afluencia de visitantes; desplazamientos; servicios tales como alojamiento y transporte. Y, por otro lado, variables en términos monetarios como es el gasto realizado por los turistas.

En todo esto, un aspecto a tener en cuenta es el comportamiento del turista o visitante, que según el IET (2010b) es “toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, bien dentro o fuera de su país de residencia, por duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad remunerada en el lugar visitado. La distinción entre las dos categorías posibles de visitantes (turista/ excursionista o visitante de un día), responde únicamente al criterio de pernoctaciones realizadas en el/los lugar/es visitado/s: al menos una, en el primer caso, y ninguna en el segundo caso”.

En base a lo comentado anteriormente cabe destacar dos elementos que juegan un papel importante en el análisis del turismo son los conceptos de turista y excursionista. El excursionismo o viaje de día² viene determinado por la ausencia de pernoctación en el lugar de destino, aspecto que en la Comunidad Autónoma castellano-manchega está ampliamente extendido. En línea con esto, la Organización Mundial de Turismo (1998) enuncia que un excursionista es “un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”. Mientras que un turista es “un pasajero que permanece una noche, por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”. Asimismo, Santana (1997:47) define turista como “ese viajero ambiguo, que es hoy cualquier persona que viaja, intercomunicando experiencias y estereotipos culturales, pero también generando beneficios. Lo que cuenta, no es sólo el motivo del traslado, sino también el comportamiento de los individuos, en ese otro entorno, hacia los demás y hacia sí mismo, en el sentido del alojamiento, compras, uso del transporte, llamadas telefónicas, actividades en horas libres, encuentros e intercambios cara a cara, etc”. En definitiva, la duración de la estancia es un aspecto clave que nos sirve de base para diferenciar entre turistas y excursionistas, siendo un turista aquel que pernocta en el destino visitado, mientras que excursionista es aquel que no pasa la noche (Calle, 2006).

Todo esto nos aporta el marco teórico que pone de manifiesto la importancia de conocer el comportamiento del consumidor diferenciando entre “turistas y excursionistas”, ya que resulta de gran interés conocer las

diferencias y similitudes que existen entre ambos para poder adaptarnos a las exigencias y necesidades de los mismos.

Objetivos de la investigación

El conocimiento de los hábitos, perfil, nivel de gasto, etc., de los turistas y excursionistas que visitan un lugar tiene especial interés para la toma de decisiones en el ámbito turístico. En este sentido, aunque existen diferentes fuentes de información secundaria elaboradas por distintos organismos (INE o IET, principalmente), los datos proporcionados no se ajustan, totalmente, a las necesidades de información para la toma de decisiones en ámbitos regionales o provinciales. Por ello, el desarrollo de una encuesta ad hoc permitirá obtener información con un mayor nivel de detalle.

Ésta puede aportar una valiosa información para el oferente de servicios turísticos de la Región, así como para los responsables de la política de gestión y ordenación del turismo en las diferentes instancias de las administraciones públicas. Por tanto, el objetivo general de este estudio consiste en analizar el comportamiento de los individuos que visitan la región castellano-manchega, diferenciando entre turistas y excursionistas. Para ello, además de variables sociodemográficas, se han considerado aspectos como los motivos de viaje, las fuentes de información consultadas, los servicios contratados, la compañía, la época de visita, los medios de transporte empleados, el tipo de turismo o las actividades realizadas, el presupuesto planificado y gasto incurrido por el grupo de viaje.

Para dar cumplimiento a este objetivo genérico, se plantean los siguientes objetivos específicos: examinar la información secundaria y los datos estadísticos disponibles, desarrollar un estudio de encuesta que permita obtener información sobre los hábitos de los turistas y excursionistas en la Región y realizar un análisis comparativo entre los turistas y excursionistas que visitan la Comunidad de Castilla-La Mancha en 2009, a partir del estudio realizado en el documento de trabajo Hábitos Turísticos en Castilla-La Mancha, elaborado por el Sistema de Investigación Turística de Castilla-La Mancha (SITdCLM) en 2009.

Para alcanzar los objetivos citados, se han utilizado dos fuentes de información, por un lado fuentes de información secundaria como la procedente de los informes elaborados por el IET, los datos procedentes de la Red INFOTUR 2008, los datos sobre el número de excursionistas en destino procedentes de España, bien de otras comunidades autónomas o de la propia Región analizada (FAMILITUR), la información sobre la demanda

turística de los españoles procedente de la estadística Movimientos Turísticos de los Españoles (Familiar), la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) del Instituto Nacional de Estadística (INE), la Encuesta de Ocupación de Turismo Rural (EOTR) del INE y la información sobre la demanda turística y de excursionismo de los extranjeros, procedente de la estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR).

Por otro lado, la fuente de información primaria utilizada consiste en la recogida de información mediante el desarrollo de una encuesta personal diseñada específicamente para esta investigación. La encuesta se ha realizado en las cinco provincias de Castilla-La Mancha, durante los fines de semana de junio, julio, agosto y septiembre de 2009. La ficha técnica de la encuesta realizada aparece recogida en el cuadro 1.

	TURISTAS	EXCURSIONISTAS
Universo poblacional	13.482.703	9.676.537
Tamaño muestral	1.771	789
Nivel de confianza	95,5% (K=2)	
Error muestral	±2,38%	±3,56%
Técnica	Encuesta personal	
Trabajo de campo	Fines de semana de junio, julio, agosto y septiembre de 2009	
Software informático	SPSS 17.0	

Cuadro 1: ficha técnica del estudio

Perfil sociodemográfico: excursionistas vs. turistas

Los resultados comparativos entre turistas y excursionistas han sido apoyados con la aplicación de técnicas estadísticas de análisis de tablas de contingencia. El objetivo que se persigue con las tablas de contingencia es comprobar si existe alguna relación o asociación entre dos variables categóricas. Para verificar si la asociación es o no estadísticamente significativa se emplea la prueba de independencia chi-cuadrado considerando la hipótesis nula de independencia entre las variables categóricas.

A continuación, se procede a realizar un análisis comparativo entre los excursionistas y los turistas en Castilla-La Mancha, así como el estudio de la existencia de asociación entre ser excursionista o turista y el perfil sociodemográfico, la experiencia viajera, los hábitos turísticos y el gasto en el actual viaje a dicha Región.

Comparando el perfil sociodemográfico de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante 2009, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y las distintas variables sociodemográficas, es decir, no son variables independientes, sino que están relacionadas, excepto para el sexo (véase

el Cuadro 2). A continuación, analizamos las distintas variables sociodemográficas en las que existen diferencias entre los excursionistas y los turistas. Si analizamos la edad, el porcentaje más elevado de los excursionistas se sitúa en el intervalo de 25 a 34 años (25,7%), siendo superior este porcentaje en los turistas (29,5%). Puede apreciarse que conforme aumenta la edad a partir de los 35 años, el porcentaje tanto de excursionistas como de turistas disminuye, con la excepción de los excursionistas cuya edad es superior a los 65 años.

En relación con el estado civil, el 40,3% de los excursionistas y el 47,3% de los turistas están casados. Sin embargo, los solteros tienen una mayor propensión a ser excursionistas. Con respecto al nivel de estudios, el 35,4% de los excursionistas tienen estudios universitarios, siendo superior este porcentaje en los turistas

(38,8%).

En cuanto a la situación laboral, el 41,9% de los excursionistas son trabajadores por cuenta ajena, siendo este porcentaje superior al 50% en los turistas. Además, se observa que los estudiantes, jubilados y amas de casa son en una mayor proporción excursionistas. Si consideramos los ingresos men-

suales, la mayor proporción de excursionistas se corresponde con unos ingresos inferiores a 1.000€, mientras que existe un mayor porcentaje de turistas en los tramos con ingresos superiores a 1.500€.

Por último, el análisis comparativo de la comunidad autónoma de procedencia muestra que la mayor proporción de los excursionistas y turistas residen en Castilla-La Mancha (32,4% y un 19,6%, respectivamente) y en la Comunidad de Madrid (22,1% y 14,7%, respectivamente), siendo mayor el porcentaje de excursionistas que residen en Comunidades Autónomas más cercanas a Castilla-La Mancha, o incluso en la misma Comunidad.

Experiencia viajera: diferencias entre excursionistas y turistas

En relación a la experiencia viajera en Castilla-La Mancha, los resultados obtenidos muestran que existe asociación entre ser excursionista o turista y las distintas variables tenidas en cuenta para el análisis de la experiencia previa de viaje a la Región, excepto en la variable época en la que se ha visitado Castilla-La Mancha anteriormente. Para esta variable, sólo existe asociación en el caso de haber viajado fines de semana largos, siendo en el resto independientes el hecho de ser

Variable	Escala	Excursionistas	Turistas	Valor χ^2	Sig.
Sexo	Hombre	49,8%	53,6%	3,156	0,076
	Mujer	50,2%	46,4%		
Edad	< 25 años	22,5%	13,9%	63,950	0,000
	25-34 años	25,7%	29,5%		
	35-44 años	19,4%	24,2%		
	45-54 años	13,1%	17,9%		
	55-64 años	8,9%	9,6%		
	> 65 años	10,3%	5,0%		
Estado civil	Soltero/a	35,4%	29,4%	25,018	0,000
	Viviendo en pareja	14,1%	16,8%		
	Casado/a	40,3%	47,3%		
	Separado/a	5,3%	3,5%		
	Divorciado/a	5,0%	2,9%		
Nivel de estudios	Sin estudios	7,7%	5,5%	10,304	0,036
	Primarios	14,8%	12,5%		
	Secundarios	20,5%	23,2%		
	F. Profesional/Técnica	21,6%	20,0%		
	Universitarios	35,4%	38,8%		
	Trabajador por c. ajena	41,9%	52,3%		
Situación laboral	Trabajador por c. propia	12,0%	11,1%		
	Desempleado	5,5%	7,0%		
	Profesional independiente	2,5%	4,3%		
	Estudiante	18,3%	10,6%		
	Jubilado	9,3%	5,8%		
	Ama de casa	9,2%	7,2%		
	Otra situación	1,3%	1,7%		
Ingresos mensuales	Menos de 1.000€	40,6%	25,8%	62,503	0,000
	Entre 1.000 y 1.250€	15,1%	17,6%		
	Entre 1.251 y 1.500€	18,1%	18,1%		
	Entre 1.501 y 1.750€	9,3%	13,7%		
	Entre 1.751 y 2.000€	6,7%	11,0%		
	Más de 2.000€	10,1%	13,7%		
Comunidades autónomas de procedencia	Andalucía	4,8%	8,3%	299,460	0,000
	Aragón	1,3%	2,7%		
	Asturias	0,4%	1,3%		
	C. Valenciana	7,5%	10,6%		
	Castilla y León	3,3%	6,4%		
	Castilla-La Mancha	32,4%	19,6%		
	Cataluña	1,5%	3,7%		
	Extremadura	0,8%	3,3%		
	Galicia	0,1%	3,2%		
	Madrid	22,1%	14,7%		
	Murcia	4,4%	4,0%		
	País Vasco	0,8%	1,6%		
	Otras CC.AA	0,7%	1,2%		
	Extranjero	14,1%	17,1%		

Cuadro 2: Datos sociodemográficos de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

excursionistas o turistas en el actual viaje a la Región. Con respecto a las variables que dependen de ser excursionista o turista, cabe destacar (véase el Cuadro 3) que: más de la mitad de los excursionistas y turistas que han viajado durante 2009 a Castilla-La Mancha ya lo habían hecho con anterioridad.

Sin embargo, este porcentaje es superior en los excursionistas; en media, la última visita a Castilla-La Mancha por motivos turísticos tuvo lugar en el intervalo de los seis a los doce últimos meses coincidiendo tanto para excursionistas como para turistas y en cuanto a las épocas de visita a Castilla-La Mancha, existe dependencia entre ser turista o excursionistas y haber viajado anteriormente a la Región durante fines de semana largos, siendo el mayor porcentaje en turistas (27,5%). Por último, con respecto a la frecuencia de los viajes turísticos a Castilla-La Mancha, los turistas viajan con menos frecuencia.

Hábitos turísticos de excursionistas y turistas

Con respecto a los hábitos de los excursionistas y los turistas en Castilla-La Mancha durante el viaje actual, existen varias diferencias. Cabe destacar que la compañía con la que viajan, las fuentes de información empleadas para planificar el actual viaje, la realización de reservas, los servicios contratados, los medios de transporte empleados, el tipo de turismo realizado y las actividades llevadas a cabo, están asociadas al hecho de ser excursionistas o turistas, excepto en algunos casos (véase el Cuadro 4). Concretamente, con respecto a la compañía, en el viaje turístico actual a Castilla-La Mancha existen diferencias entre los excursionistas y los turistas. Existe una mayor proporción de turistas que de excursionistas que viaja con pareja o con pareja e hijos.

Si tenemos en cuenta la planificación del viaje nos encontramos que existe un 20,3% de turistas que no planifican, mientras que en el caso de los excursionistas es el 36%. Entre las fuentes de información empleadas, destaca la no existencia de asociación entre ser excursionista o turista y utilizar la experiencia personal, siendo utilizadas Internet, el sitio web oficial de Turismo, las guías de viajes y las agencias de viajes en mayor proporción por los turistas. Existe una mayor proporción de excursionistas que de turistas que no ha realizado ningún tipo de reserva para su viaje actual a Castilla-La Mancha (un 53,5% frente a un 42,2%).

En relación con el modo utilizado para realizar las reservas del viaje actual a Castilla-La Mancha se observa que una mayor proporción de turistas han reservado directamente con la empresa que presta el servicio turístico (33,3%). Existe un porcentaje mucho mayor

Variable	Escala	Excursionistas	Turistas	Valor X ²	Sig.
Experiencia viajera último viaje a C-LM	Han visitado anteriormente C-LM	65,0%	54,8%	23,253	0,000
Última visita a C-LM	Menos de 3 meses	19,2%	18,9%	17,369	0,004
	Entre 3 y 6 meses	19,6%	17,3%		
	Entre 6 y 12 meses	22,3%	20,4%		
	Entre 1 y 2 años	21,3%	17,6%		
	Entre 2 y 3 años	8,3%	15,3%		
	Más de 3 años	9,3%	10,5%		
Época en la que han visitado C-LM anteriormente	Semana Santa	35,5%	34,2%	0,749	0,688
	Verano	52,6%	55,4%	1,624	0,444
	Navidad	18,3%	21,8%	2,658	0,103
	Fines de semana cortos	46,4%	41,4%	3,737	0,154
	Fines de semana largos	21,8%	27,5%	6,737	0,034
	Días laborables	0,4%	0,3%	1,127	0,771
Frecuencia de viaje a C-LM	2 o más veces al mes	4,5%	5,5%	14,745	0,012
	1 vez al mes	7,4%	7,4%		
	2-3 veces al año	35,6%	21,9%		
	1 vez al año	27,8%	23,6%		
	1 vez cada 2-5 años	18,7%	26,9%		
	1 vez cada 5-10 años	6,0%	6,6%		

Cuadro 3: Experiencia viajera en la región de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

de excursionistas que de turistas que no ha contratado ningún servicio durante su viaje actual a Castilla-La Mancha (un 80,1% frente a un 43,1%). En cuanto a los servicios contratados, destaca la no existencia de asociación entre ser excursionista o turista y contratar viaje organizado completo y guías turísticos. Además, señalar que el servicio más contratado por los excursionistas es el viaje organizado completo, mientras que en el caso de los turistas es restaurantes.

Respecto al medio de transporte utilizado desde el lugar de residencia para llegar al destino del viaje turístico actual, la mayoría de los excursionistas y turistas usó el coche particular. Además, cabe destacar que no existe asociación entre ser excursionista o turista y la utilización del autobús, autocaravana, avión o moto como medio de transporte; sin embargo, para la utilización del tren y coche de alquiler o particular, si existe dependencia. En cuanto al medio de transporte utilizado para moverse durante el viaje turístico actual a la Región, la mayoría de los excursionistas y turistas usan el coche particular. Además, se observa que no existe asociación entre ser excursionista o turista y la utilización de coche de alquiler, autobús o moto/bicicleta para moverse durante el actual viaje.

Con relación a los tipos de turismo, se observa que, durante el viaje actual a Castilla-La Mancha, existe una mayor proporción de turistas que de excursionistas que realizan los distintos tipos de turismo, excepto para el turismo de patrimonio. El análisis de dependencia de la Chi-Cuadrado muestra que existe asociación entre ser excursionista o turista y los tipos de turismo reali-

zados. Los resultados muestran la existencia de asociación entre ser excursionista o turista y el principal tipo de turismo del viaje actual. El mayor porcentaje de excursionistas y turistas realizan turismo de patrimonio (53,3% y 45,2% respectivamente). En relación con el destino turístico principal, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y el destino turístico principal. Destacar que existe una mayor proporción de turistas que eligen Ciudad Real, Guadalajara y Toledo como destino turístico principal de su viaje, mientras que los excursionistas prefieren Albacete y Cuenca.

Por último, en cuanto a las actividades desarrolladas durante su viaje actual a Castilla-La Mancha, existe asociación entre ser excursionista o turista y las diferentes actividades realizadas, siendo superior la proporción de turistas que de excursionistas que realizan las diversas actividades, salvo en recorrer rutas turísticas y en realizar compras de productos de artesanía.

El gasto turístico de excursionistas y turistas

Por último y no por ello menos importante se lleva a cabo un análisis del gasto medio diario de los dos grupos considerados en este trabajo: excursionistas y turistas. Los resultados obtenidos muestran que existe asociación entre ser excursionista o turista y las distintas variables que miden el gasto medio diario total y por partidas realizado en el viaje turístico actual a Castilla-La Mancha (véase el Cuadro 5).

En primer lugar, respecto al gasto medio diario realizado en el viaje turístico actual, en términos comparativos, se observa que existe una mayor proporción de turistas con gasto inferior a 60€ y de excursionistas con un gasto superior a 60€.

En cuanto al gasto medio diario en transporte, la mayoría de los turistas han gastado menos de 10€ (54,4%) y la mayor proporción de excursionistas han gastado entre 10€ y 30€ (38%). Cabe destacar que el mayor gasto medio diario en transporte ha sido realizado por los excursionistas. Con relación al gasto medio diario en alimentación en bares y restaurantes, más de la mitad de los turistas han gastado menos de 10€ (53,9%) y ningu-

Variable	Escala	Excursionistas	Turistas	Valor X ²	Sig.
Compañía	Solo	9,7%	8,0%	31,237	0,000
	Con pareja	31,6%	33,0%		
	Con pareja e hijos	5,6%	9,5%		
	Con familia	17,4%	16,9%		
	Con amigos	21,5%	20,8%		
	Con comp. de trabajo	1,1%	2,4%		
	Con grupo organizado	10,7%	6,4%		
Fuentes de información	Otros (mezcla)	2,4%	3,1%	71,071	0,000
	Sin planificación	36,0%	20,3%		
	Familiares/amigos	32,1%	37,2%		
	Experiencia personal	16,3%	15,8%		
	Agencias de viajes	6,7%	14,4%		
	Ferias de turismo	0,4%	2,9%		
	Guías de viaje	15,0%	18,5%		
	Folleto/revistas	4,4%	8,0%		
	Sitio web oficial de Turismo C-LM	13,3%	23,8%		
	Internet	33,6%	46,8%		
Forma de reserva	Sin reservas	53,5%	42,2%	38,809	0,000
	Directamente	13,1%	33,3%	100,759	0,000
	Por intermediario	10,4%	24,5%	66,389	0,000
Servicios contratados	Sin contratar	80,1%	43,1%	300,650	0,000
	Viaje organizado completo	7,7%	7,2%	0,220	0,639
	Guías turísticos	4,2%	4,8%	0,525	0,469
	Alquiler de coche	7,5%	5,1%	5,254	0,022
Medios de transporte para llegar	Restaurante	6,7%	8,6%	2,773	0,096
	Coche particular	53,2%	57,4%	3,898	0,048
	Coche de alquiler	10,0%	7,5%	4,200	0,040
	Autocaravana	1,0%	1,9%	2,718	0,099
	Autobús	18,9%	18,4%	0,109	0,741
	Tren	10,6%	14,3%	6,007	0,014
	Avión	16,3%	21,0%	7,066	0,088
Medios de transporte para moverse	Moto	3,9%	3,3%	0,659	0,417
	Coche particular	53,2%	60,6%	11,865	0,001
	Coche de alquiler	10,1%	8,5%	1,704	0,192
	Autocaravana	0,5%	1,7%	5,562	0,018
	Autobús	22,2%	23,2%	0,242	0,622
	Tren	2,2%	4,9%	10,482	0,001
	Moto/bicicleta	3,9%	4,4%	0,300	0,584
Tipo de turismo	Taxi	0,0%	0,5%	4,050	0,044
	Activo y Ecoturismo	16,9%	26,9%	2075,208	0,000
	Salud y Bienestar	15,2%	27,0%	2114,727	0,000
	Naturaleza/Rural	30,4%	34,5%	1754,144	0,000
	Enológico	8,4%	13,5%	2324,796	0,000
	Congresos/Reuniones	3,2%	4,2%	2480,204	0,000
	Gastronomía	28,9%	34,7%	1782,126	0,000
	Patrimonio	51,4%	51,2%	1247,221	0,000
	Cinematográfico	4,2%	5,3%	2453,564	0,000
	Ruta de Don Quijote	10,6%	14,5%	2268,102	0,000
Tipo de turismo principal	Activo y Ecoturismo	7,1%	11,2%	44,102	0,000
	Salud y Bienestar	3,6%	8,0%		
	Naturaleza/Rural	21,9%	20,7%		
	Enológico	1,4%	2,7%		
	Congresos/Reuniones	3,2%	3,0%		
	Gastronomía	7,3%	5,4%		
	Patrimonio	53,3%	45,2%		
	Cinematográfico	0,1%	0,2%		
Destino principal	Ruta de Don Quijote	2,1%	3,6%	15,340	0,004
	Albacete	20,2%	15,1%		
	Ciudad Real	15,8%	18,7%		
	Cuenca	20,5%	18,1%		
	Guadalajara	14,3%	16,6%		
Tipo de actividad	Toledo	29,2%	31,5%	1620,354	0,000
	Descanso	32,4%	53,0%		
	Gastronomía	39,4%	48,2%		
	Diversión nocturna	8,2%	22,7%		
	Práctica de deportes	7,9%	12,2%		
	Recorrer rutas turísticas	41,9%	40,8%		
	Asistencia a espectáculos	7,6%	14,9%		
	Compra artesanía	17,5%	17,5%		
	Otras compras	22,5%	24,4%		
	Excursiones	18,4%	26,6%		
	Visita familiares/amigos	11,4%	16,1%		
Actividades niños	2,5%	4,9%			
Otros	2,4%	1,4%	2517,280	0,000	

Cuadro 4: Hábitos turísticos de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

no de ellos ha gastado más de 100€ (0%). Por otro lado, la mayor proporción de excursionistas han gastado entre 10€ y 30€ (46,8%).

Por otro lado, la gran mayoría de turistas y excursionistas han gastado de media diaria en alimentación en comercio menos de 10€ (82,5% y 67%, respectivamente). En lo que respecta al gasto medio diario en ocio, el mayor porcentaje tanto de turistas como de excursionistas gasta menos de 10€ (86,3% frente a 66,8%). Además, el porcentaje de excursionistas es superior al de turistas cuando el gasto es superior a 10€. En cuanto al gasto medio diario en compras de productos de artesanía, ocurre lo mismo que en ocio, la gran mayoría de los turistas y excursionistas han gastado menos de 10€ (80,6% y 67,4%, respectivamente).

Por último, en relación al gasto medio diario en otras compras, en términos comparativos, existe una mayor proporción de turistas con un gasto medio diario inferior a 30€ y de excursionistas con un gasto superior a 30€. Si bien, la mayoría de turistas y excursionistas tienen un gasto medio diario inferior a 10€ (73,8% y 65,8%, respectivamente).

Conclusiones

Pese a los marcados efectos de la crisis económica y financiera de los últimos años, la actividad turística interior, en términos de viajes realizados, se ha visto incrementada por el dinamismo de los viajes de los residentes.

El turismo, considerado como uno de los sectores impulsores del sistema económico español, pese a la importante amenaza provocada por la desfavorable situación actual, se mantiene estable e incluso registra cierta evolución al alza. 2008 y 2009 han sido unos años marcados por los efectos de la crisis económica y financiera, especialmente observables a partir del segundo semestre del año 2008. Sin embargo, la actividad turística interior, en términos de viajes realizados, se ha visto incrementada por el dinamismo de los viajes realizados por los residentes. Singularmente, debe destacarse el aumento de la actividad turística en Castilla La Mancha y Aragón impulsado por los viajes de los residentes. Estos datos demuestran que la cali-

dad de la industria turística ha mejorado, lo cual está repercutiendo positivamente en la experiencia del viajero residente y extranjero y, en consecuencia, en el consumo y gasto turísticos.

En base a los resultados obtenidos se extraen las principales conclusiones basadas en la comparativa entre excursionistas y turistas considerando el perfil sociodemográfico, la experiencia viajera, los hábitos y el gasto realizado (véase el Cuadro 6).

Comparando el perfil sociodemográfico de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante 2009, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y la edad, estado civil, nivel de estudios, situación laboral, ingresos mensuales y la comunidad autónoma de procedencia. El porcentaje más elevado de excursionistas se sitúa en el intervalo de 25 a 34 años (25,7%), siendo superior este porcentaje en los turistas (29,5%). El mayor porcentaje de excursionistas y turistas están casados, tienen estudios

universitarios y son trabajadores por cuenta ajena. En cuanto a los ingresos mensuales, la mayor proporción de excursionistas se corresponde con unos ingresos inferiores a 1.000€, mientras que existe un mayor porcentaje de turistas en los tramos con ingresos superiores a 1.500€. Con respecto a la procedencia, la mayor proporción de excursionistas y turistas residen en Castilla-La Mancha y en la Comunidad de Madrid, siendo mayor el porcentaje de excursionistas que residen en Comunidades Autónomas más cercanas a Castilla-La Mancha, o incluso en la misma Comunidad.

En relación a la experiencia viajera en Castilla-La Mancha, los resultados obtenidos muestran que existe asociación entre ser excursionista o turista y el haber visitado anteriormente Castilla-La Mancha (un 65% de

Variable	Escala	Excursionistas	Turistas	Valor X ²	Sig.
Viaje	Menos de 10€	3,9%	6,8%	84,590	0,000
	Entre 10€ y 30€	18,8%	26,5%		
	Entre 31€ y 60€	27,5%	29,6%		
	Entre 61€ y 100€	23,1%	19,4%		
	Entre 101€ y 300€	17,0%	15,0%		
	Entre 301€ y 500€	5,2%	2,2%		
	Más de 500€	4,4%	0,6%		
Transporte	Menos de 10€	34,9%	54,4%	108,984	0,000
	Entre 10€ y 30€	38,0%	32,3%		
	Entre 31€ y 60€	12,1%	7,9%		
	Entre 61€ y 100€	6,1%	2,4%		
	Más de 100 €	8,9%	3,0%		
Alimentación en bares y restaurantes	Menos de 10€	24,1%	53,9%	233,385	0,000
	Entre 10€ y 30€	46,8%	36,3%		
	Entre 31€ y 60€	18,7%	8,2%		
	Entre 61€ y 100€	7,8%	1,6%		
	Más de 100 €	2,6%	0,0%		
Alimentación en comercio	Menos de 10€	67,0%	82,5%	46,495	0,000
	Entre 10€ y 30€	26,4%	15,4%		
	Entre 31€ y 60€	5,3%	1,7%		
	Entre 61€ y 100€	1,1%	0,3%		
	Más de 100 €	0,3%	0,2%		
Ocio	Menos de 10€	66,8%	86,3%	125,742	0,000
	Entre 10€ y 30€	24,3%	12,8%		
	Entre 31€ y 60€	7,4%	3,7%		
	Entre 61€ y 100€	1,5%	0,1%		
	Más de 100 €	0,0%	0,1%		
Compras de productos de artesanía	Menos de 10€	67,4%	80,6%	61,544	0,000
	Entre 10€ y 30€	21,3%	17,2%		
	Entre 31€ y 60€	8,4%	1,8%		
	Entre 61€ y 100€	2,0%	0,1%		
	Más de 100 €	0,8%	0,4%		
Otras compras	Menos de 10€	65,8%	73,8%	68,193	0,000
	Entre 10€ y 30€	16,3%	21,2%		
	Entre 31€ y 60€	10,8%	3,3%		
	Entre 61€ y 100€	3,3%	1,1%		
	Más de 100 €	3,8%	0,7%		

Cuadro 5: Gasto de los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

excursionistas frente a un 54,8% de turistas), la última visita turística realizada a Castilla-La Mancha (en el intervalo de los seis a los doce últimos meses tanto para los excursionistas como para los turistas) y la frecuencia con la que viajan por motivos turísticos a la Región (los turistas viajan con menos frecuencia a Castilla-La Mancha). En cuanto a la época en la que han visitado Castilla-La Mancha anteriormente sólo existe asociación en el caso de haber viajado fines de semana largos, siendo el mayor porcentaje en turistas (27,5%).

Con respecto a los hábitos de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante el viaje actual, existen varias diferencias. Cabe destacar que existe asociación entre el hecho de ser excursionista o turista y la compañía con la que viajan (existe una mayor

Variable	Escala	Excursionistas	Turistas	Valor X ²	Sig.
Edad	25-34 años	25,7%	29,5%	63,950	0,000
Estado civil	Casado/a	40,3%	47,3%	25,4	0,000
Nivel de estudios	Universitarios	35,4%	38,8%	10,304	0,036
Situación laboral	Trabajador por cuenta ajena	41,9%	52,3%	56,217	0,000
Ingresos mensuales	Menos de 1.000€	40,6%	25,8%	62,503	0,000
	Más de 1.500€	17,1%	38,4%		
Comunidades autónomas de procedencia	Castilla-La Mancha	32,4%	19,6%	299,460	0,000
	Madrid	22,1%	14,7%		
Experiencia viajera	Han visitado anteriormente C-LM	65,0%	54,8%	23,253	0,000
Última visita a C-LM	Entre 6 y 12 meses	22,3%	20,4%	17,369	0,004
Época en la que han visitado C-LM anteriormente	Fines de semana largos	21,8%	27,5%	6,737	0,034
Compañía	Con pareja	31,6%	33,0%	31,237	0,000
	Con pareja e hijos	5,6%	9,5%		
Fuentes de información	Sin planificación	36,0%	20,3%	71,071	0,000
Forma de reserva	Sin reservas	53,5%	42,2%	24,452	0,000
Servicios contratados	Sin contratar	80,1%	43,1%	300,650	0,000
Medios de transporte para llegar	Coche particular	53,2%	57,4%	3,898	0,048
Medios de transporte para moverse	Coche particular	53,2%	60,6%	11,865	0,001
Tipo de turismo principal	Patrimonio	53,3%	45,2%	44,102	0,000
Destino principal	Toledo	29,2%	31,5%	15,340	0,004
Viaje	Menos de 60€	50,2%	62,9%	84,590	0,000
	Más de 60€	49,7%	37,2%		
Alimentación en bares y restaurantes	Menos de 10€	24,1%	53,9%	233,385	0,000
	Entre 10€ y 30€	46,8%	36,3%		
Alimentación en comercio	Menos de 10€	67,0%	82,5%	46,495	0,000
Ocio	Menos de 10€	66,8%	86,3%	125,742	0,000
Compras de productos de artesanía	Menos de 10€	67,4%	80,6%	61,544	0,000
Otras compras	Menos de 10€	65,8%	73,8%	68,193	0,000

Cuadro 6: Resumen de semejanzas y diferencias entre los excursionistas y los turistas de Castilla-La Mancha 2009

proporción de turistas que de excursionistas que viaja con pareja o con pareja e hijos), las fuentes de información empleadas para planificar el actual viaje (existe un 20,3% de turistas que no planifican, mientras que este porcentaje es mayor en los excursionistas el 36%), la realización de reservas (el 53,5% de los excursionistas no ha realizado ninguna reserva, frente a un 42,2% de turistas), los servicios contratados (el 80,1% de excursionistas no ha contratado ningún servicio, en comparación con el escaso 43,1% de turistas), los medios de transporte empleados (la mayoría de los excursionistas y turistas usó el coche particular), los tipos de turismo realizados (existe una mayor proporción de turistas que de excursionistas que realizan los distintos tipos de turismo, excepto para el turismo de patrimonio), principal tipo de turismo (el mayor porcentaje de excursionistas y turistas realizan turismo de patrimonio), principal destino turístico (el porcentaje de turistas que eligen Toledo como destino turístico principal de su viaje es mayor que el de excursionistas) y las actividades llevadas a cabo (la proporción de turistas que realizan las diversas actividades es superior a la de excursionistas, salvo en recorrer rutas turísticas y en realizar compras de productos de artesanía).

Por último, en cuanto al gasto de los excursionistas y de los turistas en Castilla-La Mancha durante 2009, se observa que existe asociación entre ser excursionista o turista y el gasto medio diario. La mayor proporción de excursionistas realizan un gasto medio diario en el viaje actual superior a 60€, mientras que el mayor porcentaje de turistas realizan un gasto inferior a 60€. En cuanto al transporte, los excursionistas son los que realizan un mayor gasto medio diario. El mayor porcentaje de turistas ha gastado en alimentación en bares y restaurantes menos de 10€, mientras que el mayor porcentaje de excursionistas ha gastado entre 10€ y 30€. Con respecto al gasto realizado en alimentación en comercio, ocio, compras de productos de artesanía y otras compras, la mayor proporción de turistas y excursionistas tienen un gasto medio diario inferior a 10€.

Para finalizar, teniendo en cuenta todo esto señalar que toda esta información pone de manifiesto que existen convergencias y divergencias entre turistas y excursionistas. Asimismo, dicho conocimiento permite conseguir un doble objetivo: por un lado, conocer mejor la demanda turística; y por otro lado, en base a la información obtenida elaborar una oferta que se adapte mejor a las necesidades y deseos de la demanda turística, pues tal y como se señalaba al principio de este trabajo el sector turístico se encuentra inmerso en un mundo donde las necesidades y deseos de los consumidores están cambiando constantemente.

Bibliografía

- Altes, M. C.
1993 Marketing y Turismo, Introducción al Marketing de Empresas y Destinos Turísticos, Síntesis. S.A., Madrid.
- Borg, J. y Gotti, G.
1995 "Tourism an Cities of Art. The impact of tourism and visitors flow management in Aixan Provence Amsterdam, Bruges, Florence. Oxford, Salzburg and Venice. Unesco Roste, Venecia.
- Calle, V. M.
2006 La ciudad histórica como destino histórico, Editorial Ariel.
- Esteban, A
2005 "La demanda de servicios culturales: aspectos motivacionales y funcionales del consumidor de turismo cultural". En Sevilla, C., Móndejar, J.A., y Borja, M.A. (Eds.), Gestión del turismo cultural y de ciudad, pp. 95-114.
- España. EXCELTUR
2010 Perspectivas Turísticas. Balance empresarial del primer trimestre y la Semana Santa de 2010 y perspectivas para el resto de 2010, nº 32, abril.
- Instituto de Estudios Turísticos
2010a Balance del Turismo (año 2009), Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos
2010b Encuesta de Movimientos turísticos en Fronteras (FRONTUR) y Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR) (año 2009), Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos
2009 Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR) en Castilla-La Mancha (año 2008), Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Instituto de Estudios Turísticos
2006 Comportamientos Turísticos de los Residentes en la Unión Europea (año 2006), Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Madrid.
- Martín, B.
2003 "Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural", PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 1 (2):155-160.
- Organización Mundial de Turismo
1998 "Introducción al turismo". En http://www.gastroestrategias.com/Introducci_n_al_turismo.pdf

Santana, A.

1997 "Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?". Barcelona: Editorial Ariel.

Tremont, C. y Hernández, J. E.

2010 "Calidad de servicio (personal en contacto y soporte físico) de los establecimientos de alojamiento del municipio Carirubana Estado Falcón", PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 8 (1):219-235.

Troitiño, M. A.

2005 "Retos y oportunidades en la gestión del turismo cultural y de ciudad". En Sevilla, C., Mondéjar, J.A., y Borja, M.A. (Eds.), Gestión del turismo cultural y de ciudad, pp. 15-27.

Notas

1 Este estudio se ha desarrollado dentro del Proyecto de Investigación "Elaboración y mantenimiento del sistema de investigación turística de Castilla-La Mancha (SITdCLM)", financiado por la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, 2008-2010.

2 Definición excursionismo. Según el informe Movimientos Turísticos de los Españoles 2008 (FAMILITUR) se considera excursión a "cualquier desplazamiento sin pernoctación fuera del entorno habitual realizado por motivo de ocio en el hogar".

Recibido: 13/09/10
Reenviado: 14/02/11
Aceptado: 17/02/11
Sometido a evaluación por pares anónimos