

LA DEMANDA DEL TURISMO RURAL: UNA APLICACIÓN METODOLÓGICA EN EL PARQUE NATURAL CARDEÑA MONTORO.

Millán Vázquez de la Torre, M^a Genoveva; gmillan@etea.com, Universidad de Córdoba

Tomás J. López-Guzmán Guzmán, tomas.lopez@uco.es, Universidad de Córdoba

Agudo Gutiérrez, Eva M^a; evaagudo22@yahoo.es, Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ETEA)

Calle Escritor Aguayo Córdoba 14005

Telf.: 957 22 2159 Fax.: 957 22 21 01

RESUMEN.

El turismo rural se ha convertido en una actividad de rápida expansión, debido a la gran importancia que está adquiriendo en los últimos años, se hace necesaria la aplicación de herramientas estadísticas para identificar a la demanda de dicho segmento turístico. En este trabajo se presenta un estudio estadístico-económico realizado a la demanda turística de una determinada zona geográfica, el Parque Natural Sierra de Cardena y Montoro en la provincia de Córdoba. Así, en la primera parte de este estudio se presenta, de forma somera, unos datos generales sobre el patrimonio natural de la Comunidad Autónoma de Andalucía y, más concretamente, del citado Parque Natural. La segunda parte de este estudio consiste en mostrar los principales resultados del trabajo de campo realizado y su análisis a través de técnicas estadístico-económicas.

1.- INTRODUCCION.

El turismo es uno de los actos más enriquecedores, y aún más si se realiza en un medio rural, ofreciendo tranquilidad, hospitalidad en contacto con el medio ambiente, y ofreciendo la posibilidad de practicar deportes... y es esta nueva alternativa de turismo al que tradicionalmente

se realizaba, uno de los más demandados en los últimos tiempos por la sociedad, ofreciendo una gran oportunidad a las zonas rurales en vías de desarrollo.

Junto a este segmento del sector turístico han surgido nuevas alternativas de turismo debido al cambio que ha experimentado la demanda de los consumidores turísticos, surgiendo nuevos huecos en el mercado. La búsqueda de nuevas emociones (aventura, lugares históricos, experiencias nuevas, etc...) por haberse modificado el comportamiento del consumidor es, entre otras, la causa de la oportunidad surgida en las zonas rurales: existe un grupo más numeroso de adultos y de la tercera edad que en décadas anteriores; se ha producido un cambio de rol en la mujer; los valores de la población han variado, actualmente a la población le interesa mantener y conseguir una salud encomiable y un cuerpo perfecto, por ello se intenta realizar una actividad en un ambiente lo más cercano a lo natural; la calidad de vida de la población se ha visto incrementada; de igual modo se ha producido un aumento de los niveles de renta disponible y un aumento del tiempo libre... Todo ello ha cooperado al desarrollo de una importante industria relacionada con el tiempo de descanso, el turismo.

La importancia que está adquiriendo el turismo rural en los últimos años hace necesaria la aplicación de herramientas estadísticas para identificar la demanda de este segmento turístico. Los datos principales de turismo rural en Andalucía, según la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía (2003), reflejan que la demanda turística corresponde claramente al turismo nacional (aproximadamente 77%) frente al extranjero donde destacan el turista británico y alemán (10,6% y 3,8% respectivamente)¹. En cuanto al gasto medio diario realizado por estos turistas, en el año 2003 fue de 41,26 euros, siendo Cádiz la provincia donde

¹ Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (2004) La Demanda de Turismo Rural en Andalucía 2003. Junta de Andalucía.

este fue más alto 47,12%. De esta cantidad, el 85% del presupuesto se destina a restauración, a alojamiento y a compras.

El turismo rural constituye un componente clave para el desarrollo económico y social de las regiones, posibilitará diversificar las rentas de la población rural para asegurar un próspero desarrollo de la región, así pues, se propone como actividad generadora de rentas complementarias y como elemento distribuidor de la renta. El aumento de la demanda de un turismo realizado en un medio rural ha propiciado la ejecución de programas desde la administración pública destinados a la diversificación de las rentas y al mismo tiempo la unión de empresarios y asociaciones de las zonas rurales que unifican fuerzas para ofrecer su producto o servicio turístico competitivo; todo ello unido a las cualidades diferenciadoras del turismo rural, lo condicionan como generador de riquezas de las zonas de interior.

El turismo rural posee unas características que lo hacen un tanto especial, ya que además del efecto multiplicador que estimula el sector turístico en otros sectores económicos, el turismo rural provocará pluriactividad en la población de las zonas rurales, diversificando las rentas obtenidas, disminuyendo la dependencia con el sector primario y reduciendo el riesgo económico que ello conlleva.

2.- DEMANDA TURÍSTICA EN UN PARQUE NATURAL: ENFOQUE ESTADÍSTICO

El Parque Natural Sierra de Cardaña y Montoro incluye sólo a los municipios de Cardaña y Montoro, y lindando con el parque se encuentran las localidades de Adamuz y Villafranca. De estos cuatro municipios, sólo los tres últimos se integran en Comarca del Alto Guadalquivir. Esta comarca, compuesta por ocho municipios, está ubicada en la parte oriental de la provincia

de Córdoba, aproximadamente a unos 20 minutos de la capital, con la que enlazan a través de la carretera nacional IV.

Montoro y Adamuz, con 920 km² de término municipal, constituyen algo más del 70 % de la extensión de la comarca, en las estribaciones meridionales de Sierra Morena. Poseen un territorio de alto valor ecológico, cinegético y recreativo, y en ellos se sitúan los recursos hídricos más importantes de la comarca (embalses de Guadalmeñato, Yeguas y Martín Gonzalo). La densidad de población de la comarca del Alto Guadalquivir es de unos 33 habitantes por Km² (muy por debajo de la media nacional). Cardeña tiene una extensión de 513 km² y 1.776 habitantes, este municipio pertenece a la Comarca de los Pedroches.

La agricultura predomina de forma importante, siendo el olivar el cultivo más destacado, seguido de cereales y de productos hortofrutícolas. En la industria, que ocupa aproximadamente a un 16 % de la población activa, predomina el sector de la madera, siendo ésta una actividad importante en Montoro. Le sigue en orden de importancia la industria agroalimentaria, destacando el sector del aceite de oliva tanto en la elaboración y envasado del producto como en la fabricación de material y maquinaria auxiliar para el olivar y almazaras. También tienen relevancia la fabricación de embutidos y otros productos cárnicos, además, en los últimos años se está desarrollando el sector del metal.

En lo que se refiere al sector servicios, la proximidad a la capital hace que sus cifras estén por debajo de la media española. Destaca el comercio mayorista de cereales y derivados, el comercio minorista y florece con fuerza las actividades relacionadas con el **turismo rural**, en cuanto a alojamientos, restaurantes y actividades complementarias.

Esta zona tiene como una de sus mayores fortalezas es la **comunicación privilegiada** gracias a su emplazamiento estratégico, está cruzado por la Autovía de Andalucía, la Carretera Nacional Madrid-Cádiz y la vía ferroviaria y buena comunicación con ciudades Patrimonio de la Humanidad que se encuentran a 1 o 2 horas. Además, esta situada en una de las **zonas más propicias para realizar actividades deportivas**: senderismo, piragüismo (está atravesada por el río Guadalquivir), y para multitud de actividades que pueden ser atrayente de turistas. Se ha producido **un aumento en el asociacionismo** en los municipios, la ayuda de los vecinos es imprescindible para el desarrollo del sector turístico, pero aún no es suficiente. Se trata de excelentes anfitriones y gente hospitalaria, abierta y acogedora. Junto al **importante patrimonio artístico y monumental**. La mayor parte de los pueblos de la comarca ofrecen reclamos turísticos: un conjunto arquitectónico histórico (iglesias, casas señoriales, castillos y arquitectura militar, ermitas, puentes, museos...) y una zona muy rica en fauna y flora debido al enclave de los municipios de la misma, aprovecharse para realizar diversas actividades: senderismo y cinegética. Además durante todo el año puede disfrutarse de **multitud de festejos y actividades culturales**: Carnavales en febrero, Semana Santa en primavera, Cruces y romerías en el mes de mayo, veladas durante los meses de verano, ferias desde abril a finales de agosto hasta principios de octubre. Y multitud de actividades culturales: teatros callejeros, festivales flamencos, concursos de pintura, fotografía, literarios... Desde hace unos años varios empresarios hostelero luchan por dar a conocer la **rica gastronomía** del lugar junto a otros empresarios de la comarca. El afán de los empresarios junto al la calidad de los productos empleados: carnes de caza y monte, verduras de la vega del Guadalquivir, frutas de crianza, dan lugar al disfrute del paladar. Aparición de una organización comarcal CIT (Centro de Iniciativas Turísticas) que busca la proyección de la comarca como producto turístico.

Entre las debilidades cabe destaca la existencia de una escasa infraestructura hotelera, esta insuficiencia es percibida por los turistas. Hasta ahora tan solo un pequeño núcleo de la

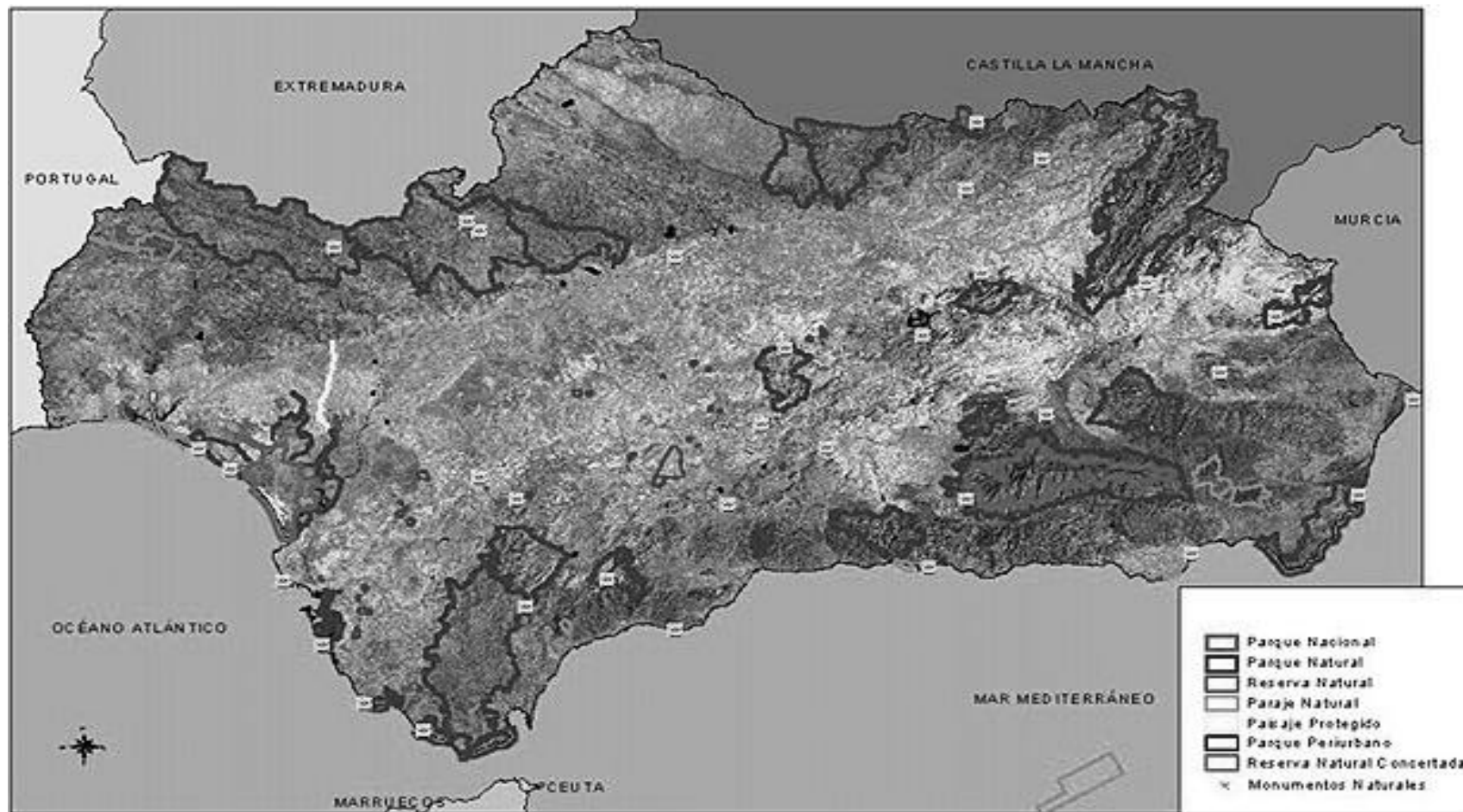
población ha apreciado el fenómeno del turismo, tiene una escasa valoración. Así pues, se ha de considerar que la principal de las debilidades es la ausencia de **concienciación de la ciudadanía** de la existencia de un **potencial en la comarca** aún por explotar.

2.1.- EL PARQUE NATURAL SIERRA DE CARDEÑA Y MONTORO: ANÁLISIS ECONÓMICO

En la Comunidad Autónoma de Andalucía, el 15% de su territorio esta catalogado como protegido, aproximadamente 2,5 millones de hectáreas, es la comunidad española como más superficie protegida. Esta cuenta con 2 Parques Nacionales, 28 Reservas Naturales, 1 Paisaje Protegido, 35 Monumentos Nacionales, 32 Parajes Naturales, 4 Reservas Naturales Concertadas, 19 Parques Periurbano y 24 Parques Naturales que ocupan el equivalente al 85%² de la superficie total protegida de la Comunidad.

²Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.(2005) Guía Turística de los Espacios Naturales protegido de Andalucía. Sevilla. http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/espacios_naturales/indparques.htm/#00

MAPA 1. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS DE ANDALUCÍA³.



³ http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/espacios_naturales/indirenpa.html

El Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro se localiza en la plena Sierra Morena, en la zona centro – este de la provincia de Córdoba, limítrofe con otro espacio protegido de la Comunidad Andaluza el Parque Natural Sierra de Andujar, ambos espacios conforman más de 10.000 hectáreas.

La declaración de Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro se realizó por Ley 2/1989, de 18 de julio, del Parlamento de Andalucía, y está situado sobre una superficie de 38.449 hectáreas⁴. Su aprobación como Parque Natural se realiza en base a tres factores sociales, económicos y ambientales:

- a. La pervivencia en este espacio de ecosistemas apreciados.
- b. Sus potencialidades reales para alcanzar un desarrollo económico sostenible.
- c. Su capacidad como área de esparcimiento y educación ambiental.

El turismo rural se ha convertido en esta área geográfica en uno de los posibles motores del crecimiento económico de la zona. De acuerdo con esta premisa, recientemente se ha propuesto un plan de dinamización turística integrada (Mancomunidad de Municipios Alto Guadalquivir, 2003) de donde podemos extraer los siguientes puntos para intentar vertebrar un turismo rural de calidad en la zona:

- Se debería integrar la oferta de alojamiento con los productos y servicios del entorno (artesanía, restauración, deportes, etc.).
- En los últimos años se ha invertido en estructuras turísticas directas cantidades superiores a los 120.000 euros anuales.

⁴ Decreto 251/2003, de 9 de septiembre, por el que se aprueban el Plan de Ordenación de Recursos Naturales y el Plan Rector de Uso y Gestión del Parque Nacional Sierra de Cardeña y Montoro.

- La actividad turística en esta zona presenta claros síntomas de inmadurez que limita su crecimiento y expansión. Asimismo, se hace necesaria una planificación y coordinación de las actividades turísticas en el medio rural.
- Se debería intentar convertir el turismo rural en fuente de revitalización de la economía de los municipios afectados.
- Es necesario coordinar múltiples políticas del conjunto de las administraciones públicas y actuaciones del sector privado.

De acuerdo con estos puntos, se ha intentado establecer el perfil del potencial demandante turístico en el Parque Natural que se está analizando:

- I. Tipo de persona: urbana, profesional, familias con hijos que buscan un lugar tranquilo en el que descansar y que le permita disfrutar de sus hijos.
- II. Edad: entre 25 y 50 años.
- III. Medio de transporte: automóvil propio, que le facilite el traslado a otros municipios distintos al de su alojamiento o a la ciudad de Córdoba. En este punto sería necesario, en nuestra opinión, realizar políticas turísticas comunes para integrar el turismo cultural y el rural.
- IV. Recursos económicos: clase media.
- V. Hábitos o costumbre de consumo: tendencia a consumir productos naturales, a buscar una línea de contacto con la naturaleza que les permita romper con la actividad diaria.

2.2.- ESTUDIO ESTADÍSTICO-ECONOMÉTRICO: DEMANDA DEL TURISMO RURAL

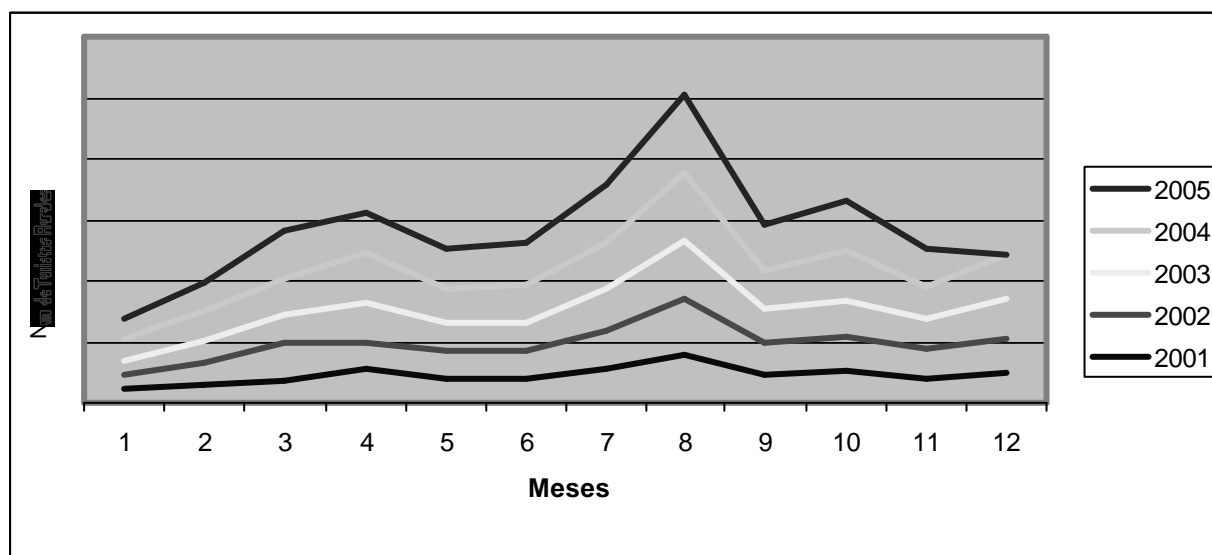
Para analizar la evolución económica de la zona del Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro, se han utilizado dos tipos de fuentes de información:

- A. Proviene de la información recopilada en los censos y padrones municipales, y encuestas de población activa, así como estadísticas económicas del impuesto de actividades económicas que abarcan desde el año 1998 hasta el año 2003.
- B. Información de campo, basada en dos tipos de encuestas:
 - 1) La primera realizada a 1.000 individuos durante los meses de enero a junio 2004 de las 8 provincias de la Comunidad Autónoma Andaluza segmentadas según el porcentaje de población, donde se ha pretendido estudiar el perfil del consumidor que utiliza hoteles rurales, las características básicas del mismo y motivaciones que le impulsan a utilizar este tipo de servicios, con el objetivo de reforzar y diseñar estrategias que fomenten el desarrollo del turismo rural en el Parque.
 - 2) El segundo tipo de encuesta corresponden a 350 personas que han invertido su tiempo de vacaciones en realizar turismo en el Parque Cardeña –Montoro durante el mes de mayo y junio de 2004, habiendo pasado como mínimo 6 horas en la zona y utilizando algún servicio bien de restauración o de alojamiento. El modelo empleado pretende obtener el perfil socioeconómico del individuo.

1º Modelo de econométrico de estimación de demanda

La demanda de turismo rural es una variable estacional oscilando cíclicamente cada doce meses presentando puntos máximos de demanda en los meses de julio – agosto (correspondientes a las vacaciones de verano), navidad, Semana Santa y los puentes correspondientes a las fiestas de la Comunidad Autónoma (28 febrero), fiesta del trabajo (1 mayo) y el puente de la Constitución (6-8 diciembre). En dichas fechas la ocupación de las casas rurales del Parque Cardeña Montoro es del 100% quedando buena parte de la demanda sin poder ser satisfecha por falta de oferta. Los hoteles rurales como tal categoría no existen en la zona ya que están catalogados como hoteles sin la finalidad del turismo rural siendo el 84% de las personas que se alojan en ellos agentes comerciales en el desempeño de su labor y personas que están de paso sin la intención de hacer turismo rural.

GRAFICO 1 EVOLUCIÓN DEL NUMERO DE VIAJEROS RESIDENTES EN ESPAÑA DE TURISMO RURAL. 2001-2005



FUENTE: Elaboración propia. Datos. EOAT. INE

Se ha tratado de estimar la demanda de turismo rural en el Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro por meses, al ser esta una demanda no constante a lo largo del tiempo. Los

datos utilizados provienen de estadísticas del impuesto de actividades económicas, así como de encuestas de elaboración propia, el periodo utilizado de información abarca desde febrero de 1998 a diciembre 2003. Las variables más relevantes utilizadas que son significativas para explicar el comportamiento de la demanda son:

- Número de plazas hoteleras en el parque Cárdena Montoro, **nph**
- Número de plazas en casa rurales, **npcr**
- **Ipc**
- Días de vacaciones, **dvaca**
- Componente Tendencial, **T**
- **X₁.....X₁₁** variables artificiales dicotomicas que toman los valores $X_{jt} = 1$ en el mes j-enésimo de cada año, -1 en diciembre y 0 en los restantes meses.
- Renta familiar: **re**, medida en miles de euros al mes.

Se ha planteado un modelo de regresión lineal múltiple, donde los coeficientes se han estimado por el método de mínimos cuadrados ordinarios, siendo los resultados de la estimación los que aparecen en el cuadro adjunto

$$DD_t = \alpha_0 + \alpha_1 nph_t + \alpha_2 npcrt_t + \alpha_3 ipc_t + \alpha_4 renta_t + \alpha_5 dvaca_t + \alpha_6 T_t + \beta_1 x_{1t} + \beta_2 x_{2t} + \beta_3 x_{3t} + \beta_4 x_{4t} + \beta_5 x_{5t} + \beta_6 x_{6t} + \beta_7 x_{7t} + \beta_8 x_{8t} + \beta_9 x_{9t} + \beta_{10} x_{10t} + \beta_{11} x_{11t} + \varepsilon_t$$

$$\tilde{N} \tilde{N}_{12}^1 DD_t = 4714 + 0,8754 nph_t + 1,9356 npcrt_t - 71,6485 ipc_t + 23,7586 renta_t + 0,0486 dvaca_t + 18,9638 T_t - 2520,3256 x_{1t} + 502,6874 x_{2t} + 692,6722 x_{3t} + 723,1542 x_{4t} + 279,7654 x_{5t} - 948,5301 x_{6t} + 669,8654 x_{7t} + 835,8946 x_{8t} + 336,7485 x_{9t} + 204,1538 x_{10t} - 1790,8875 x_{11t} + e_t$$

$$e_t = 0.0861 e_{t-11} + a_t + 0.0328 a_{t-1}$$

En base a la estimación anterior se pueden obtener las siguientes conclusiones:

1º) Existe una demanda mínima de 4.714 turista al mes que visitan el parque, independientemente del mes que se quiera analizar, este dato lo podemos obtener de la constante del modelo.

2º) El mes que más influye en el incremento de la demanda de turistas es el mes de agosto con 836 más en base a los coeficientes estimados. Aunque el mes de diciembre es el mes por excelencia, ya que la demanda de turistas se incrementa en 1.015, esto puede ser debido a que es el mes del año donde se encuentra las fiestas nacionales de la Constitución y la Inmaculada Concepción, además de las vacaciones de Navidad.

$$b_{12} = - (b_1 + b_2 + b_3 + b_4 + b_5 + b_6 + b_7 + b_8 + b_9 + b_{10} + b_{11})$$

$$b_{12} = 1.015$$

3º) La variable **ipc** tiene un efecto negativo, pero no muy relevante $-71,64$, por cada décima que suba el **ipc** solo disminuirá la demanda de turistas en 71.

4º) La variable renta tiene un efecto positivo sobre la demanda de turismo, aunque no tanto como en otros sectores, ya que el turismo rural todavía se sigue considerando un turismo barato.

5º) El número de plazas hoteleras y casas rurales influyen positivamente en la demanda de turismo rural con incremento marginal creciente.

2º Modelos LOGIT

Este segundo tipo de modelos (LOGIT) de elección binaria se caracterizan porque la variable objeto de estudio es cualitativa dicotómica a la cual se le asignan dos valores 1 que representa la categoría de la variable que se quiere analizar y 0 en el resto. Los dos modelos Logit planteados a continuación están basados en las muestras anteriormente indicadas.

A.- Modelo Logístico para determinar la probabilidad de utilización de un hotel rural-casa rural

En este apartado se ha desarrollado un modelo logit basándonos en una muestra de 1000 individuos pertenecientes a la Comunidad Autónoma Andaluza cuyo objetivo es calcular la probabilidad de elegir un hotel rural-casa rural⁵ por parte de un cliente con unas determinadas características personales, siendo la variable objeto de estudio la utilización de un hotel rural – casa rural tabulada con el valor **1** la utilización de un hotel –casa rural y **0** la no utilización como alojamiento este tipo de servicio.

Las principales variables predeterminadas manejadas en esta encuesta han sido:

- Sexo del encuestado/a
- Edad (mayores de 18 años)
- Zona, lugar de residencia se ha tabulado como variable dicotómica (1 zona urbana), (0 zona rural).
- Estado civil. Se ha dividido en diversas variables artificiales de elección binaria, destacando las principales categorías **ecs** (estado civil soltero), **ecc** (estado civil casado), **ecd/s** (estado civil divorciado separado), **eco** y **eco** (otros estados civiles).
- Renta familiar: **rf**, medida en miles de euros al mes.
- Número de personas que forman la unidad familiar: **nif**
- Número de personas que realizaron el viaje de vacaciones pertenecientes a la unidad familiar o con algún grado de parentesco emocional con el encuestado/a: **niv**.

⁵ Se ha considerado la variable hotel rural-casa rural como un tipo de alojamiento único, al no existir apenas oferta de hoteles rurales en el Parque Sierra de Cardeña y Montoro. Sería conveniente un estudio posterior que determinará la necesidad de estos.

- Tipo de alojamiento utilizado en las vacaciones: **hr-cr** (hotel rural), **ap** (apartamentos), **bal** (balnearios o estaciones termales, **alo** (otro tipo de alojamiento).
- Gastos realizados durante las vacaciones: **gr**.
- Grado de satisfacción de las vacaciones: **gs**.
- Repetiría el mismo tipo de turismo: re, tabulada como variable dicotómica (1 para el sí), (0 para el no).
- Días de vacaciones empleados en tipo de turismo realizado: **dv**.
- Nivel académico del encuestado/a: **nes** (estudios superiores), **nem** (estudios de grado medio), **neb** (estudios básicos), **nse** (sin estudios).

$$HR-CR = 1 / (1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 ecc + \beta_2 ecd + \beta_3 ecs + \beta_4 eco + \beta_5 edad + \beta_6 zona + \beta_7 rf + \beta_8 nif + \beta_9 niv + \beta_{10} gr + \beta_{11} sexo + \beta_{12} dv + \beta_{13} alo + \beta_{14} bal + \beta_{15} ap + \beta_{16} nem + \beta_{17} nes + \beta_{18} nse + \beta_{19} reb + \beta_{20} re)}) + \epsilon$$

Dependent Variable: HR-CR

Method: ML – Binary Logit (Quadratic hill climbing)

Included observations: 1000

Convergence achieved after 9 iterations

Variable	Coefficiente estimado
Ordenada	$B_0 = 16.87694$
Estado civil casado ECC	$B_1 = 10.01492$
Estado civil divorciado ECD	$B_2 = 10.02084$
Estado civil soltero ECS	$B_3 = 12.75678$
Estado civil otros ECO	$B_4 = 6.976530$
EDAD	$B_5 = 0.006745$
ZONA	$B_6 = 0.344078$
Renta familiar RF	$B_7 = 0.000325$
Nº individuos unidad familiar NIF	$B_8 = 0.043256$
Nº individuos vacaciones NIV	$B_9 = 0.012156$
Gastos realizados GR	$B_{10} = -0.013863$
SEXO	$B_{11} = 0.358694$
Días de vacaciones DV	$B_{12} = 0.112785$
Otros alojamientos ALO	$B_{13} = -83.36854$
Balnearios BAL	$B_{14} = -81.25690$
Hoteles H	$B_{15} = -76.83216$
Nivel de estudios medios NEM	$B_{16} = 12.67566$
Nivel de estudios superiores NES	$B_{17} = 10.48994$
Sin estudios NSE	$B_{18} = 0.020347$
Nivel de estudios básicos NEB	$B_{19} = 11.34985$
Repetiría Experiencia RE	$B_{20} = 0.036966$

Obteniéndose los siguientes resultados:

1º) Las variables tipos de alojamiento son las que más influyen negativamente en la probabilidad de contratar las vacaciones en un hotel rural-casa rural. Es este resultado lógico teniendo en cuenta que el resto de los alojamientos son competidores del hotel rural teniendo casi

todas las variables un efecto similar al ser sus coeficientes estimados muy parecidos (B₁₃, B₁₄, B₁₅).

2º) La variable que más influye sobre la dependiente (hr-cr) es la zona de procedencia del individuo, siendo las personas que pertenecen a la zona urbana las que más utilizan este tipo de alojamientos.

3º) El estado civil influye positivamente en la probabilidad de utilización de los hoteles rurales-casas rurales, siendo el estado civil “soltero” los que más lo contratan como se puede observar por su coeficiente (B₃).

4º) Con respecto al nivel académico, todas las categorías afectan positivamente y con cierta relevancia, excepto la de “sin estudios” que su relevancia es prácticamente nula (B₁₈), siendo el perfil de individuo que más lo contrata el que posee estudios de nivel superior.

5º) La variable sexo es determinante a la hora de elegir un hotel rural-casa rural, debido a que las reservas de dichos hoteles, predominantemente en la Comunidad Andaluza, se realizan a nombre del varón de la unidad familiar.

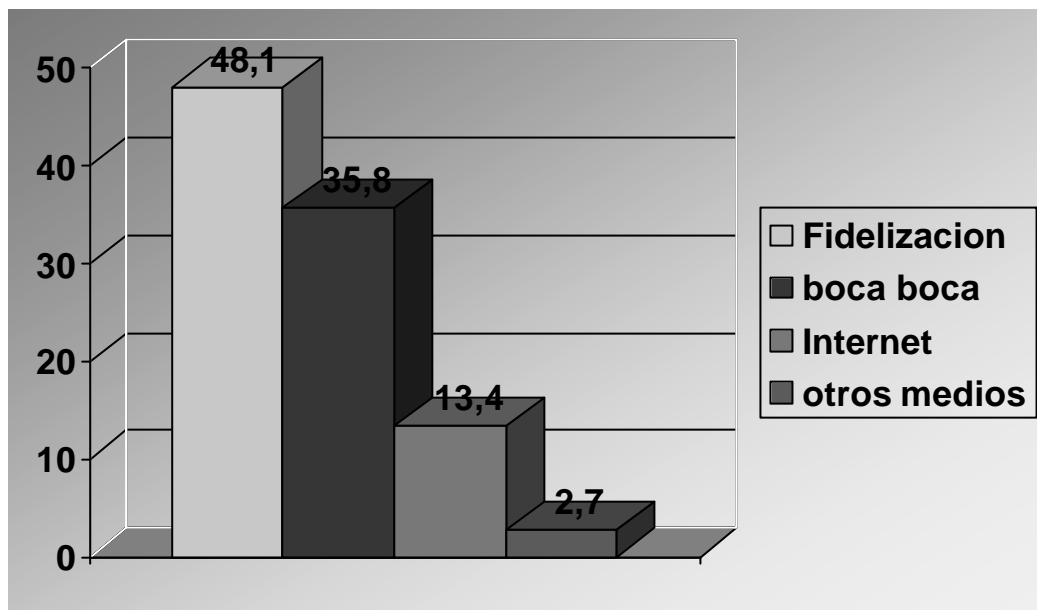
B Modelo LOGIT probabilidad de satisfacción respecto a las expectativas que tenía del parque conforme al perfil socioeconómico del turista que lo visita

Para obtener los resultados del modelo reflejados en el cuadro siguiente se realizó una encuesta a 350 individuos que realizaron turismo rural durante los meses de mayo y junio 2004 en el Parque Cardeña-Montoro. En un primer análisis descriptivo de la muestra se obtuvo que:

El 78,4% de los turistas encuestados procedían de la Comunidad Autónoma Andaluza, el 11,3% a la Comunidad de Madrid, el 4,2% de la Comunidad Castellano-Manchega, el 2,5 % de la Comunidad Catalana, y el 3,6% al resto de comunidades. Con respecto al conocimiento de

la existencia del Parque: El 48,1%, lo habían visitado antes, 35,8% por recomendaciones de amigos y familiares, 13,4% por Internet, y el 2,7% restante por otros medios.

GRAFICO 2. PORCENTAJE DE MEDIOS POR LOS CUALES SE TIENE CONOCIMIENTO DE LA EXISTENCIA DEL PARQUE.



FUENTE: Elaboración Propia

Además de las características y de las variables del modelo logit del apartado anterior se añadieron las siguientes:

- Opinión respecto a la infraestructura hotelera del parque **Inf**, es decir si había suficiente alojamientos rurales (hoteles y casas) tabulada como Si=1 si estaba conforme y 0 en el supuesto contrario.

- Satisfacción respecto a la expectativas que tenía del parque (cuidado del mismo, señalización, publicidad, infraestructura de carreteras etc) **Sep**, tabulada como 1 = satisfecho, 0 = No satisfecho.

De todas las variables predeterminadas, las únicas que son significativas para explicar la probabilidad de satisfacción respecto a las expectativas del parque son las siguientes:

$$\text{Sep} = 1 / (1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 \text{ecc} + \beta_2 \text{ecd} + \beta_3 \text{ecs} + \beta_4 \text{sexo} + \beta_5 \text{edad} + \beta_6 \text{zona} + \beta_7 \text{rf} + \beta_8 \text{gs} + \beta_9 \text{re} + \beta_{10} \text{gr} + \beta_{11} \text{sexo} + \beta_{12} \text{Inf})}) + \epsilon$$

Dependent Variable: Sep

Method: ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing)

Included observations: 350

Convergence achieved after 12 iterations

Variable	Coeficiente estimado
Ordenada	B ₀ = 0.098240
Estado civil casado ECC	B ₁ = 0.084720
Estado civil divorciado ECD	B ₂ = -0.982808
Estado civil soltero ECS	B ₃ = 0.879648
SEXO	B ₄ = 0.789852
EDAD	B ₅ = -0.567127
ZONA	B ₆ = -0.034572
Renta familiar RF	B ₇ = -13.24578
Repetiría Experiencia RE	B ₉ = 0.234891
Infraestruct hotelsuficient INF	B ₁₀ = -0.24780

Del modelo estimado se puede deducir las siguientes conclusiones:

1º) Los turistas solteros son los que mejor ven cumplidas sus expectativas respecto al parque, esto se puede observar por el coeficiente B₃ que es positivo inicial característica de los

turistas rurales varones son solteros con pocos días de vacaciones y una renta familiar disponible no muy alta.

2º) Tanto las variables edad, la zona de procedencia (urbana) como la renta familiar influyen negativamente en la probabilidad de que las expectativas de satisfacción con respecto al parque estén cubiertas.

3º) Los turistas encuestados consideran que la infraestructura hotelera es insuficiente (-0.2478) disminuyendo la probabilidad de satisfacción del parque.

3.- CONCLUSIONES.

En este trabajo ha presentado un análisis de la demanda turística en un Parque Natural, utilizando diferentes herramientas estadísticas. A través de este trabajo de campo hemos tratado de identificar los parámetros principales que tiene actualmente la demanda turística (en definitiva, el consumidor) que visita un determinado Parque Natural, planteando, de esta manera, tanto a los gestores públicos como a la iniciativa privada pautas de comportamiento que pueden determinar tendencia a medio plazo.

La importancia reciente del turismo rural está fuera de toda duda, y la necesidad de plantear modelos correctos de turismo para evitar errores en la comercialización de espacios turísticos, lleva a la necesidad de determinar exactamente qué consumen y cómo consumen esta demanda turística.

En base a los tres modelos estimados anteriormente (1 de regresión y dos logísticos) podemos concluir lo siguiente:

a) Que la oferta de infraestructura hotelera (casas rurales y hoteles rurales) es insuficiente en muchas épocas del año, no satisfaciendo la demanda, que se desvía hacia otros parques Naturales.

b) La demanda de turismo rural es creciente como puede observarse por el coeficiente positivo de la variable tendencial, además hay una alta probabilidad de que el turista repita la experiencia, por tanto, se esta con lo cual se esta asegurando que hay una demanda mínima necesaria que cubriría los costos de nuevas inversiones en el parque.

c) Se podrían siempre que se incremente la oferta tratar de evitar la estacionalidad de la demanda dando a conocer el parque en otras comunidades, para aprovechar sus fiestas locales y autonómicas distintas a la de la Comunidad Autónoma Andaluza con el objeto de obtener un mejor aprovechamiento de los recursos.

d) Se deberían de crear mas actividades de ecoturismo dentro del parque, ya que el principal usuario del mismo es el turista joven, lo cual generaría más ingresos a la comarca obteniéndose un mayor desarrollo económico, pero siempre acompañado de la mayor oferta de plaza hotelera y casas rurales

4.- BIBLIOGRAFÍA

- CARIDAD Y OCERÍN, J. M. (1998): *Econometría, Modelos econométricos*, Ed. Reverte, Barcelona.
- CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE (1992): *Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro*, Servicio de Publicaciones de la Junta de Andalucía.
- CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE. (2005) *Guía Turística de los Espacios Naturales protegido de Andalucía*. Sevilla. Junta de Andalucía.
http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/espacios_naturales/indparques.htm/#00

- CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE (2004) La Demanda de Turismo Rural en Andalucía 2003. Junta de Andalucía
- CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTES DE ANDALUCÍA (2002): *Balance del año turístico en Andalucía 2001*. Servicio de Publicaciones de la Junta de Andalucía.
- ----- (2003): *Balance del año turístico en Andalucía 2002*. Servicio de Publicaciones de la Junta de Andalucía.
- DENG, Jinyang; Brian King y Thomas Bauer (2002): “Evaluating Natural Attractions for Tourism”, *Annals of Tourism Research*, vol. 29, nº 2, pp. 422-438.
- EXPÓSITO GARCÍA, Alfonso y Rocío Sánchez Lissan (2002): “El turismo en la economía andaluza”, *Economistas*, julio 2002, pp. 84-94.
- GUJARATI, Damodar N. (2003): *Econometría*, Ed. McGraw-Hill, México, 4ª edición.
- MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS ALTO GUADALQUIVIR (2004): *Plan de dinamización turística integrada*, (En prensa).
- MANTEIGA, Lola (2000): “Los indicadores ambientales como instrumento para el desarrollo de la política ambiental y su integración en otras políticas”, *Estadística y Medio Ambiente*, pp. 75-87.
- PULIDO FERNÁNDEZ, Juan Ignacio (2003): *Hacia un modelo de gestión turística sostenible de los espacios naturales protegidos. Su aplicación al caso andaluz*, Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Jaén.
- UNIÓN EUROPEA (1997): Evaluar el potencial turístico de un territorio, página web (<http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-es/biblio/touris/metho.pdf>), fecha de acceso, 17 de julio de 2003.
- YAGÜE PERALES, Rosa María (2002): “Rural Tourism in Spain”, *Annals of Tourism Research*, vol. 29, nº 4, pp. 1001-1110.