

RESUMEN AMPLIO

EL TURISMO DE RETORNO EN EXTREMADURA (ESPAÑA): PAUTAS DE CONSUMO Y MOTIVACIÓN¹

Marcelo Sánchez-Oro Sánchez

Universidad de Extremadura

msanoro@unex.es

<http://orcid.org/0000-0002-0837-9372>

1. INTRODUCCIÓN

Cuando J. Ruiz Olabuénaga (1994) analiza el tipo de turismo que hacen los españoles en las últimas décadas del siglo XX, señala que hay tres grandes modelos turismo: el sol y playa, el turismo de merodeo en el que el desplazamiento constituye es la tónica preferencial de las vacaciones y que puede permanecer en España o salir al extranjero; y, finalmente, el turismo de retorno, en el que se vuelve al municipio de origen propio o ancestral donde se posee una segunda vivienda o donde poder compartir la de parientes o amigos. En referencia a esta tipología Yagüe (2002) utiliza la denominación de turista rural “tradicional” o de regreso, como aquel turista que, viviendo y trabajando en las ciudades, vuelve al pueblo de origen donde posiblemente conserva familia y amigos para pasar sus vacaciones. Pérez Rubio y García García (2005; 95) al hablar de este tipo sociológico de turista utilizan la denominación de turista “paisano”. García González *et al* (2008) hablan de turismo de “retorno” y explican que se trata de una tipología que no se contempla ni en la concepción imperante del turismo ni en las estadísticas oficiales. Otros autores como Reyes Morales, *et al* (2009; 71) analizan el “turismo nostálgico” como aquel que lo conforman los migrantes que retornan periódicamente de sus localidades de residencia o a su comunidad de origen por periodos cortos. Finalmente Domínguez Arcos (2011) considera que las mayores posibilidades de movilidad y contacto que tienen los migrantes contemporáneos explican, en gran medida, el desarrollando esta modalidad turística y apuntan a que el “turismo de raíces” o “turismo nostálgico” es sobre todo económico, basado en el retorno a su zona de origen en determinadas fechas. Pérez Rubio, Sánchez-Oro Sánchez y García García (2013), analizaron mediante evidencia empírica las características que configuraban a este tipo de turistas “paisanos”. En todo caso, para muchas áreas rurales del interior este fenómeno es de la máxima importancia ya que constituyen una inapreciable fuente de rentas y dinamismo social. Nos referimos a localidades y comarcas que como principal atractivo tienen haber sido el lugar de referencia familiar del que padres y/o abuelos

¹ La presentación de este trabajo ha sido posible gracias a la financiación concedida por la Junta de Extremadura y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional - FEDER, a través de la ayuda de referencia GR15126 al grupo de investigación DELSOS al que pertenecen los autores.

emigraron en la década de los sesenta y setenta del siglo XX. Para el presente trabajo utilizaremos el concepto de “turismo de retorno” para referirnos a esta tipología de turistas.

2. OBJETIVOS, HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

Nuestro objetivo es estudiar el comportamiento que tienen los turistas de retorno en las localidades en las que pasan sus vacaciones, tanto desde el punto de vista del consumo, como desde el punto de vista de la satisfacción con la experiencia turística. Previamente se delimita el rol turístico de los viajeros retornados. Las hipótesis que se contemplan en este trabajo son seis, tres de ellas hacen referencia a la relación entre el rol turístico y un conjunto de variables comportamentales y motivacionales, las tres últimas hipótesis son relativas a las características adscriptivas de la muestra. Para tratar de verificar estas hipótesis, se han realizado 480 encuestas a extremeños residentes en Cataluña (29,17%), País Vasco (11,4%), Comunidad de Madrid (46,8%) y Andalucía (12,5%).

El tratamiento de la información suministrada por la muestra tiene dos niveles: en primer lugar se realiza un análisis descriptivo de los resultados y en segundo lugar un análisis correlacional según se trate de variables ordinales (r_s de Spearman) o categóricas (coeficiente de contingencia de Pearson). Con este grupo de estadísticos se trata de despejar las incógnitas planteadas en las seis hipótesis que orientan este trabajo.

3. RESULTADOS

3.1. Factores motivacionales del turismo de retorno

En primer lugar, aquellos encuestados que expresan como principal motivo de la visita aspectos relativos al ocio, al esparcimiento y el contacto con la naturaleza (23.4%), identificamos con este grupo como el rol más netamente turístico (“turistas de retorno tipo I”). Otros manifiestan que el motivo del retorno es el encuentro y el apego con familias y amigos (66.2%), a nuestro juicio en este caso el interés turístico es secundario (“turistas de retorno tipo II”). Por último el 10.3% expresan otro tipo de motivos distintos de los anteriores (seguir con la tradición, vacaciones más económicas, devoción a la patrona o patrón...) (“turistas de retorno tipo III”). Utilizaremos estas tres categorías como variables críticas.

Entre los turistas que habitan en la Comunidad Autónoma (C.A.) de Madrid destacan los motivos de ocio y esparcimiento. Mientras que los que viven en Cataluña destacan el encuentro y el apego como motivaciones básicas para realizar la visita, los del país Vasco destacan estas motivaciones de forma exclusiva.

3.2. Comportamiento de los retornados

El nivel de gasto, en base a la manifestaciones de los encuestados, en el caso de los que vienen por esparcimiento, son quienes mantienen un nivel más bajo, casi el 45% de los mismos declaran gastar entre 100-500 € durante su estancia, en comparación con los que alegan otro tipo de motivos. Digamos que el turista de retorno Tipo I es menos “gastoso”

que el Tipo II que no asocia su visita a los motivos turísticos típicos. En consonancia con el gasto, el tiempo de estancia en la región también es inferior entre aquellos que tienen como motivos el ocio y disfrute. En términos de indicador sintético de permanencia (gradación de 0 a 1), el nivel es del 0,43 de permanencia de los que buscan el ocio y disfrute en la región, en tanto que los que buscan el encuentro y la relación es de 0,48.

Dentro del consumo de estos colectivos está la frecuentación de los restaurantes. Aquellos que expresan motivos netamente turísticos en sus visitas son quienes más recurren a este servicio quizás debido a su grado de movilidad a partir de sus motivaciones más de corte turístico. De todas formas destacar los datos de frecuencia del turista de retorno tipo II que son los más numerosos. Añadir que, el lugar de alojamiento durante su estancia en la región no presenta diferencias significativas entre un tipo y otro de visitantes, de tal modo que el 94,5% de los turistas de retorno se alojan en casas propias o de familiares y tan solo un 3,6% en algún hotel rural, pensión u hostel.

3.3. Valoración del destino

El grado de satisfacción con la visita y estancia a Extremadura es muy elevado: el nivel de satisfacción medio es de 0,87, siendo el de los turistas de retorno Tipo I el más elevado, lo cual constituye una expresión del alto grado de fidelización de este segmento. La valoración que estos visitantes realizan de diferentes aspectos del destino turístico Extremadura, es en general «muy buena o buena». La calidad de las actividades lúdicas es lo mejor considerado. Un detalle pormenorizado de estas evaluaciones permite profundizar en las claves de las mismas. Las actividades culturales constituyen un atractivo turístico de primer orden para muchas comarcas y pueblos de la región. La valoración se queda muy próxima al 0.7 en el indicador. Interesa reseñar que entre el colectivo de turistas de retorno Tipo I, la valoración «regular + mal» alcanza el porcentaje relativamente elevado de 37,8% para del Tipo I y 35,5 para los del Tipo II, valores que deberían hacer reflexionar sobre las vías de mejora y adecuación de la oferta cultural a las demandas de los turistas de retorno en concreto. Las actividades festivas y lúdicas, para estos dos subgrupos, no solo por la cantidad de las mismas, sino también su calidad. Para estos visitantes, la calidad de las mismas está por encima del resto de los servicios sometidos a evaluación en este apartado, este factor es muy positivo para el sector, tan sólo 21,7% señalan que es “regular o mala”

3.4. Valoración comparada del medio rural

Hemos comprobado que cuando se pregunta por la opinión que tienen respecto de la situación general de los pueblos de Extremadura, la mayoría sostiene que es buena o muy buena. Esta valoración positiva del mundo rural es menor en el caso de los turistas de retorno-Tipo I. La valoración comparada del mundo rural extremeño con lo que ellos conocen en otras regiones es menos positiva, así el medio rural de Extremadura estaría peor según estos informantes.

3.5. La Imagen de Extremadura

Destaca el predominio de la imagen de “entorno medioambiental sano», el principal valor identificador del destino-región para este grupo es el del medio ambiente. En torno al 50% de turistas de retorno identifican el mundo rural de la región con la idea de la «libertad», a pesar que tradicionalmente lo rural se asocia a control social. Casi el 60% de los turistas retornados identifican Extremadura con ideas tradicionales. Son aún pocos (20%) los que identifican el medio rural con «nueva mentalidad».

4. DISCUSIÓN

A partir de la descripción de las posiciones de los encuestados sobre el consumo, la satisfacción con las visitas y las opiniones sobre el mundo rural de Extremadura, se ha realizado un análisis de covariación (r_s de Spearman, para variables ordinales y para nominales el coeficiente de contingencia de Pearson). Respecto de la hipótesis 1 se confirma a medias, dado que la covariación es positiva pero muy próxima a 0, el subvalor que correlación de forma más clara es “Motivos para la visita y frecuencia en los restaurantes” ($r_s=0,128$). La hipótesis 2, referida a al turismo de retorno, basado en las motivaciones, correlaciona negativamente como aspectos parciales de la satisfacción con los servicios que se prestan en las localidades de destino. La hipótesis se verifica en el sentido de que hay una correlación negativa entre la satisfacción que tienen estos turistas con las actividades culturales, médica, educativas lúdicas, de los y el tipo de turismo que desarrollan, de modo que aunque estos aspectos sean valorados de forma negativa, el visitante seguirá llevando a cabo estos modos turísticos. En relación con la satisfacción general, es una correlación neutra, ($r_s=0$). La hipótesis 3, relativa al ideario colectivo que tienen estos visitantes retornados, se constata que esta valoración, sobre los pueblos relativo a su atraso, el control social, etc., no son factores que influyan en las practica turísticas, probablemente porque con independencia de como ellos perciba los pueblos, no se ven afectado por estos tópicos o estereotipos. La hipótesis 4, relativa a las características adscriptivas, concretamente la localidad de residencia de este tipo de turistas correlacionan de forma positiva con la motivación de los turistas de retorno. Se comprueba que esta correlación es muy elevada en el caso de la localidad de origen de los entrevistados ($C=0,492$), incluso si se categoriza estas localidades en Comunidades Autónomas (País Vasco, Cataluña, Madrid Andalucía ($C=0,365$)). Una explicación plausible es que la diferente motivación turística tienen que ver con las regiones donde se vive y esta a su vez con ciertas características de estos turistas, en especial el nivel de renta y las expectativas que se tienen, diferentes, según de venga de una región u otra, aunque todos tengan raíces extremeñas. La tabla 19 ofrece detalles de estas dos variables. La hipótesis 5 plantea la correlación entre la motivación turística de los retornados y variables adscriptiva del tipo nivel de estudios, edad y número de personas que viajan, obteniendo como resultado que son significativas pero no demasiado relevantes (Esta hipótesis se verifica en el sentido de que el C , toma los valores 0,2, si se piensa que el $C=1$ es la mayor correlación, este nivel es bajo). Por último la hipótesis 6: según la cual las variables del tipo sexo y estado civil no intervienen en la motivación turística.

En este caso se comprueba que el sexo no tiene relevancia para este tipo de turismo, y alguna relevancia, poca, el estado civil, que por otra parte es una variable que no recoge adecuadamente el tipo de composición de la pareja viajera.

5. CONCLUSIÓN

El trabajo plantea la necesidad de caracterizar a los viajeros retornados en función de sus motivaciones, lo cual ayuda a determinar si verdaderamente se trata de un tipo de turismo de retorno. Una vez realizada esta segmentación, se ha descrito las principales pautas de consumo de estos visitantes y algunas consideraciones de carácter intangible que puede explicar sus formas de comportamiento. El análisis correlacional permite despejar las seis hipótesis planteadas en la investigación y la principal conclusión de las covariaciones es que la que mejor explica la motivación turística del llamado “turista de retorno” es la comunidad autónoma de residencia habitual. En nuestra opinión, esto es así porque los procesos de socialización en España tienen particularidades destacables en función de las C.A. donde se vive y esto también afecta a los migrantes extremeños. Al contrario de lo que sostiene la literatura (Pearce, 1994), en este caso las variables adscriptiva no desempeñan un papel determinante en la motivación de este tipo de turistas, como se comprueba en la verificación de las hipótesis 5 y 6.