

UN MODELO DE ELECCIÓN DISCRETA EN LA DETERMINACIÓN DEL PERFIL DEL TURISTA RURAL: UNA APLICACIÓN A MURCIA*

Isabel P. Albaladejo Pina y M^a Teresa Díaz Delfa

Universidad de Murcia

RESUMEN

En la última década, el turismo rural se ha convertido en una de las principales actividades económicas de la mayoría de las zonas rurales españolas. Un factor clave en el desarrollo de esta actividad ha sido la evolución que ha sufrido la demanda del sector turístico. Sin embargo, es muy poca la información acerca de los consumidores de turismo rural. En este trabajo mediante la estimación de unos modelos logit, determinamos el perfil del turista que con una mayor probabilidad elige una determinada zona dentro de una región rural de oferta turística homogénea, cómo es la que constituye el Noroeste de la región de Murcia.

Palabras clave: Turismo rural, modelo logit, Murcia.

ABSTRACT

In the majority of Spanish rural areas, rural tourism has become one of the most important economic activities in the last decade. In the course of this activity the increase in demand for rural lodging has been crucial. However, there is a surprising lack of research on the profile of the rural visitor. As a result, the major emphasis in this study is on identifying the profile of the rural visitors who are most likely to choose one of five defined rural areas in the Northwest regions of Murcia. The probability is calculated using the multinomial logit model.

Fecha de recepción: 6 de febrero de 2003. Fecha de aceptación: 18 de junio de 2003.

Departamento de Métodos Cuantitativos para la Economía. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Murcia. Campus de Espinardo. 30100 MURCIA (España). E-mail: isalba@um.es

* Este trabajo forma parte del proyecto «Crecimiento Económico y Modelos de Preferencias en el Estudio del Turismo» nº 4628 financiado por la Fundación Seneca en el bienio 2002-2004.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo rural es una actividad de rápida expansión dentro del sector turístico en España. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística en los cuatro primeros meses del año 2002 el número de pernотaciones en alojamientos rurales se ha incrementado en un 12,9% con respecto al mismo período del año 2001. El auge de esta actividad económica ha alentado el desarrollo de una gran variedad de trabajos de investigación al objeto de obtener un mejor y mayor conocimiento de la misma. Estos trabajos se han enfocado fundamentalmente al estudio de la demanda de servicios turísticos, analizando las características y dimensiones de calidad de estos servicios (Vázquez y otros, 1998; Chen y Kerstetter, 1999), así como a las implicaciones y aportaciones que este tipo de turismo supone y desarrolla dentro del medio rural (Jakus y Siegel, 1997; Millán, 1999; Andrés Sarasa, 2000).

Sin embargo, son muy pocos los trabajos que se han realizado desde la perspectiva de la demanda (Kastenholz y otros, 1999). El poder disponer de información sobre las características y preferencias de los consumidores de turismo rural de un determinado destino constituye un elemento clave para el desarrollo económico y social de ese destino. Esa información constituirá una importante herramienta a la hora de hacer una oferta promocional o de establecer nuevas inversiones en el destino en cuestión, tanto a nivel de nuevos centros como de nuevas o renovadas infraestructuras.

Con el propósito de desarrollar una metodología para conseguir una mayor y más precisa información acerca de la demanda de turismo rural se elabora el trabajo que aquí presentamos. En él nos hemos planteado identificar cuáles son las características de los individuos que, habiendo decidido hacer turismo rural en la comarca Noroeste de la región de Murcia, tienen una mayor incidencia a la hora de decidirse por una u otra de las zonas alternativas que este destino oferta. Nuestro objetivo, con este estudio, es obtener el perfil del turista que presenta una mayor probabilidad de elección de una determinada zona dentro de una misma comarca.

El trabajo lo estructuramos en seis partes siendo la primera de ellas esta introducción. En el segundo apartado tras justificar la elección de la región de Murcia como referencia empírica, los datos referentes a la oferta de alojamientos rurales nos llevan a centrar nuestro estudio en la comarca del Noroeste y a considerar en ésta zonas que constituyen nuestras alternativas de elección. A continuación planteamos y desarrollamos la metodología que nos llevará a determinar las características de los individuos que con mayor probabilidad optan por una determinada zona. También en este tercer apartado exponemos los datos que utilizamos en la estimación del modelo y explicamos como se lleva a cabo este proceso. En el apartado cuatro se muestran los resultados de la estimación y en el cinco se determinan los perfiles de los turistas que presentan una mayor probabilidad de elección de cada zona. Para terminar, comentamos las conclusiones que a nuestro juicio se extraen de todo lo anteriormente desarrollado.

2. EL TURISMO RURAL EN LA REGIÓN DE MURCIA

El estudio acerca de los consumidores de un producto como el turismo rural, que se caracteriza principalmente por su localización en el espacio, implica que éste haga referencia a una región o comarca concreta. Este trabajo se desarrolla en la Región de Murcia.

Hemos de señalar que en este estudio hacemos uso del término alojamiento rural entendiendo por tal, el definido por el INE en la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR). «...son alojamientos de turismo rural aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante un precio, con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma. Estos establecimientos suelen presentar unas características determinadas: (a) están situados en un medio rural, (b) son edificaciones con una tipología arquitectónica propia de la zona o están situados en fincas que mantienen activas explotaciones agropecuarias (agroturismo), y (c) ofrecen un número de plazas y habitaciones para el alojamiento de huéspedes limitado, además de reunir ciertos requisitos de infraestructura y dotaciones básicas» (Notas de Prensa del INE, 2001). Los alojamientos rurales, tal y como se observa en la tabla 1, se encuentran repartidos prácticamente por todo el territorio regional. Aunque existe una importante concentración de éstos en la comarca del Noroeste, de tal forma que entre Moratalla, Caravaca de la Cruz, Bullas, Cehegín y Calasparra agrupan el 62,88% de las casas y el 64,56% de las plazas, destacando sobre todo Moratalla con 33,62% de la oferta total de la región murciana (Conserjería de Turismo y Cultura, 2001). Este hecho junto a que es en esta comarca donde se empezó a desarrollar esta tipología de turismo dentro de nuestra región, es lo que nos ha llevado a centrar nuestro estudio en ella.

Dentro de esta comarca tampoco existe una distribución uniforme de los alojamientos rurales por municipios, pues sólo el municipio de Moratalla cuenta con el 33,62% de la oferta total de plazas de la región murciana (Conserjería de Turismo y Cultura, 2001). Por este motivo las zonas alternativas de turismo rural que hemos considerado para este estudio no tienen relación con los municipios que constituyen esta comarca. Estas áreas son zonas geográficas en las que existen alojamientos rurales delimitados utilizando criterios de proximidad y atributos propios del alojamiento y su entorno. En total disponemos de cinco áreas representadas en el Gráfico 2 y definidas del siguiente modo:

- Zona 1:* Corresponde a los núcleos urbanos de Bullas, Cehegín y Caravaca.
- Zona 2:* Representa el área del término municipal de Caravaca donde existen alojamientos rurales.
- Zona 3:* Representa el área del término municipal de Moratalla donde existen alojamientos rurales.
- Zona 4:* Área geográfica alrededor del casco urbano de Moratalla que se encuentra bajo la denominación de huerta.
- Zona 5:* Área geográfica alrededor del casco urbano de Moratalla que se encuentra bajo la denominación de campo.

3. METODOLOGÍA

Como hemos comentado anteriormente, el objetivo de este estudio es obtener el perfil del turista que presenta una mayor probabilidad de elección de una determinada zona dentro de la comarca del Noroeste de la región de Murcia. En orden a alcanzar este objetivo, el

Tabla 1
ALOJAMIENTOS RURALES EN LA REGIÓN DE MURCIA

Comarcas	Municipios	Alojamientos	Plazas	Alojamientos (%)	Plazas (%)
Alto Guadalentín	Aguilas, Lorca y Puerto Lumbreras	4	27	1,75%	1,81%
Antiplano	Jumilla, Yecla	2	23	0,87%	1,54%
Bajo Guadalentín	Aledo, Alhama, Librilla, Mazarrón, Totana	18	108	7,86%	7,25%
Campo de Cartagena	Cartagena, Fuente Álamo, La Unión	1	7	0,44%	0,47%
Huerta de Murcia	Alcantarilla, Beniel, Murcia, Santomera	0	0	0,00%	0,00%
Mar Menor	Los Alcázares, San Javier, San Pedro del Pinatar, Torre Pacheco	1	3	0,44%	0,20%
Noroeste	Bullas, Calasparra, Caravaca de la Cruz, Cehegín, Moratalla	144	962	62,88%	64,56%
Oriental	Abanilla, Fortuna	5	29	2,18%	1,95%
Río Mula	Albudeite, Campos del Río, Mula, Pliego	27	157	11,79%	10,54%
Valle de Ricote	Ojos, Ulea, Villanueva, Ricote	11	80	4,80%	5,37%
Vega Alta	Abarán, Blanca, Cieza	13	64	5,68%	4,30%
Vega Media	Alguazas, Archena, Lorquí, Molina del Segura, Torres de Cotillas	3	30	1,31%	2,01%
		229	1.490	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Consejería de Turismo y Cultura.

primer paso es determinar las probabilidades de elección de cada área turística, para ello utilizamos el modelo logit formulado por McFadden (1974). Este modelo se deriva de la Teoría de Maximización de la Utilidad Aleatoria bajo el supuesto de que las componentes aleatorias de la utilidad son independientes e idénticamente distribuidas según una distribución Gumbel. Bajo tales circunstancias, se demuestra que la probabilidad de elegir la alternativa j por parte del individuo i tiene la expresión:

$$P(Y_i = j) = \frac{e^{\beta_j^t X}}{\sum_{k=1}^J e^{\beta_k^t X_i}} \quad \forall j = 1, \dots, J.$$

Dados los objetivos del estudio que aquí nos ocupa, los datos que en principio vamos a utilizar son los referentes a las características socioeconómicas de los turistas, así como los que hacen referencia a la composición y contratación del alojamiento. Estos datos nos han permitido la construcción de una serie de variables, que junto a sus diferentes modalidades mostramos en la Tabla 2.

Tabla 2
ATRIBUTOS Y SUS MODALIDADES

Atributo	Denominación	Modalidad de ref.	Resto de modalidades
X ₁	Tipo de alojamiento	Habitación en Hospedería de 82 €	Casa con 1 o 2 habitaciones de 105 € Casa con 1 o 2 habitaciones de 195 € Casa con 3 o más habitaciones de 105 € Casa con 3 o más habitaciones de 233 € Casa con 3 o más habitaciones de 350 €
X ₂	Provincia de procedencia	Resto de España	Alicante Murcia
X ₃	Edad del turista	Entre 30 y 50 años	Menos de 30 años Más de 50 años
X ₄	Nivel de estudios	Licenciado o asimilado	Primarios Secundarios o asimilado Diplomado U. o asimilado
X ₅	Situación laboral	En paro/Tareas del hogar	Trabajador por cuenta ajena Trabajador por cuenta propia Estudiante
X ₆	Tipología del núcleo familiar	Soltero independizado	Soltero sin independizar Pareja Individuo con descendientes a su cargo
X ₇	Ingresos mensuales familiares	Más de 2405 €	Menos de 1200 € Entre 1200 y 2405 €
X ₈	Alquiler del alojamiento	Mediante agencias	Directamente a los propietarios Vía NORATUR
X ₉	Referencia del lugar	Por otros medios	A través de conocidos Guía de turismo Internet
X ₁₀	Grupo con el que viaja	Sólo familia	Sólo con amigos Con pareja y amigos Con familia y amigos
X ₁₁	Gasto por persona y día (sin incluir el alojamiento)	Más de 30 €	Menos de 15 € Entre 15 y 30 €
X ₁₂	Turista rural en alguna otra ocasión	No	Si

Estimación

Usando el programa informático LIMDEP versión 7.0 (Greene, 1998) hemos procedido a la estimación del modelo logit multinomial con los datos anteriormente descritos. Dado que en la muestra no disponemos de observaciones repetidas, el método utilizado es el de máxima-verosimilitud. En un principio estimamos un modelo que incluye la totalidad de variables explicativas consideradas en el estudio tomando como alternativa base la zona 3. Tras esta primera estimación se observa que variables son las menos significativas, aplicando el test de significatividad de la t-student, y se eliminan del modelo. Una vez eliminadas se procede a una nueva estimación del modelo con el resto de variables explicativas, valorándose diferentes combinaciones de las mismas. Repetimos este proceso hasta que todas las variables explicativas incluidas en el modelo tengan una significatividad de al menos un 90%. Por último, de entre todas las estimaciones realizadas hemos elegido la que mejor representa al modelo, según el test del cociente de máxima verosimilitud, el criterio de información de Akaike y el porcentaje de casos bien clasificados.

En la Tabla 3 se muestran las variables y los valores de los parámetros estimados para el modelo que explica la probabilidad de elección de un área turística de la comarca del Noroeste de la región de Murcia en función de las características de los individuos.

4. RESULTADOS DE LA ESTIMACIÓN

En una primera observación de la Tabla 3 podemos detectar que ninguna de las modalidades de las variables X_5 y X_{11} resultan explicativas de la elección de área rural. En consecuencia, sea cual sea la situación laboral del individuo, las probabilidades de elección de cada zona permanecerán inalterables, y tampoco sufrirán ningún cambio ante variaciones en el gasto diario que el individuo realice en la zona. Sin embargo, todas las demás variables, para una u otra alternativa, en alguna de sus modalidades son significativas afectando, por tanto, las probabilidades de elección de las zonas.

Comencemos observando la variable tipo de alojamiento, que resulta significativa en todas sus modalidades para las probabilidades de elección de las zonas 4 y 5. Dado que todos los coeficientes de estas variables tienen un valor positivo, podemos afirmar que la contratación por parte del individuo de una casa (sea cual sea el número de habitaciones y su precio), frente al alquiler de una habitación en una hospedería incrementa las probabilidades de elección de las zonas 4 y 5 ante la probabilidad de elección de la zona 3.

El que la procedencia del individuo sea Murcia ante cualquier otra provincia, representa una disminución de la probabilidad de elección de la zona 2 frente a la elección de la zona 3. Mientras que si la composición del núcleo familiar del individuo se reduce a una pareja ocurre lo contrario.

La probabilidad de elección de las zonas 1 y 2 se incrementa para los individuos menores de 30 años y con estudios secundarios. Opción, esta última, que también incrementa la probabilidad de elección de la zona 5 al igual que el disponer de unos ingresos inferiores a 1.200€.

En cuanto al alquiler del alojamiento, podemos decir que la modalidad directamente a los propietarios, incrementa la probabilidad de elección de la zona 3 frente a la elección de

Tabla 3
MODELO ESTIMADO

Atributo	Denominación	Modalidades	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5
X ₁	Tipo de alojamiento	Casa con 1 o 2 habitaciones de 105 €	1,107	1,225	0	1,532*	2,089**
		Casa con 1 o 2 habitaciones de 195 €	2,301*	2,286	0	3,518**	2,727**
		Casa con 3 o más habitaciones de 105 €	-0,529	-0,893	0	2,168**	2,191**
		Casa con 3 o más habitaciones de 233 €	0,629	0,270	0	2,131**	2,345**
		Casa con 3 o más habitaciones de 350 €	1,495	0,822	0	2,946**	2,293**
X ₂	Provincia de procedencia	Murcia	-0,689	-2,67**	0	0,139	-0,482
X ₃	Edad del turista	Menos de 30 años	1,812**	1,403*	0	-0,439	0,020
X ₄	Nivel de estudios	Secundarios o asimilado	0,877**	1,466**	0	-0,232	1,349**
X ₆	Tipología del Núcleo familiar	Pareja	1,056	1,596**	0	0,963	0,013
X ₇	Ingresos familiares mensuales	Menos de 1200€	0,621	0,349	0	0,405	1,06**
X ₈	Alquiler del alojamiento	Directamente a los propietarios	-2,40**	-2,26**	0	-1,78**	-2,18**
		A través de conocidos	-0,084	-0,762	0	-1,27**	-1,21*
X ₉	Referencia del lugar	Guía de turismo	0,246	0,935	0	-1,42**	-2,48**
		Internet	2,396**	2,565**	0	0,409	0,968
		Por otros medios	0	0	0	0	0
X ₁₀	Grupo con el que viaja	Con amigos únicamente	-1,36**	-3,29**	0	0,876	-2,31**
X ₁₂	Turista rural en alguna otra ocasión	SI	-1,34**	-1,13**	0	-0,579	0,056

* Significativo al 10%, ** Significativo al 5%, Criterio de Akaike = 2,664, Porcentaje de casos bien clasificados = 58,8

cualquier otra zona. Las modalidades de la variable referencia del lugar, a través de conocidos y guía de turismo, también implican un aumento de la probabilidad de elección de la zona 3. Sin embargo si la referencia se ha obtenido vía Internet, el incremento se produce en las probabilidades de elección de las zonas 1 y 2.

Con respecto al grupo con el que se viaja, es la modalidad de viajar únicamente con amigos la que resulta significativa, constituyendo ésta un factor negativo para las probabilidades de elección de las zonas 1, 2 y 5. Por último, señalemos que el hecho de haber hecho turismo rural en alguna otra ocasión también influye negativamente en las probabilidades de elección de las zonas 1 y 2.

5. PERFILES DE LOS TURISTAS

En el apartado anterior hemos observado que tanto las características socioeconómicas de los turistas como aquellas que hacen referencia a la composición y contratación del alojamiento, resultan significativas en la determinación de las probabilidades de elección de cada una de las cinco zonas alternativas de turismo rural de la comarca del Noroeste de la región de Murcia. Pero, si bien en ese apartado hemos visto la influencia individual de cada una de ellas, quizás lo más interesante es analizar la influencia conjunta de estas variables. De aquí nuestra propuesta de construir los perfiles de turistas que presentan una mayor probabilidad de elección de cada zona.

La obtención de estos perfiles la llevamos a cabo en dos pasos basándonos en la metodología presentada por Dávila y otros (2002). En primer lugar, usando los valores estimados de la tabla 3, calculamos las probabilidades de elección de cada una de las cinco zonas consideradas para todas las posibles combinaciones de las modalidades de los atributos X_1 a X_{12} que han resultado significativos en nuestro modelo. Teniendo en cuenta este número de modalidades (ver tabla 3) y considerando siempre la modalidad de referencia, el número de combinaciones posibles es 6.144. Entonces, calculamos para esas 6.144 combinaciones las probabilidades de elección de cada una de las cinco zonas alternativas consideradas en la comarca del noroeste.

Dadas estas probabilidades, en un segundo paso, procedemos a determinar qué combinación de modalidades de atributos afecta positivamente a cada una de ellas. Consideramos que una combinación afecta significativa y positivamente a la probabilidad de elegir una alternativa cuando ésta es mayor o igual a aquella probabilidad a partir de la cual siempre se selecciona dicha alternativa. Por tanto, para identificar el perfil de los turistas que con mayor probabilidad eligen una zona, habremos de identificar los atributos que dan lugar a que la probabilidad de elección de esa zona sea más alta que las probabilidades de las restantes, y hacer un análisis descriptivo de las modalidades que están presentes en el conjunto de combinaciones de esos atributos.

En la tabla 4 se muestran para cada una de las zonas estudiadas y cada uno de los atributos considerados, la modalidad más frecuente indicando entre paréntesis la frecuencia con que aparece.

De la lectura de esta tabla se puede afirmar que en la zona 1 correspondiente a los núcleos urbanos de Bullas, Cehegín y Caravaca, de las combinaciones significativamente influyentes, el 88,89% tiene menos de 30 años, el 65,23% ha conseguido su alojamiento

Tabla 4
PERFILES DE TURISTAS POR ZONAS

	Zona 1	Zona 2	Zona 3	Zona 4	Zona 5
Tipo de alojamiento			Hospedería (48,23%)	Casa con 3 o más habitac. de 350 €. (22,22%)	Casa 3 o más habitac. de 105 €. (30,83%)
Provincia de procedencia		Otra distinta de Murcia (99,36%)	Murcia (57,60%)	Murcia (57,90%)	
Edad del turista	Menos de 30 años (88,89%)			Más de 30 años (66,71%)	Más de 30 años (65,01%)
Nivel de estudios		Secundarios (64,31%)		Otros estudios (62,26%)	Secundarios (70,09%)
Tipología del Núcleo familiar		Pareja (69,29%)	Familia con más de dos miembros. (69,90%)		Familia con más de dos miembros. (70,90%)
Ingresos familiares mensuales			Más de 1.200 € (61,03%)		Menos de 1.200 € (63,28%)
Forma de conseguir el alojamiento	Mediante agencia (65,23%)		Directamente propietarios (91,09%)		
Referencia del lugar	Internet (37,20%)	Guía de turismo (48,39%)			
Tipo de grupo con el que viaja		En pareja o en familia (99,84%)		Amigos (83,73%)	En pareja o en familia (97,34%)
¿Han hecho turismo rural en alguna ocasión anterior?	No (68,96%)				Si (69,63%)

mediante agencia, el 37,20% obtuvo referencia del lugar por Internet y el 88,96% no habían hecho turismo rural anteriormente. Por tanto, los individuos que eligen esta zona se caracterizan por ser jóvenes, menores de 30 años, no haber hecho turismo rural anteriormente, obtener referencia del lugar por Internet y por haber hecho la reserva de su alojamiento mediante una agencia.

En el lado contrario a esta zona podría decirse que se encuentra la correspondiente a los alrededores de Moratalla bajo la denominación de campo (zona 5). Esta zona constituye un destino altamente atractivo para los turistas de más de 30 años y que ya habían hecho turismo rural con anterioridad. Además esta zona es propia de los individuos que viven en familia, que viajan con ella, y que disponen de unos ingresos de menos de 1200 euros. En cuanto al tipo de alojamiento, prefieren casas rurales grandes de un precio económico.

También los turistas que eligen la otra zona alrededor de Moratalla (zona 4), tienen más de 30 años y prefieren casa rurales grandes pero en este caso de un precio más elevado. A diferencia de los anteriores el 83,73% viajan con amigos y casi el 58% proceden de Murcia.

La principal característica que define a los turistas que eligen la zona del término municipal de Moratalla (zona 3), es la forma del alquiler del alojamiento, que lo han hecho directamente a los propietarios de éste, sin mediación de agencias. Además un alto porcentaje se aloja en Hospedería y no en una casa rural, provienen de Murcia y tienen unos ingresos superiores a los 1.200 euros.

Por último la zona 2, que representa el término municipal de Caravaca, se caracteriza fundamentalmente porque la mayor parte de sus turistas provienen de la provincia de Alicante y hacen el viaje en pareja o familia. Aunque también se caracterizan porque tienen estudios secundarios, viven en pareja y han obtenido referencia del lugar mediante una guía turística.

6. CONCLUSIONES

En este trabajo hemos utilizado las estimaciones de un modelo logit multinomial para obtener las probabilidades de elección de cada una de las cinco zonas en las que hemos dividido la comarca del Noroeste de la región de Murcia. Estas probabilidades, que se han calculado en función de las características socioeconómicas de los turistas y de aquellas que hacen referencia a la composición y contratación del alojamiento, nos han permitido identificar el perfil del turista de cada una de las cinco zonas alternativas de turismo.

Con el análisis de estos perfiles hemos contrastado que existen diferencias entre los turistas que eligen una zona u otra, a la vez que hemos podido caracterizar cada una de estas zonas mediante algunas variables que definen claramente su demanda. Así, la zona del casco urbano de Bullas, Cehegín y Caravaca es un destino claro para los turistas de menos de 30 años que no habían hecho turismo rural antes, mientras que los turistas de más de 30 años prefieren las zonas del casco urbano de Moratalla, distinguiéndose la que se encuentra bajo la denominación de campo porque sus turistas ya habían sido consumidores de turismo rural en otras ocasiones, y la de zona huerta por recoger a un gran número de murcianos. La zona del término municipal de Caravaca se caracteriza porque sus turistas provienen fundamentalmente de Alicante y viajan en pareja o en familia. Y por último, en

la zona del término municipal de Moratalla la variable más destacable hace referencia a que los alquileres de las viviendas se han hecho directamente a los propietarios sin mediación de agencias.

Para terminar, señalemos que nuestra idea es continuar este trabajo de determinar el perfil del turista rural de la Región de Murcia, utilizando para ello otros modelos que complementen el logit multinomial aquí utilizado, así como utilizando nuevas variables explicativas y diferentes combinaciones de estas que nos permitan una mejor construcción de los perfiles de las zonas de turismo alternativas. Otra línea de trabajo abierta hace referencia a las características de los servicios de turismo rural.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS SARASA, J.L. (2000): «Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural». *Cuadernos de Turismo*, nº. 6, pp. 45-60.
- CONSEJERÍA DE TURISMO Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO (2001): *El turismo en la Región de Murcia. Resultados del 2000*. Murcia Turística.
- CHEN, P.J. y KERSTETTER, D.L. (1999): «International students' image of rural Pennsylvania as a travel destination». *Journal of Travel Research*, vol. 37, pp. 256-266.
- DÁVILA, D., RODRÍGUEZ, S. y RODRÍGUEZ, A. (2002): «La promoción turística espacial dentro de un destino vacacional homogéneo. Una aplicación a Canarias». *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 20-1, pp. 45-60.
- GREENE, W.H. (1998): LIMDEP: A User's Manual. Econometric Software, Inc, Plainview, New York.
- INE (2001): *Difusión de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos: Alojamientos de Turismo Rural*. Notas de prensa 9/4/2001.
- JAKUS, P. M. y SIEGEL, P.B. (1997): «The effect of individual and community attributes on residents' attitudes toward tourism-based development». *The Review of Regional Studies*, vol.: 27, nº: 1, pp. 49-64.
- KASTENHOLZ, E., DAVIS, D. y PAUL, G. (1999). «Segmenting Tourism in rural areas: the case of north and central of Portugal». *Journal of Travel Research*, vol. 37, pp. 353-363.
- MCFADDEN, D. (1974) Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior. Zarembka (ed) *Frontiers in Econometrics*. New York.
- MILLÁN, M. (1999). «El turismo rural en la planificación económica de la región de Murcia». *Cuadernos de Turismo*, nº. 4, pp. 51-72.
- VÁZQUEZ, R., DÍAZ, A., SANTOS, M.L. y RUIZ, A. (1998). «Utilidad del análisis conjunto para establecer la importancia de las estrategias de calidad en servicios turísticos: simulación de escenarios alternativos en empresas de turismo rural». *Documento de trabajo* 154/98 de la Universidad de Oviedo.

