

FACTORES QUE DETERMINAN EL GASTO DIARIO DE LOS TURISTAS DE GOLF: EL CASO DE ESPAÑA

AUTORES:

- ANTONIO GARCÍA-SÁNCHEZ.
Departamento de Economía, Universidad Politécnica de Cartagena. E-mail: a.garciasanchez@upct.es.
Profesor titular de la UPCT. Su investigación está centrada en la actividad turística local y nacional, además es el investigador responsable del grupo de investigación de Análisis económico de la UPCT.
- ANTONIO DAVID PEDREÑO-PALAZÓN.
Departamento de Economía, Universidad Politécnica de Cartagena. E-mail: E-mail: antoniodavid.palazon@gmail.com.
Doctorando de la UPCT. Su investigación está centrada en el turismo de golf tanto a nivel nacional como internacional.

RESUMEN. El turismo de golf está adquiriendo un creciente interés dentro de la comunidad investigadora, España es el principal destino europeo de golf. El objetivo de esta investigación es analizar las variables que determinan el gasto diario de los turistas no residentes que practican golf durante su estancia en España. Los datos muestran que los turistas que practican golf tienen un mayor gasto diario. La investigación utiliza una base de datos de alrededor de 2.000 observaciones tomadas entre 2010 y 2014, incluyendo características socioeconómicas de los turistas y características propias del destino. El conocimiento de estos factores ayudará a los gestores de los destinos de golf a detectar a los segmentos más convenientes del turismo de golf y desarrollar estrategias y campañas de marketing para atraer a esos grupos de turistas que practican el golf.

PALABRAS CLAVES. Características del destino; Gasto diario; Gestión de destinos; Golf; Perfil del turista; Turismo de deportes.

1. Introducción

El turismo se ha convertido en uno de los principales sectores económicos a lo largo de las últimas décadas, en cuanto a volumen de actividad se refiere (OMT, 2015). En 2013 se produjeron 1.087 millones de llegadas de turistas, generando ingresos por valor de 561 millones de euros, cuarenta y tres veces más que en 1950 (OMT, 2015). La actividad turística se ha convertido además en el principal sector económico de bastantes países (Bernini y Cracolici, 2015).

En España el turismo representa el 10,8% del PIB y más del 10% de su población activa está empleada en la actividad turística.

Los trabajos de investigación por el lado de la demanda turística se centran en el análisis del número de turistas, el gasto y la duración de la estancia, y por ende en los ingresos de la actividad turística a nivel macroeconómico.

Los turistas no residentes que visitan España presentan una estancia media de 9,4 noches, cifra que se ha mantenido estable en los últimos cinco años. La duración de la estancia de los turistas no residentes es superior en España a la de Estados Unidos y Francia, los dos únicos países que reciben un mayor número de llegadas al año (IET, 2013). España en 2013 recibió un total de 60,6 millones de llegadas, solo por detrás de Francia y Estados Unidos (84,7 y 69,8 millones respectivamente) (OMT, 2015).

Sin embargo, el gasto diario de los turistas no residentes en 2014, excluyendo los costes de transporte desde su ciudad de origen al destino es de 160€ en los Estados Unidos y de 148€ en Francia, mientras en España es de 92€ (OMT, 2014). Estas diferencias están motivadas por el nivel de precios de cada país pero también por las características de su turismo, siendo el turismo de sol y playa, de un menor gasto diario, la tipología dominante en España.

Adicionalmente, el Banco de España (2014) concluyó que el incremento en el número de turistas no residentes en España, no llevó aparejado un incremento similar en los ingresos, debido a que el gasto medio por turista disminuyó, como ya había ocurrido en años anteriores.

Se puede concluir que una característica del sector turístico español es la diferencia existente entre el número de llegadas y la duración de la estancia con

respecto al gasto diario, comparado con los otros países que lideran la clasificación de llegadas de no residentes. En este sentido el turismo de golf es una de las tipologías turísticas con un mayor gasto diario, ya que los turistas que practican golf gastan alrededor de un 50% más que los turistas de sol y playa (IET, 2013).

Esta comunicación trata de sugerir estrategias a los gestores de los destinos de golf, mejorando el conocimiento existente sobre el turista que practica golf.

Lee, Kim, Ko y Sagas (2011) señalan, que durante las tres últimas décadas, el golf ha aumentado en muchos países en términos de número de participantes y de instalaciones.

El número de campos de golf en España ha crecido un 155% desde 1995, hasta un total de 414 campos en 2014; además España es el país líder como destino de golf en Europa, alcanzando el 40% del mercado continental.

La literatura especializada ha concluido que los turistas de golf presentan un gasto diario superior a los turistas tradicionales, lo que incrementa los ingresos de la actividad turística. Pretendemos examinar en profundidad las variables que explican el gasto diario de los turistas no residentes que visitan España y juegan al golf durante su estancia para tener un mayor conocimiento de este grupo de turistas. Esto ayuda a los gestores de los destinos turísticos a atraer a los turistas que practican golf que mejor se adaptan a sus características.

El resto de la comunicación se organiza como sigue. La sección 2 presenta una revisión de la literatura en cuanto a los dos temas sobre los que versa esta investigación, el gasto diario turístico y el turismo de golf. A continuación en la sección 3 se presenta la metodología con el modelo econométrico. Posteriormente, se presentan los resultados y las propuestas. En la última sección se exponen las conclusiones más relevantes.

2. Revisión de la literatura

HSBC (2012) señala que los turistas que practican golf viajan con mayor frecuencia y además que su gasto diario es más del doble que los turistas de sol

y playa. El 20-30% de las personas que juegan con regularidad al golf hacen, al menos, un viaje al año cuyo primer motivo es la práctica del golf fuera de su país.

2.1. Gasto turístico

Aunque el gasto turístico es un tema común de investigación, apenas hay consenso en cómo se debe estudiar el gasto diario como variable dependiente (Kozak, Gokovali y Bahar, 2008).

La mayoría de estudios optan por una perspectiva macroeconómica para evaluar el gasto turístico (Archer y Fletcher, 1996; Brida, Risso, Lanzilotta y Lionetti, 2010; Wang, 2014). La perspectiva microeconómica, como la que se realiza en esta contribución, es menos común (Craggs y Schofield, 2009; Bernini y Cracolici, 2015).

Hay una amplia variedad de metodologías de analizar el gasto turístico, desde estadística descriptiva hasta modelos econométricos. Brida y Scuderi (2013) señalan que son pocos los modelos usados, siendo los más comunes la regresión lineal a través del modelo de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) (Kozak, 2001; Zhang, Qu y Ma, 2010; García-Sánchez, Fernández-Rubio y Collado, 2013), como es el que utiliza este estudio.

Uno de los estudios que utiliza la técnica del MCO es el de Aguiló y Juaneda (2000). Este estudio analiza las características de los perfiles de turistas en las Islas Baleares, España, con respecto a los niveles de gasto a través de un panel transversal. El resultado determina diferentes factores significativos: edad, nacionalidad, estatus socioeconómico y valoración individual sobre la calidad del destino.

Más recientemente, Alegre, Cladera y Sard (2011) examinan la forma en la que el motivo principal determina el gasto turístico en su estudio llevado a cabo en Mallorca, España. Establecen que los turistas que vienen principalmente por motivos culturales, actividades deportivas y eventos sociales gastan más que los que los turistas del sol y playa.

Finalmente, Marrocu, Paci, Zara (2015) realizan una regresión lineal y a través del modelo QR analizan a los turistas no residentes en Sardinia, Italia. Concluyen

que el estatus laboral, el tamaño del grupo del viaje, el tipo de hospedaje, el medio de transporte y el número de visitas previas al destino son variables significativas del nivel de gasto.

2.2. Turismo de golf

Dehnavi, Amri, Dehkordi y Heidary (2012) resaltan la tradición del deporte en la sociedad moderna, además del incremento de su contribución a la economía. Esto conlleva que “el personal de marketing haya incrementado sus esfuerzos para convertir a los clientes deportivos casuales en clientes fieles” (Park et al., 2015, 359).

Tassiopoulos y Haydam (2008) definen el turismo deportivo como el turismo cuyo principal objetivo es participar en actividades deportivas, observar deporte o visitar atracciones deportivas. Hudson y Hudson (2010) definen al turista de golf de tres formas dependiendo cual es el motivo de su viaje. El primer grupo lo conforma “turistas que viajan para jugar al golf” (Hudson y Hudson: 6). El segundo grupo consiste en “turistas que juegan al golf como una actividad secundaria, mientras están de viaje de negocios o placer” (Hudson y Hudson: 6). El tercer grupo es “aquellos que asisten a torneos como espectadores, o visitan atracciones de golf” (Hudson y Hudson: 6). La definición del primer y segundo grupo son las utilizadas en este estudio. Nos centramos en los turistas que visitan España y juegan al golf durante su estancia.

El número de estudios sobre turismo de golf ha aumentado en los últimos años debido a la creciente importancia del sector. La mayoría de los mismos se han centrado en el destino (Tassiopoulos y Haydam, 2008; Pereira, Correia y Schutz, 2015) y características del turista, como la duración de la estancia (Barros, Butler y Correia, 2010) o satisfacción (Petrick, 2002; Correia y Pintassilgo, 2006; Moital, Dias y Machado, 2013). Esta información es de gran relevancia para los gestores de los destinos de golf, porque como se explica en la sección 1, los gestores deben de implementar estrategias y necesitan información para poder elegir las.

A pesar de la importancia del gasto, como se explica en la sección 2.1, hay pocas contribuciones en el análisis del gasto turístico. Además, el gasto ha sido

tradicionalmente analizado desde una perspectiva macroeconómica, como se explicó al principio de esta sección.

3. Metodología

Nuestro objetivo es incrementar el conocimiento de las características personales de los turistas de golf y conocer mejor como realizan los gastos durante su estancia. Se ha realizado una regresión por mínimos cuadrados ordinarios (MCO) para determinar la significatividad de las variables y aislar su efecto sobre el gasto diario.

El modelo en la Ecuación (1) es una regresión robusta utilizando el método de los mínimos cuadrados ordinarios (MCO), debido a que la prueba Blanca rechaza por completo la hipótesis nula de errores homocedásticos.

El modelo de regresión propuesta es el siguiente:

$$\text{Ln } Y = \beta_0 + \beta' X + \varepsilon, \quad (1)$$

donde Y es el gasto diario real, β_0 es la constante, X incluye todas las variables explicativas empleadas en la estimación y ε es el término de error.

4. Datos y variables

4.1. Datos

El análisis empírico de este estudio ha sido realizado usando la base de datos “Encuesta de gasto turístico”, conocida como EGATUR. La encuesta es realizada por el IET y provee información mensual sobre el gasto de los turistas no residentes durante su estancia en España. La población encuestada, 1890 observaciones, son turistas no residentes en España. Nuestro estudio se centra en los turistas que declararon haber practicado golf durante sus viajes, siguiendo nuestra definición a partir de Hudson y Hudson (2010), y se hospedaron en un hotel de 3 o más estrellas, ya que la mayoría de ellos utilizaron este tipo de hospedaje. Los datos seleccionados fueron recogidos en el periodo entre 2010 y 2014.

La Tabla 1 compara turistas que se alojaron en hoteles de 3 o más estrellas y practicaron golf durante su estancia en España con ellos que no practicaron golf.

Tabla 1: Comparativa de los turistas que practicaron golf y los que no lo hicieron

	Turistas que practicaron golf	Turistas que no practicaron golf
Gasto diario (€)	217.7	141.6
Duración de la estancia (noches)	7.7	8.5

Fuente: Realizado por los autores a partir de los datos de la base de datos de EGATUR realizada por el IET.

La Tabla 1 resalta que los turistas que practicaron golf gastaron diariamente un 54% más que los que no practicaron golf, estando sólo una noche menos.

4.2. Variables de gasto de los turistas que practican golf

Siguiendo la literatura especializada sobre gasto turístico mencionada anteriormente y las restricciones de la base de datos, teníamos dieciséis variables que hipotéticamente podían ser relevantes para explicar el gasto diario de los turistas que practican golf, seis de ellas resultaron no ser explicativas. Por consiguiente, una variable socioeconómica y tres variables relacionadas con las características del viaje no han sido incluidas en el presente estudio: “nivel de cualificación”, “número de viajes realizados al destino en un año”, “primera visita al destino”, “mes en el que viaje fue realizado”. Además, también no fueron significativas, y por tanto no incluidas, dos variables que contribuyen a una mayor prospección económica de los turistas, “PIB per cápita del país de origen” y “PPP comparado con España”.

Finalmente, hay diez variables significativas, que pueden ser divididas en dos grupos. El primer grupo está formado por variables socioeconómicas, incluyendo: “edad”, “categoría profesional” y “nivel de ingresos”. El segundo grupo son características del viaje, incluyendo “motivo principal del viaje”, “tipo de alojamiento”, “tipo de pensión”, “relación con los acompañantes del viaje”, “uso del paquete turístico”, “año” y “duración de la estancia”. La mayoría de las

variables son dummies, por lo que consideramos el valor 1 si el turista pertenece a la categoría de referencia, que veremos a continuación, o 0 en caso contrario.

Todas las variables explicativas usadas en la regresión por MCO, ver Tabla 2, son explicadas a continuación. La categoría de referencia aparece entre paréntesis y es la categoría de la variable en la que el turista presenta un mayor gasto. Por tanto, el turista de referencia es un golfista entre 45 y 64 años, autónomo/empresario, con renta alta, se aloja en un hotel de cinco estrellas, contrata alojamiento y desayuno, viaja solo, no utiliza paquete turístico y ha viajado en 2014. Como se explica en la sección 4.1., el estimador obtenido para cada categoría explica su efecto sobre el gasto diario en relación con la categoría de referencia.

La edad es una variable que es altamente aceptada por los investigadores, incluyéndola como una variable continua (Fleischer, Peleg y Byk, 2011; Eugenio-Martin y Campos-Soria, 2014); también se divide en categorías (Correia y Pintassilgo, 2006; Moital et al., 2013; Bernini y Cracolici, 2015), aunque como explica Brida y Scuderi (2013), no hay una escala establecida. En nuestro estudio ha sido dividida en cuatro categorías: 0-24, 25-44, [45-64] y mayores de 65. Como apunta Smith (1995), esta es la escala recomendada por la OMT. La edad está relacionada con la restricción tiempo y renta.

Los turistas según su categoría profesional se han dividido en cuatro categorías: [autónomo/empresario], alta cualificación, media cualificación y sin cualificación. Esta variable ha sido utilizada tradicionalmente por la literatura (Jang, Bai, Hong y O'Leary, 2004; Eugenio-Martin y Campos-Soria, 2014; Bernini y Cracolici, 2015).

Como el nivel de renta es una variable subjetiva en la base de datos utilizada, los ingresos se han dividido en tres categorías: [alta], media-alta y media-baja, con el propósito de reducir la subjetividad. Algunos investigadores (Hung, Shang y Wang, 2012; Wu, Zhang y Fujiwara, 2013) la incluyen como una variable continua. Otros, como Alegre, Mateo y Pou (2013) y García-Sánchez et al. (2013), dividen la variable del nivel de renta en categorías no numéricas, como es el caso de este estudio. No incluimos el nivel de renta bajo porque son muy pocos los turistas que se incluyen en dicha categoría.

El motivo principal del viaje se ha dividido en cuatro categorías, dos relacionadas con el placer – deporte y “sol y playa”- y dos relacionados con los negocios - [MICE (encuentros, incentivos, conferencias y ferias)] y negocios-. Esta variable se utiliza en la mayoría de artículos (Thrane y Farstad, 2011; Brida y Scuderi, 2013). El resto de motivos principales, tales como razones personales, visitar a familiares o motivos de estudios, no han sido seleccionados porque hay muy pocas observaciones con estos motivos. De ahí que se pueda afirmar que la gran mayoría de turistas que vienen a España y practican golf, lo hacen por placer o negocios.

El tipo de alojamiento es similar al motivo principal del viaje, en el sentido de que la mayoría de turistas se alojan en hoteles (Correia y Pintassilgo, 2006), y por consiguiente que en cuanto al alojamiento sólo se considere hoteles, contemplado la siguiente categorización: [5 estrellas], 4 estrellas y 3 estrellas. Esta variable es normalmente utilizada por la literatura (Tassiopoulos y Haydam, 2008; Marrocu et al., 2015).

Otra variable que afecta al gasto diario es el tipo de pensión, lo que se subdivide en cinco categorías: todo incluido, pensión completa, media pensión, [alojamiento y desayuno] y sólo alojamiento. Alegre y Pou (2006) incluyen la misma variable en su análisis de la duración de la estancia. No es común incluir esta variable en estudios de gasto, aunque un ejemplo de un estudio sobre el gasto que lo incluye es el de Kozak (2011).

La variable de la relación con los otros acompañantes del viaje se divide en: [solo], pareja, familia y amigos, amigos y compañeros de trabajo. La categorización que se realiza en este estudio es similar a la de otras investigaciones (Jang et al., 2004; Craggs y Schofield, 2009).

Otra variable que se utiliza en muchos artículos es el uso del paquete turístico (Brida y Scuderi, 2013; Marrocu et al., 2015).

La duración de la estancia es una variable que se aplica generalmente en la investigación sobre el gasto turístico (Hennessey, Macdonald y Maceachern, 2008; Thrane y Farstad, 2011; Jang, Ismail y Ham, 2002; García-Sánchez et al., 2013; Marrocu et al., 2015). Aunque algunas veces se presenta como una

variable dummy (Abbruzzo, Brida y Scuderi, 2014), normalmente se presenta como una variable continua, como es el caso de este estudio.

La variable de control de este estudio es el año de visita, siendo una variable dummy. Esta variable se divide en: 2010, 2011, 2012, 2013 y [2014].

Los atributos del golf, como las condiciones del césped, es una variable que no se contempla en nuestra base de datos, por lo que no se puede incluir.

Además, Barros et al. (2010) concluye que no es significativo. Los individuos encuestados para su investigación son amateurs que practican golf, nuestra población encuestada es muy similar.

5. Resultados

La variable dependiente del modelo es el logaritmo del gasto diario, que comprende el alojamiento, restaurantes, alquiler de coches, compras, regalos y otros gastos. Los costes de transporte entre el país de residencia y España no se incluye en el gasto diario. Además, el Índice de Precios al Consumo (IPC) se aplica para deflactar el gasto diario a euros constantes de 2010. El IPC es calculado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) e incluye diferentes bienes y costes de servicios, como restaurantes o ropa.

Las variables significativas incluyen diferentes dummies – edad, categoría profesional, nivel de ingresos, motivo principal del viaje, tipo de alojamiento, tipo de pensión, tamaño del grupo, uso del paquete turístico y año del viaje – y una variable continua, la duración de la estancia.

La Tabla 2 muestra el resultado de aplicar una regresión por MCO sobre el gasto diario de los turistas no residentes que practican golf.

TABLA 2. Influencia y significatividad de las variables explicativas

Variables explicativas

(categoría de referencia entre paréntesis)

Edad [45-64]

0-24

-.1474861

(0.025)

25-44*	-0.0285353	(0.178)
65 o más*	-0.0381335	(0.184)
Categoría profesional [Autónomos/Empresarios]		
Alta cualificación*	-0.0118840	(0.588)
Media cualificación	-0.1088507	(0.000)
Sin cualificación	-0.2067757	(0.011)
Nivel de ingresos [Alto]		
Medio-Alto	-0.1162317	(0.000)
Medio-Bajo	-0.1643253	(0.000)
Motivo principal del viaje [Congresos]		
Negocios*	-0.0722136	(0.305)
Deporte	-0.2942474	(0.000)
Sol y playa	-0.3179434	(0.000)
Tipo de alojamiento [hotel de 5 estrellas]		
Hotel de 4 estrellas	-0.2415042	(0.000)
Hotel de 3 estrellas	-0.3504189	(0.000)
Tipo de pensión [Alojamiento y desayuno]		
Todo incluido	-0.2561059	(0.000)
Pensión completa	-0.1765978	(0.000)
Media pensión	-0.1628397	(0.000)
Sólo alojamiento*	-0.0555375	(0.141)
Relación con los acompañantes [Solo]		
Pareja	-0.2699827	(0.000)
Familia	-0.3788856	(0.000)
Familia y Amigos	-0.3283035	(0.001)
Amigos	-0.0790466	(0.029)
Compañeros de trabajo	-0.1287225	(0.033)

Uso del paquete turístico [Sí]

No -0.0898785 (0.000)

Año [2014]

2010 -0.058677 (0.041)

2011 -0.1212893 (0.000)

2012 -0.1012083 (0.000)

2013 -0.0677525 (0.016)

Duración estancia -0.0766595 (0.000)

Duración estancia² .0018695 (0.000)

R² ajustada 0.491

_constante 6.16998 (0.000)

Notas: Estimación MCO. Variable dependiente: logaritmo del gasto diario. Significatividad al 5% ($p \leq 0.05$). *Categoría no significativa.

Fuente: Cálculos realizados por los autores usando datos de la base de datos de EGATUR administrada por el IET.

Thrane (2014) es escéptico sobre la regresión MCO donde el valor de la R² es inferior a 0.30. En este caso el valor de R² es 0,49, lo que significa que el modelo de regresión de MCO de la Tabla 2 explica alrededor del 50% de la varianza del gasto diario del viaje. Thrane (2016) afirma que sólo unos pocos estudios han obtenido una R² superior a 0,50.

A continuación vamos a comentar los resultados obtenidos en nuestro análisis econométrico variable a variable.

- Edad: Podemos concluir estadísticamente que un turista que tenga 24 años o más tiene el mismo gasto diario. Sólo los turistas que tienen menos de 24 años gastan menos de media, un 14% menos. Perez y Sampol (2000) coinciden que los turistas jóvenes gastan menos. Sin embargo, Shani et al. (2010) no encuentran diferencias con respecto a la edad en su estudio sobre turistas de golf. En el turismo tradicional, la edad tiene forma de U invertida en relación al gasto (García-Sánchez et al., 2013). De ahí que, los turistas que tienen menos

de 24 años y los turistas de 65 o más gastan menos que el grupo entre 24 y 65. Sin embargo, nuestros resultados difieren porque los turistas de 65 o más que juegan al golf tienen la misma cantidad de gasto que aquellos entre 24 y 65. Los turistas seniors que practican golf, turistas mayores de 65 años, gastan un 84% más durante su viaje a España, que aquellos que no juegan a este deporte. Por consiguiente, la diferencia de gasto diario entre los turistas de mediana edad y los turistas seniors que existe en el turismo tradicional, no se da en el turismo de golf.

- Categoría laboral: La Tabla 2 muestra que estadísticamente, no hay diferencia en el gasto entre un autónomo/empresario y un trabajador de alta cualificación. Además, estos dos grupos tienen un mayor gasto que los trabajadores con menor cualificación – 11% más que los de media cualificación y 21% más que los que no tienen cualificación-. La mayoría de estudios determinan que los turistas de cuello blanco gastan más (Aguiló y Juaneda, 2000; Marrocu et al., 2015), tal y como nuestro estudio también sugiere.

- Nivel de ingresos: Cuanto mayores son los ingresos de un turista que practica golf, mayor es su gasto. Los turistas con un alto nivel de ingresos que juegan al golf gastan un 16% más que los turistas con unos ingresos medio-bajos, lo que es similar a los turistas tradicionales, donde los turistas con mayor ingreso son los que experimentan un mayor gasto (Jang et al., 2004; Eugenio-Martin y Campos-Soria, 2014). Este resultado es consistente con la mayoría de estudios previos (Jang, Morrison & O'Leary, 2002; Shani et al., 2010).

- Motivo principal del viaje: Hay una clara diferencia entre los turistas cuyo motivo principal es el placer con aquellos que vienen a España por negocios. El primer grupo gasta aproximadamente un 30% menos, resultado que coincide con Suh y McAvoy (2005) y Wang (2014).

- Tipo de alojamiento: Los turistas que practican golf y se alojan en hoteles de cinco estrellas gastan un 24% más que aquellos que están en hoteles de cuatro estrellas y un 35% más que aquellos que se hospedan en hoteles de tres estrellas. Estas diferencias tienen una alta significatividad y dichos resultados son similares al de Abbruzzo et al. (2014).

- Tipo de pensión: Cuanto más completo es el tipo de pensión que tiene el turista, menor es su gasto, una diferencia similar a la presente en el tipo de alojamiento. Los turistas que reservan todo incluido o pensión complete gastan menos (Kozak, 2001).

- Relación con los acompañantes: Viajar solo, que es la categoría de referencia, incrementa el gasto un 27% comparado con los turistas que juegan al golf y viajan en pareja, que es la categoría más popular. Nuestro resultado difiere de Craggs y Schofield (2009) que determinan que los turistas que viajan en pareja gastan más que los que viajan solos. Viajar en familia reduce el gasto un 38% comparado con la categoría de referencia. Viajar con amigos reduce el gasto un 8%, mientras que hacerlo con compañeros de trabajo un 13%. Estos resultados son similares a los de García-Sánchez et al. (2013).

- Paquete turístico: Como se esperaba, el uso del paquete turístico incrementa el gasto, aunque sólo un 9%. Spears y Rosenbaum (2012) alcanzan la misma conclusión. Por el contrario, Laesser y Crouch (2006) determinan que el uso del paquete reduce el gasto.

- Duración de la estancia: Se puede afirmar que la duración del viaje tiene un efecto negativo sobre el gasto diario. Sin embargo, este efecto disminuye conforme aumenta la duración del viaje y el efecto es no lineal (García-Sánchez et al., 2013). Nuestro resultado coincide con el de Pérez y Sampol (2000) en el sentido de que encontramos una relación con forma de U invertida entre el gasto del turista y la duración de la estancia. En otras palabras, cuando la duración de la estancia aumenta, el gasto diario se reduce, pero a un ritmo decreciente. Por el contrario, autores como Jang et al. (2004) y Thrane y Farstad (2011) encuentran que la duración de la estancia tiene un efecto positivo decreciente sobre el gasto diario.

- Año: La representación de esta variable sigue la situación económica europea. El año 2014 se muestra como el que obtuvo un mayor gasto diario, en parte debido a la mejora del ciclo económico y a la disminución de la incertidumbre económica de años anteriores.

6. Implicaciones y conclusiones

El número de turistas que practica golf está creciendo en todo el mundo. España es el principal destino europeo de golf. Una mayor participación de este segmento de turistas que practican golf entre los visitantes a España contrarrestaría el bajo y decreciente gasto diario de los turistas no residentes durante los últimos años. De hecho, los turistas que juegan al golf durante su estancia en España tienen un gasto diario claramente mayor que los turistas que visitan España y no juegan al golf. .

La perspectiva de nuestra base de datos -2.000 observaciones- nos proporciona una fuente para el estudio del perfil del turista que juega al golf y las características de sus viajes. Utilizamos un análisis transversal por MCO sobre los datos de los turistas no residentes que visitan España y juegan al golf durante su viaje.

Uno de los componentes más relevante sobre las características del viaje aconseja intensificar la promoción sobre los turistas que practican golf y lo combinan con turismo de reuniones y negocios.

De ahí que, podemos sugerir conectar los destinos de golf con el turismo MICE, es decir, habilitar junto a campos de golf características y necesidades del turismo de negocios. Esto conlleva proveer de instalaciones para hacer negocios y poder albergar congresos y reuniones dentro o cerca de los destinos de golf.

La mayoría de los turistas no están especialmente preocupados sobre las condiciones de los campos de golf, porque la inmensa mayoría de los turistas que juegan al golf son amateurs, como Correia y Pintassilgo (2006) señalan en su estudio realizado en el Algarve, Portugal. Por tanto, no es tan importante invertir en los campos de golf (césped, nuevos hoyos, etc...) sino quizás es más relevante crear una amplia oferta de restaurantes e instalaciones de ocio alrededor de los resorts/campos de golf.

Nuestros resultados parecen señalar que la edad no es una variable que provoque una gran diferencia en cuanto al gasto diario cuando los turistas tienen 24 años o más. Por tanto, los gestores de destinos de golf no tienen que centrarse en los turistas de mediana edad, como ocurre en otras tipologías

turísticas. Consecuentemente los gestores deberían ampliar su mercado objetivo a los turistas seniors también, debido a su alto gasto diario.

Como se ha explicado anteriormente, debido a la ventaja de combinar el golf y el turismo MICE, una sugerencia es crear departamentos de marketing en los destinos de golf que estén especializados en el turismo de reuniones y negocios.

7. Referencias

- Aguiló Perez, E., y Juaneda, S. C. (2000). Tourist expenditure for mass tourism markets. *Annals of Tourism Research*, 27 (3), 624–637.
- Alegre, J., Mateo, S., y Pou, L. (2013). Tourism participation and expenditure by Spanish households: The effects of the economic crisis and unemployment. *Tourism Management*, 39: 37–49.
- Archer, B., y Fletcher, J. (1996). The economic impact of tourism in the Seychelles. *Annals of tourism research*, 23 (1), 32-47.
- Barros, C. P., Butler, R., y Correia, A. (2010). The length of stay of golf tourism: A survival analysis. *Tourism Management*, 31(1), 13–21.
- Bernini, C., y Cracolici, M. F. (2015). Demographic change, tourism expenditure and life cycle behaviour. *Tourism Management*, 47: 191–205.
- Brida, J. G., y Scuderi, R. (2013). Determinants of tourist expenditure: A review of microeconomic models. *Tourism Management Perspectives*, 6, 28–40.
- Brida, J. G., Risso, W. A., Lanzilotta, B., y Lionetti, S. (2010). The tourism-led-growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, 16 (3), 765-771.
- Correia, A., y Pintassilgo, P. (2006). The golf players' motivations: The Algarve case. *Tourism and Hospitality Research*, 6(3), 227–238.
- Craggs, R., y Schofield, P. (2009). Expenditure-based segmentation and visitor profiling at the quays in Salford, UK. *Tourism Economics*, 15 (1), 243–260.
- Dehnavi, A., Amiri, M., DehKordi, P. H., & Heidary, A. (2012). On the multidimensionality of sport tourism: Challenges and guidelines. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6: 105–110.

- Eugenio-Martin, J. L., y Campos-Soria, J. A. (2014). Economic crisis and tourism expenditure cutback decision. *Annals of Tourism Research*, 44: 53-73.
- Fleischer, A., Peleg, G., y Byk, J. R. (2011). The impact of changes in household vacation expenditures on the travel and hospitality industries. *Tourism Management*, 32(4), 815-821.
- García-Sánchez, A., Fernández-Rubio, E., y Collado, M. D. (2013). Daily expenses of foreign tourists, length of stay and activities: evidence from Spain. *Tourism Economics*, 19 (3), 613-630.
- Hennessey, S. M., Macdonald, R., y Maceachern, M. (2008). A Framework for Understanding Golfing Visitors to a Destination. *Journal of Sport & Tourism*, 13(1), 5–35.
- HSBC (2012). Golf's 2020 vision: The HSBC report.
- Hudson, S., y Hudson, L. (2010). *Golf tourism*. Oxford, Reino Unido: Goodfellow Publishing.
- Hung, W. T., Shang, J. K., y Wang, F. C. (2012). Another Look at the Determinants of Tourism Expenditure. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 495–498.
- Jang, S. S., Bai, B., Hong, G. S., y O'Leary, J. T. (2004). Understanding travel expenditure patterns: a study of Japanese pleasure travelers to the United States by income level. *Tourism Management*, 25(3), 331-341.
- Jang, S. C. S., Ismail, J. A., y Ham, S. (2002). Heavy spenders, medium spenders, and light spenders of Japanese outbound pleasure travelers. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9(3/4), 83–106.
- Jang, S. C., A. M. Morrison, y J. T. O'Leary (2002). Benefit Segmentation of Japanese Pleasure Travelers to the USA and Canada: Selecting Target Markets Based on the Profitability and Risk of Individual Market Segments. *Tourism Management*, 23(4), 367-78
- Kozak, M. (2001). An Analysis of Tourist Spending and its Determinants. *Anatolia*, 12 (2), 196–202.
- Kozak, M., Gokovali, U., & Bahar, O. (2008). Estimating the determinants of tourist spending: a comparison of four models. *Tourism Analysis*, 13 (2), 143–155.

- IET (2013). Valoración del turismo. Resultados del turismo en España.
- Laesser, C., y Crouch, G. I. (2006). Segmenting markets by travel expenditure patterns: The case of international visitors to Australia. *Journal of Travel Research*, 44(4), 397-406.
- Lee, J.-H., Kim, H.-D., Ko, Y. J., y Sagas, M. (2011). The influence of service quality on satisfaction and intention: A gender segmentation strategy. *Sport Management Review*, 14 (1), 54–63.
- Marrocu, E., Paci, R., y Zara, A. (2015). Micro-economic determinants of tourist expenditure: A quantile regression approach. *Tourism Management*, 50: 13–30.
- Moital, M., Dias, N. R., y Machado, D. F. C. (2013). A cross national study of golf tourists' satisfaction. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(1), 39–45.
- Pereira, R. L. G., Correia, A. H., y Schutz, R. L. a. (2015). Towards a taxonomy of a golf-destination brand personality: Insights from the Algarve golf industry. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 57–67.
- Perez, E. A., y Sampol, C. J. (2000). Tourist expenditure for mass tourism markets. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 624–637.
- Petrick, J. F. (2002). An examination of golf vacationers' novelty. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 384–400.
- OMT (2015). Yearbook of Tourism Statistics, Data 2009 – 2013.
- OMT (2014). Tourism Highlights.
- Smith, S.L.J. (1995). *Tourism Analysis: A Handbook*. London: Longman Group Limited.
- Spears, D. L., y Rosenbaum, M. S. (2012). The packaged tourist: A Japanese and American perspective. *Tourismos*, 7(1), 19–40.
- Suh, Y.K., y McAvoy, L. (2005). Preferences and trip expenditures: a conjoint analysis of visitors to Seoul, Korea. *Tourism Management*, 26(3), 325–333.
- Tassiopoulos, D., y Haydam, N. (2008). Golf tourists in South Africa: A demand-side study of a niche market in sports tourism. *Tourism Management*, 29(5), 870–882.

- Thrane, C., y Farstad, E. (2011). Domestic tourism expenditures: The non-linear effects of length of stay and travel party size. *Tourism Management*, 32(1), 46–52.
- Wang, Y. S. (2014). Effects of budgetary constraints on international tourism expenditures. *Tourism Management*, 41: 9–18.
- Wu, L., Zhang, J., & Fujiwara, A. (2013). Tourism participation and expenditure behaviour: Analysis using a scobit based discrete-continuous choice model. *Annals of Tourism Research*, 40(1), 1–17.
- Zhang, L., Qu, H., y Ma, J. E. (2010). Examining the relationship of exhibition attendees' satisfaction and expenditure: The case of two major exhibitions in China. *Journal of Convention y Event Tourism*, 11(2), 100–118.