

**SEGMENTACIÓN POR BENEFICIOS DE LOS VISITANTES
DE LA ISLA SUPERAGÜI, BRASIL**
**Análisis multivariado para la identificación de segmentos
del mercado ecoturístico**

*Inge Andrea Niefer
Universidad Federal de Paraná
Curitiba (Paraná) - Brasil*

Este estudio muestra los resultados de un estudio realizado en la isla de Superagüi, Brasil, con la finalidad de analizar el perfil de los visitantes y realizar una segmentación por beneficios utilizando dos técnicas de análisis multivariado: el análisis factorial (de componentes principales) y el método de clustering no jerárquico k-medias. Si bien los entrevistados formaban parte del segmento de mercado correspondiente al turismo de naturaleza y ya habían visitado el lugar, se identificaron cinco clusters significativamente distintos: 1) indiferentes; 2) aventureros no sociables; 3) aventureros sociables; 4) entusiastas; y 5) naturalistas no sociables.

PALABRAS CLAVE: ecoturismo, turismo sustentable, marketing, perfil de visitantes, Parque Nacional do Superagüi, segmentación por beneficios, clustering.