

LA CONTRIBUCIÓN DE LA ANIMACIÓN TURÍSTICA EN LA ELECCIÓN Y LA EXPERIENCIA TURÍSTICA

El caso de la Región Alto Trás-os-Montes - Portugal

Elsa Tavares Esteves
Paula Odete Fernandes
Instituto Politécnico de Bragança
Bragança, Portugal

El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo analizar la contribución de la animación turística como factor de elección del destino turístico Alto Trás-os-Montes (ATM), según la perspectiva del visitante. En este sentido, se optó por una metodología con abordaje cuantitativo, con la aplicación de cuestionarios. El estudio incluye un total de 536 visitantes nacionales y extranjeros que se desplazaron a la Región ATM en 2013/2014, con un error muestral final de 4.2% y un nivel de significancia de 5%. Para el tratamiento de los datos se utilizaron diversos procedimientos estadísticos como el análisis descriptivo exploratorio, el análisis factorial exploratorio, el análisis inferencial, el análisis de clusters, el uso de la matriz importancia-satisfacción y la aplicación del modelo probabilístico Logit. De los resultados obtenidos en el análisis factorial exploratorio se extrajeron cuatro factores motivacionales que explican el 60.87% de la variancia total, y cuatro factores de atracción que explican el 62% de la estructura de los datos. Con la aplicación del análisis de clusters se encontraron cinco segmentos. Por el posicionamiento de los Factores de Atracción en la matriz importancia versus satisfacción se concluye que las 'atracciones naturales', la 'hospitalidad' y la 'simpatía de las personas' son los factores que posicionan favorablemente la región como destino turístico. Las actividades de animación turística practicadas contribuyen positivamente con la experiencia turística, a pesar de no ser consideradas como un factor de elección.

PALABRAS CLAVE: Animación turística, factores motivacionales, factores de atracción, experiencia turística, Alto Trás-os-Montes.