Revista de turismo y recreación al aire libre

Motivos y toma de decisiones del turismo de aventura familiar: un caso de rafting en rápidos

RESUMEN

A pesar de la importancia del turismo familiar y la creciente popularidad del turismo de aventura, faltan investigaciones que combinen ambos, especialmente en lo que respecta al rafting. El propósito de este estudio es investigar unidades de viaje complejas que involucran los motivos de los miembros de la familia en un nuevo contexto empírico de rafting en rápidos. Además, este estudio pretende determinar el efecto dominante de los miembros de la familia en diversos

Etapas de la toma de decisiones en un entorno de rafting en rápidos de Malasia. La investigación empírica se llevó a cabo utilizando cuestionarios a autoadministrados para familias tanto nacionales como internacionales. Se utilizó un diseño de muestreo intencional. Se utiliza para recopilar datos de todos los encuestados. Se utilizó estadística descriptiva para analizar los datos. Los hallazgos claramente indican que los motivos principales para participar en actividades de rafting entre los miembros de la familia difieren entre padres e hijos. Sin embargo, en términos de toma de decisiones relacionadas con el turismo de aventura, las familias los miembros se están volviendo más democráticos al escuchar las ideas de los niños al iniciar el rafting viaje. Los hallazgos del estudio son importantes tanto para los proveedores como para los especialistas en marketing. Los proveedores deben explicar el naturaleza funcional de sus sitios, centrándose en la facilidad de acceso, la proximidad conveniente al río, el compromiso con ayudar con los viajes y la disponibilidad de ríos de diferentes grados que puedan satisfacer las necesidades y expectativas de todos los miembros de la familia. Los especialistas en marketing deben anunciar estratégicamente los paquetes de rafting en diferentes mercados segmentos que incluyen no sólo a los balseros expertos sino también a los principiantes, incluidas las familias. Se deben realizar campañas de marketing más creativas e innovadoras para atraer a diferentes miembros de la familia. Los especialistas en marketing tal vez quieran aumentar su presencia en las redes sociales, ya que hoy en día los niños dan gran importancia al aprendizaje a través de la palabra

de boca y a través de Internet.

Implicaciones para la gestión: al ofrecer viajes de rafting en rápidos, los administradores deben tener en cuenta que:

– Los niños participan significativamente en la toma de decisiones sobre recreación al aire libre.

– Por lo tanto, la información también debería distribuirse a través de aquellos medios que los niños prefieren ver,

– Es probable que la mayoría no tuviera experiencia previa en rafting y necesitarán explicaciones y ayuda detalladas.

– Se recomienda una segmentación en familias inexpertas y visitantes con experiencia previa para proporcionar una experiencia hecha a medida.

Introducción

La toma de decisiones en turismo familiar ha aparecido en la literatura sobre

comportamiento del consumidor durante aproximadamente 40 años, con Jenkins (1978)

fue pionero cuando aplicó el comportamiento de compra familiar a la toma de decisiones sobre vacaciones familiares (Litvin, Xu y Kang, 2004). Aunque la importancia de la toma de decisiones familiares comenzó en el ámbito de la ropa (Darian, 1998), consumo de alimentos (Labrecque & Ricard, 2001), telefonía móvil teléfonos (Fikry & Jamil, 2010) y consolas de juegos (Fikry & Bustami, 2012), ha crecido hasta incluir la compra de vacaciones familiares (Niemczyk, 2015; Wang, Hsieh, Yeh y Tsai, 2004).

“Se prevé que el turismo familiar crecerá más que otras formas de viajes de ocio porque representa una forma de reunir a la familia y para miembros de la familia pasen tiempo de calidad juntos, lejos del demandas de la vida cotidiana” (Schänzel & Yeoman, 2014, p. 357). Esto es reflejado en muchos estudios previos sobre turismo familiar que normalmente representan una perspectiva centrada en Occidente (Southall, 2018). Curiosamente, El turismo familiar desde una visión no occidental, que definitivamente refleja diferencias culturales y desafíos, todavía está poco investigado.

A principios de la década de 1990, las familias rara vez participaban en el turismo de aventura. Hall y McArthur, 1991). Con el paso de los años, con los cambios en las estructuras familiares y la necesidad de crear recuerdos positivos a través de actividades divertidas, las familias se han sumergido cada vez más en actividades de aventura (Schänzel & Yeoman, 2015). Hoy en día el turismo de aventura está ampliamente consolidado como una de las actividades del turismo familiar.

Malasia es una tierra de increíble biodiversidad y belleza natural lo convierte en un lugar perfecto para practicar senderismo, rafting, observación de vida silvestre, montañismo y exploración de cuevas. sin embargo, el La comercialización del rafting en Malasia atrae principalmente a los exploradores de ríos e ignora al segmento familiar (comunicación personal, Radak Aventura, 2016). A pesar de la contribución del 30 por ciento de la familia turismo al mercado de viajes vacacionales (Schänzel, Yeoman y Backer, 2012) este segmento todavía está subrepresentado en la investigación. Por lo tanto, este es un estudio que investiga la experiencia de aventuras y vacaciones en familia, un tema descuidado, segmento de un potencial sector turístico.

Se han realizado pocas investigaciones sobre la toma de decisiones de los unidades viajeras complejas de familias y la importancia de sus motivos para esta actividad turística específica en el contexto de Malasia. Como lo describe Sparks (2008), las unidades viajeras complejas se refieren a familias que comprenden individuos con diversas características y capacidades cognitivas, emocionales y conductuales, que pueden afectar en gran medida la toma de decisiones familiares a lo largo de la vida de un individuo. Los objetivos de este estudio son doble. En primer lugar, se intenta determinar los motivos que alientan tanto familias nacionales e internacionales para participar en rafting excursiones. En segundo lugar, establece el efecto dominante de los miembros de la familia durante las distintas etapas de la toma de decisiones familiares sobre dicho viaje.

**2. Revisión de la literatura**

**2.1. Rafting en rápidos**

La industria comercial del rafting en rápidos ha crecido sustancialmente desde sus modestos comienzos a finales de los años cincuenta. En 2013, se estima que el número de estadounidenses que participan en rafting en rápidos fue de 3,8 millones (Outdoor Recreation, 2014). Esta tendencia se ha intensificado en países en desarrollo, incluido Malasia, un país tropical dotado de ríos de diversos grados aptos para el rafting en rápidos viajes, con calificaciones de fácil a muy difícil y de grado 1 a 5. El crecimiento de la popularidad del rafting en rápidos se puede atribuir a la emoción de interactuar con la naturaleza y la estimulante aventura experiencia que ofrece (Wu & Liang, 2011).

Además, el rafting infunde una sensación de logro y de plenitud que acompaña a la participación en una búsqueda de aventuras (Weber, 2001). Arnould y Price (1993) describieron el rafting como pura alegría y valor y una actitud de dejar ser que conduce a nuevas ideas y una mentalidad renovada para el participante. La experiencia de la magia del río lleva lugar durante la interacción entre los humanos y la naturaleza (Arnould, Price y Otnes, 1999).

A pesar de la popularidad de este deporte de aventura, la mayoría de los estudios han examindo el aspecto práctico del rafting en rápidos, centrándose en el río flujos y datos hidrológicos (Stafford, Fey y Vaske, 2017) y el ecosistema de rafting en rápidos (Carolli et al., 2017). Otros estudios han investigado el aspecto físico de participar en un rafting viaje, centrándose en las lesiones (Fiore, 2003; Jackson & Verscheure, 2006) y seguridad (Bentley, Page y Laird, 2000; Wittmann, 2000). a diferencia de otros

En todos los tipos de turismo, el turismo de aventura tiene una característica de doble filo, ya que el riesgo forma parte de la emoción buscada por los participantes. (Atender, 2006). Este es el dilema que enfrenta el turismo de riesgo de aventura equipos directivos.

2.2. Toma de decisiones familiares

Los estudios demuestran que la toma de decisiones en las familias a lo largo de los años ha de volverse más democráticos con la participación de casi todos los miembros en la familia (Schänzel & Yeoman, 2015). Principalmente, los modos de toma de decisiones consisten en el padre dominante, la madre dominante y una codecisión entre padre y madre (Filiatrault & Ritchie, 1980; Fodness, 1992; Jenkins, 1978; Nichols y Snepenger, 1988). Posteriormente, la toma de decisiones evolucionó y ahora involucra a otra parte, que es decir, los niños de la familia, que ahora se han convertido en influyentes destacados (Gram, 2007; Niemczyk, 2015; Schänzel & Yeoman, 2015; Wang et al., 2004).

El modo cambiante de toma de decisiones puede atribuirse a tres factores importantes, que la mayoría de los estudios sobre la toma de decisiones familiares han tenido en cuenta examinado. Estos factores son (i) la crianza familiar (Du Bois-Reymond, Enchufe, Te Poel y Ravesloot, 2001; Schänzel & Yeoman, 2015), (ii) antecedentes demográficos y psicográficos (Belch & Willis, 2002) y (iii) la influencia de la tecnología (Belch, Krentler y Willis-Flurry, 2005).

Du Bois-Reymond et al. (2001), quienes realizaron estudios en los Países Bajos, destacó que la educación occidental inicialmente fue una estilo autoritario, por el cual la esposa y los hijos tenían que obedecer a su marido y a su padre, respectivamente. Con el paso del tiempo, un liberal Surgió un estilo de educación y el enfoque cambió de la obediencia a la independencia y autonomía. Posteriormente se animó a los niños a expresar sus opiniones en la toma de decisiones de las familias. Demográficamente, menos Los niños en una familia hicieron que se volvieran más influyentes en la toma de decisiones familiares (Arendell, 2000; Kay, 2009).

Tradicionalmente, la toma de decisiones sobre vacaciones y recreación era una tarea conjunta. decisión entre marido y mujer (Belch & Willis, 2002; Belch, Belch, & Ceresino, 1985; Davis y Rigaux, 1974). Posteriormente, esta toma de decisiones La tendencia cambió hacia una predominantemente esposa debido a que las mujeres eran más educados y empleados (Gram, 2007). investigacion sobre la familia Las experiencias de vacaciones estuvieron influenciadas en gran medida por el género feminista y, por lo tanto, muy centrado en las madres (Anderson, 2001; Small, 2005). El principal diferencia de género entre los padres fue que los padres sentían la expectativa de asumir un papel más activo físicamente como animadores para facilitar la diversión con los niños, mientras que las madres estaban preocupadas por satisfacer las necesidades y deseos básicos de las familias (Gram, 2005; Schänzel y Smith, 2011). Además, no se han descuidado las investigaciones sobre la participación de los niños en la toma de decisiones familiares, y los hallazgos resaltan que la participación de los niños en la toma de decisiones familiares se ha vuelto más importantes a pesar de ser financieramente dependientes (Howard & Madrigal, 1990). Liang (2013), al encuestar tanto a los niños como a sus padres, reveló que los niños que dominan Internet tienen mayor influencia sobre sus padres respecto a las compras online de productos turísticos. Más recientemente, Khoo-Lattimore (2015) confirmó la noción de los derechos del niño y reiteró la creciente influencia de niños en vacaciones familiares contemporáneas.

En el ámbito de las vacaciones familiares, se han realizado estudios sobre viajes generales (Curtale, 2015; Gram, 2007; Srnec, Lončarić y Prodan, 2016), viajes futuros (Schänzel & Yeoman, 2015), parques nacionales (Wilson, Hallo, Sharp, Mainella y McGuire, 2017) y parques temáticos (Johns y Gyimóthy, 2002). Sin embargo, la investigación sobre la toma de decisiones familiares en el turismo de aventura, específicamente en el rafting en rápidos en un El contexto de Malasia es limitado.