



6,7y8  
SEPTIEMBRE  
2023  
ZARAGOZA

**AEEA** | **14** CONGRESO DE  
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ECONOMÍA AGROALIMENTARIA | ECONOMÍA  
AGROALIMENTARIA

ESTRATEGIAS DE LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS  
ANTE LOS DESAFÍOS GLOBALES

LIBRO DE ACTAS

ORGANIZAN:



Facultad de  
Economía y Empresa  
Universidad Zaragoza



Instituto Agroalimentario  
de Aragón

## FACTORES PERSONALES QUE AFECTAN A LA INTENCIÓN DE REALIZAR ECOTURISMO

**Pilar Uldemolins<sup>a\*</sup>, María Teresa Maza<sup>b</sup>**

**Con asterisco (\*) el autor responsable de la investigación, y subrayado el autor / los autores inscrito(s) que presenta(n) la comunicación. Superíndices en letra si los autores pertenecen a diferentes instituciones.**

<sup>a</sup> *Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (Zaragoza, puldemolins@cita-aragon.es)*

<sup>b</sup> *Universidad de Zaragoza (Zaragoza, mazama@unizar.es)*

### Resumen

Analizando las estrategias que podría adoptar un sistema agroalimentario para conservar procesos y actividades tradicionales en riesgo de desaparición, proponemos el turismo como actividad complementaria. Dentro de los movimientos turísticos, desde nuestra perspectiva el más coherente sería el ecoturismo, una actividad menos convencional que proporciona la posibilidad de tener una experiencia directa con la naturaleza y con el patrimonio histórico y cultural de un territorio rural. Esto implicaría también una gestión sostenible, que tuviera en cuenta el medioambiente, los modos de vida del lugar y cuyo foco fuera generar empleo e ingresos para la población local. El objetivo de este estudio es analizar factores personales de los consumidores relacionados con la sostenibilidad que afectan a la intención de realizar actividades de ecoturismo. Se ha utilizado una regresión logística ordinal para explicar la intención de realizar ecoturismo según la actitud hacia la sostenibilidad, el comportamiento sostenible y el sentido de responsabilidad. La muestra se compone de 400 individuos. El resultado indica que el comportamiento sostenible y el sentido de responsabilidad con respecto a la sostenibilidad explicarían la intención de realizar ecoturismo.

**Palabras clave:** conciencia de sostenibilidad, innovación turística, regresión logística ordinal

### 1. Introducción y objetivos

Conservar y valorizar un territorio debe ser compatible con generar actividades que dinamicen y atraigan la atención de turistas, visitantes y residentes hacia el lugar. Sin embargo, no basta con cualquier actividad, estas deben ser sostenibles, coherentes con un turismo de naturaleza y con una función educativa sobre el territorio y las tradiciones (Martini et al., 2017). Los pilares de la sostenibilidad son la protección del medioambiente, el desarrollo social y el crecimiento económico. En las actividades turísticas, el concepto de sostenibilidad puede concretarse en la participación, gestión y liderazgo de la comunidad, ya que deberían ser los habitantes del territorio los que gestionaran y organizaran este tipo de actividades, para poder disfrutar de los beneficios derivados; la sostenibilidad también se materializa en la creación de redes de colaboración, en la voluntad de conservación y en el marketing y promoción (Kayat, 2014). Como indica Sanz-Cañada (2020), la importancia del patrimonio agroalimentario radica en que las comunidades construyen referencias de identidad ligadas a un territorio al que confieren valor y utilizan como recurso. Para la sociedad es necesario conservar estos paisajes y sus tradiciones ya que con ellas enriquecemos nuestra cultura. En la línea de conservar el territorio y generar un cierto dinamismo económico que atraiga turistas y visitantes hacia el mismo, en este trabajo nos planteamos quiénes son los consumidores dispuestos a participar en este mantenimiento y revalorización del territorio, y a quién dirigir estas actividades dinamizadoras. Ya que el ecoturismo es definido por Clarck (2002) como “viajes a zonas naturales para comprender la historia cultural y natural del entorno, teniendo cuidado de no alterar la integridad del ecosistema, produciendo oportunidades económicas que hacen que la conservación de los recursos naturales sea beneficiosa para la población local”, lo hemos elegido como marco para encuadrar estas actividades. En la bibliografía hemos encontrado estudios sobre motivaciones de los consumidores para practicar ecoturismo (Mauricio et al., 2019; Cordente-Rodríguez et al., 2014) sin embargo, nosotros planteamos caracterizar al consumidor según su grado de conciencia de sostenibilidad. Nuestra hipótesis de partida es que cuanto mayor conciencia de sostenibilidad tenga el individuo, mayor será la intención para realizar ecoturismo. Para medir la conciencia de sostenibilidad nos hemos basado en Gericke et al., (2019) que analiza tres constructos psicológicos, el conocimiento, las actitudes y el comportamiento. El conocimiento implica cuestiones sobre lo que el individuo reconoce como los fundamentos de la sostenibilidad, las actitudes se reflejan en respuestas más afectivas ya que se

derivan de un sentimiento negativo o positivo hacia el asunto y el comportamiento evalúa la tendencia del individuo a adoptar un proceder a favor o en contra (Gericke et al., 2019). Por último, hemos añadido el constructo de sentido de responsabilidad que tienen los individuos hacia la generación de una sociedad más sostenible basándonos en Luchs y Miller (2015). Por todo lo anterior el objetivo del trabajo es investigar la relación entre la conciencia de sostenibilidad de los individuos y su intención por realizar actividades de ecoturismo.

## 2. Metodología

El muestreo se realizó en las provincias de Cataluña (27%), Aragón (24%), Madrid (23%), Valencia (17%) y País Vasco (9%). Para la recolección de los datos se utilizó un cuestionario online. La muestra formada por 400 individuos se estratificó por género y edad. El cuestionario contenía una sección sobre aspectos relacionados con la sostenibilidad, que es en lo que nos centraremos en esta comunicación. Para medir el conocimiento, las actitudes y el comportamiento sobre sostenibilidad se utilizó una versión reducida del cuestionario *Conciencia de sostenibilidad* utilizado en Marco-Merino et al., (2020) y en Gericke et al. (2018), y para medir el sentido de responsabilidad hacia la sostenibilidad se utilizó una versión adaptada de la escala utilizada por Luchs y Miller (2015). En todas las preguntas se utilizó una escala de Likert de 7 puntos para medir el grado de acuerdo o desacuerdo de los participantes. Para obtener una puntuación para cada uno de los constructos se calculó la media para cada individuo en base a la puntuación individual de los ítems que conforman cada constructo.

Para medir la fiabilidad de las escalas se ha utilizado el Alpha de Cronbach (Hair et al., 1999), que evalúa la consistencia interna, siendo 0.7 el valor mínimo para considerar una buena fiabilidad. Cuanto mayor sea la puntuación obtenida en este test, más homogénea y fiables será la escala, lo que indicará que los ítems que la forman están recogiendo el concepto que se quiere medir (Boustani et al., 2022).

Nuestra variable de estudio es la intención de realizar actividades de ecoturismo de manera regular. Para medirla se ha utilizado una escala de Likert de 7 puntos, que se recodificó para el análisis a 5 puntos. Debido a que nuestra variable dependiente es ordinal, se ha utilizado el modelo logístico ordinal para investigar la asociación entre la intención de realizar ecoturismo con los constructos de sostenibilidad y algunas variables sociodemográficas. La principal diferencia entre un modelo de regresión logística y uno ordinal es que en el ordinal el resultado nos indica la probabilidad de estar en cada una de las categorías de respuesta y esta probabilidad cambia al cambiar las variables independientes (Green y Hensher, 2010). Para este modelo se calculan además unos puntos de corte que definen donde empieza y termina cada categoría. En nuestro caso las categorías son ascendentes ya que a mayor intención de realizar ecoturismo la puntuación aumenta (1-poco probable a 5-muy probable). Los cálculos estadísticos se han realizado utilizando la versión 17 de STATA. El modelo que se plantea en este estudio es el siguiente:

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_{\text{genero}} + \beta_2 X_{\text{edad}} + \beta_3 X_{\text{estudios}} + \beta_4 X_{\text{conocimiento}} + \beta_5 X_{\text{actitudes}} + \beta_6 X_{\text{comportamiento}} + \beta_7 X_{\text{responsabilidad}} + \varepsilon$$

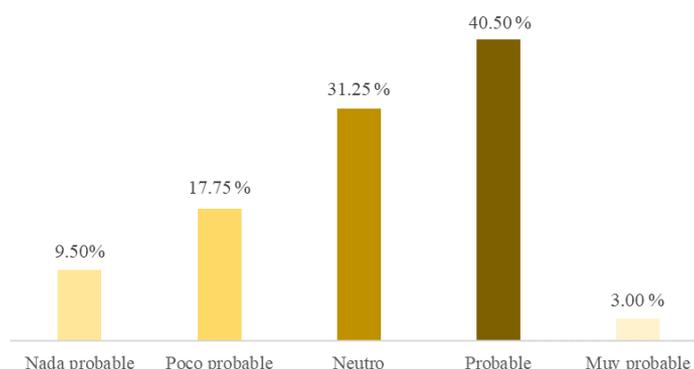
donde  $y$  es la variable dependiente (intención de realizar actividades de ecoturismo),  $X$  es el vector de las variables independientes y  $\beta$  es el coeficiente de regresión que queremos estimar. Es necesario transformar los coeficientes  $\beta$  en odds ratio para su interpretación. Un signo positivo en el coeficiente nos indica que al aumentar la variable explicativa aumenta la probabilidad de pertenecer categorías superiores (Bavorova et al., 2016) y por lo tanto mayor será la probabilidad de tener intención de realizar ecoturismo. En el modelo las variables sociodemográficas entran como variables *dummy* (1=cumple la condición, 0=no la cumple).

## 3. Resultados

La muestra está formada por un 51% de hombres y un 49% de mujeres. La edad media es de 46 años. Un 10% de la muestra indica que posee estudios básicos-obligatorios, un 40% estudios medios y un 50% estudios superiores. En cuanto a los ingresos, un 22% tiene un ingreso mensual de hasta 1500€, un 36% de entre 1500€ y 3500€ y un 20% más de 3500€.

En el gráfico 1 se puede ver cómo se distribuyen las respuestas entre los cinco niveles de la variable que estamos estudiando, la intención de realizar ecoturismo. La mayoría de los participantes (40%) declararon que era probable que realizaran actividades de ecoturismo en lugar de turismo convencional de manera regular, mientras que un 18% lo consideraba poco probable y casi un 10% nada probable. La proporción de participantes con intención de realizar actividades de ecoturismo es mayor que la proporción de participantes con intención de no practicarlo.

**Grafico1.** Porcentaje de respuesta para cada categoría de la variable dependiente "intención de practicar ecoturismo"



Fuente: elaboración propia

En el cuadro 1, se muestran los resultados de la fiabilidad de las escalas utilizadas para medir el conocimiento, las actitudes, el comportamiento y el sentido de responsabilidad respecto a la sostenibilidad. En todos los casos el Alpha de Cronbach está por encima 0.7.

**Cuadro 1.** Fiabilidad interna de las escalas de sostenibilidad

|                   | Conocimiento | Actitudes | Comportamiento | Responsabilidad |
|-------------------|--------------|-----------|----------------|-----------------|
| Alpha de Cronbach | 0.9237       | 0.8682    | 0.7055         | 0.7255          |

Fuente: elaboración propia

**Cuadro 2.** Resultados de la estimación del modelo logístico ordinal

| Variabes                       | Coficiente | Odds ratio   | Error estándar | p-valor      | 95% intervalo confianza |        |
|--------------------------------|------------|--------------|----------------|--------------|-------------------------|--------|
| Mujer                          | -0.222     | 0.801        | 0.157          | 0.257        | 0.545                   | 1.176  |
| Edad                           | -0.014     | 0.987        | 0.009          | 0.138        | 0.969                   | 1.004  |
| Estudios medios                | -0.080     | 0.923        | 0.324          | 0.82         | 0.465                   | 1.836  |
| Estudios superiores            | 0.079      | 1.083        | 0.388          | 0.825        | 0.536                   | 2.186  |
| Ingresos bajos                 | 0.378      | 1.460        | 0.418          | 0.187        | 0.832                   | 2.559  |
| Ingresos medios                | 0.244      | 1.276        | 0.328          | 0.343        | 0.771                   | 2.114  |
| Ingresos altos                 | 0.551      | 1.735        | 0.520          | 0.066        | 0.965                   | 3.122  |
| Conocimiento sostenibilidad    | 0.174      | 1.191        | 0.363          | 0.567        | 0.655                   | 2.163  |
| Actitudes sostenibilidad       | -0.300     | 0.741        | 0.250          | 0.375        | 0.382                   | 1.437  |
| Comportamiento sostenible      | 1.561      | <b>4.764</b> | 1.293          | <b>0.000</b> | 2.799                   | 8.109  |
| Sentimiento de responsabilidad | 0.455      | <b>1.576</b> | 0.330          | <b>0.030</b> | 1.045                   | 2.375  |
| Punto de corte1                | 3.892      |              |                |              | 1.953                   | 5.830  |
| Punto de corte2                | 5.238      |              |                |              | 3.279                   | 7.197  |
| Punto de corte3                | 6.820      |              |                |              | 4.815                   | 8.825  |
| Punto de corte4                | 10.313     |              |                |              | 8.171                   | 12.455 |
| chi-cuadrado                   |            |              |                |              |                         | 87.4   |
| p-value                        |            |              |                |              |                         | 0.000  |
| Pseudo R <sup>2</sup>          |            |              |                |              |                         | 0.081  |

Fuente: elaboración propia

En el cuadro 2, se muestran los resultados del modelo de regresión logística ordinal. Si nos fijamos en la asociación de las variables sociodemográficas, género, nivel de estudios e ingresos, con la variable dependiente, vemos que no son estadísticamente significativas, por lo que aparentemente no hay asociación entre ellas. En cuanto a los factores relacionados con la sostenibilidad, observamos que la asociación entre un comportamiento sostenible y la intención de realizar ecoturismo, y la asociación entre

sentirse responsable de la sostenibilidad y la intención de realizar ecoturismo son estadísticamente significativas.

Por lo tanto, podríamos decir que incrementando una unidad la puntuación obtenida en comportamiento sostenible (media de la escala), aumentaría 4.7 veces la probabilidad de cada individuo de pertenecer a una categoría superior de intención de realizar ecoturismo. En cuanto al sentimiento de responsabilidad, podríamos decir que incrementado una unidad la puntuación obtenida en sentido de la responsabilidad (media de la escala), aumentaría 1.5 veces la probabilidad de cada individuo de pertenecer a una categoría superior de intención de realizar ecoturismo.

#### 4. Conclusiones

Este trabajo se centra en analizar factores personales de los consumidores, relacionados con la sostenibilidad, que afectan a la intención de realizar actividades de ecoturismo. Al analizar qué características tendrían los turistas interesados en realizar actividades de ecoturismo, encontramos que son individuos que ya tienen una conducta con tendencia hacia acciones sostenibles y que se sienten responsables de la sostenibilidad. No hemos encontrado asociación entre el conocimiento de la sostenibilidad y la intención de hacer ecoturismo, así como tampoco entre las actitudes hacia la sostenibilidad y la intención de practicar ecoturismo. En cuanto a las características sociodemográficas, no hemos encontrado que ninguna de ellas se asocie con una mayor intención de practicar ecoturismo. Los resultados tienen sentido ya que tanto el comportamiento sostenible como el sentirse responsables de la sostenibilidad reflejan de cierta manera los mismos valores que componen el ecoturismo, el cuidado por el ecosistema, la comprensión del medio natural y la cultura, que en suma tienden a favorecer la conservación de los recursos y población de un territorio.

#### 5. Bibliografía

- Bavorova, M., Unay-Gailhard, I., y Lehberger, M. (2016). "Who buys from farmers' markets and farm shops: The case of Germany". *International Journal of Consumer Studies*, 40(1), 107-114. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12220>
- Boustani, N., Cardoso, A. y Guiné, R. (2022). "Understanding the role of media and food labels to disseminate food related information in Lebanon". *Open Agriculture*, 7(1), 147-160. <https://doi.org/cuarzo.unizar.es:9443/10.1515/opag-2022-0068>
- Clarke J., (2002). "A synthesis of activity towards the implementation of sustainable tourism: ecotourism in a different context". *International Journal of Sustainable Development*, vol. 5(3), pages 232-250. DOI: 10.1504/IJSD.2002.003751
- Cordente-Rodríguez, M., Mondejar-Jimenez, J., y Villanueva-Alvaro, J. (2014). "Sustainability of Nature: The power of the type of visitors". *Environmental Engineering and Management Journal*, 13(10): 2437-2447. doi:10.30638/eemj.2014.273
- Gericke, N., Boeve-de Pauw, J., Berglund, T., y Olsson, D. (2019). "The Sustainability Consciousness Questionnaire: The theoretical development and empirical validation of an evaluation instrument for stakeholders working with sustainable development". *Sustainable Development*, 27(1):35-49. <https://doi.org/10.1002/sd.1859>
- Greene, W. H., y Hensher, D. A. (2010). *Modeling ordered choices: A Primer*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hair, J. F., Anderson R.E., Tatham R.L y Black W.C., (1999). *Análisis Multivariante*. Prentice-Hall, Madrid.
- Kayat K., 2014. "Community-Based Rural Tourism: A Proposed Sustainability Framework". *SHS Web of Conferences* 12.
- Luchs, M. G., y Miller, R. A. (2015). "Consumer responsibility for sustainable consumption". En L. Reisch y J. Thøgersen (Eds): *Handbook of Research on Sustainable Consumption*: 254-267. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781783471270.00027>
- Marcos-Merino, J. M., Corbacho-Cuello, I., y Hernández-Barco, M. (2020). "Analysis of Sustainability Knowingness, Attitudes and Behavior of a Spanish Pre-Service Primary Teachers Sample". *Sustainability*, 12(18): 7445. <https://doi.org/10.3390/su12187445>
- Martini U., Buffa F. y Notaro S., 2017. "Community Participation, Natural Resource Management and the Creation of Innovative Tourism Products: Evidence from Italian Networks of Reserves in the Alps". *Sustainability*, 9: 2314. doi:10.3390/su9122314
- Mauricio, C., Marival, S., y Conrado, C. (2019). "Motivations analysis in ecotourism through an empirical application: Segmentation, characteristics and motivations of the consumer". *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 24(1):48-59. doi:10.30892/gtg.24106-343
- Sanz-Cañada J. y García-Azcárate T., 2020. "Paisajes, patrimonio y gobernanza territorial de los sistemas agroalimentarios locales". *Estudios geográficos*. 81(289). <https://doi.org/10.3989/estgeogr.202057.057>