

Factores determinantes de la disposición a pagar de los visitantes del espacio natural protegido (ENP) laguna y arenal de Valdoviño

Teba Félix Massa*

Universidade da Coruña – Facultade de Economía e Empresa

Recibido: 3 de abril de 2019 / Aceptado: 9 de septiembre de 2019

Resumen

El método de valoración contingente (MVC) se basa en la construcción de mercados hipotéticos a través de una encuesta, donde normalmente se pregunta a los entrevistados por su disposición a pagar (DAP) por un determinado bien que carece de mercado y, por tanto, de precio. El objetivo principal de este trabajo es identificar las variables explicativas que condicionan la DAP de los visitantes por disfrutar de uno de los principales elementos del patrimonio natural de Galicia: el conjunto formado por la laguna y el arenal de Valdoviño. La información obtenida puede ser de gran utilidad en el análisis coste-beneficio como fundamento de las decisiones políticas que afectan a la gestión de este recurso natural.

Palabras clave

Disposición a pagar / Laguna y arenal de Valdoviño / Turismo sostenible / Método de valoración contingente / Patrimonio natural / Zonas húmedas.

Determinants of visitors' willingness to pay for natural resources. Case study of lagoon and sandy area of Valdoviño

Abstract

The contingent valuation method (CVM) is based on the construction of hypothetical markets through a survey where respondents are usually asked for their maximum willingness to pay (WTP) for a certain property that lacks market appeal and therefore of price. The main aim of the study is to identify and explain the variables that occur and condition tourists to pay to enjoy one of the main elements of the natural heritage areas within Galicia including: the coastal lagoon and sandy area of Valdoviño. The information obtained from this study would be very useful in developing a cost-benefit analysis that could be used to inform political decisions that affect the management of these natural resource.

Keywords

Willingness to pay / Sustainable tourism / Contingent valuation method / Coastal lagoon and sandy area of Valdoviño / Natural heritage / Wetland.

JEL Codes: Q01, Q26, Q51, Q57, O21.

1. Introducción

Las zonas húmedas se encuentran entre los ecosistemas más productivos del mundo al proporcionar una diversidad de servicios ecosistémicos que sustentan nuestras vidas (The Economics of Ecosystems and Biodiversity [TEEB], 2013; World Water Assessment Programme [UNESCO WWAP], 2015). Esto incluye los servicios ecosistémicos culturales, tales como los valores estéticos, recreativos y espirituales que se manifiestan en muchas zonas húmedas. Estos servicios explican la popularidad de estas zonas como destinos turísticos que atraen a millones de visitantes cada año (Secretaría de la Convención de Ramsar sobre los Humedales [Ramsar] y Organización Mundial del Turismo [OMT], 2012).

* Correspondencia autora: tebafelix@gmail.com

Las tendencias apuntadas por los turistas durante los últimos años indican que la naturaleza y el medio ambiente son elementos cada vez con mayor peso específico a la hora de seleccionar su destino vacacional (Cebrián, 2011; Martínez, 2017), y por ello las zonas húmedas son activos cada vez más demandados y valorados.

A nivel mundial, el 35% de las zonas húmedas catalogadas por la Convención de Ramsar –en la actualidad son más de 2.200 los sitios catalogados como tales– han registrado algún tipo de actividad turística, porcentaje que se repite de forma más o menos homogénea en todas las regiones. En total, 680 ecosistemas de este tipo en el mundo ofrecen la posibilidad de ser visitados por los turistas. No obstante, también es importante considerar el turismo en todas las zonas húmedas, no solo las designadas como “sitios Ramsar”.

Según la Convención de Ramsar del año 2012, la mitad de todos los turistas internacionales viaja a zonas húmedas, en especial a las que se encuentran en las zonas costeras, estimándose el gasto generado en cerca de 925.000 millones de dólares anuales. A esto hay que agregarle, por un lado, el valor del turismo nacional y los viajes recreativos de un solo día, lo que hace que el valor económico del turismo de zonas húmedas sea muy elevado (Tapper, Hails, Zavagli y Cabrini, 2012) y, por otro, los 266 millones de puestos de trabajo generados por esta actividad (Ramsar, 2018).

Cabe señalar que el turismo es tan solo uno de los servicios de los ecosistemas que ofrecen las zonas húmedas, por lo que garantizar la sostenibilidad del turismo dentro y alrededor de estas zonas contribuye a que otros servicios se puedan sostener, como por ejemplo la pesca o la agricultura.

En este contexto, el turismo asociado a las zonas húmedas puede proporcionar beneficios económicos a las comunidades locales, así como contribuir a su protección y recuperación. No obstante, a partir de la década de 1980, debido al debate sobre los problemas de degradación ambiental, el turismo comenzó a ser cuestionado por los impactos negativos que puede causar en sus lugares de destino (Tarlombani, 2005). Así, el desarrollo de actividades turísticas en el medio natural puede suponer un riesgo ambiental, pues los espacios demandados son aquellos de alta calidad natural, paisajística y cultural. Este carácter bifronte del turismo, en el sentido de que puede producir efectos beneficiosos y perjudiciales, hace que el desarrollo turístico esté guiado por un plan de acción minuciosamente pensado, definido y formulado (Calderón, 2008).

Así las cosas, cabe poner de relieve que, pese a la creciente conciencia de que las zonas húmedas son ecosistemas extremadamente valiosos, estas continúan degradándose (González, 2011). Algunos autores (Barbier, Acreman y Duncan, 1997; De Groot, Stuij, Finlayson y Davidson, 2007; Pearce y Turner, 1995) coinciden en señalar que esto es debido a que no se están gestionando de un modo óptimo al no tenerse en cuenta todo su valor, así como los costes y beneficios de sus posibles usos, pues sus valores a menudo carecen de una expresión inmediata en el mercado. Así, la valoración económica surge para intentar asignar valores monetarios a los bienes y servicios proporcionados por los recursos naturales, independientemente de si existen o no precios de mercado que ayuden a esa valoración.

Las zonas húmedas, igual que cualquier otro ecosistema natural, no tienen precio. Su destrucción supone una pérdida irreparable, que no puede ser compensada con el pago de una cantidad económica. Y aunque la valoración económica de estas zonas es un nuevo paradigma que presenta limitaciones y riesgos intrínsecos, sería poco realista desestimarlos y actuar únicamente a favor de la conservación y uso racional de las zonas húmedas en un conjunto de valores enteramente distintos (Barbier et al., 1997). Por ello, asignar un valor monetario a sus funciones es un argumento de peso para su conservación y uso racional.

Cuando un recurso ambiental existe y proporciona bienes y servicios sin ningún coste, un modo de expresar el valor de los bienes y servicios que proporciona es la *disposición a pagar* por ellos, con independencia de que realmente se pague algo o no (Osorio y Correa, 2009; Puignau, 1998). Asimismo, la degradación o la pérdida de recursos naturales constituye un problema económico porque comporta la desaparición de valores importantes, en ocasiones de manera irreversible. Las decisiones respecto de un recurso ambiental –conservarlo en su estado natural, dejar que se degrade o transformarlo para destinarlo a otro uso– ocasionan pérdidas o ganancias de valores. Solo se puede decidir cómo usar un recurso natural determinado si estas ganancias y pérdidas se analizan y evalúan correctamente. He aquí la necesidad de ana-

lizar detenidamente *todos los valores* susceptibles de ganarse o perderse destinando el recurso a los distintos usos que admita (directo, indirecto, opción y existencia).

Este análisis también permite medir y comparar los distintos beneficios de las zonas húmedas y puede servir de instrumento eficaz para facilitar y mejorar el uso racional y el manejo o la gestión de los recursos de las zonas húmedas del mundo. En ciertos casos, puede basarse en los costes económicos que tendría que asumir la sociedad por la pérdida de esas zonas húmedas o de algunas de sus funciones, lo que se denomina “valor marginal” (Tomasini, 2008).

El principal objetivo de este trabajo es analizar las características de la demanda turística en el espacio natural protegido de la laguna y el arenal de Valdoviño, ya que, siendo los visitantes y turistas los actores principales en la gestión sostenible del área visitada, resulta fundamental conocer su perfil actual para poder así acometer las medidas y acciones más adecuadas con el fin de lograr su reconversión integral en clave de sostenibilidad. Un aspecto central de este trabajo es la identificación de los factores que condicionan la DAP de los visitantes por disfrutar de este bien. Para cumplir este objetivo se combinan la revisión de la literatura sobre esta temática, la documentación sobre la zona húmeda y la realización de entrevistas estructuradas.

Esta investigación consta de cinco apartados. Tras esta introducción, en el segundo apartado se realiza una breve descripción del área de estudio; en el tercero se expone la metodología; en el cuarto se presentan los resultados; y, finalmente, se exponen las principales conclusiones y la bibliografía.

2. Caso de estudio

El área de estudio está conformada por la laguna de Valdoviño, el sistema de dunas y la playa de A Frouxeira, que se sitúan al noroeste de Galicia, en la costa norte de Ferrol, en el término municipal de Valdoviño (A Coruña). El área limitada como espacio protegido es de 485,23 ha (Figura 1).

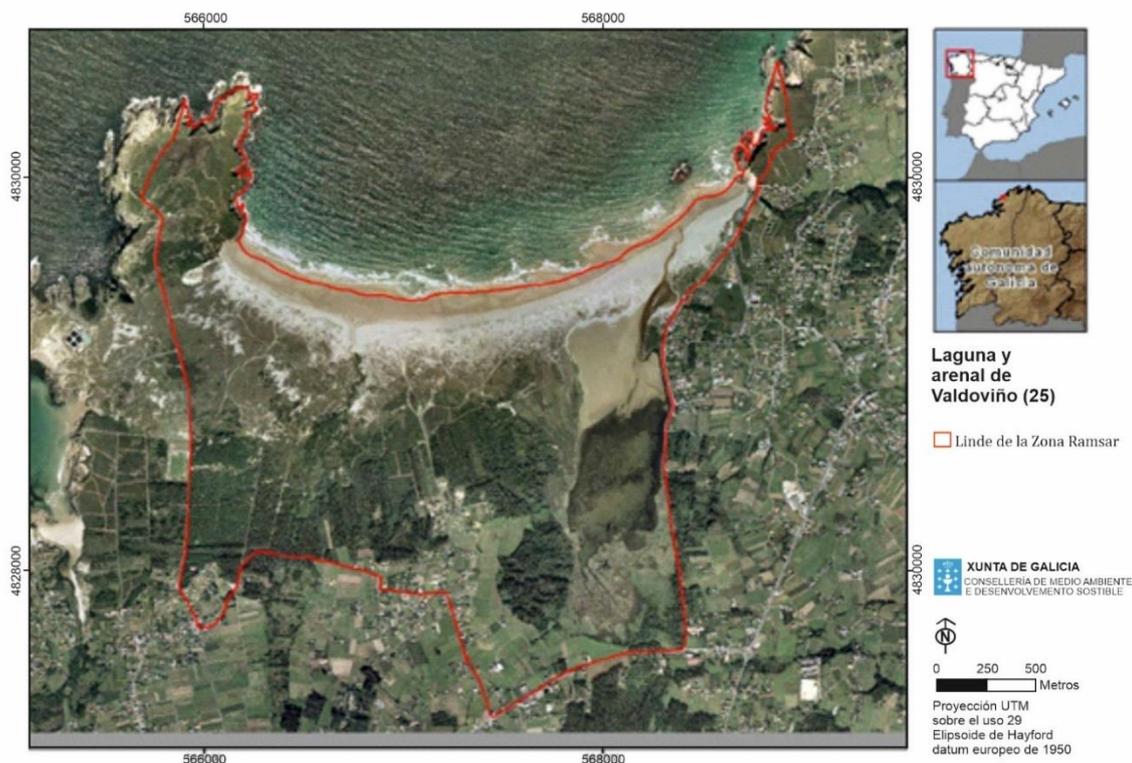


Figura 1. Localización y límites Ramsar de la laguna y el arenal de Valdoviño. Fuente: Dirección Xeral de Conservación da Natureza (2007).

El espacio está incluido en la Red Natura 2000 de áreas protegidas (zona de especial protección para las aves [ZEPA] de la Costa de Ferrolterra-Valdoviño y zona de especial conservación [ZEC] de la Costa Ártabra). También forma parte de la Rede Galega de Espazos Protexidos, pues fue declarada zona húmeda protegida en el año 2004 y cuenta con la declaración de zona de especial protección de los valores naturales (ZEPVN). Además, con carácter internacional, es considerada zona húmeda de importancia internacional por el Convenio de Ramsar desde el año 1992.

No obstante, a pesar de su relevancia y singularidad, este espacio está sometido a importantes presiones, principalmente las derivadas de la proximidad de la laguna con el medio urbano y de la intervención del ser humano, tales como los sucesivos intentos de desecación a comienzos del siglo XX, la destrucción parcial de la barrera litoral debido a la extracción de áridos, la presión agrícola y forestal con especies alóctonas, el desarrollo urbanístico descontrolado, la construcción del paseo marítimo alrededor de la laguna, la apertura de esta de manera artificial, y la construcción de barreras contra la marea negra (Asociación Ecolóxica Verdegaiá, 2015; Asociación para a Defensa Ecolóxica de Galicia [Adega], 2011; Dirección Xeral de Conservación da Natureza, 2014; Muñiz, 2012; Sociedade Galega de Historia Natural, 2017).

El Ayuntamiento de Valdoviño tiene un marcado carácter turístico estacional, especialmente apoyado en un sistema litoral formado por numerosas playas, entre ellas la de A Frouxeira. Por ello, su población –6.753 habitantes– llega hasta los 20.000 habitantes en los meses de verano (Núñez y Bruquetas, 2010). Mas poco se sabe sobre la afluencia turística en el área protegida de Valdoviño, ya que, hasta donde nosotros sabemos, no existe documentación o información de detalle sobre este tema.

Por primera vez en la temporada estival del año 2013 –y solo en ese año– se compatibilizaron la prestación de información turística con la recogida de algunos datos sobre los visitantes, contabilizándose en 1.152 los visitantes atendidos en la oficina en el período comprendido entre el 25 de junio y el 31 de agosto de 2103, en su gran mayoría españoles. Por ello, el conocimiento es muy fragmentario, está falto de continuidad en el tiempo y, en general, es insuficiente para conocer el número de visitantes que recibe Valdoviño y cuáles son sus características y las de las estancias que realizan.

No obstante, el turismo de verano principalmente, pero también el de fin de semana, ha provocado un cambio muy importante en la economía de Valdoviño, pues ha favorecido la instalación de establecimientos turísticos (restaurantes, bares, campings, etc.) necesarios para satisfacer la demanda de una población que aumenta en la época estival. Las empresas de servicios son las de mayor actividad, contando con dos hoteles, una pensión, dos establecimientos de turismo rural, tres zonas de acampada regulada y veinticinco viviendas de uso turístico. Estos establecimientos se completan con 61 actividades de restauración y bares (Instituto Galego de Estatística [IGE], 2019).

Además, el gran desarrollo de la construcción ha supuesto la consolidación de Valdoviño como zona de segunda residencia y veraneo de Ferrol y de su entorno. Este hecho ha provocado el aumento en el número de viviendas, especialmente en la década de los años setenta, con un gran peso específico de las viviendas secundarias, que suponen el 43% del total (IGE, 2011).

Pero aunque el turismo se presenta como una de las alternativas más favorables para el uso económico de este espacio natural, su afluencia masiva en la época estival comporta una serie de problemas como pueden ser, entre otros, los siguientes:

1. Aparcamiento y tránsito de vehículos dentro del espacio protegido. Este hecho genera compactación, erradicación de la vegetación, fragmentación del hábitat, desplazamiento de la fauna, aportación de contaminantes, ruidos, humos o ampliación de zonas denudadas.
2. Presencia desordenada del turismo. Las variaciones de población que experimenta el municipio con la llegada de segundos residentes y visitantes en determinados períodos del año constituyen un aspecto relevante de la realidad local, a la vez que suponen un reto considerable desde el punto de vista de la planificación y gestión municipal. Ese incremento interfiere sobre el funcionamiento y cobertura que los recursos y servicios del municipio ofrecen a sus habitantes. Tal y como explican Pearce y Turner (1995): “existe el peligro de que los niveles de utilización lleven a la congestión y subsiguiente deterioro de la calidad del recurso en cuanto se exceda la capacidad de sostenibilidad del área”.

3. Pisadas provocadas por el tránsito de personas por las dunas y por otras zonas fuera de los senderos establecidos.
4. Práctica de determinados deportes como *kitesurf*, *kite buggy* y otros que provocan un impacto directo sobre las aves y su bienestar.

En definitiva, este espacio cuenta con ciertos enclaves que presentan una destacada función recreativa, propiciada por sus especiales cualidades naturales y de accesibilidad, por lo que resulta ineludible estimar el valor que los ciudadanos le asignan como un elemento clave para su gestión.

3. Metodología

La valoración de bienes y servicios para los que no existe mercado se puede realizar mediante técnicas indirectas y directas. En el primer caso, destacan los métodos del coste del viaje o desplazamiento y el de los precios hedónicos; y en el segundo, el método de valoración contingente (MVC). La aplicación de estos métodos se fundamenta en que la ausencia de valoración de estos recursos puede llevar a su sobreexplotación o a un uso inadecuado; no obstante, si esos bienes muestran un precio se hará un uso más eficiente de ellos (Samos y Bernabéu, 2011).

El MVC es el empleado en este estudio por los siguientes motivos: es el único método capaz de estimar valores de no uso (legado y existencia); permite realizar valoraciones *ex ante*; en cada estudio se diseña el escenario de valoración de forma específica, permitiendo proponer fácilmente una amplia variedad de estados y condiciones para su aplicación (García y Colina, 2004).

Para realizar la estimación de la valoración económica de un espacio natural mediante el MVC, es preciso averiguar el valor que las personas conceden a un determinado recurso natural preguntándose, es decir, creando un mercado hipotético para un bien de no mercado. En la aplicación de este método se han de seguir una serie de fases. Se debe definir el bien de que se trata, la población objetivo, los elementos de simulación del mercado, el tipo de entrevista, el tamaño de la muestra, la redacción del cuestionario, realizar las entrevistas, analizar las respuestas y presentar e interpretar los resultados.

La aplicación del MVC en este estudio ha tenido como objetivo averiguar lo que estarían dispuestos a pagar los visitantes del espacio natural de Valdoviño por el uso recreativo de este bien natural (valor de uso).

Este método se puede aplicar a la gran mayoría de los casos de valoración de bienes y servicios naturales de una forma sencilla; sin embargo, también presenta limitaciones. Así, las estimaciones provenientes del método de valoración contingente tienden a ser altamente sensibles al diseño y formulación de los escenarios y a las preguntas de valoración y, por tanto, muy susceptibles de verse afectadas por distintos tipos de desviaciones. Algunos de ellos están relacionados con el tamaño de la muestra, la modalidad de la entrevista, la percepción incorrecta del contexto, las pistas implícitas para la evaluación, la definición imprecisa de los derechos de propiedad, la posibilidad de elegir entre la disposición a pagar o la disposición a ser compensado, comportamientos intencionados, etcétera (Martínez, Pulido y Moral, 2018). Estas desviaciones potenciales pueden ser minimizadas con un cuidadoso diseño del cuestionario (Prada, 2001).

El cuestionario empleado en esta investigación se ha elaborado revisando otros trabajos de investigación (Alfaro, 2006; Lee, 2009; Mmopelwa, Kgathi y Molefhe, 2007; Prada, 2001), así como teniendo en cuenta los resultados de la investigación en el ámbito de valoración de bienes públicos. Además, con anterioridad al trabajo de campo se ha realizado un pretest a algunos visitantes de Valdoviño elegidos aleatoriamente. En general, la fase de prueba ha funcionado de manera satisfactoria, por lo que no se han hecho grandes modificaciones al cuestionario original.

En este trabajo se ha seleccionado una muestra aleatoria entre los visitantes del espacio natural. Se han realizado 160 entrevistas personales a visitantes del espacio natural de la laguna y arenal de Valdoviño durante los meses de julio y agosto, por ser esta la época en que se concentra el mayor número de

visitantes. El tamaño muestral es similar a los tamaños de muestra usados en otros estudios españoles similares (Castillo, Sayadi y Ceña, 2008; Hidalgo e Hidalgo, 2016; Urzainqui, De Andrés y Judez, 2002).

El cuestionario definitivo, que aparece en el Anexo, está estructurado en cinco grupos de preguntas para obtener información sobre las siguientes cuestiones: 1) experiencia previa del turista en el área protegida; 2) características de la visita, motivaciones y actividades realizadas; 3) conocimiento real que se tiene sobre el lugar, así como la satisfacción obtenida; 4) percepción del pago de una entrada y de la restricción del acceso al lugar; y 5) características del encuestado, información demográfica y socioeconómica sobre los visitantes.

La función principal del cuarto grupo de preguntas era obtener información para el método de valoración contingente. En primer lugar, se pregunta al entrevistado por la forma más adecuada de financiación del área protegida para, a continuación, formular la pregunta que recoge la disposición al pago.

Para preguntar sobre la DAP, se ha utilizado el formato de pregunta cerrada con seguimiento (Hannemann, Loomis y Kannien, 1991; Hausman, 1993; Prada, 2001). Después de una respuesta positiva a una cuantía A (1 €), se ha repetido la misma pregunta con una cuantía mayor A_u (2 €). Si la respuesta a la cuantía A (1 €) era negativa, se repetía la misma pregunta con una cantidad menor A_d (0,50 €). Con este formato ha sido posible detectar algunos encuestados que tienen un comportamiento estratégico: si cree que es real que debe pagar en un futuro, disminuye la valoración del bien ambiental, y viceversa (Osorio y Correa, 2004). En general, es difícil librarse por completo de esta desviación, pero los análisis realizados hasta la fecha de su significación parecen probar que es poco relevante en las respuestas finales y que el formato cerrado lo minimiza (Prada, 2001). Con el objetivo de diferenciar las verdaderas respuestas “no” a la cantidad propuesta de las respuestas “protesta” se pide al entrevistado que indique el motivo de esta negativa, escogiendo entre las categorías siguientes: pagaría menos de lo propuesto, desconfía del uso del dinero, no da valor a la zona y no le importa que se produzca un deterioro, cree que el acceso debería ser gratuito, o bien no cree que la Administración deje de actuar sobre el espacio natural.

En el proceso de elección de los precios se ha optado por un rango de precios suficiente (1, 2 y 0,50 €) que facilitase la tarea del entrevistado al delimitar su DAP y, a la vez, que tratase de evitar el problema del anclaje (*anchoring*) a un solo precio indicativo que podría condicionar la decisión de las personas indecisas.

Una vez determinada la percepción que tenían los encuestados acerca del cobro de una entrada, hemos tratado de identificar las variables que condicionaban la DAP de los visitantes. Este examen se ha realizado en tres fases que se exponen a continuación: a) análisis de correlaciones bivariadas, con el objetivo de evaluar la influencia que ejerce la satisfacción obtenida sobre la DAP; b) contraste de hipótesis de independencia de las variables seleccionadas utilizando el estadístico Chi cuadrado de Pearson, para ver cuáles de estas explican la DAP y en qué medida lo hacen; y c) contraste mediante ANOVA del grado de influencia de las variables socioeconómicas sobre la DAP. El procesamiento y análisis estadístico de la información obtenida en las encuestas se ha realizado mediante el paquete estadístico SPSS 15.0 (Statistical Package for the Social Sciences).

4. Análisis de resultados y discusión

4.1. Características de los visitantes y de la visita

En primer lugar se han determinado las características socioeconómicas de los visitantes. El 32,5% de ellos tienen una edad comprendida entre los 31 y los 40 años y estudios universitarios; el 55% son mujeres; un 60% son trabajadores por cuenta ajena; y tienen una renta familiar media en torno a los 2.000 €.

En cuanto a las características de las visitas destacan, en los resultados finalmente obtenidos, las que se hacen más de 15 veces, con una duración de medio día, desde el domicilio habitual y en vehículo propio, siendo el flujo prácticamente en su totalidad turístico-recreativo.

La probabilidad de repetición de la visita se asocia con la proximidad geográfica y se reduce intensamente para los visitantes no gallegos. Así, los visitantes de A Coruña, con un 45,4% del total, son los que han visitado el lugar más de 15 veces, del mismo modo que son los del área más próxima los que realizan visitas más prolongadas.

4.2. Análisis de la disposición al pago de los visitantes

En segundo lugar se ha analizado la disposición a pagar de los visitantes por la entrada al espacio natural protegido de Valdoviño; asimismo, se han contrastado algunas de las conclusiones obtenidas con investigaciones anteriores relativas al objeto de estudio.

La primera conclusión es que la DAP por disfrutar de este bien ambiental, distribuida en tres categorías, como se ha explicado anteriormente, es negativa (Tabla 1). Así pues, en lo que respecta a la DAP de 1 € el 57,5% de los individuos encuestados declara que no estaría dispuesto a pagar esa cantidad, mientras que un 41,3% de los sujetos sí lo estarían.

Tabla 1. Análisis descriptivo de la DAP entre los visitantes

	DAP 1 €		DAP 2 €			DAP 0,50 €		
	Sí	No	Sí	No	No DAP 1 €	Sí	No	DAP 2 €
Frecuencia	66	92	22	47	88	54	81	23
Porcentaje	41,3	57,5	13,8	29,4	55,0	33,8	50,06	14,4

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, cabe señalar que un 55% de los individuos ha respondido negativamente a la cuantía de 1 €, por lo que, siguiendo el formato de pregunta cerrada con seguimiento, ya no han sido preguntados sobre su DAP de 2 €. Puede concluirse que la DAP de 2 € por parte de los sujetos que componen la muestra es negativa, con tan solo un 29,4% que afirma estar dispuesto a satisfacer esa cantidad. Por último, la DAP de 0,50 € es negativa en el caso del 50,06% de los sujetos, que declara que no pagaría la cuantía propuesta, frente a un 33,8% que sí lo haría.

El examen de los motivos por los que los sujetos que componen la muestra han contestado negativamente a la pregunta de valoración se pone de manifiesto en la Tabla 2. El principal motivo de los entrevistados para rechazar el pago propuesto es la creencia de que el acceso debe ser gratuito. Las respuestas protesta se han identificado con respuestas del tipo: "no cree que la Administración deje de actuar", seguida de "pagaría menos de lo propuesto".

Se ha estudiado también cuál sería para los visitantes la forma más adecuada de financiar el coste de conservación del área protegida. El análisis descriptivo señala el predominio de los sujetos que opinan que los usuarios no deberían pagar nada (65%), y que todo el dinero proceda de la Administración (Tabla 3).

Tabla 2. Análisis descriptivo de los motivos de una DAP negativa

Variables	Porcentaje
Pagaría menos de lo propuesto	1,3
Desconfía del uso del dinero	11,9
Cree que el acceso debería ser gratuito	41,3
No cree que la Administración deje de actuar	1,3
Otros	3,8
Sí está dispuesto a pagar	39,4
NS/NC	1,3

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Forma más adecuada de financiación del coste de conservación del ENP

VARIABLES	Porcentaje
Que lo paguen solo los usuarios con una entrada	9,4
Que no pague nada el usuario y que todo proceda de la Administración como hasta ahora	65,0
Que lo paguen todos los usuarios y no usuarios con un impuesto para espacios naturales	3,1
Que el dinero proceda de la Administración y los usuarios	19,4
Otros	3,1

Fuente: elaboración propia.

Por tanto, atendiendo a los motivos de la negativa de los encuestados a la pregunta de valoración y a cuál entienden que es la forma más adecuada de financiación, puede concluirse que los sujetos que componen la muestra consideran el pago de una entrada como algo negativo, como la “privatización de un bien público” y no como un medio de financiar la conservación de esta área. Ello puede ser debido al desconocimiento general que existe sobre este ENP, ya que un 68,8% de los encuestados afirma no conocer que este es uno de los ecosistemas de mayor singularidad y diversidad de Galicia, con seis figuras legales de protección –un 85% es incapaz de nombrar alguna de estas figuras–.

Una vez determinada la percepción que tienen los encuestados acerca del cobro de una entrada para acceder a la laguna y al arenal de Valdoviño, pasamos a identificar las variables que condicionan la DAP de los visitantes.

En este contexto, Lindberg (1991) señala los siguientes factores como aquellos que pueden influir en la DAP en parques y áreas protegidas, y que deben ser incluidos en los estudios de valoración contingente: el deseo de ver, visitar y proteger un determinado espacio; la calidad del viaje y el cumplimiento de las expectativas; los ingresos, la edad y el nivel educativo; y, por último, la existencia de bienes sustitutivos.

No obstante, tras la revisión de la literatura que versa sobre el método de valoración contingente y el estudio de numerosos casos prácticos, cabe resaltar que muchas otras variables pueden influir sobre la DAP. Así, por ejemplo, el conocimiento sobre el bien o la satisfacción obtenida por el visitante pueden tener a menudo un efecto significativo sobre la DAP (Dharmaratne, Sang y Walling, 2000; García y Colina, 2004; Kiami, Allahyari y Kavooosi-Kalashami, 2016; López y Pulido, 2014; López-Mosquera y Sánchez, 2011; Samos y Bernabéu, 2011; Togridou, Hovardas y Pantis, 2006; Wasantha, 2016).

De acuerdo con ello, se han seleccionado las variables que se presentan en la Tabla 4 como las más significativas para, a continuación, proceder a su análisis con el fin de identificar aquellas que realmente condicionan la DAP de los visitantes encuestados y la medida en que lo hacen.

Tabla 4. Variables explicativas de la DAP

Variable	Descripción
Satisfacción	Nivel de satisfacción de 1 a 7 que le ha producido la visita.
Frecuencia	Variable discreta que indica el número de visitas que ha realizado a Valdoviño.
Duración	Variable discreta que indica el tiempo que ha permanecido en Valdoviño.
Distancia	Variable dicotómica que indica si el visitante realiza la visita desde su domicilio habitual.
Conocimiento	Variable discreta que indica el nivel de información/conocimiento del ENP.
Motivos	Variable discreta que indica el motivo por el que el visitante no tendría DAP.
Gastos	Gastos previstos del visitante en cinco categorías ascendentes.
Sexo	Variable dicotómica que indica el género del visitante.
Edad	Edad del visitante en seis categorías ascendentes.
Renta	Renta familiar mensual del visitante en 3 categorías ascendentes (media estimada 2.000 € brutos).
Ocupación	Actividad laboral del visitante: asalariado, estudiante, empresario, jubilado, trabajadora del hogar y otras situaciones.
Nivel estudios	Variable discreta que indica el nivel educativo en cinco categorías.
Procedencia	Variable discreta que indica la procedencia de los visitantes.

Fuente: elaboración propia.

4.2.1. Estimación de la influencia de la satisfacción sobre la DAP

A continuación, presentamos el análisis de correlaciones bivariadas que hemos realizado con el objetivo de evaluar la influencia de la satisfacción sobre la DAP de los visitantes de Valdoviño.

Algunos autores, como Del Saz y Suárez (1998), García y Colina (2004) o López-Mosquera y Sánchez (2011), han estudiado la influencia de determinados valores psicológicos, como la satisfacción, en la valoración económica de bienes naturales. Cronin, Brady y Hult (2000) o Farré (2003) han demostrado que cuanto mayor haya sido el grado de satisfacción obtenido por el usuario, mayor sería su DAP y, por tanto, mayor sería su valoración del espacio analizado. Bigné, Andreu y Gnoth (2005) también han encontrado una relación positiva entre la satisfacción y la valoración que el visitante concedía al bien.

Los datos obtenidos respecto de la variable satisfacción indican que no existe ningún efecto estadísticamente significativo de esta sobre ninguna de las tres DAP objeto de estudio: DAP 2 € ($R=-0,010$; sig.=0,902), seguida de la DAP 1 € ($R=-0,043$; sig.=0,541) y de la DAP 0,50 € ($R=-0,067$; sig.=0,398). Por tanto, para el espacio analizado en esta investigación la satisfacción no ha resultado ser una variable significativa, al igual que ha ocurrido en estudios anteriores (García y Colina, 2004; Judez, Urzainqui y De Andrés, 2004; Togridou et al., 2006).

4.2.2. Contraste de hipótesis de independencia de las variables seleccionadas

En este epígrafe se pretende interrelacionar determinados comportamientos y actitudes de los visitantes, así como características de la visita, con su valoración económica. Así pues, utilizando el estadístico Chi cuadrado de Pearson, se analiza la influencia sobre la DAP de las variables distancia, conocimiento, motivos, frecuencia, duración y gastos (Tabla 5).

Tabla 5. Resultados de las pruebas de Chi cuadrado

Variables	DAP 2 €	DAP 1 €	DAP 0,50 €
	Chi cuadrado (sig. asint.)	Chi cuadrado (sig. asint.)	Chi cuadrado (sig. asint.)
Distancia	6,666 (0,083)	6,665 (0,036)	4,794 (0,188)
Conocimiento	27,054 (0,008)	30,844 (0,000)	37,245 (0,000)
Motivos	216,635 (0,000)	257,165 (0,000)	289,765 (0,000)
Frecuencia	35,762 (0,000)	25,221 (0,001)	25,708 (0,012)
Duración	6,100 (0,730)	3,736 (0,712)	8,687 (0,467)
Gastos	15,520 (0,214)	9,909 (0,271)	18,163 (0,111)

Fuente: elaboración propia.

En primer lugar, se va a tratar de contrastar la relación entre la frecuencia de la visita y la valoración económica. Esta relación básica ha sido abordada por diferentes autores (Farré, 2003; López y Sánchez, 2011; Pérez-López y Roig, 2007), cuyas investigaciones han presentado resultados contrapuestos.

Así, en esta investigación la variable frecuencia de la visita se confirma como un factor determinante de la DAP: los valores de la prueba Chi cuadrado de Pearson son menores que 0,005 en las tres DAP objeto de estudio y, por tanto, se concluye que la frecuencia de uso influye negativamente en la DAP.

Se puede entender que las personas que visitan con mayor asiduidad un espacio natural son las que están dispuestas a pagar una menor cantidad de dinero, ya que el nivel de uso del espacio es mayor y ello generaría un coste diario o semanal que muchos no podrían asumir. De hecho, Pérez-López y Roig-Munar (2007) han concluido que los residentes de las zonas costeras muestran una menor DAP que los turistas, ya que los residentes son usuarios habituales del espacio y hacen un uso mayor del bien; sin embargo, para

los turistas las playas son un bien escaso, por lo que están dispuestos a pagar más dinero. Farré (2003) o López-Mosquera y Sánchez (2011) también han demostrado que el número de visitas a un espacio natural influye negativamente sobre la DAP.

A continuación, se estudia el efecto de la variable duración de la visita, en lo relativo a la cual estudios anteriores señalan que existe una mayor predisposición al pago conforme mayor es la estancia en el destino (López y Pulido, 2014). En el caso de Valdoviño, se acepta la hipótesis nula de independencia entre la DAP y la variable de duración de la visita, concluyéndose para este caso concreto que esta variable no influye sobre la DAP.

En cuanto a la variable distancia recorrida, los resultados del Chi cuadrado permiten aceptar su dependencia con respecto a la DAP de 1 € (sig. asint.=0,036), demostrándose así que el lugar desde el que se realiza la visita es un factor determinante de la DAP. En este caso, si se tiene en cuenta cómo ha sido definida esa variable, puede afirmarse que los individuos que recorren una menor distancia están menos dispuestos a aceptar el precio formulado que los individuos más distantes del parque. Este resultado ya fue obtenido por Del Saz y Suárez (1998), que concluyeron que cuanto más próximo reside uno del lugar, mayor será el número de visitas que realizará y, por tanto, querrá que se aplique un precio más bajo. Igual resultado ha obtenido Prada (2001) en su estudio sobre las Illas Cíes, donde se ha estimado que cuanto más se gasta para llegar al parque, más probable es que se conteste sí a una cierta cuantía.

Sobre los datos obtenidos por lo que respecta a la variable conocimiento, puede concretarse que es un factor determinante de la DAP, pues los resultados de significación asintótica son inferiores a 0,05 en las tres DAP. En este sentido, existen diversos estudios e informes (FAO, 2004; Farré, 2003; Lindberg, 1991; Samos y Bernabéu, 2011; Togridou et al., 2006) en los que se afirma que la DAP de los usuarios de ENP aumenta si se tiene mayor conocimiento de ellos, por lo que la DAP aumentaría con programas efectivos de educación ambiental.

Por lo que se refiere a los motivos por los que no se está dispuesto a pagar, los resultados revelan que el Chi cuadrado de Pearson muestra un nivel de significación menor que 0,05 en las tres DAP, lo que pone de manifiesto que los motivos de los visitantes son un factor explicativo de su DAP (un 41,3% de los visitantes cree que el acceso debería ser gratuito).

Por último, en el caso de los gastos previstos se acepta la hipótesis nula de independencia entre esa variable y las tres DAP, concluyéndose que en este caso la previsión de gastos no influye sobre la DAP. La relación entre el presupuesto para gastar y el gasto individual de los visitantes, de un lado, y la DAP, del otro, ha sido abordada en otros estudios. Así, por ejemplo, Arriaza, González, Ruiz y Cañas (2002) han encontrado una correlación positiva entre estas variables; o Robles (2012), quien ha determinado en su investigación sobre el Parque Nacional de Huatulco que cuando el presupuesto destinado para el viaje es mayor, las personas están dispuestas a pagar menos que si el presupuesto fuese menor.

4.2.3. Contraste mediante ANOVA del impacto de las variables socioeconómicas sobre la DAP de los visitantes de Valdoviño

Tras la revisión de la literatura sobre la valoración económica de los ENP, cabe resaltar que un gran número de investigaciones (Del Saz, 1996; García y Colina 2004; Lindberg, 1991; Togridou et al., 2006; Wasantha, 2016) considera la existencia de diferencias significativas en la DAP en función de los rasgos socioeconómicos de los usuarios.

Con el fin de analizar la influencia de las características socioeconómicas de los visitantes sobre la DAP se ha empleado la técnica de análisis de varianzas (ANOVA), cuya significación se ha comprobado a través del estadístico F y el nivel crítico asociado. A continuación se recogen los modelos ANOVA para cada una de las variables sociodemográficas objeto de análisis (renta, edad, nivel de estudios, ocupación y procedencia).

El análisis ANOVA permite afirmar con un nivel de confianza del 95% que existen diferencias significativas en las DAP 1 € ($F=3,641$; sig.=0,029) y 2 € ($F=3,365$; sig.=0,037) según la renta de los usuarios. Por tanto, puede afirmarse que la renta es un factor que influye en la DAP, lo que puede indicar que cuantos

más ingresos tiene el visitante encuestado, mayor es la probabilidad de que acepte el pago formulado o mayor es su DAP, tal y como explica la teoría económica (Del Saz y García, 2002; Farré, 2003; Wasantha, 2016) (Tabla 6).

Por otra parte, se confirma que no existe una diferencia significativa entre la DAP 0,50 € y el nivel de renta ($F=0,376$; sig.=0,687). La no significación de la variable renta en este caso puede ser debida a que el precio propuesto es muy bajo y, por tanto, el nivel de ingresos no es determinante al tomar la decisión de la DAP, tal y como ocurre en los resultados obtenidos por Samos y Bernabéu (2011).

Con respecto a la edad, los datos de la Tabla 7 ponen de manifiesto una influencia significativa de la edad sobre la DAP 1 € ($F=2,705$; sig.=0,016) y la DAP 2 € ($F=2,254$; sig.=0,041), en línea con estudios anteriores (Jorgensen, Wilson y Heberlein, 2001; López y Pulido, 2014).

Tabla 6. Resultados ANOVA según la renta de los visitantes

		Suma de cuadrados	Grados de libertad	Media cuadrática	<i>F</i>	Sig.
DAP 1 €	Intergrupos	1,806	2	0,903	3,641	0,029
	Intragrupos	37,938	153	0,248		
	Total	39,744	155			
DAP 2 €	Intergrupos	3,639	2	1,820	3,365	0,037
	Intragrupos	82,720	153	0,541		
	Total	86,359	155			
DAP 0,50 €	Intergrupos	0,367	2	0,183	0,376	0,687
	Intragrupos	74,608	153	0,488		
	Total	74,974	155			

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Resultados ANOVA según la edad de los visitantes

		Suma de cuadrados	Grados de libertad	Media cuadrática	<i>F</i>	Sig.
DAP 1 €	Intergrupos	4,066	6	0,678	2,705	0,016
	Intragrupos	38,334	153	0,251		
	Total	42,400	159			
DAP 2 €	Intergrupos	7,276	6	1,820	2,254	0,041
	Intragrupos	82,324	153	0,541		
	Total	89,600	159			
DAP 0,50 €	Intergrupos	2,550	6	0,183	0,835	0,545
	Intragrupos	77,894	153	0,488		
	Total	80,444	159			

Fuente: elaboración propia.

Asimismo, de los resultados de la Tabla 8 se deriva que la DAP no se ve nada influenciada por la variable nivel de estudios, ya que la significación es mayor que 0,005 en las tres DAP objeto de estudio, al igual que en García y Colina (2004) o en Shultz, Pinazzo y Cifuentes (1998), aunque la mayoría de los estudios muestran resultados contrarios y suelen establecer una relación positiva; es decir, a mayor nivel educativo mayor DAP (Schlöpfer y Bräuer, 2007; Wasantha, 2016), ya que estos individuos suelen ser más sensibles ante los problemas medioambientales (Del Saz y Suárez, 1998).

En lo referente a la relación entre la ocupación y la DAP de los visitantes, no existe relación estadísticamente significativa entre esta variable y las tres DAP (Tabla 9).

El análisis ANOVA que se muestra en la Tabla 10 confirma que, efectivamente, no existe diferencia significativa entre las medias de las DAP según la procedencia de los visitantes. Por tanto, se puede afirmar que la DAP no aumenta, pero tampoco disminuye, en función de la procedencia de los usuarios.

A continuación se considera la variable género, estudiada frecuentemente en valoración contingente. Algunos estudios encuentran diferencias significativas en la DAP en función del sexo (Jorgensen et al., 2001; Shultz et al., 1998), mientras que en otros estudios no (López y Pulido, 2014; Wasantha, 2016). En el caso de Valdoviño, la ANOVA permite afirmar con un nivel de confianza del 95% que no existen diferencias significativas en la DAP según el género de los visitantes (Tabla 11).

Tabla 8. Resultados ANOVA según el nivel de estudios de los visitantes

		Suma de cuadrados	Grados de libertad	Media cuadrática	F	Sig.
DAP 1 €	Intergrupos	0,404	4	0,101	0,389	0,816
	Intragrupos	39,672	153	0,259		
	Total	40,076	157			
DAP 2 €	Intergrupos	0,719	4	0,180	0,319	0,865
	Intragrupos	86,269	153	0,564		
	Total	86,987	157			
DAP 0,50 €	Intergrupos	2,360	4	0,590	1,242	0,296
	Intragrupos	72,678	153	0,475		
	Total	75,038	157			

Fuente: elaboración propia.

Tabla 9. Resultados ANOVA según la ocupación de los visitantes

		Suma de cuadrados	Grados de libertad	Media cuadrática	F	Sig.
DAP 1 €	Intergrupos	2,806	6	0,468	1,807	0,101
	Intragrupos	39,594	153	0,259		
	Total	42,400	159			
DAP 2 €	Intergrupos	4,285	6	0,714	1,281	0,269
	Intragrupos	85,315	153	0,558		
	Total	89,600	159			
DAP 0,50 €	Intergrupos	4,863	6	0,810	1,641	0,140
	Intragrupos	75,581	153	0,494		
	Total	80,444	159			

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10. Resultados ANOVA según la procedencia de los visitantes

		Suma de cuadrados	Grados de libertad	Media cuadrática	F	Sig.
DAP 1 €	Intergrupos	3,062	7	0,437	1,690	0,115
	Intragrupos	39,338	152	0,259		
	Total	42,400	159			
DAP 2 €	Intergrupos	4,511	7	0,650	1,162	0,328
	Intragrupos	85,049	152	0,560		
	Total	89,600	159			
DAP 0,50 €	Intergrupos	5,037	7	0,720	1,450	0,189
	Intragrupos	75,407	152	0,496		
	Total	80,444	159			

Fuente: elaboración propia.

Tabla 11. Resultados ANOVA según el género de los visitantes

		Suma de cuadrados	Grados de libertad	Media cuadrática	F	Sig.
DAP 1 €	Intergrupos	0,198	1	0,198	0,741	0,391
	Intragrupos	42,202	158	0,267		
	Total	42,400	159			
DAP 2 €	Intergrupos	0,009	1	0,009	0,016	0,899
	Intragrupos	89,591	158	0,567		
	Total	89,600	159			
DAP 0,50 €	Intergrupos	1,291	1	1,291	2,577	0,110
	Intragrupos	79,153	158	0,501		
	Total	80,444	159			

Fuente: elaboración propia.

El análisis de estudios de valoración contingente previos, así como de la literatura existente, hace que sorprenda que las variables explicativas de nivel de estudios y satisfacción no tengan relación estadísticamente significativa con la DAP. Según Shultz et al. (1998), ello puede ser debido a factores como, por ejemplo, la necesidad de tomar una muestra más general que incluya, además de los visitantes reales, los potenciales; la elección de pregunta dicotómica en la DAP; o que los encuestados no respondan con veracidad a las preguntas sobre su DAP.

5. Conclusiones

La valoración económica de los espacios naturales resulta de gran interés, ya que proporciona una valiosa información que puede ser utilizada en la toma de decisiones tanto relativas a las políticas de protección y conservación del medio ambiente como relacionadas con su uso recreativo por los visitantes. No obstante, esta valoración de bienes naturales no está exenta de dificultades, ya que se trata de unos bienes que carecen de mercado y, por consiguiente, su demanda social no queda explicitada a través de un precio de mercado.

Con el fin de paliar esta circunstancia se ha aplicado el método de valoración contingente y se ha propuesto a los visitantes de la laguna y el arenal de Valdoviño el pago de una entrada por acceder al lugar, para lo cual se ha empleado el formato de pregunta dicotómica cerrada con seguimiento donde se ofrecen tres opciones de pago: 0,50 €, 1 € y 2 €. A su vez, se han identificado y se han estudiado las variables que explican o condicionan esta DAP, y se ha obtenido que la frecuencia de la visita, la distancia recorrida y el conocimiento sobre el ENP son variables determinantes de la DAP. Del mismo modo, se ha encontrado que las variables socioeconómicas de renta y edad presentan una influencia significativa sobre la DAP.

Por lo que respecta a los motivos de la negativa de los encuestados a la pregunta de valoración¹ y a cuál entienden que es la forma más adecuada de financiación, puede concluirse que los sujetos que componen la muestra entienden el pago de una entrada como algo negativo, como la “privatización de un bien público” y no como un medio de financiar la conservación de esta área. Ello puede ser debido al desconocimiento general que existe sobre este ENP, ya que, como se ha mencionado anteriormente, un 68,8% de los encuestados afirma no conocer que este es uno de los ecosistemas de mayor singularidad y diversidad de Galicia, con seis figuras legales de protección y que un 85% es incapaz de nombrar alguna de tales figuras.

¹ Aunque los resultados obtenidos han resultado ser bastante satisfactorios, convendría abordar con mayor profundidad la medición de la DAP, quedando para una futura línea de investigación la realización de una encuesta a mayor escala, en la cual se amplíe el tamaño de la muestra (también no usuarios) y se sugieran diversas cuantías a pagar, con el objetivo de obtener la disposición a pagar media y establecer así el importe que se deberá atribuir en concepto de entrada al espacio.

Así, la solución que cabe formular podría ir en uno de estos sentidos:

- Dado que, como ya se ha indicado, el desconocimiento tanto del patrimonio natural en sí como de su importancia es uno de los problemas a los que se enfrenta la puesta en valor en el ámbito del turismo del ENP de Valdoviño, se propone intentar modificar las pautas de comportamiento del actual visitante, mejorando su conocimiento en materia de sostenibilidad, su conciencia ambiental y, consecuentemente, su solidaridad con el espacio natural hasta el punto de aumentar su DAP.
- O reposicionarse en el mercado, buscando segmentos de demanda que sí valoren los productos turísticos sostenibles que el espacio natural pudiera ofrecer tras este proceso, incidiendo principalmente en aspectos como la desestacionalización de las visitas, la prevención de episodios de masificación, la adecuación de infraestructuras o la diversificación de la oferta y los contenidos interpretativos, problemas todos ellos vinculados a la presencia desordenada del turismo en época estival en el ENP.

En cualquiera de los dos casos deben emprenderse acciones estratégicas dirigidas tanto a la oferta como a la demanda, incluyendo en el proceso todos los elementos propios del sistema turístico con capacidad de actuación y decisión (población local, tejido empresarial y el propio visitante-turista).

Resulta muy difícil cambiar las pautas de comportamiento adquiridas, pero para que la decisión y la elección del turista sea responsable es necesario que disponga de información relevante. En este sentido, la educación ambiental produce efectos positivos para los ENP, al ayudar a crear hábitos de comportamiento responsable y respetuoso con los recursos y valores naturales. Por tanto, los centros de información e interpretación pueden desempeñar un papel importante en los programas de educación ambiental, dado que se reconoce que su existencia incide positivamente en la conservación de los recursos naturales, ya que una visita al centro permite mejorar la calidad de la experiencia recreativa del visitante e inspirar un mayor aprecio por el recurso (Arcila y López, 2015).

Así, el destino debe, en primer lugar, ofrecer productos y servicios que realmente se basen en la filosofía de la sostenibilidad, pues esta puede ayudar a revalorizarlo como un lugar único, diferenciado y responsable. Y, finalmente, debe comunicarse el cambio de actitud a los visitantes actuales y potenciales. A este respecto es importante señalar que la introducción de tarifas nuevas es más fácil de aceptar cuando existe una intención clara de mejorar el servicio para los visitantes (Bengston y Fan, 2001; Bowker, Cordell y Johnson, 1999; Steckenreuter y Wolf, 2013). Por ello, tan importante como la obtención de fondos es su gestión, pues son muchas las ocasiones en que los sistemas de cobro no han proporcionado los beneficios esperados y han creado una gran insatisfacción entre los visitantes por una gestión deficiente de ellos (Muñoz y Benayas, 2012).

De hecho, diversos estudios indican que en países desarrollados unas tarifas modestas no influyen, por lo general, en el número de visitantes (Buckley, 2003; Ostergren, Solop y Hagen, 2005; Reynisdottir, Song y Agrusa, 2008). Por tanto, tal y como indica Buckley (2003), estas tarifas deberán ser utilizadas principalmente para adquirir ingresos para el ENP más que como instrumento de limitación de visitantes.

Anexo. Cuestionario utilizado

Buenos días/tardes, estoy realizando una investigación para la Universidad de A Coruña con el fin de estudiar el valor que tiene para los visitantes este espacio natural, así como conocer sus actividades y opiniones. Le garantizamos el anonimato y confidencialidad de sus respuestas.

PREGUNTAS INTRODUCTORIAS RELATIVAS A LA EXPERIENCIA PREVIA DEL TURISTA CON EL ÁREA PROTEGIDA

P1. ¿Es la primera vez que visita un espacio natural protegido?

A. Sí (pasar a P6)		B. No (pasar a P2)		C. Ns/Nc	
--------------------	--	--------------------	--	----------	--

P2. ¿Podría indicar cuál o cuáles? _____

P3. ¿Con qué frecuencia suele usted visitar espacios naturales?

A. Una vez al año	
B. De dos a cuatro veces al año	
C. Más de cuatro veces al año	
D. Otras	

P4. ¿Es esta su primera visita a Valdoviño?

A. Sí (pasar a P6)		B. No (pasar a P5)	
--------------------	--	--------------------	--

P5. ¿Cuántas veces aparte de esta ha estado antes? _____

VISITA A LA LAGUNA Y AL ARENAL DE VALDOVIÑO

P6. ¿Cuánto tiempo permanecerá en esta visita?

A. Medio día		B. Un día completo		C. Dos días		D. Tres días o más	
--------------	--	--------------------	--	-------------	--	--------------------	--

P7. ¿Cuál es el motivo principal por el que se encuentra en este lugar?

A. Interés cultural	
B. Interés de estudio/trabajo	
C. Interés gastronómico	
D. Interés naturalístico/ecoturístico	
E. Proximidad a la localidad de vacaciones	
F. Proximidad a la localidad de residencia	
G. Visitar a familiares y/o amigos	
H. Turismo de sol y playa	
I. Dar a conocer el lugar a amigos/familiares que no han estado	
J. Otros	

P8. ¿Podría decirme cuál de las siguientes actividades ha realizado durante su visita? (marque con una X la o las actividades que realice)

A. Disfrutar de la playa	
B. Observar/estudiar las aves y/o la vegetación	
C. Realizar senderismo	
D. Realizar deportes náuticos	
E. La fotografía	
F. Realizar cicloturismo	
G. Disfrutar de la gastronomía local	
H. Realizar deportes de aventura	
I. Otros	

P9. ¿Quién le ha acompañado en la realización de este viaje?

A. Solo	
B. En pareja	
C. Con familiares y/o amigos	
D. Compañeros de trabajo	
E. Grupo organizado	

P10. ¿Realiza la visita desde su domicilio habitual?

A. Sí (pasar a P12)		B. No (pasar a P11)	
---------------------	--	---------------------	--

P11. ¿En qué tipo de alojamiento se ha hospedado durante esta visita?

A. Hotel	
B. Camping	
C. Pensión	
D. Casa de familiares y/o amigos	
E. Casa alquilada	
F. Segunda residencia	

P12. ¿Qué medio de transporte ha utilizado para llegar al área protegida?

A. Caminando	
B. Autobús público	
C. Autocar (privado)	
D. Coche alquilado	
E. Vehículo particular	
F. Otros	

P13. ¿Puede estimar los gastos previstos durante su visita? (Consumo en bares, restaurantes, compra artículos locales, etc.) _____

PERCEPCIÓN SOBRE EL ÁREA PROTEGIDA

P14. Indique, por favor, a través de qué fuentes de información turística ha tenido conocimiento de este lugar

A. Agencia de viajes	
B. Amigos y/o familiares	
C. Catálogos de tour operadores	
D. Publicidad en medios masivos (prensa, radio, TV)	
E. Internet	
F. Guías turísticas	
G. Artículos, noticias, reportajes, documentales	

P15. ¿Sabe usted que la laguna y el arenal de Valdoviño es uno de los ecosistemas de mayor singularidad y diversidad de Galicia y que además posee seis figuras legales de protección como espacio natural?

A. Sí (pasar a P16)		B. No (pasar a P17)	
---------------------	--	---------------------	--

P16. ¿Podría indicar el nombre de alguna de las figuras de protección? _____

P17. Indique, por favor, qué valoración haría de los siguientes aspectos de la gestión actual (marque con una X la casilla que proceda teniendo en cuenta que 1=pésima y 7=excelente)

	1	2	3	4	5	6	7
A. Señalización de recursos para la visita (paneles informativos)							
B. Limpieza y servicios de la playa							
C. Oferta de restauración							
D. Oferta de alojamiento							
E. Infraestructuras de acceso							
F. Urbanismo en la zona protegida							
G. Demasiada gente en época estival							
H. Oferta de ocio							
I. Cuidado y protección de la laguna							
J. Cuidado y protección de las dunas y el arenal de A Frouxeira							
J. Educación ambiental							
K. Promoción e información turística							

P18. Indique, por favor, la opinión que tiene respecto de la satisfacción obtenida con su visita (marque con una X la que proceda teniendo en cuenta que 1=totalmente insatisfecho; 7=totalmente satisfecho)

Grado de satisfacción con mi visita al área protegida de Valdoviño	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

P19. ¿Tiene usted intención de regresar y/o de recomendar este lugar?

A. Sí		B. No		C. Ns/Nc	
-------	--	-------	--	----------	--

PERCEPCIÓN SOBRE EL PAGO DE UNA ENTRADA Y RESTRICCIÓN DE ACCESO

P20. ¿Cuál le parece la forma más adecuada de financiación del coste de conservación del área protegida?

A. Que lo paguen solo los usuarios con una entrada	
B. Que no pague nada el usuario y todo proceda de la Administración como hasta ahora	
C. Que lo paguen todos los usuarios y no usuarios con un impuesto para espacios naturales	
D. Que el dinero proceda de la Administración y los usuarios	
E. Otros	

P21. ¿Estaría dispuesto a pagar una entrada diaria de 1 € para acceder al área?

A. Sí (pasar a P22)		B. No (pasar a P23)	
---------------------	--	---------------------	--

P22. ¿Pagaría una entrada diaria de 2 €?

A. Sí (pasar a P25)		B. No (pasar a P23)	
---------------------	--	---------------------	--

P23. ¿Pagaría una entrada diaria de 0,50 €?

A. Sí (pasar a P25)		B. No (pasar a P24)	
---------------------	--	---------------------	--

P24. ¿Podría decirme algún motivo por el que no está dispuesto a pagar?

A. Pagaría menos de lo propuesto	
B. Desconfía del uso del dinero	
C. No da valor a la zona, no le importa que se produzca un deterioro	
D. Cree que el acceso debería ser gratuito	
E. No se cree que la Administración deje de actuar	
F. Otros	

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Y SOCIOECONÓMICA

Sus respuestas son anónimas, pero necesitamos valorarlas en relación con algunas de sus características personales. Por ello, podría decirme...

P25. Sexo

A. Mujer		B. Hombre	
----------	--	-----------	--

P26. Edad

A. Menor de 18 años	
B. Entre 18 y 30 años	
C. Entre 31 y 40 años	
D. Entre 41 y 50 años	
E. Entre 51 y 60 años	
F. Mayor de 61 años	

P27. Lugar de procedencia

A. País	
B. Comunidad Autónoma	
C. Provincia	

P28. Ocupación

A. Estudiante	B. Jubilado	C. Desempleado
D. Trabajador por cuenta propia	E. Trabajador por cuenta ajena	F. Tareas del hogar

P29. Nivel de estudios

A. Primarios	B. Secundaria	C. FP	D. Universitarios	E. Sin estudios
--------------	---------------	-------	-------------------	-----------------

P30. Renta familiar mensual (media estimada en 2.000 € brutos)

A. Por debajo de la media
B. Similar a la media
C. Por encima de la media

Bibliografía

- Adega. (2011). *O humidal de Valdoviño: crónica dunha deconstrución planificada pola Xunta e o Ministerio*. Santiago de Compostela: Asociación para a Defensa Ecolóxica de Galiza. Recuperado de <http://adega.gal/info/090121joomla/novas-adega-ferrolterra/671-o-humidal-de-valdovino-cronica-dunha-deconstrucion-planificada-pola-xunta-e-o-ministerio>
- Alfaro García, E. (2006). La satisfacción del turista en España. Un análisis de los estudios Familiar y Frontur. *Estudios Turísticos*, 168, 47-59. Recuperado de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-168-2006-pag49-59-97138.pdf>
- Arcila, M., y López, J. A. (2015). Los centros de interpretación como motor de desarrollo turístico local, ¿un modelo fracasado? El caso de la provincia de Cádiz. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 67, 143-165. DOI: <https://doi.org/10.21138/bage.1821>
- Arriaza, M., González, J., Ruiz, P., y Cañas, J. A. (2002). Determinación del valor de uso de cinco espacios naturales protegidos de Córdoba y Jaén. *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 196, 153-172. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=326387>
- Asociación Ecoloxista Verdegaiá. (2015). *Demandamos a retirada do plano de conservación da Frouxeira por obedecer a intereses particulares e partidistas*. Santiago de Compostela: Asociación Ecoloxista Verdegaiá. Recuperado de <http://www.verdegaiá.org/wp/demandamos-a-retirada-do-plano-de-conservacion-da-frouxeira-por-obedecer-a-intereses-particulares-e-partidistas/>
- Barbier, E. B., Acreman, M., y Duncan, K. (1997). *Valoración económica de los humedales. Guía para decisores y planificadores*. Gland, Suiza: Oficina de la Convención Ramsar. Recuperado de https://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/pdf/lib/lib_valuation_s.pdf
- Bengston, D. N., y Fan, D. P. (2001). Trends in attitudes toward the recreational fee demonstration program on the national forests: A computer content analysis approach. *Journal of Park & Recreation Administration*, 19(4), 1-21. Recuperado de <https://js.sagamorepub.com/jpra/article/view/1559>
- Bigné, E., Andreu, L., y Gnoth, J. (2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), 833-844. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.05.006>
- Bowker, J. M., Cordell, H. K., y Johnson, C. Y. (1999). User fees for recreational services on public lands: A national assessment. *Journal of Park & Recreation Administration*, 17(3), 1-14. Recuperado de <https://www.fs.usda.gov/treearch/pubs/1372>
- Buckley, R. (2003). Pay to play in parks: An Australian policy perspective on visitor fees in public protected areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(1), 56-73. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669580308667193>
- Calderón, L. M. (2008). *Evaluación de la presencia de perros (Canis familiaris) en humedales de la Sabana de Bogotá (Colombia) y su efecto potencial sobre la fauna silvestre*. (Tesis de pregrado). Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes. Recuperado de http://oab.ambientebogota.gov.co/?post_type=dlm_download&p=3959
- Castillo, M. E., Sayadi Gmada, S., y Ceña Delgado, F. (2008). El valor del uso recreativo del Parque Natural Sierra de María-Los Vélez (Almería). *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 8(2), 49-72. DOI: <https://doi.org/10.7201/earn.2008.02.03>
- Cebrián Abellán, A. (2011). El turismo de naturaleza en Murcia: la región de los cien humedales. *Cuadernos de Turismo* (27), 183-204. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/139831>

- Cronin, J. J., Brady, M. K., y Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(00)00028-2)
- De Groot, R., Stuip, M. A. M., Finlayson, C. M., y Davidson, N. (2007). Valoración de humedales. Lineamientos para valorar los beneficios derivados de los servicios de los ecosistemas de humedales. *Informe Técnico de Ramsar*, 3. Gland, Suiza: Secretaría de la Convención de Ramsar / Montreal, Québec, Canadá: Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica. Recuperado de https://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/pdf/lib/lib_rtr03_s.pdf
- Dharmaratne, G. S., Sang, F. Y., y Walling, L. J. (2000). Tourism potentials for financing protected areas. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 590-610. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00109-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00109-7)
- Dirección Xeral de Conservación da Natureza. (2007). *Ficha Informativa Ramsar (FIR)*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- Dirección Xeral de Conservación da Natureza (2014). *Plan de conservación do humidal protexido "Lagoa e Areal de Valdoviño"*. Informe de Sustentabilidade Ambiental. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- FAO. (2004). *Payment schemes for environmental services in watersheds-Sistemas de pago por servicios ambientales en cuencas hidrográficas*. Rome, Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/006/y5305b/y5305b00.htm#Contents>
- Farré, M. (2003). El valor del uso recreativo de los espacios naturales protegidos. Una aplicación de los métodos de valoración contingente y del coste del viaje. *Estudios de Economía Aplicada*, 21(2), 297-320. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=652982>
- García, L., y Colina, A. (2004). Métodos directos e indirectos en la valoración económica de bienes ambientales. Aplicación al valor de uso recreativo del Parque Natural de Somiedo. *Estudios de Economía Aplicada*, 22(3), 811-838. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1067582>
- González, R. (2011). Los humedales están de celebración. *Aves y Naturaleza*, 6, 8-10. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3660343>
- Hanemann, M., Loomis, J., y Kanninen, B. (1991). Statistical efficiency of double-bounded dichotomous choice contingent valuation. *American Journal of Agricultural Economics*, 73(4), 1255-1263. DOI: <https://doi.org/10.2307/1242453>
- Hausman, J. A. (Ed.). (1993). *Contingent valuation: A critical assessment*. Amsterdam, Netherlands: North Holland.
- Hidalgo Fernández, A., e Hidalgo Fernández, R. (2016). Lagunas de Zoñar y del Rincón (Córdoba, España). Aproximación a su valor recreativo. *Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada*, 55(1), 309-331. Recuperado de <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/3201/0>
- IGE. (2011). *Vivendas por municipios segundo o tipo de vivanda*. Santiago de Compostela: Instituto Galego de Estatística. Recuperado de <http://www.ige.eu/igebdt/selector.jsp?COD=5619&paxina=001&c=0304004>
- IGE. (2019). *Aloxamentos turísticos*. Santiago de Compostela: Instituto Galego de Estatística. Recuperado de <http://www.ige.eu/igebdt/esq.jsp?idioma=gl&paxina=002&ruta=ve-rEjes.jsp?COD=1826&M=1&S=9913:15087&RET=>
- Jiménez, L. M. (2007). Hacia la sostenibilidad turística en España. *Estudios Turísticos*, 172-173, 73-79. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2546829>
- Jorgensen, B. S., Wilson, M. A., y Heberlein, T. A. (2001). Fairness in the contingent valuation of environmental public goods: attitude toward paying for environmental improvements at two levels of scope. *Ecological Economics*, 36, 133-148. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(00\)00210-X](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(00)00210-X)
- Judez Asensio, L., Urzainqui Miqueleiz, E., y Andrés Gómez de Barreda, R. de. (2003). Método de valoración contingente en espacios naturales protegidos. En J. Martínez Vega y M. A. Martín Lou (Eds.), *Métodos para la planificación de espacios naturales protegidos*. Madrid: CSIC.
- Kiami, F., Allahyari M. S., y Kavooosi-Kalashami, M. (2016). An investigation on the recreational value of Masouleh Village, Iran. *Tourism Planning & Development*, 13(1), 111-119. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1076508>
- Lee, T. H. (2009). A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists. *Leisure Sciences*, 31(3), 215-236. DOI: <https://doi.org/10.1080/01490400902837787>
- Lindberg, K. (1991). *Policies maximizing nature tourism's ecological and economic benefits*. Washington, DC: World Resources Institute. Recuperado de http://pdf.wri.org/policiesmaximizingnaturetourism_bw.pdf
- López, Y., y Pulido, J. I. (2014). Factores determinantes de la disposición a pagar por un destino más sostenible. El caso de la costa del sol occidental. *Cuadernos de Turismo*, 33, 199-231. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4649325>

- López-Mosquera, N., y Sánchez, M. (2011). The influence of personal values in the economic-use valuation of peri-urban green spaces: An application of the means-end chain theory. *Tourism Management*, 32, 875-889. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.08.003>
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor: Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 193(785). DOI: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Martínez, C., Pulido, J. I., y Moral, E. (2018). El turismo cultural en la ciudad de Jaén: la disposición a pagar por marroquies bajos. *Boletín: Instituto de Estudios Giennenses*, 218, 11-42. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6961174>
- Mmopelwa, G., Kgathi, D.L., y Molefhe, L. (2007). Tourists' perceptions and their willingness to pay for park fees: A case study of self-drive tourists and clients for mobile tour operators in Moremi Game Reserve, Botswana. *Tourism Management*, 28(4), 1044-1056. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.08.014>
- Muñiz, X. A. (2012). Humidal da Frouxeira. Víctima da negligencia da Administración. *Cerna: Revista Galega de Ecoloxía e Medio Ambiente*, 67, 19-21. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3958204>
- Muñoz, M., y Benayas, J. (2012). *El uso público en la Red de Parques Nacionales de España. Una propuesta de evaluación*. Madrid: Organismo Autónomo de Parques Nacionales. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=560158>
- Núñez, L. A., y Bruquetas, A. (11 de xullo de 2010). Cinco municipios de la zona captan en verano más de 50.000 habitantes. *La Voz de Galicia*. Recuperado de http://www.lavozdeg Galicia.es/ferrol/2010/07/11/0003_8604037.htm
- Osorio, J. D., y Correa, F. J. (2004). Valoración económica de costos ambientales: marco conceptual y métodos de estimación. *Semestre Económico*, 7(13), 159-196. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929569>
- Osorio, J. D., y Correa, F. J. (2009). Un análisis de la aplicación empírica del método de valoración contingente. *Semestre Económico*, 12 (25), 11-30. Recuperado de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/272>
- Ostergren, D., Solop, F. I., y Hagen, K. K. (2005). National park service fees: Value for the money or a barrier to visitation? *Journal of Park and Recreation Administration*, 23(1), 18-36. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/228666340_National_Park_Service_fees_Value_for_the_money_or_a_barrier_to_visitation
- Pearce, D. W., y Turner, R. K. (1995). *Economía de los recursos naturales y del medio ambiente*. Madrid: Celeste.
- Pérez-López, M., y Roig-Munar, F. X. (2007). Valoración económica de los sistemas arenosos de Menorca: una contribución a la revalorización de la geomorfología litoral. En L. Gómez y J. Fornós. J. (Eds.), *Investigaciones recientes (2005-2007) en Geomorfología Litoral* (pp. 123-128). Palma de Mallorca: Impresrapit. Recuperado de http://digital.csic.es/bitstream/10261/14761/1/2007_Geomorfologia%20litoral_CostaBlancoMartinezPerez_Evidencias%20de%20eventos%20Heinrich.PDF
- Prada, A. (Dir.). (2001). *Valoración económica del patrimonio natural*. A Coruña: Instituto de Estudios Económicos, Fundación Pedro Barrié de la Maza.
- Puignau, J. P. (1998). *Valoración económica en el uso de los recursos naturales y el medio ambiente*. Montevideo, Uruguay: IICA Biblioteca Venezuela-PROCISUR.
- Ramsar. (2018). *Perspectiva mundial sobre los humedales: Estado de los humedales del mundo y sus servicios a las personas*. Gland, Suiza: Secretaría de la Convención de Ramsar sobre los Humedales. Recuperado de <https://static1.squarespace.com/static/5b256c78e17ba335ea89fe1f/t/5b9ffde60e2e7277f629f8df/1537211926308/Ramsar+GWO.SPANISH.WE.B.pdf>
- Ramsar, y OMT. (2012). *Destino humedales: promoviendo el turismo sostenible*. Gland, Suiza: Secretaría de la Convención de Ramsar sobre los Humedales / Madrid: Organización Mundial del Turismo. Recuperado de https://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/pdf/cop11/tourism-publication/Ramsar_UNWTO_tourism_S_Sept2012.pdf
- Reynisdottir, M., Song, H., y Agrusa, J. (2008). Willingness to pay entrance fees to natural attractions: An Icelandic case study. *Tourism Management*, 29(6), 1076-1083. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.02.016>
- Robles, E. (2012). *Estudio del análisis social y económico de los servicios ambientales del sistema arrecifal coralino del Parque Nacional Huatulco*. Oaxaca, Oaxaca: Universidad del Mar.
- Samos, A., y Bernabéu, R. (2011). Valoración del uso recreativo del Parque Natural de los Calares del Mundo y de la Sima (Albacete, Castilla-La Mancha). *Forest Systems*, 20(2), 278-292. DOI: <https://doi.org/10.5424/fs/2011202-9216>

- Saz Salazar, S. del. (1996). *Valoración económica de espacios naturales: un fenómeno reciente*. Valencia: Universidad, Departamento de Economía Aplicada II. Recuperado de <http://www.ces.gva.es/pdf/conferencias/02/1.pdf>
- Saz, S. del., y Suárez, C. (1998). El valor de uso recreativo de espacios naturales protegidos. Aplicación del método de valoración contingente al Parque de L'Albufera. *Revista Española de Economía Agraria*, 182, 239-271. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=721695>
- Saz Salazar, S. del., y García Menéndez, L. (2002). Disposición a pagar versus disposición a ser compensado por mejoras medioambientales: evidencia empírica. En *IX Encuentro de Economía Pública, Hacienda y Medio Ambiente. Vigo, 7-8 de febrero de 2002*. Vigo: Universidade.
- Schläpfer, F., y Bräuer, I. (2007). Theoretical incentive properties of contingent valuation questions: Do they matter in the field? *Ecological Economics*, 62(3), 451-460. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2006.07.006>
- SEO/BirdLife (s.d.). *Proteger los humedales. Una respuesta al cambio climático*. Recuperado de https://www.seo.org/wp-content/uploads/tmp/docs/Cuaderno_Proteger_Humedales.pdf
- Shultz, S., Pinazzo, J., y Cifuentes, M. (1998). Opportunities and limitations of contingent valuation surveys to determine national park entrance fees: evidence from Costa Rica. *Environment and Development Economics*, 3, 131-149. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1355770X98000072>
- Steckenreuter, A., y Wolf, I. D. (2013). How to use persuasive communication to encourage visitors to pay park user fees. *Tourism Management*, 37, 58-70. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.01.010>
- Sociedade Galega de Historia Natural (2017). *Estado da natureza en Galicia: 2. Uso público dos espazos protexidos*. Santiago de Compostela: Sociedade Galega de Historia Natural. Recuperado de <https://sghn.org/estado-do-espazos-naturais-e-a-biodiversidade-en-galicia-2/>
- Tapper, R., Hails, S., Zavagli, M., y Cabrini, L. (2012). *Destino humedales. Apoyando el turismo sostenible*. Gland, Suiza: Secretaría de la Convención de Ramsar / Madrid: Organización Mundial del Turismo. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414703>
- Tarlombani, M. A. (2005). Turismo y sustentabilidad. Entre el discurso y la acción. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14, 222-242. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180713883002.pdf>
- TEEB. (2013). The economics of ecosystem and biodiversity for water and wetlands. London, England: Institute for European Environmental Policy (IEEP) / Gland, Switzerland: Ramsar Secretariat. Recuperado de http://www.ramsar.org/sites/default/files/documents/library/teeb_waterwetlands_report_2013.pdf
- Togridou, A., Hovardas, T., y Pantis, J. D. (2006). Determinants of visitors' willingness to pay for the National Marine Park of Zakynthos, Greece. *Ecological Economics*, 60(1), 308-319. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2005.12.006>
- Tomasini, D. (2008). Valoración económica del ambiente. En: L. Giuffré (Ed.), *Agrosistemas: impacto ambiental y sustentabilidad* (pp. 187-214). Buenos Aires, Argentina: Editorial Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de http://redbiblio.unne.edu.ar/pdf/0603-003697_1.pdf
- UNESCO WWAP. (2015). Programa Mundial de Evaluación de los Recursos Hídricos de las Naciones Unidas (United Nations World Water Assessment Programme). *The United Nations World Water Development Report 2015: Water for a Sustainable World*. Paris, France: UNESCO.
- Urzainqui Miqueleiz, E., Andrés Gómez de Barreda, M. R. de, y Júdez Asensio, L. (2002). Valoración económica de humedales. Valor del uso recreativo de las Tablas de Daimiel. Metodología y resultados. En R. Llamas y P. Brufao (Coords.), *Conflictos entre el desarrollo de las aguas subterráneas y la conservación de los humedales: aspectos legales, institucionales y económicos* (pp. 243-262). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=317>
- Wasantha, R. M. (2016). Willingness to pay for a novel visitor experience: ecotourism planning at Kawdulla National Park in Sri Lanka. *Tourism Planning & Development*, 13(1), 37-51. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1074095>