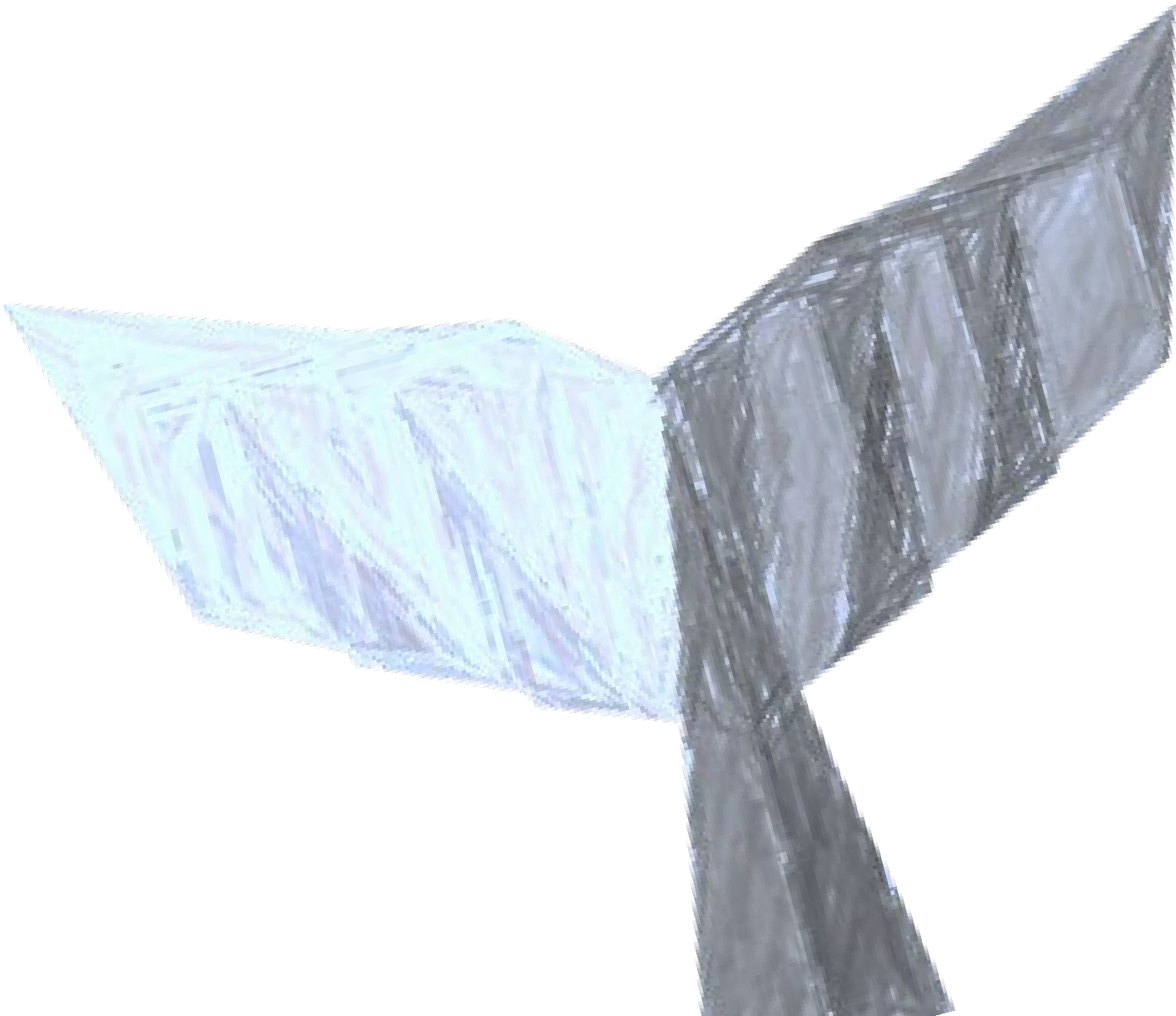
VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS EN LOS DESTINOS DE LA MACARONESIA.



AUTORES

Chaitanya Suárez Rojas[1], Yen E. Lam González[1], Matías M. González Hernández, José Boza Chirino, Javier de León Ledesma y Carmelo J. León (Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Económico Sostenible-TiDES).

COLABORADORES

Aketza Herrero (consultor privado), José Luis Guersi, Elvira Balguerías y Mónica Quesada (CETECIMA), Xavier Martínez (Nautic Ocean), Sergio Romero y Joan Manuel Jordana (MDK investigación de mercados), Javier Zaera (Dolphin & Whales), Lobosonda Madeira Whale Watching, Prazer do Mar, Museo da Baleia, Oceanemotion Azores Whale Watching, Norberto Diver, Espaço Talassa, Futurismo Azores Adventures, White Tenerife, Atlantic Eco Experience, Bonadea II, Neptuno Whale Experience Tenerife, Marítima Acantilados, Flipper Uno.

MAQUETACIÓN, EDICIÓN Y PUBLICACIÓN

Javier Macías (Canaest consultores).

CO-FINANCIADO POR

ISBN-13978-84-09-16324-3

Para citar este documento puede usar el siguiente formato:

Suárez-Rojas, C., Lam-González, Y. E., González Hernández, M. M., Boza Chirino, J., de León Ledesma, J. y León, C. J. Eds. (2019). *Valoración económica de la actividad de observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia*. Instituto Universitario TiDES-ULPGC. Proyecto MARCET (MAC 2014-202- ref. MAC//1.1b/149). 82 pp.

NOTA LEGAL

Financiado por la Primera Convocatoria del Programa Interreg-MAC 2014 – 2020, Fondos FEDER- UE, en el marco del Proyecto MARCET ¨Red Macaronésica de Transferencia de Conocimientos y Tecnologías Interregional y Multidisciplinar para proteger, vigilar y monitorizar los cetáceos y el medio marino, y analizar y explotar de forma sostenible la actividad Turística asociada¨ (MAC//1.1b/149).

El contenido de esta publicación proviene de los resultados de investigación llevados a cabo durante el Proyecto MARCET y tiene carácter no lucrativo.

[1] Contacto: chaitanyatides@gmail.com, yen.lam@ulpgc.es

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO **1**

INTRODUCCIÓN **5**

CAPÍTULO 1. LA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS A NIVEL MUNDIAL. *Javier de León Ledesma y Yen E. Lam González* **7**

1.1. Evolución del concepto de observación de cetáceos. 8
1.2. Situación del mercado turístico de observación de cetáceos. 9
1.3. El impacto de la actividad de observación de cetáceos. 11
1.4. Destinos y casos de éxito internacionales de observación de cetáceos. 13
1.5. La observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia. 16

CAPÍTULO 2. DISEÑO DEL ESTUDIO**.** *José Boza Chirino y Carmelo J. León.* **23**

2.1. Diseño del cuestionario y población objetivo. 24
2.2. Método de Elección Discreta - *Choice Experiment.* 25
2.3. Trabajo de campo y tratamiento de datos. 27

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS DE LAS MOTIVACIONES, PERCEPCIÓN, EMOCIONES Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS EN LA MACARONESIA**.** *Matías M. González Hernández y Chaitanya Suárez-Rojas* **29**

3.1. Perfil sociodemográfico y características del viaje. 30
3.2. Experiencia previa y principales motivos por los que el turista realizó la actividad en los destinos de estudio. 32
3.3. Percepción del turista respecto a la actividad de observación de cetáceos en la Macaronesia y actitudes sobre la gestión de la actividad. 35
3.4. Análisis de las emociones y satisfacción del turista de observación de cetáceos. 38

CAPÍTULO 4. PREFERENCIAS Y DISPOSICIÓN A PAGAR POR UNA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS MÁS AMBIENTAL Y SOCIALMENTE SOSTENIBLE EN LOS DESTINOS DE LA MACARONESIA. *Yen E. Lam-González* **41**

4.1. Perfil sociodemográfico y características del viaje. 42
4.2. Experiencia previa en la observación de cetáceos. 44
4.3. Opinión del turista respecto a actitudes sobre la gestión de la actividad de observación de cetáceos en la Macaronesia. 46
4.4. Preferencias y disposición a pagar por diferentes atributos de la actividad de observación de cetáceos, ambiental y socialmente más sostenibles. 47

CAPÍTULO 5. PREFERENCIAS Y DISPOSICIÓN A PAGAR POR LA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS ENTRE OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS**.** *Chaitanya Suárez –Rojas* **49**

5.1. Perfil sociodemográfico 50
5.2. Imagen y visita previa a los destinos de la Macaronesia. 50
5.3. Interés y experiencia previa en la realización de las actividades turísticas propuestas. 51
5.4. Preferencias y disposición a pagar por la actividad de observación de cetáceos, cuando se consideran también otras actividades turísticas. 56

PRINCIPALES CONCLUSIONES **58**

REFERENCIAS **60**

ANEXO I. Resultados del I Workshop con empresas y socios del proyecto MARCET **68**

ANEXO II. Resultados preliminares del cuestionario sobre el potencial de la actividad de observación de cetáceos**.** **74**

ANEXO III. Guía del Encuestador en destino **81**

RESUMEN EJECUTIVO

Esta publicación sobre la "Valoración económica de la actividad de observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia" ha sido realizada en el marco de acciones del Proyecto **MARCET-** *Red Macaronésica de Transferencia de Conocimientos y Tecnologías Interregional y Multidisciplinar para proteger, vigilar y monitorizar los cetáceos y el medio marino, y analizar y explotar de forma sostenible la actividad Turística asociada*.

Entre los objetivos de **MARCET** está caracterizar el estado actual del sector turístico de observación de cetáceos en la Macaronesia, a partir del estudio de la imagen, las preferencias del mercado actual y potencial, y las motivaciones de los turistas que realizan la actividad en los diferentes destinos; así como del análisis de los aspectos que influyen en su satisfacción. En este trabajo, además, se estima el valor económico de la actividad de observación de cetáceos. Con todo, se pretende proporcionar información actualizada que permita generar recomendaciones útiles para el sector empresarial, los turistas y los tomadores de decisiones, a fin de garantizar la sostenibilidad de la industria turística.

Este tipo de estudios es de gran utilidad para el desarrollo turístico de los archipiélagos de la Macaronesia (Canarias, Madeira, Azores y Cabo Verde); posicionados como principales destinos a nivel europeo e internacional de avistamiento de cetáceos, gracias a las condiciones oceanográficas que reúne esta región y a la posición biogeográfica que ocupa, que los hace idóneos para que estos grandes mamíferos habiten (Freitas et al., 2004; Pérez-Valazza et al., 2008; Reiner et al., 1996; Steiner et al., 2008).

Sin embargo, la popularidad del sector ha crecido a un ritmo mayor que el conocimiento científico de los impactos sobre los cetáceos y sus posibles efectos a largo plazo (Plasencia et al., 2001). Asimismo, qué valoran los usuarios de la experiencia de observación de cetáceos, sus motivaciones y los factores que contribuyen a su satisfacción general, también han sido aspectos poco estudiados (Bentz et al., 2016a; Orams, 2000).

La presente publicación parte de la definición de la actividad turística de observación de cetáceos, además de la delimitación del sector y sus usuarios, para facilitar el análisis. En este contexto, la observación de cetáceos queda explicada como la experiencia turística de avistar diferentes especies de ballenas, delfines y otra fauna marina asociada en su hábitat natural. Como actividad recreativa no consuntiva, la misma no sólo permite incrementar y diversificar los beneficios económicos directos e indirectos; sino que también pretende sensibilizar y transmitir conocimiento al turista; favorecer y justificar la conservación de los cetáceos, otras especies de interés y el medio marino y; apoyar las acciones de vigilancia, monitoreo y estudios de carácter científico (Corkeron, 2004; International Whaling Commission, 1994; Hoyt, 2001; 2002; Lambert et al., 2010; Kusuma-Mustika et al., 2013; Orams, 2002; Valentine & Birtles, 2004).

En la primera fase del análisis de valoración se realizó una revisión de la literatura sobre el crecimiento del sector a nivel internacional, los casos de éxito en diferentes contextos y el impacto de la actividad en los cetáceos y los turistas que la practican. También durante esta fase se organizó una jornada de trabajo con empresarios del sector y socios del Proyecto MARCET, lo que permitió acumular e interpretar evidencias empíricas en torno al tema objetivo. A este respecto, cabe precisar que, si bien la observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia se

desarrolla bajo diferentes condiciones ambientales, socioeconómicas y político-administrativas, y acoge usuarios con diferentes perfiles sociodemográficos; cabe señalar que, el problema relativo a la falta de inspección y vigilancia de la actividad es denominador común en todos los archipiélagos de la Región.

En la segunda fase (*Capítulo 2*) se llevó a cabo el diseño del estudio; delimitándose a partir de tres poblaciones objetivo: i) turistas en Canarias, Madeira y Azores que realizaron la actividad de observación de cetáceos; ii) turistas en las mismas regiones que no realizaron la actividad y; iii) población de Reino Unido, Alemania y Portugal (principales emisores de turistas a los destinos de la Macaronesia). Una vez definidas las poblaciones, se diseñaron tres cuestionarios, uno para cada grupo, para recopilar información sobre:

- Mercado actual.
  - Los motivos por los que el turista realiza la actividad de observación de cetáceos.
  - La experiencia previa del turista en la observación de cetáceos.
  - La importancia que otorga el turista a determinados aspectos de la actividad y su percepción sobre el cumplimiento de los mismos durante la experiencia.
  - El nivel de satisfacción y las emociones que le suscita la actividad.
  - Su opinión sobre la gestión de la actividad de observación de cetáceos.
  - Las preferencias y disposición a pagar por determinados atributos que contribuyen a la sostenibilidad del sector.
- Mercado potencial.
  - La imagen que la población tiene de las regiones de estudio.
  - El interés por realizar la actividad de observación de cetáceos y su experiencia previa.
  - Las preferencias por la actividad de observación de cetáceos frente a otro tipo de actividades turísticas.

Una vez finalizado el trabajo de campo, las respuestas de los cuestionarios fueron tabuladas y procesadas, lo que permitió construir tres bases de datos cuyo tratamiento estadístico se efectuó con los programas SPSS 25.0 y Stata 14. Se utilizó el análisis de frecuencia para identificar las diferencias regionales en cuanto al perfil de los encuestados. El análisis de varianza ANOVA se aplicó para contrastar la percepción de los turistas ante determinados aspectos relativos a la gestión de la actividad de observación de cetáceos, así como su satisfacción y las emociones que les suscita la experiencia. El análisis de Importancia- Rendimiento se empleó para comparar la importancia conferida a la actividad de observación de cetáceos y su nivel de cumplimiento durante el desarrollo de la misma. Por su parte, mediante la regresión logística mixta se analizaron las preferencias y se determina la disposición a pagar por la actividad de observación de cetáceos (turistas en destino) y por la actividad cuando se les dio a escoger entre diferentes actividades turísticas (población en origen).

El *Capítulo 3* contiene los resultados del análisis de motivaciones, percepción, emociones y satisfacción del turista de observación de cetáceos en la Macaronesia; se obtiene que los motivos por los que el turista realiza la actividad en los destinos de la Macaronesia, son diferentes. Mientras que en Azores y Madeira coinciden en que *querer ver cetáceos* o *considerarse amantes de la naturaleza, el mar y/o la fauna marina*, son sus principales motivos; en Canarias los turistas realizaron la actividad, principalmente, *porque se la recomendaron*.

Los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos en las islas/archipiélagos de la Macaronesia, sin diferencias regionales, opinan que es el gobierno el que tiene la obligación de regular dicha actividad y que, además, deberían existir Áreas Marinas Protegidas donde no se permita desarrollar la actividad. Por su parte, los turistas de Azores están más de acuerdo con cuestiones como que *parte del precio de la actividad debería destinarse a la protección de los cetáceos* o que *debe haber un número limitado de barcos alrededor de los animales*; siendo estos turistas los que están menos de acuerdo con que *la embarcación pueda acercarse lo máximo posible a los animales*. Por otro lado, que *pagar por la actividad deba garantizar ver ballenas* es un aspecto con el que los turistas de Tenerife están más de acuerdo que los turistas de los otros destinos.

Aquellos turistas que avistaron cetáceos en Gran Canaria, Tenerife, Madeira y Azores expresaron *alegría* y *fascinación* tras la experiencia y están, por lo general, bastante satisfechos con la actividad. Se pudo comprobar que la satisfacción del turista se ve influenciada por la edad, el género, las emociones que le suscita la actividad o, incluso, por determinados aspectos relacionados con la propia observación.

De acuerdo con los turistas en Madeira y Azores, el sector turístico-empresarial ha de concentrar sus esfuerzos de manera prioritaria en los aspectos educativos que se transmiten al cliente, como *cuáles son las medidas para proteger los cetáceos*, las *buenas prácticas que el sector empresarial implementa*, *cómo se pueden identificar las diferentes especies* o *qué papel han tenido los cetáceos en la cultura local*, entre otros. Por su parte, en Canarias, no sólo se consideran poco importantes para el turista, sino que tampoco se percibe que tengan un comportamiento adecuado en el destino (baja prioridad de actuación). Si bien se considera que la *comodidad en la embarcación* es un aspecto que se está trabajando adecuadamente en los destinos canarios (Gran Canaria y Tenerife), en Madeira y Azores se presenta como una exageración potencial (la percepción del comportamiento de este aspecto de la actividad es superior a la importancia que el turista le confiere). Disponer de *medidas de seguridad óptimas a bordo de la embarcación* o una *adecuada relación calidad- precio de la actividad*, son considerados elementos de la actividad que han de seguir trabajándose en esta línea en todos destinos de la Macaronesia.

El *Capítulo 4* recoge los resultados sobre las preferencias y disposición a pagar por una actividad de observación de cetáceos más ambiental y socialmente sostenible en los destinos de la Macaronesia. De este capítulo se extrae que los turistas que estaban de vacaciones en Canarias, Madeira y Azores, y que no realizaron la actividad de observación de cetáceos, coinciden en que *parte del precio de dicha actividad debería destinarse a la protección de los animales*. Asimismo, todos ellos coinciden en que debería existir un número de barcos limitado alrededor de los cetáceos durante la actividad. Por su parte, cabe resaltar que los de Azores son los que están menos de acuerdo con que los barcos deban acercarse lo máximo posible a los cetáceos para poder observarlos bien.

Se presentó a los turistas de los destinos de la Macaronesia un conjunto de escenarios hipotéticos donde se les pedía que escogiesen la alternativa que presentara su combinación preferida de atributos, los cuales se considera contribuyen al desarrollo de una actividad de observación de cetáceos más sostenible. De esta forma se obtuvo que la mayor disposición a pagar del turista por la actividad de observación de cetáceos se otorga si la actividad protege a los animales y

contribuye a reducir los impactos negativos (valor promedio de 59,50€), seguido de que la empresa que oferta la experiencia posea un *certificado de responsabilidad social* (36,75€). Siguiendo el orden de preferencias resultante, estos turistas también valoran que haya *poco tráfico marítimo* durante el desarrollo de la actividad, o que se realice un *seguimiento hidroacústico* para identificar los individuos/poblaciones de cetáceos. Por último, cabe destacar que los resultados no se ven influenciados por variables sociodemográficas como edad, género y nivel de estudios o haber realizado en alguna ocasión la actividad.

En el *Capítulo 5* se presentan las preferencias y disposición a pagar por la actividad de observación de cetáceos, cuando se consideran también otras actividades. En primer lugar, cabe señalar que los británicos, alemanes y portugueses encuestados tienen una imagen positiva del destino Islas Canarias; mientras que los de Portugal tienen una mejor imagen de los archipiélagos de Azores, Madeira y Cabo Verde, si se compara con la imagen que tienen británicos y alemanes.

Estos encuestados también indicaron su interés por realizar diferentes actividades turísticas, siendo los portugueses los que mostraron mayor interés por realizar la actividad de observación de cetáceos.

En este punto, la población de Reino Unido, Alemania y Portugal debía elegir la alternativa que representara su combinación preferida de actividades a realizar durante un viaje de 5 días a un destino costero. Como resultado se obtuvo que la *observación de cetáceos*, el *senderismo* y la *observación de estrellas* eran las tres actividades que, por orden de preferencia, realizaría la población de los diferentes mercados de origen encuestados. Así, por ejemplo, la disposición a pagar media si se pasa de no incluir a incluir la actividad de observación de cetáceos en el paquete vacacional, es de 51,00€. Estos resultados se ven influenciados por variables sociodemográficas como edad y nivel de estudios; siendo las personas jóvenes (18-34 años) y aquéllas con estudios universitarios/superiores las que más dispuestas están a elegir la opción de viajar, bajo las condiciones propuestas en cada alternativa.

Con todo, se puede concluir que, aunque el sector turístico de observación de cetáceos tiene potencial para seguir creciendo y presenta un conjunto de fortalezas en los diferentes archipiélagos de la Macaronesia; se debe trabajar para garantizar un correcto desarrollo y promoción de la actividad, sobre todo en temas como la educación y sensibilización del turista. Esto no sólo contribuirá elevar la satisfacción del turista, sino también a proteger los cetáceos y su hábitat, asegurar la actividad a largo plazo, mejorar la imagen y fidelización del sector e incrementar los beneficios económicos de la Macaronesia.

INTRODUCCIÓN

La **observación de cetáceos** se considera la actividad turística de naturaleza de más rápido crecimiento a nivel mundial (Buultjens, Ratnayke & Gnanapala, 2016; Rodger, Moore & Newsome, 2010); las características singulares de ballenas, delfines y otras especies de cetáceos han posicionado a estos animales como *imprescindibles* en la industria turística de observación de fauna silvestre (Valentine & Birtles, 2004).

La privilegiada situación de los archipiélagos de la Macaronesia (**Canarias, Madeira, Azores** y **Cabo Verde**) definen a la región como un punto caliente de biodiversidad que alberga más de 30 especies diferentes de cetáceos (Freitas, Dinis, Alves & Nóbrega, 2004; Pérez-Valazza et al., 2008; Reiner, Santos, Wenzel & Whale, 1996; Steiner, Silva, Zereba & Leal, 2008). Gracias a ello, Canarias y Azores son, a día de hoy, dos de los principales destinos internacionales de observación de cetáceos, junto con Estados Unidos, Canadá y Argentina (National Geographic España, 2016; SEO/BirdLife, 2016).

Si bien esta industria ha generado importantes beneficios para la economía local; más de dos décadas de investigación han demostrado que las interacciones humanas con los cetáceos afectan al comportamiento animal (Higham, Bejder & Lusseau, 2008). Además, el rápido crecimiento del sector conduce a una gestión poco adecuada de la propia actividad y a la ausencia o incumplimiento de los marcos regulatorios en torno a la misma (Agardy, 1993; Buultjens et al., 2016; Higham, Bejder & Williams, 2014; Marafa & Chau, 2016).

Asimismo, y a pesar de la existencia de una amplia investigación en torno a las motivaciones, percepción y satisfacción del turista de observación de cetáceos; lo que los visitantes valoran de esta experiencia y los factores que contribuyen a su satisfacción general, han sido menos estudiados (Bentz, Calado, Lopes & Dearden, 2016a).

Por este motivo, el presente estudio analiza los factores que determinan la satisfacción de los turistas que realizan la actividad de observación de cetáceos, así como sus motivaciones, preferencias y la imagen que tienen del sector. En esta investigación también se estima el valor económico de la actividad a partir de la opinión del turista actual y potencial. Para ello se parte de una extensa revisión de la literatura, se implementan cuestionarios y se realizan entrevistas a los turistas en los destinos de la Macaronesia y a la población de los principales mercados emisores de turistas a esta Región. Los resultados obtenidos representan una importante contribución en la medida que ofrecen información actualizada de esta industria turística y sirven de referencia al sector empresarial de observación de cetáceos. Este estudio, además, logra identificar las principales diferencias entre los archipiélagos analizados, lo que permitirá formular recomendaciones que contribuyan a la sostenibilidad de la actividad de observación de cetáceos en la Macaronesia.

CAPÍTULO 1.

LA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS A NIVEL MUNDIAL

Javier de León Ledesma y Yen E. Lam González

1.1. Evolución del concepto de observación de cetáceos.

Desde que en 1993 la Comisión Ballenera Internacional definiese formalmente la observación de cetáceos como "cualquier actividad empresarial comercial legítima que ofrece al público ver cetáceos en su hábitat natural" (International Whaling Commission, 1994), muchas han sido las definiciones construidas en torno a la misma.

Así es como Masters y Carter (1998) definieron el turismo de observación de cetáceos como "toda actividad turística con el objetivo principal de disfrutar, vigilar o estudiar estos mamíferos marinos". En esta definición los autores incluyeron no sólo la observación en su medio natural, sino también las visitas a acuarios.

Por su parte, Lawrence, Phillips y Hardy (1999) describieron la observación de cetáceos como una actividad comercial "especializada en llevar a turistas a observar diversos tipos de vida marina entre los que se incluyen delfines y ballenas", donde turismo y ecologismo se combinan, y donde se involucra a empresas privadas, gobiernos y grupos ambientalistas (Lawrence et al., 1999). Esta última cuestión también es citada *a posteriori* por otros autores (Corkeron, 2004; Lambert, Hunter, Pierce & MacLeod, 2010; Orams, 2002), los cuales indican que este segmento turístico, además de generar beneficios económicos, también contribuye a la educación ambiental y la investigación científica, al tiempo que se promueve a través de ONGs como alternativa económica a la caza de ballenas.

Hoyt (2001; 2002) completa la definición incluyendo que la observación de cetáceos en el hábitat natural marino no tiene por qué hacerse sólo desde una embarcación, sino que también puede disfrutarse nadando o buceando; o incluso desde el aire. Este autor también pone de relieve que el turismo de observación de cetáceos no es afín a un solo segmento turístico, sino que encaja en las definiciones de turismo marino, turismo de naturaleza, ecoturismo o en el grupo de actividades al aire libre y de aventura (Hoyt, 2001). En esta línea, Garrod y Fennell (2004) afirman que el término observación de cetáceos se utiliza para denotar un amplio abanico de actividades en las cuales "las personas interaccionan con varias especies de ballenas, delfines y marsopas, conocidas en su conjunto como cetáceos".

Valentine y Birtles (2004) van un paso más allá y crean una clasificación para el avistamiento de cetáceos, atendiendo al medio o plataforma desde donde se realice la observación; a saber, observación desde costa, desde una embarcación o desde el propio medio acuático, en el que se incluye el snorkel como actividad centrada en la observación de estos mamíferos marinos.

Por último, Lambert et al. (2010) puntualizan que el turismo de observación de cetáceos se define como "un sector pequeño basado en la naturaleza", más concretamente en especies carismáticas de megafauna marina (Kusuma-Mustika, Birtles, Everingham & Marsh, 2013; Lambert et al., 2010).

Atendiendo a todo lo anterior, en el marco de este estudio entendemos la **Observación de Cetáceos** como la experiencia turística de avistar diferentes especies de cetáceos y otra fauna marina asociada en su hábitat natural, la cual no sólo se presenta como una actividad recreativa no consuntiva, sino que también incrementa y diversifica los beneficios económicos directos e indirectos; sensibiliza y transmite conocimiento al turista; favorece y justifica la conservación de estas y otras especies de interés, así como del medio marino y; apoya las acciones de vigilancia, monitoreo y estudios de carácter científico (Corkeron, 2004; International Whaling Commission,

1994; Hoyt, 2001; 2002; Lambert et al., 2010; Kusuma-Mustika et al., 2013; Orams, 2002; Valentine & Birtles, 2004).

1.2. Situación del mercado turístico de observación de cetáceos.

La observación de cetáceos se ha conformado como uno de los segmentos turísticos de más rápido crecimiento en todo el mundo (Bentz, Lopes, Calado, & Dearden, 2016b; Buultjens et al., 2016; Rodger et al., 2010). A este respecto, se considera la moratoria sobre la caza comercial de ballenas, aprobada por la Comisión Ballenera Internacional en 1986, el acontecimiento que impulsó el crecimiento de esta industria turística (Chen, 2011; Lee, Mjelde, Kim, Lee & Choi, 2019; Silva, 2015). En consecuencia, entre 1987 y 1991 se iniciaba la observación de cetáceos en Costa Rica, Canarias, Azores, República Dominicana o Nueva Zelanda; mientras que crecía en otros destinos ya consolidados como Argentina, Sudáfrica o Canadá, fundamentada en una excursión en pequeños botes para avistar ballenas o delfines (Hoyt, 2002). A partir del año 1991, la actividad ya se promocionaba en 31 países y se desarrollaba en grandes embarcaciones más rápidas y cómodas que podían llevar a bordo hasta 400 pasajeros y; para el 2009, el número de países que ofertaba la observación de cetáceos se elevaba a 119 países y territorios de ultramar (Cunningham et al., 2012; Hoyt, 2002; Lee et al., 2019; O'Connor, Campbell, Cortez, & Knowles, 2009).

Todo ello se ha traducido en un incremento de la demanda en torno a los 13 millones de turistas a nivel internacional y en unos beneficios económicos que alcanzan los 2.000 millones de euros (Cisneros-Montemayor, Sumaila, Kaschner & Pauli, 2010).

Tabla 1. La observación de cetáceos a nivel mundial.

	OFERTA		DEMANDA	
	Nº países que ofertan la actividad		Nº observadores de cetáceos	
	1998	2008	1998	2008
África y Medio Este	13	22	1.552.250	1.361.330
Europa	18	22	418.332	828.115
Asia	13	20	215.465	1.055.781
Oceanía, Islas del Pacífico y Antártida	12	17	976.063	2.477.200
Norte América	4	4	5.500.654	6.256.277
Central América y Caribe	19	23	90.720	301.616
Latinoamérica	8	11	266.712	696.900
TOTAL:	**87**	**119**	**9.020.196**	**12.977.218**

Fuente: O'Connor et al., 2009.

Uno de los primeros estudios sobre el perfil del turista de observación de cetáceos se realizaba en California en 1987 (Tilt, 1987); posteriormente se ha analizado el perfil del turista de observación de cetáceos en diferentes destinos internacionales. Tal y como se puede comprobar en la **Tabla 2,** los datos muestran que las características de este segmento de turistas son similares

entre los diferentes destinos; es decir, mujeres de entre 30 y 50 años, con estudios superiores, que viajan en pareja o en familia por primera vez para realizar la actividad y que, por lo general, o su nivel de renta es elevado, o gastan en el destino una cantidad superior a la media (Bentz et al., 2016a; Orams, 2000; Parsons Warburton, Woods-Ballard, Hughes & Johnston, 2003; Tilt, 1987; Tkaczynski & Rundle-Thiele, 2018).

En lo que respecta a la nacionalidad, no queda bien definida en los estudios analizados, aunque sí se ha podido demostrar que esta variable da forma al tamaño de los mercados de observación de cetáceos e influencia la satisfacción de los turistas (Bentz et al., 2016a; Kusuma-Mustika et al., 2013). Por su parte, Bentz et al. (2016a) también apuntan que el género, nivel de educación o experiencia previa pueden determinar la satisfacción del observador.

Estos turistas son respetuosos con el medio ambiente y tienen interés en conservar la naturaleza (Bentz et al., 2016a; Tilt. 1987; Tkaczynski & Rundle-Thiele, 2018; Vieira, Santos, Silva & Lopes, 2018). Además, se ha podido identificar que la motivación de estos turistas no sólo se limita a la experiencia de observar cetáceos, sino que también tienen un gran interés en aprender sobre las ballenas y el ambiente marino (Tilt, 1987; Forestell & Kaufman, 1990; Orams, 2000).

Tabla 2. El perfil del turista de observación de cetáceos a nivel mundial.

Autor/es, año	Área de Estudio	Perfil del turista				
		Género	Edad	Nivel estudios	Nacionalidad	Nº visitas
Tilt, 1987	California (EEUU)	Mujer (63%)	33 años	Universitarios (79%)	---	---
Parsons et al., 2003a	Skye, Lochaber e Isla de Mull (Escocia)	Mujer (51,4%)	30-49 (48,5%)	Universitarios (62,9%)	UK (69,8%)	Primera (62%)
Finkler & Higham, 2004	Islas San Juan (EEUU)	Mujer (56%)	30-49 (50%)	Universitarios (65%)	EEUU (94%)	---
Parsons & Draheim, 2009	Bayahibe y La Romana (Rep. Dominicana)	Mujer (52,7%)	26-60 (71,8%)	---	Europa (68.9%), Norteamérica (22.0%).	---
Ballantyne et al., 2011	Queensland (Australia)	Mujer (71%)	> 50 años	---	---	Primera (95%)
Ávila-Foucat et al., 2013	Bahía Banderas (México)	Mujer (56%)	39 años	Universitarios (39%)	EEUU (40%), Mexico (36%)	Primera (65%)
Kusuma-Mustika et al., 2013	Bali (Indonesia)	Mujer (53,7%)	26-35 (38,5%)	Universitarios (75,0%)	Europa (69,8%)	Más de una
Jacobs & Harms, 2014	Tenerife (España)	Mujer (57%)	43 años	---	UK, Suecia, Dinamarca, Finlandia	Primera (71%)
Bach & Burton, 2017	Gascoyne (Australia)	Hombre (56.4%)	25- 34 (45%)	---	Australia, Nueva Zelanda, Europa	Primera
Kruger et al., 2018	Cabo Occidental (Sudáfrica)	Mujer (58%)	34 años	Universitarios (64%)	Sudáfrica, Alemania, EEUU, Suiza, UK	Primera

Autor/es, año	Área de Estudio	Perfil del turista				
		Género	Edad	Nivel estudios	Nacionalidad	Nº visitas
Vieira et al., 2018	San Miguel Terceira y Faial (Azores)	Mujer (51%)	35-64	Universitarios (67%)	Alemania, Portugal, Suecia, Dinamarca	Primera

1.3. El impacto de la actividad de observación de cetáceos.

Efectos directos sobre ballenas, delfines y otras especies de cetáceos.

La observación de cetáceos no es en sí misma una actividad que genere impactos negativos, de hecho, surgió como alternativa a la caza comercial de ballenas y delfines, y para contribuir de forma significativa a las labores de educación, conservación y sensibilización ambiental (Buultjens et al., 2016; Cisneros-Montemayor et al., 2010; Plasencia, Rodríguez, Herrera y Delgado, 2001).

La observación de cetáceos también se puede considerar como una valiosa plataforma de creación de oportunidades para recopilar datos sobre la distribución de los cetáceos o su comportamiento en las áreas donde se localizan. Así, por ejemplo, en destinos como el Golfo de Maine (EEUU) o en la Antártida, la asociación entre operadores turísticos e investigadores ha derivado en un elevado número de publicaciones científicas relevantes, no sólo para la ciencia, sino para los propios empresarios y responsables políticos (International Whaling Commission, 2019; Robbins & Mattila, 2000).

Sin embargo, el incremento en popularidad de este segmento turístico ha sido más rápido que los avances científicos que estudian los impactos sobre los mamíferos marinos (Plasencia et al., 2001). Asimismo, la investigación en este tema no se ha centrado en los posibles efectos que pueda generar la actividad a largo plazo, sino principalmente en comprender los efectos fisiológicos y de comportamiento a corto plazo que generan el acercamiento, el ruido o el número de embarcaciones cerca de los animales (Arias et al., 2018; Bach & Burton, 2017; Ballantyne et al., 2011; Buultjens, et al., 2016; Higham et al., 2008; Higham et al., 2014; International Whaling Commission, 2019; New et al., 2015; Orams, 2000; Parsons, 2012; Williams & Ashe, 2007).

Respecto al ruido que generan los motores de las embarcaciones, en la literatura científica se ha identificado que lleva a enmascarar la comunicación entre los individuos y a forzar y a ampliar la frecuencia de su vocalización. Estos efectos son especialmente graves en los cetáceos, ya que necesitan del sonido y la eco-localización para mantener sus vínculos sociales y alimentarse (International Whaling Commission, 2019; Jensen et al., 2009).

En Higham et al. (2014) se expone que los cambios de comportamiento para un individuo o para poblaciones enteras de ballenas, delfines u otros cetáceos dependen también de la frecuencia con que el grupo se expone a la actividad turística y el comportamiento fisiológico que en ese momento se vea interrumpido. Por ejemplo, aquellos animales que vieron repetidamente interrumpida su alimentación o descanso, sufrieron un aumento del gasto energético (Williams, Lusseau & Hammond, 2006).

A estos impactos directos se suman otros como la contaminación de mares y océanos, la presencia de residuos sólidos (principalmente de plásticos) o las capturas accidentales en redes de pesca;

efectos que contribuyen a la proliferación de enfermedades, lesiones o incluso la muerte de los cetáceos (Bach & Burton, 2017; Ballantyne et al., 2011).

Todos estos problemas no sólo tienen un efecto negativo en las poblaciones de ballenas o delfines, sino que también amenazan la sostenibilidad de la industria (Buultjens et al., 2016). En consecuencia, los destinos han introducido diferentes códigos de conducta, manuales, leyes, regulaciones o directrices dirigidas a garantizar una correcta y eficiente gestión de la actividad turística de observación de cetáceos y a proteger a los animales (Garrod & Fennell, 2004; Parsons, 2012). A este respecto, de entre las principales medidas aplicadas se identifican el establecimiento de distancias mínimas de aproximación, de zonas de velocidad y/o de amortiguamiento, de ángulos de aproximación o de control del ruido (Buultjens et al., 2016).

Efectos directos sobre los turistas.

Investigaciones previas han demostrado que la actividad de observación de cetáceos tiene un impacto directo sobre los propios observadores. Sin embargo, los aspectos que las personas valoran de esta experiencia, sus motivaciones y los factores que contribuyen a su satisfacción general han sido menos estudiados (Bentz et al., 2016a; Orams, 2000).

La educación y/o interpretación transmitida durante la actividad se configura como uno de los aspectos más importantes para alcanzar la satisfacción del turista tras la experiencia de haber avistado cetáceos (Bentz et al., 2016a; Kusuma-Mustika et al., 2013; Marschall, Granquist & Bruns, 2017; Orams, 2000, 2002). Estudios como el de Moscardo y Saltzer (2005) afirman que la relación entre el número de visitantes que creyeron haber aprendido sobre la vida silvestre durante la actividad y, su satisfacción general, es fundamental. Además, la educación no sólo contribuye a la satisfacción tras la experiencia, sino que también impacta positivamente en su comportamiento *a posteriori* (Ballantyne et al., 2011; Cisneros-Montemayor et al., 2013; Garrod & Fennell, 2004; Wilson & Tisdell, 2003; Zeppel & Muloin, 2007).

Por su parte, la distancia a los cetáceos, el tamaño, seguridad y número de personas a bordo de la embarcación, son aspectos que también determinan la satisfacción del turista (Bentz et al., 2016a; Kessler, Harcourt & Bradford, 2014; Orams, 2000; Valentine, Birtles, Curnock, Arnold & Dunstan, 2004). Así, por ejemplo, una travesía de mucho tiempo en mares agitados, muchos turistas en la embarcación o, incluso, una mala atención y comportamiento de la tripulación, podrían afectar a su satisfacción, así como a la imagen de la industria de observación de cetáceos (Buultjens et al., 2016; Kessler, et al., 2014; Orams, 2000).

Cabe resaltar que la satisfacción, como estado posterior a la experiencia de observación de cetáceos, no es un indicador unidimensional. Es por ello que las condiciones ambientales, el número y comportamiento de los animales o la conexión emocional (Kessler et al., 2014; Kusuma-Mustika et al., 2013) son elementos que también impactan en la experiencia. Sin embargo, éstos últimos escapan del control de los operadores turísticos (Orams, 2000).

Por otro lado, experiencias más interactivas como escuchar ballenas y/o delfines gracias a la inmersión de hidrófonos durante el avistamiento, ver simultáneamente en pantallas a los cetáceos o la opción de poder comprar *souvenirs,* son elementos que podrían agregar valor a la actividad y elevar la satisfacción del turista (Bentz et al., 2016a; Orams, 2010).

En otras palabras, para que la actividad de observación de cetáceos impacte positivamente en la satisfacción e imagen percibida de los turistas se ha de promover el buen desarrollo de la actividad desde todas las dimensiones de las que depende y a las que afecta esta industria (Garrod & Fennell, 2004; Orams, 2000; Parsons, 2012).

1.4. Destinos y casos de éxito internacionales de observación de cetáceos.

Durante décadas, se ha constatado que el sector turístico de observación de cetáceos provee considerables beneficios socioeconómicos (Garrod & Fennell, 2004). De hecho, el avistamiento de ballenas, delfines y otros cetáceos se ha convertido en el elemento vital de muchos destinos costeros, así como de otras tantas comunidades locales litorales de muchos países (Higham et al., 2014).

De entre los más de 119 destinos internacionales que ofertan la actividad de observación de cetáceos se destacan 10 principales (véase **Ilustración 1**), gracias a su largo bagaje y experiencia en la promoción y gestión de la actividad; así como por las especies que pueden ser observadas, la facilidad para su observación, o el número anual de avistamientos registrados (Hoyt, 2002; National Geographic España, 2016; SEO/BirdLife, 2016).

En Europa, si bien los visitantes, por lo general, no suelen pensar en ballenas y delfines cuando viajan a los diferentes destinos, sus aguas ofrecen una amplia variedad de oportunidades para la observación de cetáceos. Así, por ejemplo, además de destacar nuevamente Canarias y Azores, también Madeira, Dinamarca, Noruega, Islandia, Reino Unido e Irlanda, Italia, Alemania o Grecia son importantes destinos de avistamiento de cetáceos (Hoyt, 2003).

Respecto al éxito de un destino como referente turístico para la observación de cetáceos, diversos autores (Cater & Cater, 2007; Hoyt, 2007; International Whaling Commission, 2019b) destacan en primer lugar el caso de **Kaikoura, Nueva Zelanda,** área donde la actividad comenzó gracias a la asociación entre un investigador estadounidense y un pescador local maorí. A partir de 1960, la comunidad maorí sufrió una crisis económica como consecuencia del drástico descenso de las poblaciones de ballenas debido a la caza. Sin embargo, se recuperó gracias a la promoción de este segmento turístico, el cual ha pasado de 3.400 visitantes anuales, a más de 1 millón en tan solo 15 años. De entre los principales motivos de éxito se destacan la proximidad de las ballenas a la costa, la presencia de delfines la mayor parte del año, la oferta diversificada de la actividad y la amplia y adecuada oferta de los servicios turísticos convencionales. Además, en Kaikoura, la actividad está regulada y vigilada por el Departamento de Conservación neozelandés, quien aplica el principio de precaución, no emitiendo más permisos a las embarcaciones, regulando el número de viajes diarios y estableciendo un mínimo de condiciones (distancia, velocidad de la embarcación, etc.) (Cater & Cater, 2007; Hoyt, 2007; International Whaling Commission, 2019b). Con el objetivo de dar continuidad al éxito de este destino, en la actualidad existen estrategias que alientan a los operadores a incorporar elementos educativos más específicos y estructurados en sus recorridos, ya que el turista tiene el deseo de aprender más sobre los cetáceos y los requisitos para su conservación (Lück & Porter, 2019).

Otro de los destinos internacionales ejemplares para la observación de cetáceos es la **Reserva de la Biosfera El Vizcaíno, México** (Brenner et al., 2016; Hoyt, 2005; Hoyt, 2007); área que ha demostrado que los espacios protegidos tienen la capacidad de funcionar eficazmente en el

marco del ecoturismo marino y, sobre todo, en la protección de las ballenas grises (Hoyt, 2005, 2007). La actividad ha cobrado interés, llegando a recibir más de 18.000 turistas por temporada y a albergar el 85% del sector empresarial de observación de cetáceos mexicano. Si bien durante los inicios de la actividad no había suficiente control sobre el desarrollo de la misma, la administración pública ha logrado gradualmente regular el tráfico marítimo-recreativo. Asimismo, desde la década de los 90 también se ha logrado otorgar derechos exclusivos a las comunidades locales, se ha obligado a los operadores turísticos extranjeros a contratar barcos y guías locales y se han dictado medidas compensatorias debido a la prohibición impuesta a la pesca durante la temporada de avistamientos (Brenner et al., 2016). Todo ello permite que las partes interesadas se involucren mucho más en las actividades de gestión relacionadas con el turismo, generando un mayor sentido de empoderamiento (Agersted, 2006; Hoyt & Iñíguez, 2008). A pesar de todo, la actividad está lejos de ser la principal fuente de ingresos para la población local debido a su elevada estacionalidad (Agersted, 2006). Ello supone un reto importante para culminar el éxito de la observación de ballenas grises con alto valor para las comunidades de El Vizcaíno, mediante el uso de herramientas de planificación y marketing turístico (Agersted, 2006; Brenner et al., 2016; Hoyt & Iñíguez, 2008).

Por último, se destaca **Azores, Portugal**, como otro de los grandes referentes en el avistamiento de cetáceos (Neves-Graça, 2004; O'Connor et al., 2009; Silva, 2015; Vieira et al., 2018). Durante más de un siglo, Azores dependió de una economía de subsistencia basada en la industria ballenera, fundamentalmente del cachalote (Silva, 2015; Vieira et al., 2018). Por su parte, a principios de los 90, ya con las poblaciones de cachalotes mermadas y junto con el declive de la agricultura, el sector terciario logró posicionarse gracias a la iniciativa de un francés relacionado con la marina recreativa. En la actualidad, este sector está principalmente definido por el turismo basado en las ballenas, incluidas las actividades de observación de cetáceos y las representaciones culturales de la caza (Silva, 2015). Desde que se iniciase la actividad en 1987, se ha podido confirmar que la misma es una fuente generadora de ingresos y empleo alternativo a la caza, y que contribuye al crecimiento socioeconómico de Azores (O'Connor et al., 2009). No obstante, el sector vio la necesidad de regular la actividad con directrices sobre la distancia y ángulo de aproximación, sobre la duración de la interacción, número máximo de embarcaciones permitidos por grupo de animales, número máximo de licencias o incluso sobre el tamaño de los barcos (Silva, 2015; Vieira et al., 2018). Asimismo, el personal de las empresas de observación de cetáceos del archipiélago ha de cumplir con unos requisitos de formación mínimos para proporcionar información precisa sobre ecología, conservación, comportamiento de los cetáceos y el entorno que rodea a sus clientes (Vieira et al., 2018). El objetivo ahora es cómo determinar las condiciones bajo las cuales la observación de cetáceos podría volverse perjudicial para los animales y cómo asegurar una protección efectiva (Silva, 2015).

Ilustración 1. Los 10 principales destinos mundiales de observación de cetáceos.
Fuente: National Geographic, 2016.

1.5. La observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia.

La región de la Macaronesia (Canarias, Madeira, Azores y Cabo Verde) se define como una región que alberga una elevada biodiversidad y en donde confluyen más de 30 especies tropicales y subtropicales de cetáceos, con otras de aguas templadas. Las peculiaridades de las corrientes oceánicas, la alta productividad de sus aguas, su interacción con la plataforma continental africana y las características batimétricas de las islas, convierte a estos archipiélagos en grandes oasis en medio de rutas migratorias norte-sur, idóneas para que, los grandes mamíferos marinos, residentes o migratorios, se avituallen (Freitas et al., 2004; Pérez-Valazza et al., 2008; Reiner et al., 1996; Steiner et al., 2008). Todo ello ha permitido que la Macaronesia se considere uno de los principales puntos calientes para el desarrollo turístico de observación de cetáceos.

Canarias

En el caso de Canarias, el archipiélago se posiciona como destino privilegiado para la observación de cetáceos gracias a la riqueza, profundidad y temperatura de sus aguas. Desde cualquiera de las islas se organizan excursiones que se adentran en el océano en busca de cachalotes, calderones tropicales, delfines mulares, zifios, rorcuales o incluso ballenas jorobadas (National Geographic, 2019; Turismo de Canarias, 2015); y es que 26 es el número de especies diferentes de cetáceos identificadas en sus aguas (Plasencia et al., 2001).

La observación de cetáceos en las islas es garantía de éxito ya que muchas de las especies de cetáceos son residentes y habitan cerca de la costa. Esta ventaja, unido a las infraestructuras y capacidades existentes, han permitido al destino Canarias erigirse como el principal destino europeo en cuanto a número de personas que avistan cetáceos en su medio natural (Turismo de Canarias, 2015).

En la isla de Tenerife, más concretamente en el litoral suroeste (área que comprende las localidades de Los Cristianos, Los Gigantes y Playa de Las Américas), la observación de cetáceos concentra aproximadamente el 85% de los turistas en Canarias que realizan la actividad (O'Connor et al., 2009). Iniciada a principio de los 90, el avistamiento de cetáceos se ha convertido en un segmento rentable, con una evolución claramente ascendente; desde los 40.000 visitantes en el año 1991, hasta los 600.000 en 2018, con unos ingresos directos en este último año de 25 millones de euros, más de 400 millones si se considera el gasto total de los turistas durante su visita (Arechavaleta & Montero, 1997; Plasencia et al., 2001; Servidio, Elejabeitia, López-Yanes & Iani, 2002; Turismo de Tenerife; 2018). Estas cifras colocan a la isla tinerfeña en segundo lugar a nivel mundial en número de visitantes después de Estados Unidos; y en uno de los primeros en cuanto a número de avistamientos por horas y días al año, e ingresos directos se refiere (Servidio et al., 2002).

Por su parte, es en La Gomera, sur de Gran Canaria (en las localidades de Puerto Rico y Puerto Mogán), Lanzarote (en Puerto del Carmen y Puerto Calero) e incluso en el este de La Palma y en Fuerteventura donde se ha extendido esta actividad, aunque sin alcanzar las cifras de Tenerife (Martín & Urquiola, 2001; Servidio et al., 2002). En el caso concreto de Gran Canaria, cabe resaltar que, pese a ser la segunda en importancia, en la actualidad la lista de empresas que oficialmente se dedican de forma exclusiva al avistamiento de cetáceos es prácticamente despreciable; y es

que la oferta existente se basa en la realización de cruceros por el litoral y el chárter privado, fenómeno que también sucede en la isla de Lanzarote (Servidio & Elejabeitia, 2004).

Ilustración 2. Puntos más importantes para la observación de cetáceos en Canarias.

Si bien en la mayoría de las islas el tipo de viajes parece compartir las características del turismo a gran escala, es decir, viajes relativamente cortos (de no más de 2 horas por lo general), en embarcaciones tipo catamarán, económicos (a partir de los 25 € por adulto) y frecuentes (hasta cinco viajes por día); en La Gomera se presenta un escenario diferente, viajes con una duración de hasta cuatro horas, en embarcaciones más pequeñas y dedicados prácticamente en exclusiva a la observación de cetáceos (O'Connor et al., 2009).

Respecto al perfil del turista de observación de cetáceos, en la isla de La Gomera también existe una clara diferencia, tal y como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 3. Perfil del turista que observa cetáceos en Canarias.

	Canarias		
	Tenerife	**Gran Canaria**	**La Gomera**
Edad	21 - 30 años	21 - 30 años	30 – 49 años
Sexo	Mujer	Mujer	Hombre
Nacionalidad	UK, España, Alemania	Reino Unido	Alemania
Motivación	Observar cetáceos NO es el principal motivo	Observar cetáceos NO es el principal motivo	Observar cetáceos influye en su decisión de viajar
Experiencia previa	Ninguna	Ninguna	Experiencia previa en la observación de cetáceos

Fuente: Berrow, 2001; Luján, 2013; Servidio et al., 2002; Servidio & Elejabeita, 2004

Azores

El archipiélago de Azores es reconocido como otro de los principales destinos europeos e internacionales para la observación de cetáceos. En Azores se pueden avistar aproximadamente el 30% de las especies de cetáceos de todo el mundo, desde grandes ballenas como la ballena azul o el cachalote, hasta especies más pequeñas como la orca, el delfín pintado o el delfín mular (Neves-Graça, 2004; O'Connor et al., 2009; Silva, 2015; Vieira et al., 2018).

Desde que se iniciase la actividad turística en 1992, el turismo basado en el avistamiento de ballenas y delfines ha crecido en promedio más del 15% anual, pasando de 9.500 visitantes en 1998, a más de 54.000 en 2012 (Hoyt, 2003; O'Connor et al., 2009; Bentz, Lopes, Calado & Dearden, 2016c); y es que, según Bentz et al. (2016c), la observación de cetáceos en el archipiélago azoriano es reportada por el 12,5% de los turistas como el principal motivo para visitar las islas.

Esta industria turística se centra principalmente en São Miguel (concretamente en las localidades de Ponta Delgada y Vila Franca do Campo), isla que atrae aproximadamente el 60% de los observadores de cetáceos del archipiélago, seguido de Faial (en la localidad de Horta) y Pico (Lajes do Pico), que acogen en torno al 38% del mercado turístico. Cabe destacar que estas tres islas, Pico, Faial y São Miguel recibieron el 98% de los aproximadamente 59.000 observadores de ballenas registrados en el archipiélago en 2013 (Bentz et al., 2016c). Por su parte, en los últimos años también se ha detectado un crecimiento de la actividad en las islas de Terceira (Angra do Heroísmo y playa de Vitória), São Jorge y Graciosa (Bentz et al., 2016c; O'Connor et al., 2009).

Ilustración 3. Puntos más importantes para la observación de cetáceos en Azores.

Al igual que sucede en Canarias, el avistamiento de cetáceos se desarrolla durante todos los meses del año, aunque, por ejemplo, es en los meses de primavera cuando se pueden avistar ballenas azules. Por su parte, y a diferencia de Canarias, en Azores la actividad sí se oferta prácticamente en su totalidad por operadores especializados, ya sea desde una embarcación o desde la costa,

en torres llamadas vigías (O'Connor et al., 2009). En todo el archipiélago, en torno a 24 empresas de avistamiento de cetáceos ofrecen sus servicios. Algunas de estas empresas cuentan a bordo con guías científicos y técnicos vinculados a la Universidad de Azores. Asimismo, en Faial se ubica un centro dinámico de estudio y observación de cetáceos y en Pico se pueden visitar museos y centros etnográficos que muestran lo que fueran las artes tradicionales balleneras (Bentz et al., 2016c; Turismo de Portugal, 2013).

En lo que al desarrollo de la actividad se refiere, la observación de ballenas y delfines en Azores se asemeja a la ofrecida por los operadores de La Gomera; embarcaciones pequeñas, con viajes que duran entre 3 y 4 horas y dedicadas exclusivamente al avistamiento (O'Connor et al., 2009).

Por su parte, el turista que contrata esta actividad es principalmente mujer, de nacionalidad alemana, de entre 45 y 54 años, que considera que las prácticas ambientales son muy importantes (Vieira et al., 2018). Ver **Tabla 4***, perfil del turista que observa cetáceos en Azores, Madeira y Cabo Verd*e.

Madeira

Al igual que en los destinos anteriores, en el archipiélago de Madeira se puede observar alrededor del 35% de las especies de ballenas y delfines de todo el mundo, como por ejemplo el cachalote, el rorcual de Bryde, el calderón tropical y delfines como el común, el mular o el delfín pintado. Aunque Madeira no es tan conocido como sus destinos vecinos, la industria de observación de cetáceos en el archipiélago ha cobrado importancia y crecido significativamente (Hoyt, 2003; O'Connor et al., 2009). Según datos, de los 250 observadores registrados en 1998, la cifra ha aumentado hasta alcanzar los más de 59.000 en 2008 (Ferreira, 2008; O'Connor et al., 2009).

En Madeira, si bien la actividad existía y se ofertaba desde finales de la década de los 90, no es hasta el 2007 cuando se consolida la primera empresa dedicada específicamente a la actividad. De las aproximadamente 15 empresas exclusivas de observación de cetáceos (el resto de operadores de turismo náutico lo realizan de forma oportunista), prácticamente la mayoría se ubican en la isla de Madeira, concretamente en la localidad de Funchal. Por su parte, en la isla de Porto Santo, la actividad se promociona durante la temporada turística alta (Ferreira, 2008; Krasovskaya, 2017; O'Connor et al., 2009).

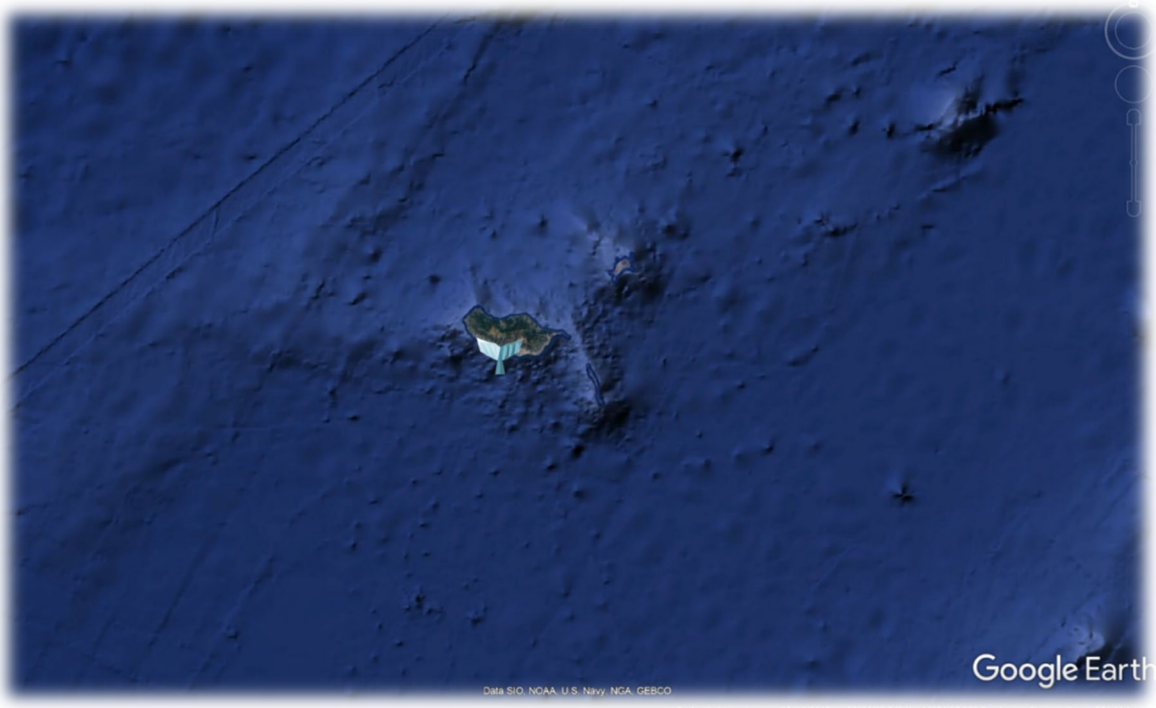


Ilustración 4. Punto más importante para la observación de cetáceos en Madeira.

Como sucede en Azores, el avistamiento de cetáceos en Madeira puede realizarse también desde tierra, aunque en este caso, los puntos terrestres son utilizados mayoritariamente por las propias empresas para localizar a los mamíferos marinos. En el archipiélago madeirense, las salidas se realizan por lo general en embarcaciones pequeñas y tienen una duración aproximada de entre 3-4 horas, aunque el tiempo de observación directa de los animales no excede los 30 minutos. En ocasiones, los operadores se desplazan a observar ballenas y delfines hasta Dessertas y Selvagens, islas próximas a las costas madeirenses, por lo que la actividad se extiende al día completo. Como también ocurre en Azores, las empresas de observación de cetáceos de Madeira cuentan a bordo con guías científicos o especializados en la materia (Ferreira, 2008; O´Connor et al., 2009).

Por otro lado, y en lo que a gestión empresarial se refiere, se destaca en el caso de Madeira que, en sus inicios, la observación de ballenas y delfines se regía por un código de conducta voluntario (Ferreira, 2008), hasta que oficialmente se reguló en el 2013 (Krasovskaya, 2017).

El turista que realiza el avistamiento de cetáceos en aguas de este archipiélago (Ver **Tabla 4**) procede principalmente de Reino Unido, es mujer de entre 50- 60 años y tiene experiencia previa (ha realizado la actividad en ocasiones anteriores), aunque el motivo de visitar Madeira no es el de avistar cetáceos (Krasovskaya, 2017).

Cabo Verde

Cabo Verde constituye la única área de reproducción conocida de la ballena jorobada en el Atlántico Norte oriental. De hecho, son numerosos los registros históricos de la caza de ballena jorobada por parte de los norteamericanos en el archipiélago hasta principios del siglo XX (Hazevoet & Wenzel, 2000). En la actualidad, el número de especies de cetáceos descritas en estas islas asciende a 22, entre las que se destaca, además de la ballena jorobada, el calderón, el zifio, el delfín común y el mular, o incluso la ballena azul (Reiner et al., 1996, Hazevoet & Wenzel 2000).

El auge del turismo en Cabo Verde, sobre todo en las islas de Boa Vista y Sal, así como el inicio de la actividad turística de observación de cetáceos, han permitido realizar desde el 2008 un seguimiento más exhaustivo de estos mamíferos marinos (Wenzel et al. 2009).

La observación de cetáceos se desarrolla en la isla de Boavista durante la primavera, principalmente desde marzo hasta mayo (Berrow et al., 2015). Si bien desde la isla de Sal también se pueden avistar, la oferta especializada se localiza en Boavista, con 5 empresas identificadas que desarrollan la actividad desde embarcaciones tipo catamarán y con una duración de aproximadamente 3 horas.

Ilustración 5. Punto más importante para la observación de cetáceos en Cabo Verde.

En el marco de este estudio no se ha logrado identificar, a partir de la literatura consultada, el perfil de los observadores de cetáceos del archipiélago caboverdiano. Es por ello que la información aquí presentada (**Tabla 4**), corresponde a datos sociodemográficos del turista que visita Boa Vista; a saber, hombre de entre 30- 39 años de nacionalidad alemana (Castillo-Canalejo & Sánchez, 2012).

Tabla 4. Perfil del turista que observa cetáceos en Azores, Madeira y Cabo Verde.

	Azores	Madeira	Cabo Verde
Edad	45 - 54 años	50 - 60 años	30 - 39 años
Sexo	Mujer	Mujer	Hombre
Nacionalidad	Alemania	Reino Unido	Alemania
Motivación	Observar cetáceos NO es el principal motivo	Observar cetáceos NO es el motivo principal	Observar cetáceos NO es el motivo principal
Experiencia previa	Ninguna	Experiencia previa en la observación de cetáceos	--

Fuente: Vieira el al., 2018; Krasovskaya, 2017; Castillo-Canalejo & Cañizares, 2015

CAPÍTULO 2.

DISEÑO DEL ESTUDIO

José Boza Chirino y Carmelo J. León.

2.1. Diseño del cuestionario y población objetivo.

El diseño del **Cuestionario sobre el potencial de la actividad de observación de cetáceos** parte de lo siguiente:

1. La revisión de la literatura sobre el desarrollo de la actividad de observación de cetáceos y sobre las preferencias, motivaciones, satisfacción y percepción que los turistas tienen de la actividad.
2. Las características del sector de observación de cetáceos en las regiones de estudio y el perfil de cada población objetivo definida.
3. Los objetivos del proyecto **MARCET** y las conclusiones derivadas del *I Workshop con empresas y socios de MARCET* celebrado en Madeira en enero de 2019 (Véase **Anexo I**).

Por su parte, la **población objetivo** se fundamenta en los siguientes perfiles:

1. Turistas en Gran Canaria, Tenerife (Canarias), Madeira y Azores que realizaron la actividad de observación de cetáceos.

2. Turistas en Gran Canaria, Tenerife (Canarias), Madeira y Azores que no realizaron la actividad de observación de cetáceos.

3. Población de los principales mercados emisores de turistas a los destinos de la Macaronesia (Canarias, Madeira, Azores y Cabo Verde), a saber, Reino Unido, Alemania y Portugal.

Se elaboraron 3 modelos de cuestionarios, modelo A, B y modelo C, uno para cada población objetivo; estando los modelos B y C divididos a su vez en tres sub-modelos. Estos cuestionarios se estructuraron en preguntas abiertas, cerradas y de elección múltiple.

El **Modelo A de cuestionario**, dirigido a los turistas de Canarias, Madeira y Azores que realizaron la actividad de observación de cetáceos, fue diseñado con el objetivo de conocer:

- La experiencia previa en la observación de cetáceos.
- El motivo por el que contrató la actividad.
- La importancia y el nivel de cumplimiento de los diferentes aspectos que definen la actividad de observación de cetáceos.
- Las emociones que le suscitó la actividad.
- La satisfacción tras haber realizado la actividad.

- Su opinión sobre la gestión de la actividad de observación de cetáceos.

Por su parte, el **Modelo B de cuestionario**, destinado a turistas que están de vacaciones en los diferentes destinos de estudio, se diseñó para conocer:

- La experiencia previa en la actividad observación de cetáceos.
- Su opinión sobre la gestión de la actividad.
- Sus preferencias y disposición a pagar por determinados atributos que contribuyen a la sostenibilidad del sector y le otorgan valor añadido a la actividad.

Por último, el **Modelo C de cuestionario**, destinado a turistas potenciales, se elaboró para investigar:

- Las preferencias por la actividad de observación de cetáceos frente a otro tipo de actividades turísticas.
- La imagen que tiene de las regiones de estudio.
- El interés por realizar la actividad de observación de cetáceos y su experiencia previa.

Para responder a estos objetivos, los cuestionarios se estructuraron en bloques diferentes de información sobre experiencia previa a la realización de la actividad de observación de cetáceos (Cornejo-Ortega et al., 2018; D´Lima et al., 2018; Mustika et al., 2013; Parsons et al., 2003b); motivaciones (Finkler & Higham, 2004; Mustika et al., 2013; Parsons et al., 2003b; Valentine et al., 2004); percepción (Bentz et al., 2016a; Cornejo-Ortega et al., 2018); satisfacción (Mustika et al., 2013; Valentine et al., 2004; Vieira et al., 2018); actitudes hacia la gestión de la actividad (Cornejo-Ortega et al., 2018) y; disposición a pagar (Kessler, et al., 2014; Lee et al., 2019; Shapiro, 2006 ; Dellaert et al., 1995; Kemperman et al., 2019).
Asimismo, en los tres cuestionarios se incluyeron preguntas para definir el perfil sociodemográfico de los turistas encuestados. Por último, en los modelos diseñados para destino (modelos A y B) se incluyeron cuestiones relacionadas con las vacaciones del turista, con preguntas sobre la organización del viaje, el tipo de alojamiento, personas con las que viaja y gasto aproximado según categoría.

Los cuestionarios se implementaron en español y portugués (idiomas oficiales de las áreas de estudio del proyecto), así como en inglés, francés y alemán, siendo éstos los idiomas de los principales mercados emisores de turistas de la Macaronesia.

2.2. Método de Elección Discreta - *Choice Experiment.*

La necesidad de valorar los recursos de no-mercado ha llevado a desarrollar enfoques de preferencias declaradas como el método de elección discreta o *choice experiment.* Este método permite valorar las preferencias y disposición a pagar por diferentes atributos dentro de una misma configuración de elección, lo que permite generar información útil para el diseño eficiente de prácticas de gestión (Lee et al., 2019).

Basado en la teoría de la utilidad aleatoria, el *choice experiment* se presenta como una forma compleja de preferencias establecidas a través de la cual se pide al encuestado que seleccione, de entre dos o más escenarios a elegir, la alternativa hipotética que representa su combinación preferida de niveles de atributo. En otras palabras, un individuo elegirá la opción que crea que le proporciona una mayor utilidad o bienestar. Para ello, los atributos y sus niveles deben ser

factibles para atraer a los consumidores potenciales y cada alternativa ha de crearse combinando niveles de atributos individuales (Hu et al., 2009; Shapiro, 2006).

A este respecto, las alternativas se construyen siguiendo un plan de diseño estadístico que garantiza la independencia del atributo, permitiendo así que el análisis estadístico indique claramente el nivel de preferencia directamente asociado con cada atributo. Los resultados representan, más que un simple experimento de calificación o clasificación, un comportamiento futuro real (Shapiro, 2006).

En la literatura son pocos los estudios de elección discreta que se han centrado en las preferencias de los turistas por la actividad de observación de cetáceos y su disposición a pagar por los diferentes atributos que complementan la experiencia (Lee et al., 2019). Es por ello que en este estudio se aplica el *choice experiment* para valorar:

1. (**Modelo B**) Las preferencias de elección y disposición a pagar de los turistas en destino ante determinados atributos definidos para la actividad de observación de cetáceos; atributos que se considera podrían reducir y/o mitigar el impacto sobre los animales y el medio marino, así como mejorar la experiencia del turista y elevar su satisfacción. Estos atributos fueron presentados y explicados a los turistas participantes.
2. (**Modelo C**) Las preferencias de elección y disposición a pagar de la población en origen por la actividad de observación de cetáceos, entre otras actividades propuestas.

En la siguiente tabla se resumen los diferentes atributos que fueron diseñados para los modelos B y C de encuesta sobre el potencial de la actividad de observación de cetáceos en la Macaronesia.

Tabla 5. Atributos y nº de niveles para valorar el potencial de la actividad de observación de cetáceos con atributos que garantizan su sostenibilidad -*Modelo B*-

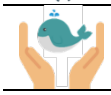
	Atributos	Descripción	Niveles
	Certificado de Responsabilidad Social	Acreditación de la responsabilidad de la empresa frente a los impactos que su actividad genera en el medio ambiente y la sociedad.	2
	Medidas de protección de cetáceos	Se implementan medidas de protección con el objetivo de reducir los impactos negativos sobre los cetáceos.	2
	Gestión del tráfico marítimo	El tráfico marítimo concurrido puede causar daños a los cetáceos e influir en la satisfacción del turista.	3
	Seguimiento instrumental	Localizar cetáceos implica consumo de combustible e inversión de tiempo, que podría reducirse gracias al uso de instrumentos de seguimiento.	3
	Centro de visitantes de cetáceos	Centro que además de promover el aprendizaje, complemente el avistamiento que se realiza en el mar.	2
	App para compartir la experiencia	Aplicación que permite mejorar la experiencia y compartirla con otros turistas.	2
	Precio		4

Tabla 6. Atributos y nº de niveles para valorar el potencial de la actividad de observación cetáceos ante otras modalidades de actividades turísticas propuestas -*Modelo C*-

	Atributos	Descripción	Niveles
	Actividades náuticas activas*	Actividades en el mar para una o varias personas, como el jet-ski, snorkel o paseo en kayak	3
	Actividades náuticas pasivas*	Actividades grupales en el mar de tipo contemplativo, como la observación de cetáceos o un paseo en submarino	2
	Actividades basadas en la naturaleza activas*	Actividades de naturaleza en tierra para una o varias personas como senderismo en áreas protegidas, rutas en bicicleta o una excursión en quad.	3
	Actividades basadas en la naturaleza pasivas*	Actividades grupales de naturaleza en tierra y de tipo contemplativo, como la observación de estrellas o la fotografía.	2
	Actividades realizadas en ciudad*	Actividades grupales a realizar en ciudad, como puede ser visitas guiadas a museos, monumentos, acuarios o realizar un *city-tour*	3
	Precio		4

* *Se parte del supuesto que las actividades no excederán las 2-3 horas de realización, su nivel de dificultad será bajo y además se dispondrá de tiempo libre entre las mismas. Estas actividades se incluyen en un paquete turístico de actividades a realizar/ practicar durante unas vacaciones de 5 días en algún destino costero, seguro, con buena accesibilidad y buen clima. Los diferentes niveles de precio, además de las actividades que se presenten en cada opción, incluye por persona/ día el alojamiento de un hotel de 4 estrellas o similar y los gastos de viaje.*

El programa NGENE se utilizó para generar las opciones de elección para el *choice experiment,* obteniendo un total de 12 juegos en el modelo B y 21 juegos en el modelo C. Estos juegos se presentaron aleatoriamente en 3 sub-modelos de encuestas y en donde en cada juego se pedía al encuestado que indicara su opción preferida, donde también podía escoger entre "no realizar la actividad" (modelo B) o "quedarse en casa" (modelo C).

2.3. Trabajo de campo y tratamiento de datos.

Una vez identificada la muestra y finalizado el diseño de los cuestionarios se procedió al trabajo de campo, el cual se realizó entre julio y octubre de 2019.

De forma previa (junio de 2019), los modelos se validaron a través de la organización de dos **focus group** y un **pre-test** en la isla de Gran Canaria (Véase **Anexo II** para más detalle sobre esta fase preliminar y los resultados obtenidos).

El trabajo final se realizó mediante la técnica de muestreo estratificado, lo que queda justificado por la división previa de la población objetivo. Los modelos de cuestionario A y B se implementaron de manera directa en las regiones de estudio -entrevistas *face-to-face*-. Esta fase fue ejecutada por un equipo de encuestadores, los cuales habían sido formados por miembros del Instituto TiDES. El equipo de trabajo, además, informó a la población objetivo sobre la confidencialidad y la naturaleza voluntaria del estudio y sobre los objetivos de la encuesta. Además, se elaboró una pequeña **Guía del Encuestador** con pautas a seguir para el desarrollo

del trabajo en campo (Véase **Anexo III**). Para el caso de las encuestas en origen (Modelo C), las mismas fueron realizadas *on-line* por una empresa especializada en este tipo de trabajos.

En la siguiente tabla se presenta el tamaño de la muestra (nº de encuestas) para cada modelo de encuesta.

Tabla 7. Muestra del estudio.

Encuestas en DESTINO	**Canarias**		**Madeira**	**Azores**
	Gran Canaria	**Tenerife**		
Modelo A. Sí observaron cetáceos	100	150	80	160
Modelo B. No observaron cetáceos	99	150	81	162
Encuestas en ORIGEN	**Reino Unido**		**Alemania**	**Portugal**
Modelo C.	360		360	360

Nótese que **Cabo Verde** no se incluye en el bloque de entrevistas en destino; y es que, el periodo en que se llevó a cabo el trabajo de campo (agosto y septiembre) no coincidió con la temporada de observación de yubartas en aguas caboverdianas, actividad que se desarrolla entre los meses de marzo a mayo.

Las encuestas fueron tabuladas y procesadas, permitiendo construir las tres bases de datos del estudio. La codificación y el tratamiento de variables se realizó por parte del equipo técnico e investigador del Instituto TiDES.

La descripción del perfil del turista se realizó mediante el análisis de frecuencia. Para analizar aspectos que definen la satisfacción tras la experiencia de observación de cetáceos; las emociones que trasmiten al turista ballenas, delfines y/u otros cetáceos y los aspectos relativos a la gestión de la actividad de observación de cetáceos; la prueba seleccionada fue el análisis de varianza ANOVA, asumiendo la comparación múltiple *post hoc* de Scheffe. El análisis de Importancia-Rendimiento -*IP analysis*- (Lai, & Hitchcock, 2015; Ziegler, Dearden & Collins, 2012) se aplicó para comparar el nivel promedio de importancia otorgado a determinados aspectos de la actividad de observación de cetáceos y su nivel de cumplimiento durante el desarrollo de la misma. Todos estos análisis se realizaron con el programa estadístico *IBM SPSS Statistics 25*. En todos los casos la variable de agrupación fue la isla o archipiélago donde se encuestaron a los turistas; a saber, 1= Gran Canaria; 2= Tenerife; 3= Madeira y 4= Azores. A este respecto, cabe resaltar que Gran Canaria y Tenerife, a pesar de pertenecer al mismo archipiélago (Canarias), se analizaron de forma separada, dadas las diferencias en el desarrollo y promoción de la actividad de observación de cetáceos en cada una de ellas identificadas en la revisión de la literatura y durante el Workshop de empresas y socios del proyecto MARCET celebrado en Madeira (**Anexo I**).

Por su parte, mediante el programa estadístico *Stata 14,* se aplicó la Regresión logística mixta –*Mixlogit*- (Lee, Lee, Kim & Mjelde, 2010; Lee et al., 2019) para analizar los resultados derivados del *Choice experiment* y conocer las preferencias y disposición de los turistas a pagar por la actividad de observación de cetáceos con los atributos propuestos (modelo A de cuestionario) y por la actividad cuando se da a escoger entre diferentes actividades turísticas (modelo C).

CAPÍTULO 3.

ANÁLISIS DE LAS MOTIVACIONES, PERCEPCIÓN, EMOCIONES Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS EN LA MACARONESIA

Matías M. González Hernández y Chaitanya Suárez-Rojas

3.1. Perfil sociodemográfico y características del viaje.

En este punto se presentan el perfil sociodemográfico y los principales mercados de origen de los turistas en los destinos de la Macaronesia que realizaron la actividad de observación de cetáceos. Tal y como se observa en la **Tabla 8**, estos turistas eran hombres y mujeres en porcentajes muy similares; aunque cabe destacar el destino Madeira, en donde el 63,7% de la muestra eran hombres. Respecto a la edad (% muestra > 25,0%), en Gran Canaria el segmento de turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos está dominado por personas de entre 31 – 50 años y en Tenerife de entre 18- 40 años. Por su parte, en Azores y Madeira los turistas que realizaron la actividad tienen edades comprendidas entre los 18-30 años y los 41-50 (entre el 25,0 – 30,0% de la muestra). Reino Unido, Alemania, España, Portugal son los mercados de origen que dominan la muestra; así como el mercado nórdico, sobre todo en los destinos de Gran Canaria (13,0% de la muestra) y Tenerife (12,0%) (**Figura 1**). Turistas con estudios universitarios y superiores (máster y postgrado), y trabajadores asalariados con rentas anuales entre los 12.000 – 36.000 € dominan la muestra del estudio en cada una de las regiones. Por último, cabe destacar que los de Madeira y Azores pertenecen, entre un 12,5% y un 11,9% respectivamente, a alguna asociación ambientalista o conservacionista. En la **Tabla 8** y la **Figura 1** sólo se presentan las características más frecuentes del perfil sociodemográfico y los principales mercados de origen de los encuestados.

Tabla 8. Perfil sociodemográfico de los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia (%).

	Gran Canaria	Tenerife	Madeira	Azores
Género				
Hombre	48,0	50,7	63,7	48,8
Mujer	52,0	49,3	36,3	51,2
Edad				
18 – 30	23,0	30,7	25,0	28,1
31 – 40	39,0	32,0	18,8	21,9
41 - 50	25,0	22,7	30,0	25,6
Educación				
Formación profesional	22,0	24,0	18,8	12,5
Universitaria y superior	59,0	69,4	70,0	71,9
Ocupación				
Estudiante	10,0	8,7	6,3	6,3
Autónomo	16,0	12,0	10,0	4,4
Trabajador asalariado	68,0	71,3	67,5	79,4
Ingresos (Renta indiv. €)				
12.001 – 24.000 €	32,9	40,5	29,5	19,2
24.001 – 36.000 €	48,2	38,9	31,8	23,2
Miembro asociación				
Sí	5,0	2,0	12,5	11,9

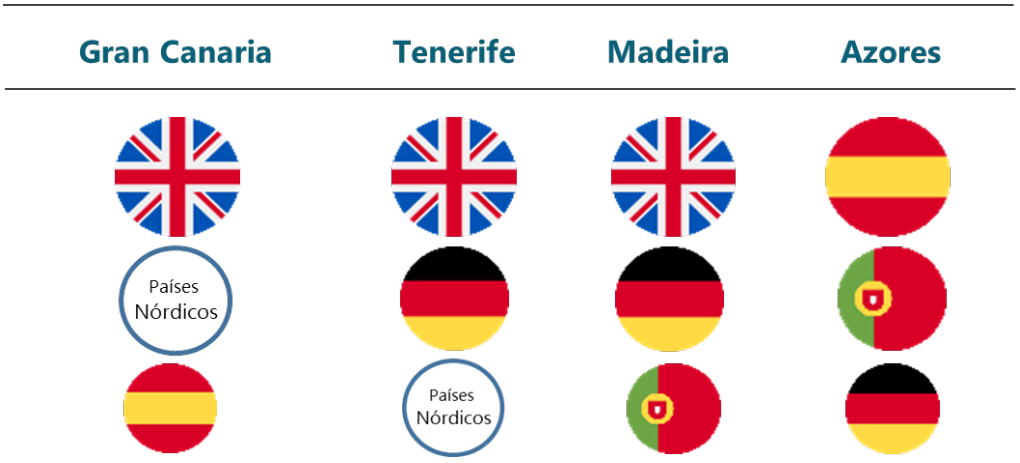


Figura 1. Principales mercados de origen de turistas en los destinos de la Macaronesia que realizaron la actividad de observación de cetáceos.

Los turistas de Gran Canaria (40,0%), Madeira (55,0%) y Azores (71,9%) organizan con mayor frecuencia sus vacaciones por cuenta propia, mientras que los de Tenerife, a través de agencias de viajes (44,7%). Todos ellos se alojaron en más de un 45% de las ocasiones en hoteles, principalmente de 4 estrellas (en un porcentaje superior al 40%), y permanecieron en el destino entre 5- 7 noches. Atendiendo a la composición del grupo de viaje, los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos en las diferentes regiones viajan en pareja con mayor frecuencia. Por su parte, los de Gran Canaria y Azores también indicaron en un porcentaje superior al 20%, viajar con familiares, pero sin niños. Al igual que en la anterior tabla, en ésta (**Tabla 9**) se presentan las categorías que fueron más frecuentes dentro de cada variable.

Tabla 9. Características del viaje de los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos en los destinos de estudio (%).

	Gran Canaria	Tenerife	Madeira	Azores
Organización del viaje				
Cuenta propia	40,0	30,0	55,0	71,9
Agencia de viajes	37,0	44,7	13,8	15,0
Turoperador	21,0	21,3	21,3	4,4
Composición del grupo				
Solo	18,0	5,3	8,8	5,6
En pareja	26,0	32,0	41,3	41,9
Amigos/ compañ. trabajo	9,0	11,3	15,0	11,3
Familiares sin niños	21,0	16,0	13,8	29,4
Alojamiento				
Hotel	68,0	69,3	55,0	45,0
Apartamento	11,0	16,0	20,0	26,3

A continuación (**Figura 2**) se resume la distribución del gasto (%) según tipología, de los turistas en los destinos de estudio que realizaron la actividad de observación de cetáceos. Como se puede observar, el gasto se concentra en el alojamiento, seguido de la alimentación, el transporte, las actividades turísticas, el ocio nocturno y las compras; siendo el turista que viaja a Tenerife y realiza la actividad de observación de cetáceos, el que más gasta en el destino.

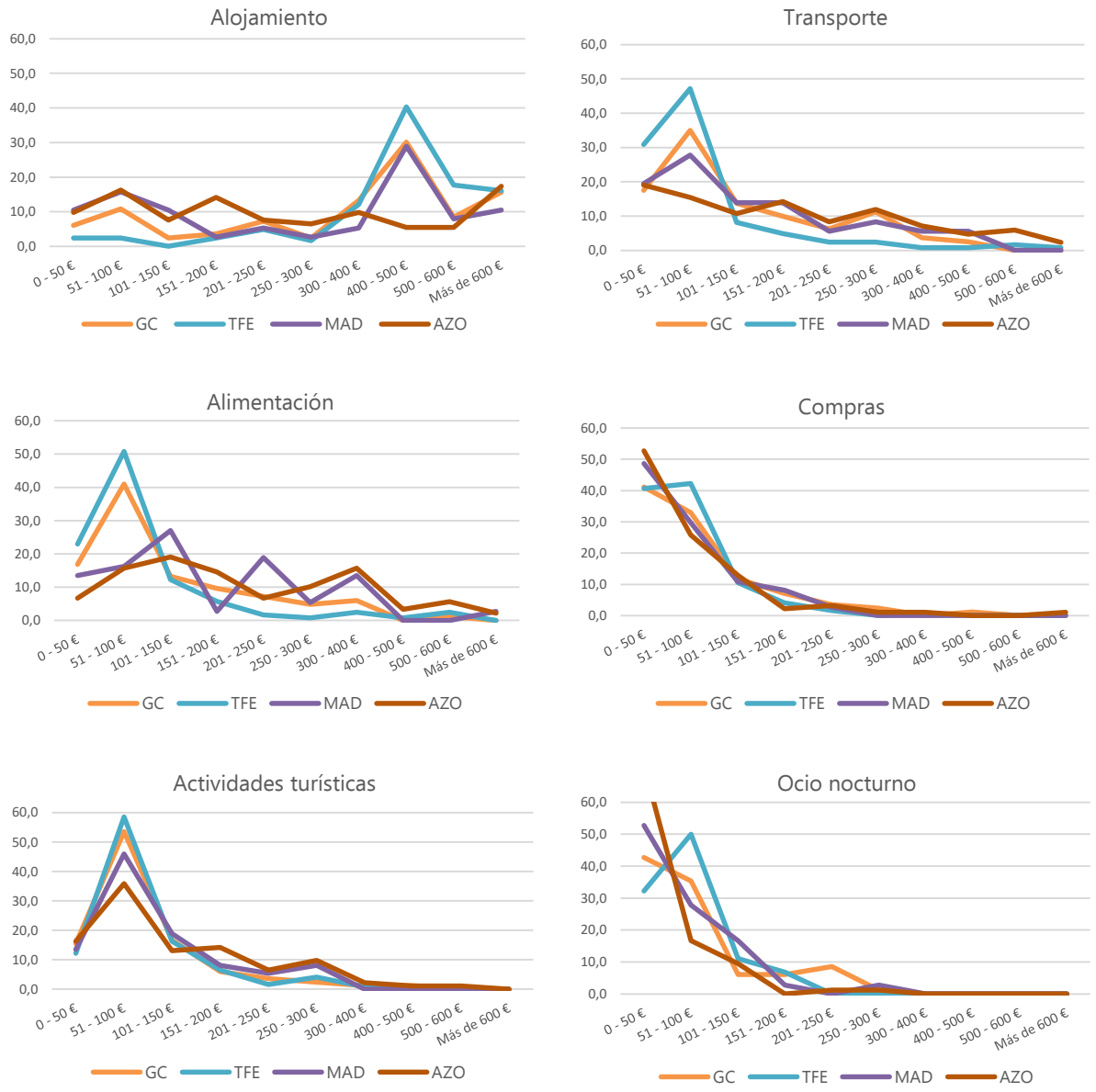


Figura 2. Distribución del gasto de los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia (€).
GC= Gran Canaria; TNFE= Tenerife; MAD= Madeira; AZO= Azores.

3.2. Experiencia previa y principales motivos por los que el turista realizó la actividad en los destinos de estudio.

Los turistas que disfrutaron de la experiencia de observación de cetáceos en los destinos de estudio indicaron entre un 31,3- 60,0% de las ocasiones que nunca habían realizado dicha actividad. Por su parte, los que sí habían avistado cetáceos en alguna ocasión previa, señalaron en mayor frecuencia haberla realizado 1 vez; mientras que un 33,8% de los de Madeira lo hicieron incluso en más de 3 ocasiones (**Figura 3**).

Tal y como se observa en la **Figura 4**, los principales destinos de observación de cetáceos de los turistas que disfrutaron de la experiencia con anterioridad son Canarias, Azores y Madeira. Ello corrobora la importancia de estos archipiélagos como destinos líderes a nivel europeo y mundial

para el avistamiento de cetáceos. Por su parte, y con un porcentaje del 17,4%, los turistas que avistaron cetáceos en Azores también indicaron haber disfrutado de la experiencia en EEUU, reconocido como principal destino mundial. En la **Figura 4** sólo se presentan los 3 principales destinos indicados por los turistas de esta muestra.

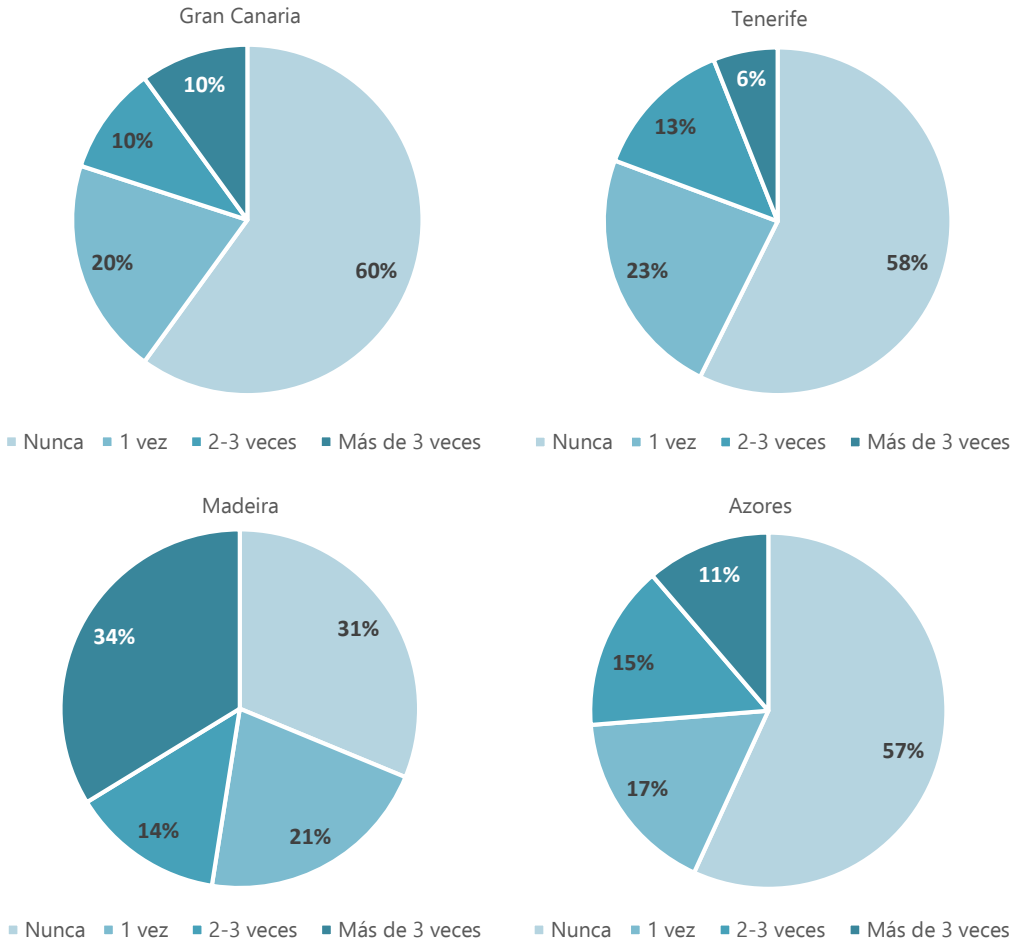


Figura 3. Experiencia previa en la observación de cetáceos de los turistas que realizaron la actividad durante su visita a los destinos de estudio (%).

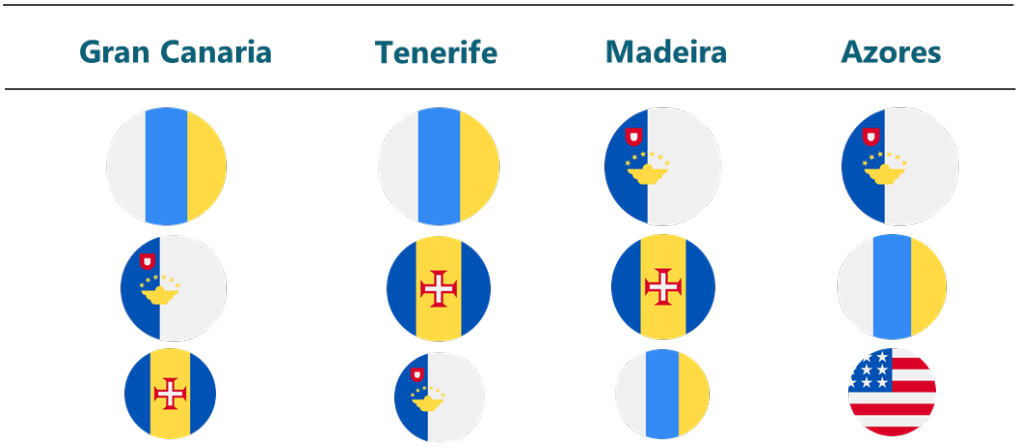


Figura 4. Principales destinos donde los turistas avistaron cetáceos con anterioridad a la experiencia disfrutada en las islas/archipiélagos de la Macaronesia.

También se preguntó a estos turistas, en una pregunta con formato abierto, sobre los motivos principales que los llevaron a realizar la actividad de observación de cetáceos en cada uno de los destinos de estudio. Estas motivaciones se agruparon en base a determinadas palabras clave y los motivos identificados durante la revisión de la literatura realizada. De esta forma se obtuvo, tal y como se observa en el **Gráfico 1**, que *haber sido recomendada* fue el motivo principal por el que los turistas de Gran Canaria (33,0% de la muestra) y Tenerife (46,8%) realizaron la actividad. Por su parte, aquéllos que la realizaron en Madeira y Azores coinciden en que sus motivos principales fueron *querer ver cetáceos* (24,7% y 38,3%, respectivamente) y *considerarse amantes de la naturaleza, el mar y/o la fauna marina* (24,7% y 26,8%).

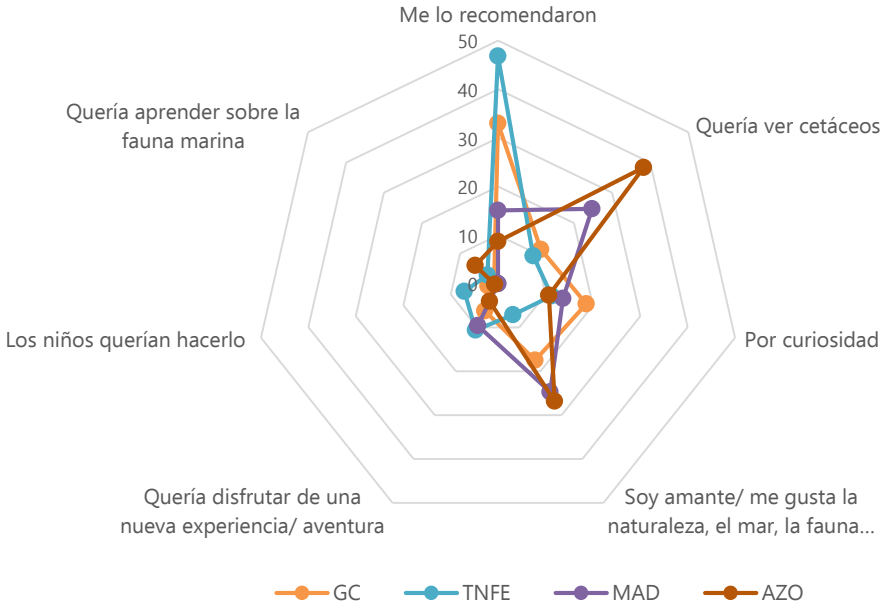


Gráfico 1. Motivos principales por los que los turistas de los destinos de la Macaronesia realizaron la actividad de observación de cetáceos (%).
GC= Gran Canaria; TNFE= Tenerife; MAD= Madeira; AZO= Azores.

3.3. Percepción del turista respecto a la actividad de observación de cetáceos en la Macaronesia y actitudes sobre la gestión de la actividad.

En la **Figura 5** se representan gráficamente los resultados del análisis de Importancia-Rendimiento, lo que permite comparar la importancia que el turista confiere a determinados aspectos de la actividad de observación de cetáceos, con su percepción sobre el comportamiento y/o cumplimiento de los mismos en cada una de los destinos de la Macaronesia.

Tal y como se observa, existen diferencias entre Gran Canaria y Tenerife (Canarias) con respecto a Madeira y Azores. Así, para las primeras islas, los elementos de la actividad relacionados con la educación se localizan en el cuadrante III del gráfico (puntos 15-19); lo que significa que los mismos no sólo se consideran poco importantes para el turista, sino que, además, a nivel de ejecución de la actividad, su cumplimiento real es aún menor. Por su parte, en Madeira y Azores estos aspectos se ubican en el cuadrante I, es decir, si bien los turistas consideran los aspectos educaciones importantes, detectaron que su cumplimiento real no es adecuado. Ello significa que, para el caso de los archipiélagos portugueses, el sector empresarial ha de concentrar sus esfuerzos en estos aspectos de forma prioritaria; mientras que, en Canarias, presentan una baja prioridad.

Estar cómodo en la embarcación (punto 8) se presenta como una exageración potencial en Madeira y Azores (cuadrante IV); es decir, el desempeño o cumplimiento real de este aspecto es mayor que la importancia que el turista le otorga; mientras que, para el segmento turístico canario, se considera que se está haciendo un buen trabajo al respecto (cuadrante II).

A este respecto, se ha podido observar que también *ver cetáceos, aunque sólo uno* (punto 1)*; sentirse seguro en la embarcación* (9)*; recibir información de un guía especializado* (10)*; que la relación calidad-precio de la actividad sea adecuada* (12); y que *se pueda observar otra fauna marina durante la actividad* (13) además de considerarse importantes, los turistas perciben que tienen un adecuado comportamiento. En otras palabras, se está haciendo un buen trabajo al respecto en todos los destinos de la Macaronesia (Gran Canaria, Tenerife, Madeira y Azores).

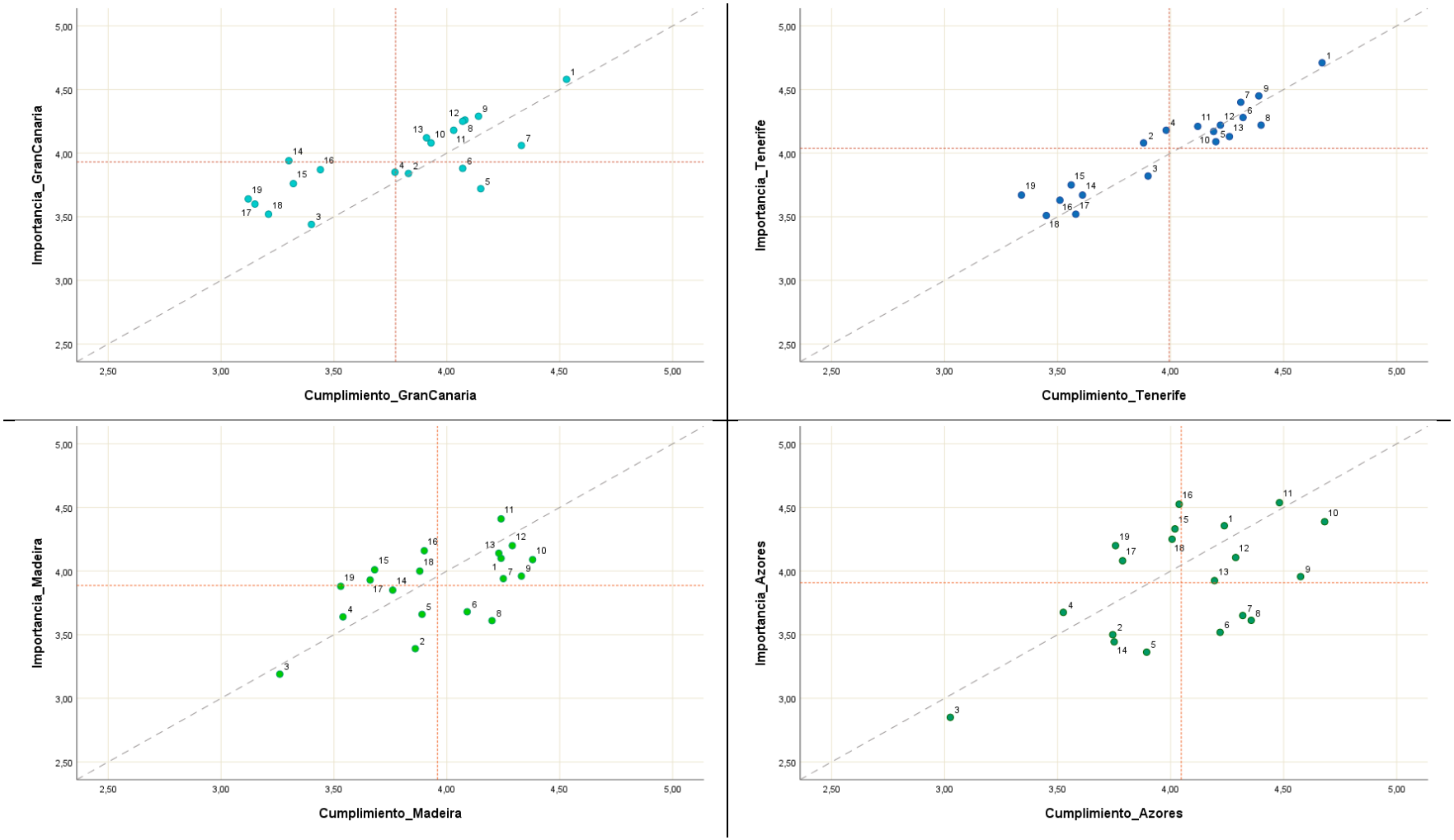


Figura 5. Representación gráfica del nivel de importancia y cumplimiento de los aspectos de la actividad de observación de cetáceos en los destinos de estudio.

Leyenda: **1=** Ver cetáceos, aunque sólo sea uno; **2=** Observar cetáceos cerca del barco; **3=** Observar cetáceos durante un tiempo prolongado; **4=** Ver comportamientos espectaculares de los cetáceos; **5=** Tener la oportunidad de sacar buenas fotos; **6=** Pasar tiempo con familia/amigos; **7=** Tener buenas condiciones para la navegación; **8=** Estar cómodo en la embarcación; **9=** Sentirme seguro en la embarcación; **10=** Recibir información de un guía especializado; **11=** Que la empresa esté comprometida con el medio ambiente; **12=** Que haya una buena relación calidad/ precio; **13=** Observar otra fauna marina; **14=** Que haya ausencia/ pocos barcos alrededor; **15=** Aprender sobre biología y comportamiento de los cetáceos; **16=** Aprender sobre protección/ conservación; **17=** Aprender a identificar las diferentes especies; **18=** Aprender sobre la normativa/ buenas prácticas; **19=** Aprender sobre cetáceos y cultura local.

Los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos también valoraron en una escala Likert del 1-5 (donde 1= nada de acuerdo y 5= totalmente de acuerdo) una serie de afirmaciones relacionadas con la gestión de la actividad (**Gráfico 2**). En este caso, todos los turistas encuestados, sin diferencias regionales, están de acuerdo en que *el gobierno tiene la obligación de regular la actividad* y *que deben existir Áreas Marinas Protegidas donde no se permita la actividad.* Por otro lado, las diferencias regionales recaen en cuestiones como que *debe haber un número limitado de barcos alrededor de los animales* (F_{ANOVA}= 22,63 - p<0,01) y que *una parte del precio de la actividad debería destinarse a la protección de los cetáceos* (F_{ANOVA}= 17,13 - p<0,01); siendo los turistas de Madeira los que, de media, están menos de acuerdo con estas afirmaciones, en comparación con los turistas de Azores que realizaron la actividad. Asimismo, son los de Madeira (media= 4,01) los que opinan que los *barcos deben acercarse lo máximo posible a los animales* (F_{ANOVA}= 24,74 - p<0,01), mientras que los de Azores están, de media, menos de acuerdo con esta afirmación. Por último, que *pagar por la actividad deba garantizar ver ballenas* (F_{ANOVA}= 3,64 - p<0,05) es una cuestión con la que los de Tenerife (media= 3,67) están más de acuerdo que los turistas de los otros destinos de estudio.

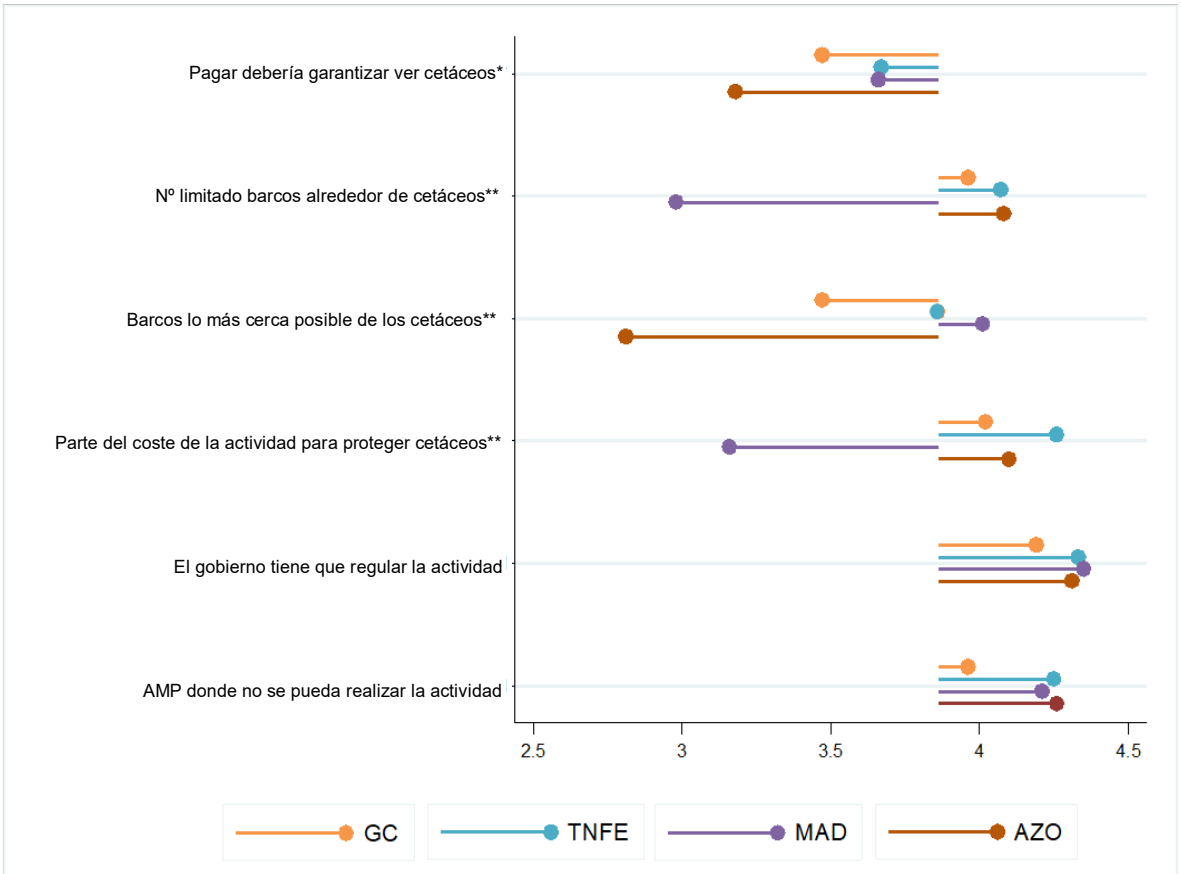


Gráfico 2. ¿Podría opinar sobre las siguientes afirmaciones relacionadas con actitudes hacia la gestión de la actividad de observación de cetáceos?

3.4. Análisis de las emociones y satisfacción del turista de observación de cetáceos.

También se pidió a los encuestados que valorasen en una escala Likert del 1-5 (donde 1= nada de acuerdo y 5= totalmente de acuerdo) una serie de afirmaciones relacionadas con la satisfacción de la experiencia. A partir del cálculo de medias y desviación típica, así como del análisis ANOVA (valor y significatividad del estadístico F), se puede extraer del **Gráfico 3** que todos los turistas indicaron, de media, estar de acuerdo en que *realizarían otra vez la actividad pero en otro destino* y que *la experiencia ha enriquecido sus vidas.* Las diferencias regionales recaen en afirmaciones como *realizaría otra vez esta misma actividad* (F_{ANOVA}= 3,96 - p<0,05); *recomendaré la actividad a otras personas* (F_{ANOVA}= 4,38 - p<0,05); *animaré a amigos y familiares a realizar la actividad* (F_{ANOVA}= 8,50 - p<0,01) y; *estoy muy contento por haber realizado la actividad* (F_{ANOVA}= 7,10 - p<0,05); siendo en todos estos casos los turistas de Gran Canaria los que están, de media, menos de acuerdo con tales afirmaciones. Por su parte, son los turistas de Madeira los que indicaron estar, de media, menos de acuerdo con *compartir la experiencia en las Redes Sociales* (F_{ANOVA}= 10,29 - p<0,01). De estos resultados se puede extraer que los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos en Gran Canaria, en contraposición con los que la realizaron en Azores, están menos de acuerdo con determinados aspectos que se considera están relacionados con la satisfacción tras la experiencia de avistar cetáceos.

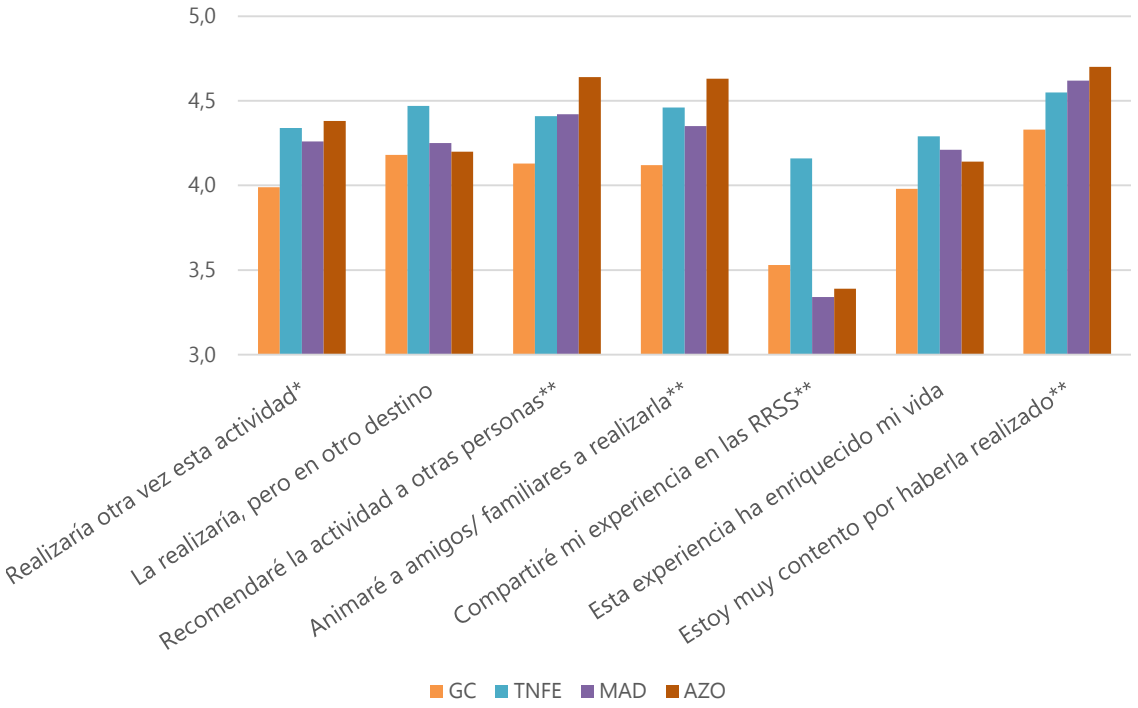


Gráfico 3. ¿Podría valorar en qué grado está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones?
**p<0,01 *p<0,05

En una escala Likert del 1-5 (donde 1= nada de acuerdo y 5= totalmente de acuerdo), estos turistas señalaron la emoción que les suscitó la experiencia de haber observado cetáceos. Se calcularon las medias y su desviación típica y se realizó un análisis ANOVA para determinar si existían diferencias regionales entre la opinión de los turistas de las diferentes regiones que

habían realizado la actividad de observación de cetáceos, con respecto a las 8 emociones que debían valorar (**Gráfico 4**). De media y sin diferencias regionales, los turistas de las islas/ archipiélagos de estudio indicaron que haber avistado cetáceos les transmitió *alegría* y *fascinación*. Por su parte, *entusiasmo* presenta diferencias regionales significativas entre los turistas que realizaron la actividad en Gran Canaria y los que la realizaron en Azores, siendo estos últimos los que están, de media, más de acuerdo con que haber avistado cetáceos les suscitó esta emoción (F_{ANOVA}= 11,46 - p<0,01). Del mismo modo, son en este caso los turistas que disfrutaron de la experiencia en el destino Tenerife los que, de media, y con diferencias regionales, están más de acuerdo en que la actividad les transmitió *sorpresa* (F_{ANOVA}= 5,47 - p<0,01). En lo relativo a las emociones negativas, en todas se detectaron diferencias regionales significativas, principalmente entre la opinión de los turistas de Tenerife y Madeira, siendo los de Madeira los que, de media, afirmaron estar más de acuerdo en que haber realizado la actividad les suscitó *decepción* (F_{ANOVA}= 27,66 - p<0,01), *disgusto* (F_{ANOVA}= 5,53 - p<0,01) y *lamento* (F_{ANOVA}= 5,24 - p<0,01). Por último, nuevamente los de Madeira vuelven a estar en mayor grado de acuerdo con que la actividad les transmitió *tristeza,* frente a los turistas que realizaron la actividad en Azores (F_{ANOVA}= 5,53 - p<0,01).

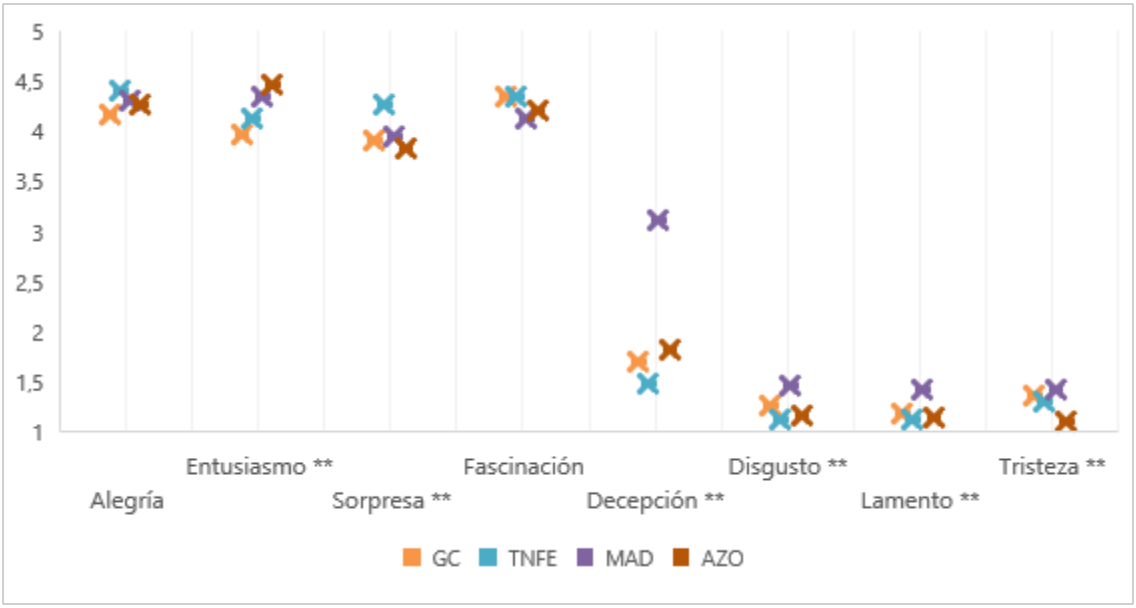


Gráfico 4. ¿Qué emoción le ha suscitado la experiencia de haber observado cetáceos?
**p<0,01 *p<0,05

El siguiente gráfico (**Gráfico 5**) representa la satisfacción general (en %) de los turistas tras la experiencia, la cual se midió en una escala Likert del 1-10 (donde 1= nada satisfecho y 10= completamente satisfecho). Tal y como se observa, los turistas están, por lo general, bastante satisfechos con la actividad de observación de cetáceos en las diferentes islas y archipiélagos. A este respecto, cabe resaltar que son los de Azores los que en mayor porcentaje se mostraron bastante y completamente satisfechos (valores de 9 y 10 en la escala Likert).

Para conocer los aspectos que influyeron en la satisfacción de los turistas tras la experiencia en todos los destinos de la Macaronesia, y sin diferencias regionales, se realizó un análisis de correlación. Los resultados indican que son las mujeres las que están más satisfechas tras la

experiencia, en comparación con los hombres. Por su parte, se identificó que la edad influye negativamente en la satisfacción, es decir, cuanto más adulto es el turista, menor es su satisfacción tras la experiencia. Asimismo, que la actividad le suscite en mayor grado decepción, disgusto, lamento o tristeza, también influye negativamente en su satisfacción. Por último, que los turistas puedan observar cetáceos durante un tiempo prolongado o que tengan buenas condiciones para la navegación, son aspectos que elevan su satisfacción en todos los destinos de estudio.

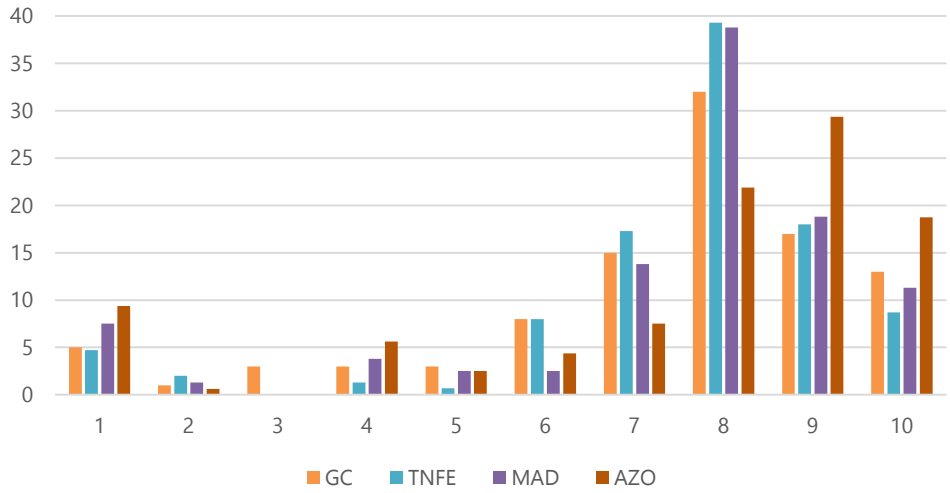


Gráfico 5. Satisfacción general de los turistas tras la experiencia de observación de cetáceos (%).

CAPÍTULO 4.

PREFERENCIAS Y DISPOSICIÓN A PAGAR POR UNA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS MÁS AMBIENTAL Y SOCIALMENTE SOSTENIBLE EN LOS DESTINOS DE LA MACARONESIA

Yen E. Lam-González

4.1. Perfil sociodemográfico y características del viaje.

Al igual que en el perfil de turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos, en este caso también se presentan las características más frecuentes de los turistas que se encontraban de vacaciones en los destinos de estudio, a saber, Gran Canaria, Tenerife, Madeira y Azores, y que no realizaron la actividad de observación de cetáceos. Tal y como se extrae de la **Tabla 10**, son las mujeres las que en mayor porcentaje dominan la muestra, salvo para el caso de Madeira, en donde el 51,9% eran hombres (al igual que en la muestra de turistas anterior). En lo relativo a la edad y teniendo en cuenta porcentajes superiores al 25,0%, los turistas que visitan Gran Canaria tienen edades comprendidas entre los 31-50 años y los que visitan Tenerife entre los 18-40 años, del mismo modo que sucedía en la muestra de turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos en los destinos de estudio. Por el contrario, en Madeira un 30,9% de la muestra de turistas está representada por jóvenes entre los 18-30 años y en Azores por turistas de entre 31-40 años (29,0%); lo que significa que la media de edad de los turistas que avistan cetáceos es mayor que la de los que, en general, visitan estos archipiélagos. Nuevamente Reino Unido, Alemania, España y Portugal conforman los tres principales mercados de origen de turistas en las regiones de estudio, además de los Países Bajos en el caso del destino Madeira (**Figura 6**). Por otro lado, los turistas que se encontraban de vacaciones en Canarias, Madeira y Azores tienen estudios universitarios y superiores, y son trabajadores asalariados con unos ingresos medios entre 12.001 - 36.000 €, coincidiendo nuevamente con los resultados de la anterior muestra (turistas que avistaron cetáceos en los destinos de la Macaronesia). Si bien el porcentaje de turistas que pertenece a una asociación ambientalista o conservacionista es relativamente bajo en los destinos, tan solo cabe destacar que el 11,1% de la muestra de los de Azores afirmaron pertenecer a alguna asociación de esta índole (**Tabla 10**).

Tabla 10. Perfil sociodemográfico de los turistas de los destinos de la Macaronesia (%).

	Gran Canaria	Tenerife	Madeira	Azores
Género				
Hombre	40,4	49,3	51,9	45,1
Mujer	59,6	50,7	48,1	54,9
Edad				
18 – 30	23,2	30,7	30,9	24,1
31 – 40	31,3	31,3	19,8	29,0
41 - 50	26,3	20,2	16,0	22,8
Educación				
Formación profesional	19,2	20,0	18,5	14,2
Universitaria y superior	63,7	56,7	69,1	80,8
Ocupación				
Estudiante	6,1	10,0	4,9	9,3
Autónomo	13,1	12,7	8,6	10,5
Trabajador asalariado	74,7	75,3	75,3	73,5
Ingresos (Renta indiv. €)				
12.001 – 24.000 €	31,9	33,0	27,8	28,8
24.001 – 36.000 €	27,5	33,9	36,1	26,3
Miembro asociación				
Sí	5,1	4,7	7,4	11,1

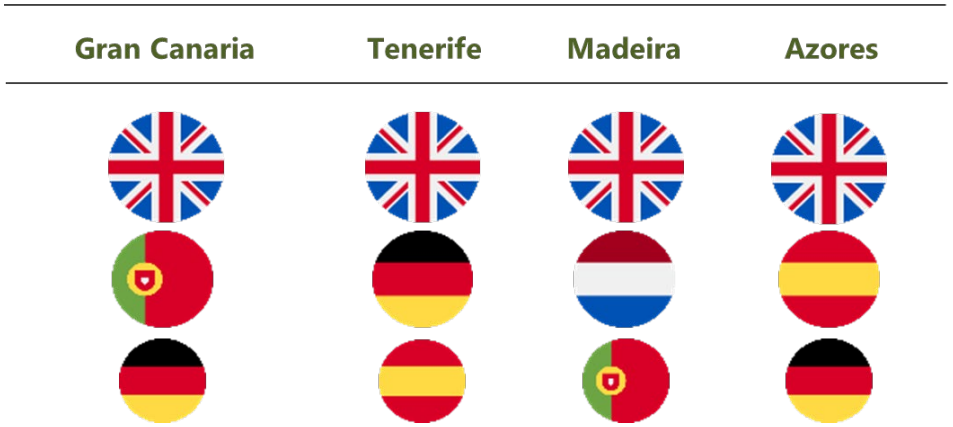


Figura 6. Principales mercados de origen de turistas en los destinos de la Macaronesia.

En todos los casos, los turistas, en más de un 48% de las ocasiones, organizaron sus vacaciones por cuenta propia. Siguiendo el mismo patrón que en la anterior muestra, todos ellos se alojaron en más de un 49% de las ocasiones en hoteles, principalmente de 4 estrellas (en un porcentaje superior al 30%) y, con mayor frecuencia, permanecieron en el destino entre 5- 7 noches. Relativo a la composición del grupo de viaje, el mayor porcentaje de los turistas en las regiones de estudio indicaron haber viajado en pareja. Por su parte, los turistas de Gran Canaria, Tenerife y Azores indicaron, en un porcentaje superior al 20%, haber viajado con familiares, pero sin niños. En esta tabla (**Tabla 11**) se presentan únicamente aquellas categorías más frecuentes dentro de cada variable.

Tabla 11. Características del viaje de los turistas de los destinos de estudio (%).

	Gran Canaria	Tenerife	Madeira	Azores
Organización del viaje				
Cuenta propia	50,5	48,7	60,5	54,3
Agencia de viajes	30,3	30,7	27,2	26,5
Turoperador	16,2	16,0	7,4	14,2
Composición del grupo				
En pareja	42,4	40,0	49,4	34,6
Amigos/ compañ. trabajo	9,1	8,7	17,3	16,7
Familiares sin niños	24,2	24,7	13,6	21,0
Alojamiento				
Hotel	59,6	58,0	49,4	59,9
Apartamento	17,2	16,0	32,1	19,8

A continuación, se resume la distribución del gasto (%) de los turistas en los destinos de la Macaronesia, según tipología. Tal y como se refleja en las gráficas de la **Figura 7**, el gasto se concentra en el alojamiento, seguido de alimentación y transporte, actividades turísticas, ocio nocturno y compras; siendo los de Tenerife los que más gastan en el destino en contratar actividades turísticas. Ello permite concluir que, a grandes rasgos, el patrón de gasto de los turistas que no realizaron la actividad de observación de cetáceos coincide con el de los turistas que visitaron estos mismos destinos y sí realizaron la actividad.

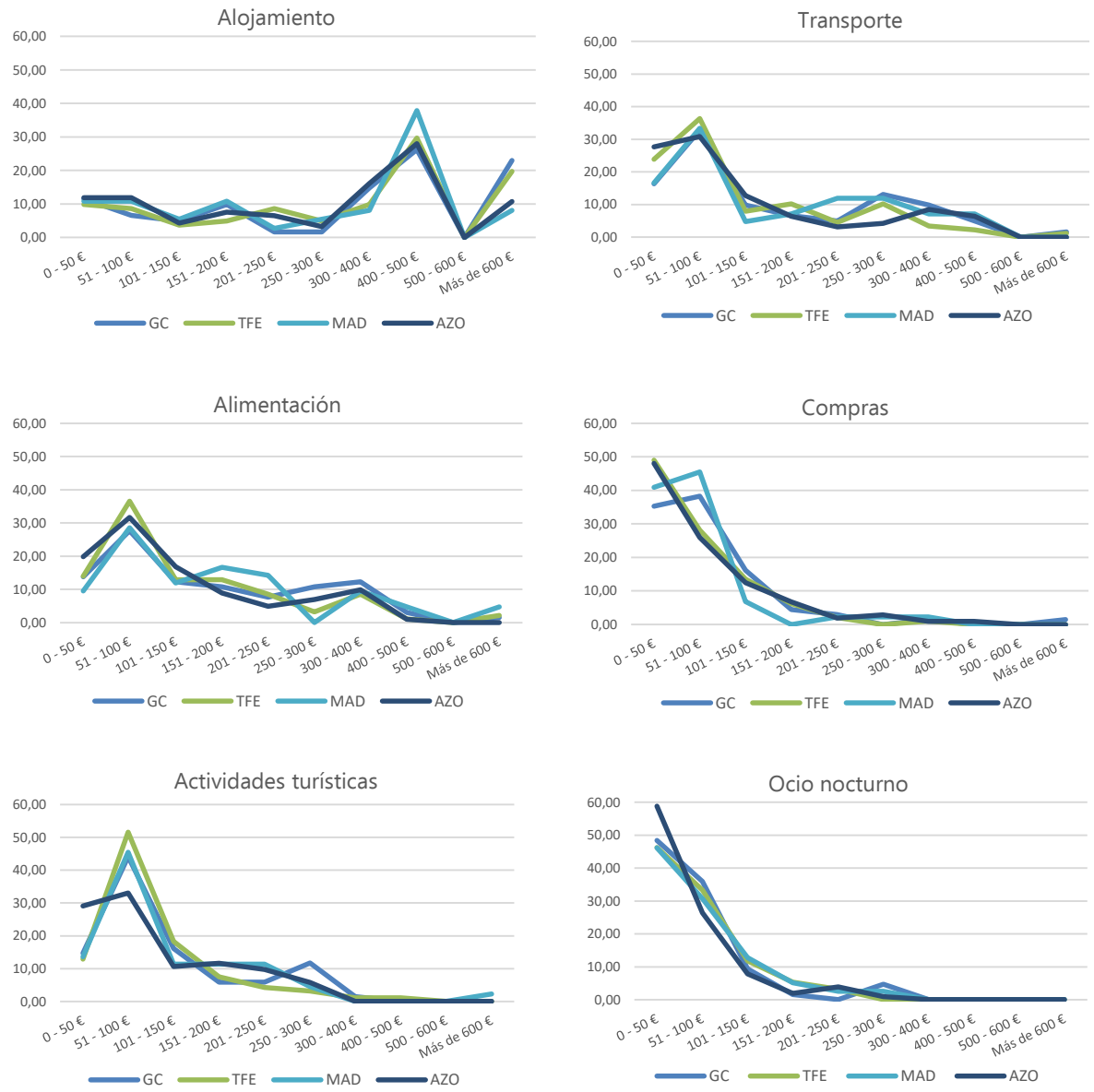


Figura 7. Distribución del gasto de los turistas en los destinos de la Macaronesia (€).
GC= Gran Canaria; TNFE= Tenerife; MAD= Madeira; AZO= Azores.

4.2. Experiencia previa en la observación de cetáceos.

A esta muestra de turistas también se le preguntó si había realizado alguna vez la actividad de observación de cetáceos. Como se refleja en los gráficos de la **Figura 8**, más de un 76% de los turistas de Gran Canaria, Tenerife y Madeira (en Azores un 68,5% de la muestra) indicaron que nunca habían realizado la actividad de observación de cetáceos. Es decir, estos turistas manifestaron, de media, en un 31,8% más de las ocasiones, no haber realizado nunca la actividad, frente a los turistas que estaban de vacaciones en los destinos de estudio y sí avistaron cetáceos.

Por su parte, los turistas que realizaron alguna vez la actividad, indicaron con mayor frecuencia haber disfrutado de la experiencia 1 vez; siendo los turistas de Azores los que en un 11,1% de las ocasiones indicaron haberla realizado hasta más de 3 veces (**Figura 8**). Los principales destinos donde la muestra de turistas en su conjunto indicó haber realizado la actividad alguna vez, son

Canarias y Azores, seguido de Madeira, al igual que en el anterior caso; lo que refuerza la importancia de los archipiélagos de la Macaronesia como principales destinos de observación de cetáceos a nivel mundial. Nuevamente, y con un porcentaje del 21,6%, aquellos turistas de Azores que afirmaron haber realizado en alguna ocasión la actividad, indicaron EEUU; mientras que los de Madeira afirmaron haber avistado cetáceos en Islandia en un 18,2% de las veces. Nótese que en la **Figura 9** sólo se presentan los 3-4 destinos de observación de cetáceos indicados con mayor frecuencia por los turistas que realizaron la actividad en alguna ocasión, pero no durante las presentes vacaciones en los destinos de la Macaronesia.

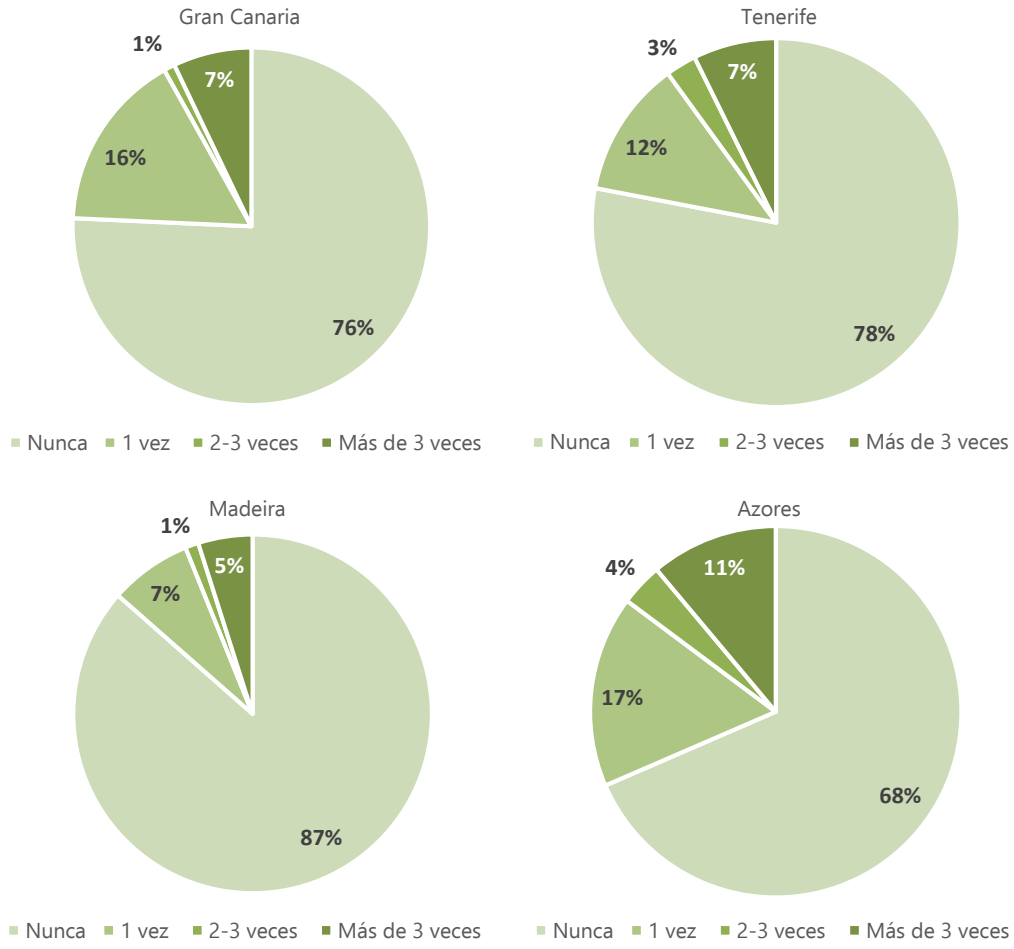


Figura 8. Experiencia previa en la actividad de observación de cetáceos de los turistas en los destinos de estudio (%).

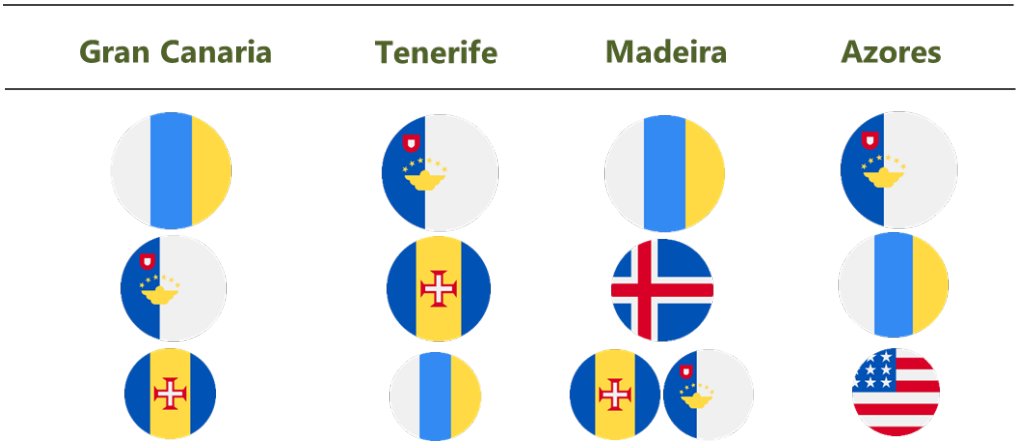


Figura 9. Principales destinos donde los turistas de la Macaronesia realizaron la actividad de observación de cetáceos en alguna ocasión.

4.3. Opinión del turista respecto a actitudes sobre la gestión de la actividad de observación de cetáceos en la Macaronesia.

Los turistas que estaban de vacaciones en los destinos de la Macaronesia, pero que no realizaron la actividad de observación de cetáceos, también valoraron en una escala Likert del 1-5 (donde 1= nada de acuerdo y 5= totalmente de acuerdo) una serie de afirmaciones relacionadas con la gestión de la actividad.

En primer lugar, se puede afirmar que los encuestados, sin diferencias regionales, están bastante de acuerdo en que *parte del precio de la actividad debería destinarse a la protección de los cetáceos* ($media_{Total}$= 4,57), seguido de la afirmación que indica que *debe existir un número de barcos limitado alrededor de los cetáceos durante la actividad* ($media_{Total}$= 4,49). Por su parte, cabe resaltar que existen diferencias regionales ante la opinión de si *los barcos deben acercarse lo máximo posible a los cetáceos para poder verlos bien* (F_{ANOVA}= 3,708 - p<0,05); donde los turistas de Azores ($media_{AZO}$= 2,23) son los que, de media, están menos de acuerdo con la afirmación, frente a los de Gran Canaria ($media_{GC}$= 2,62), que están en mayor grado de acuerdo (**Gráfico 6**).

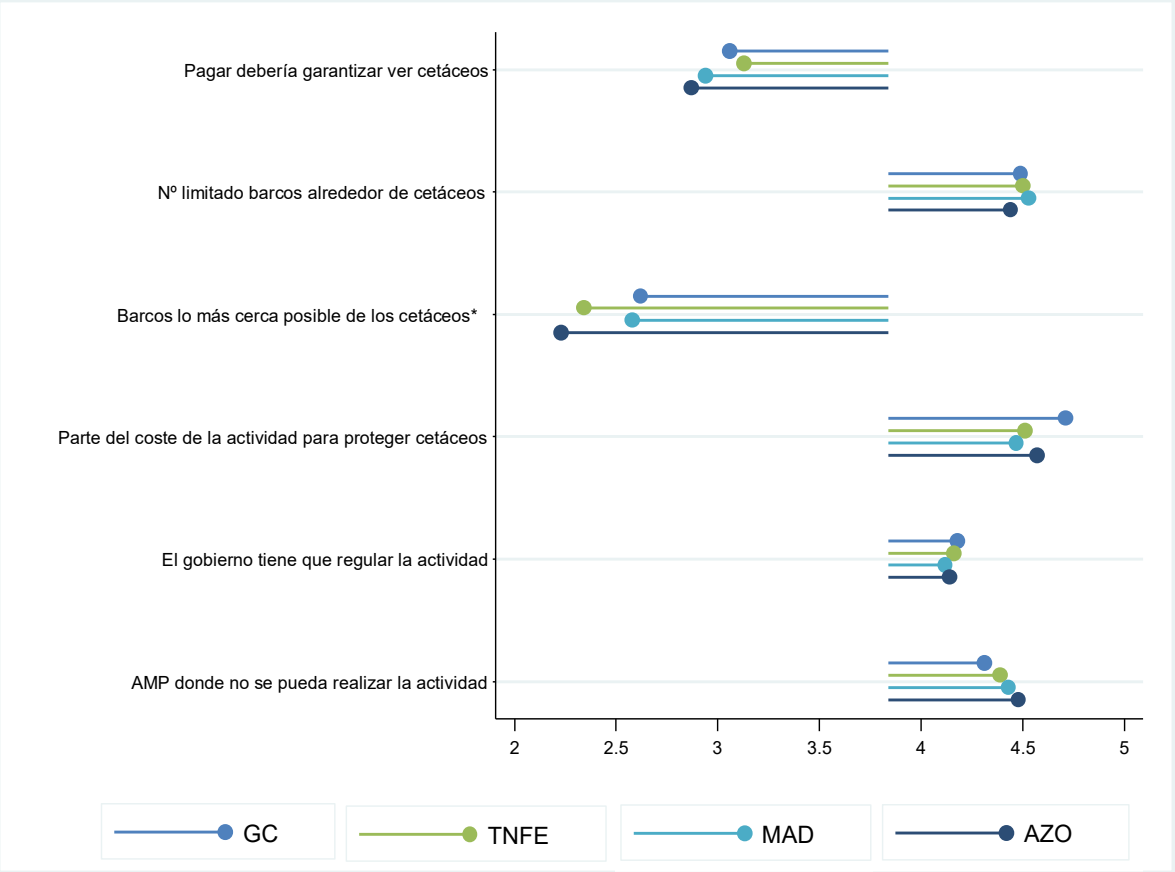


Gráfico 6. ¿Podría opinar sobre estas afirmaciones relacionadas con la gestión de los cetáceos?
**p<0,01 *p<0,05

4.4. Preferencias y disposición a pagar por diferentes atributos de la actividad de observación de cetáceos, ambiental y socialmente más sostenibles.

Se utilizó el modelo de elección discreta o *Choice Experiment* para que los turistas que se encontraban de vacaciones en los destinos de la Macaronesia pudiesen elegir, de entre un conjunto de escenarios hipotéticos, la alternativa que representara su combinación preferida de niveles de atributos (donde una de ellas era no realizar la actividad); atributos que se considera podrían contribuir a reducir el impacto generado por la actividad y a elevar la satisfacción del turista (véase explicación más detallada en el *Capítulo 2. Diseño del Estudio*). Para el análisis de resultados se aplicó un modelo de regresión mixto *Mixlogit,* ya que se considera uno de los modelos estadísticos que mejor extrae la valoración que los turistas tienen de los diferentes atributos presentados.

Como resultado (**Tabla 12**), la regresión muestra el signo esperado para la variable *precio* (signo negativo) y un coeficiente significativo. Por su parte, con signo positivo y también coeficiente significativo, las preferencias de elección de los turistas, de mayor a menor, son que se *apliquen medidas de protección* (Coef.= 2,38; p<0,001)*;* que la empresa disponga de un *certificado de responsabilidad social* (Coef.= 1,47; p<0,001)*;* que el *tráfico marítimo sea bajo* (Coef.= 1,01; p<0,05)*;* que se lleve a cabo *un seguimiento hidroacústico de los individuos/ poblaciones de cetáceos* (Coef.= 0,81; p<0,001) y; por último, que exista un *centro de visitantes de cetáceos*

(Coef.= 0,38; p<0,05). Por el contrario, cabe resaltar de los turistas no valoran la disponibilidad de una *aplicación para compartir y mejorar las experiencias de avistamiento* (Coef.= -0,46; p<0,001).

El valor de cambio de una unidad en un atributo en las alternativas se obtiene dividiendo, con signo negativo, el coeficiente asociado a ese atributo por la utilidad marginal del atributo precio (DAP= - Coef. Atributo/ Coef. precio). De esta forma se obtiene que la mayor disposición a pagar por la actividad de observación de cetáceos se otorga si se implementan *medidas de protección* para reducir los impactos que afectan negativamente a los cetáceos (valor promedio de 59,50€). Asimismo, que la empresa disponga de un *certificado de responsabilidad social* es el segundo atributo por el que los turistas estarían dispuestos a pagar una mayor cantidad, siendo su valor promedio de 36,75€.

Por último, cabe destacar que en la regresión logística se incluyeron variables sociodemográficas como edad, género y nivel de estudios, así como la pregunta sobre si había realizado alguna vez la actividad de observación de cetáceos; sin embargo, estas variables no resultaron significativas, por lo que se afirma que estos aspectos no determinan las preferencias de elección de los turistas encuestados.

Tabla 12. Resultados de la estimación logística de los atributos de la actividad de observación de cetáceos.

	Mixlogit	
	Coef.	**DAP (€)**
Certificado Responsabilidad Social	1,47*** (0,17)	36,75
Medidas de Protección	2,38*** (0,25)	59,50
Gestión Tráfico Marítimo		
Bajo	1,01** (0,31)	25,25
Medio	0,75*** (0,17)	18,75
Seguimiento instrumental		
Hidroacústico	0,81*** (0,14)	20,25
Satelital	0,30** (0,14)	7,5
Centro de visitantes	0,38** (0,12)	9,5
App	-0,46*** (0,14)	-11,5
Precio	-0,04*** (0,01)	
N	5904	

Notas: error estándar entre paréntesis
* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.001
Precio de la **constante** establecido teniendo en cuenta tráfico marítimo alto durante la actividad.

CAPÍTULO 5.

PREFERENCIAS Y DISPOSICIÓN A PAGAR POR LA ACTIVIDAD DE OBSERVACIÓN DE CETÁCEOS ENTRE OTRAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Chaitanya Suárez-Rojas

5.1. Perfil sociodemográfico

En este capítulo se presenta, en primera instancia, las características más frecuentes del perfil sociodemográfico de la población de los principales mercados emisores de turistas a la Macaronesia, a saber, Reino Unido, Alemania y Portugal (**Tabla 13**). Atendiendo a los resultados obtenidos, se puede determinar que la muestra de todos los mercados se compone de hombres y mujeres trabajadores. Por su parte, la población de Reino Unido y Alemania está dominada por jóvenes de entre 18-30 años (23,9% y 31,9%, respectivamente) y personas mayores de 60 años (23,1% y 24,7%); mientras que los de Portugal tienen edades comprendidas, en su mayoría, entre los 31- 50 años (47,3% de la muestra). Asimismo, son los de Reino Unido y Portugal los que en más de un 40% tienen estudios universitarios y superiores, frente a los alemanes, que en un 47,0% de las ocasiones indicaron disponer de un título académico profesional. Por otro lado, los ingresos anuales se concentran entre los 12.001 y 36.000 € en Reino Unido y Alemania, siendo los portugueses los que tienen una renta individual anual inferior (entre menos de 12.000 y 24.000 €). Por último, si bien el porcentaje de británicos, alemanes y portugueses que pertenece a una asociación ambientalista o conservacionista es relativamente bajo, cabe destacar que los primeros indicaron en mayor porcentaje (11,1%) ser miembro de una organización de esta índole.

Tabla 13. Perfil sociodemográfico de los turistas de los destinos de la Macaronesia (%).

	Reino Unido	Alemania	Portugal
Género			
Hombre	50,0	50,3	50,0
Mujer	50,0	49,7	50,0
Edad			
18 – 30	23,9	31,9	18,0
31 – 40	21,5	11,5	23,5
41 - 50	16,8	13,5	23,8
> 60 años	23,1	24,7	16,9
Educación			
Bachiller	25,0	14,6	34,0
Formación profesional	26,6	47,0	10,8
Universitaria y superior	44,6	31,6	54,4
Ocupación			
Autónomo	11,7	6,3	19,9
Trabajador asalariado	55,3	56,9	57,2
Retirado	18,5	28,6	11,6
Ingresos (Renta indiv. €)			
Menos de 12.000 €	9,7	11,7	25,5
12.001 – 24.000 €	28,5	26,0	43,5
24.001 – 36.000 €	22,8	24,0	15,0
Más de 48.000 €	16,8	21,3	4,2
Miembro asociación			
Sí	11,1	10,4	4,7

5.2. Imagen y visita previa a los destinos de la Macaronesia.

En una escala Likert del 1-5 (donde 1= imagen muy negativa y 5= imagen muy positiva), la población de Reino Unido, Alemania y Portugal expresó su opinión respecto a la imagen que tiene de los diferentes destinos de la Macaronesia. También se les pidió que indicasen si habían visitado

alguno de estos archipiélagos (resultados representados en ‰ en el **Gráfico 7**). Calculadas las medias y desviación típica, y realizado el análisis ANOVA, el diagrama de barras del gráfico muestra que, de media, y sin diferencias regionales, la imagen del destino Islas Canarias es positiva. Por su parte, la población de Reino Unido es la que tiene, de media, una imagen menos positiva de los archipiélagos de Azores y Madeira, frente a la población de Portugal, que indicó tener una imagen más positiva. También son los portugueses los que tienen una imagen más positiva del destino Cabo Verde, en comparación con la imagen que tienen los alemanes. Respecto a las visitas a los destinos de estudio (representación lineal en el gráfico), se podría determinar que existe una relación con la imagen que se tiene de los mismos. Por su parte, también se puede confirmar que estos resultados se ajustan a los datos de las estadísticas oficiales de los destinos, que indican que Portugal es uno de los principales mercados emisores de turistas a los archipiélagos de Madeira (58,6% de la muestra) y Azores (56,3%); mientras que son británicos (56,8%) y alemanes (53,6%) los que ocupan los primeros puestos en el destino Islas Canarias. Asimismo, si bien son los portugueses los que más visitan el archipiélago caboverdiano, en términos generales es el destino menos visitado por los mercados europeos de este estudio.

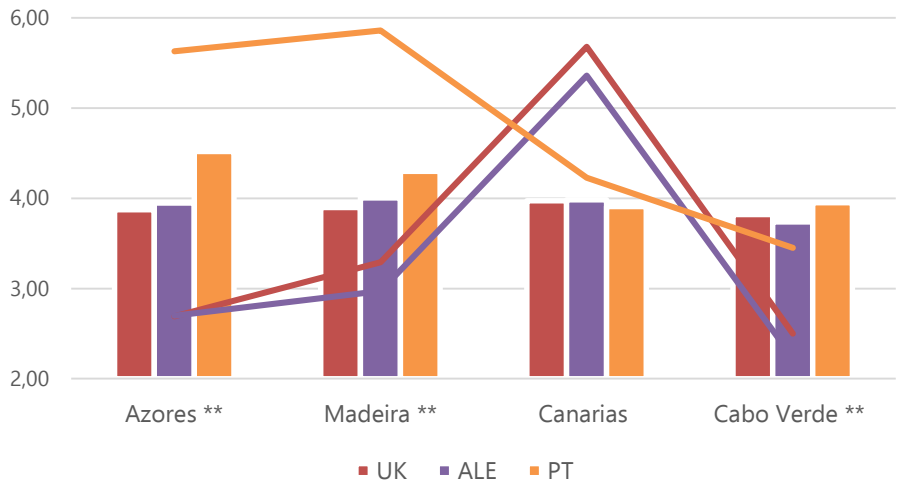


Gráfico 7. Imagen (columnas) y visita previa en ‰ (líneas) a los destinos de la Macaronesia.

5.3. Interés y experiencia previa en la realización de las actividades turísticas propuestas.

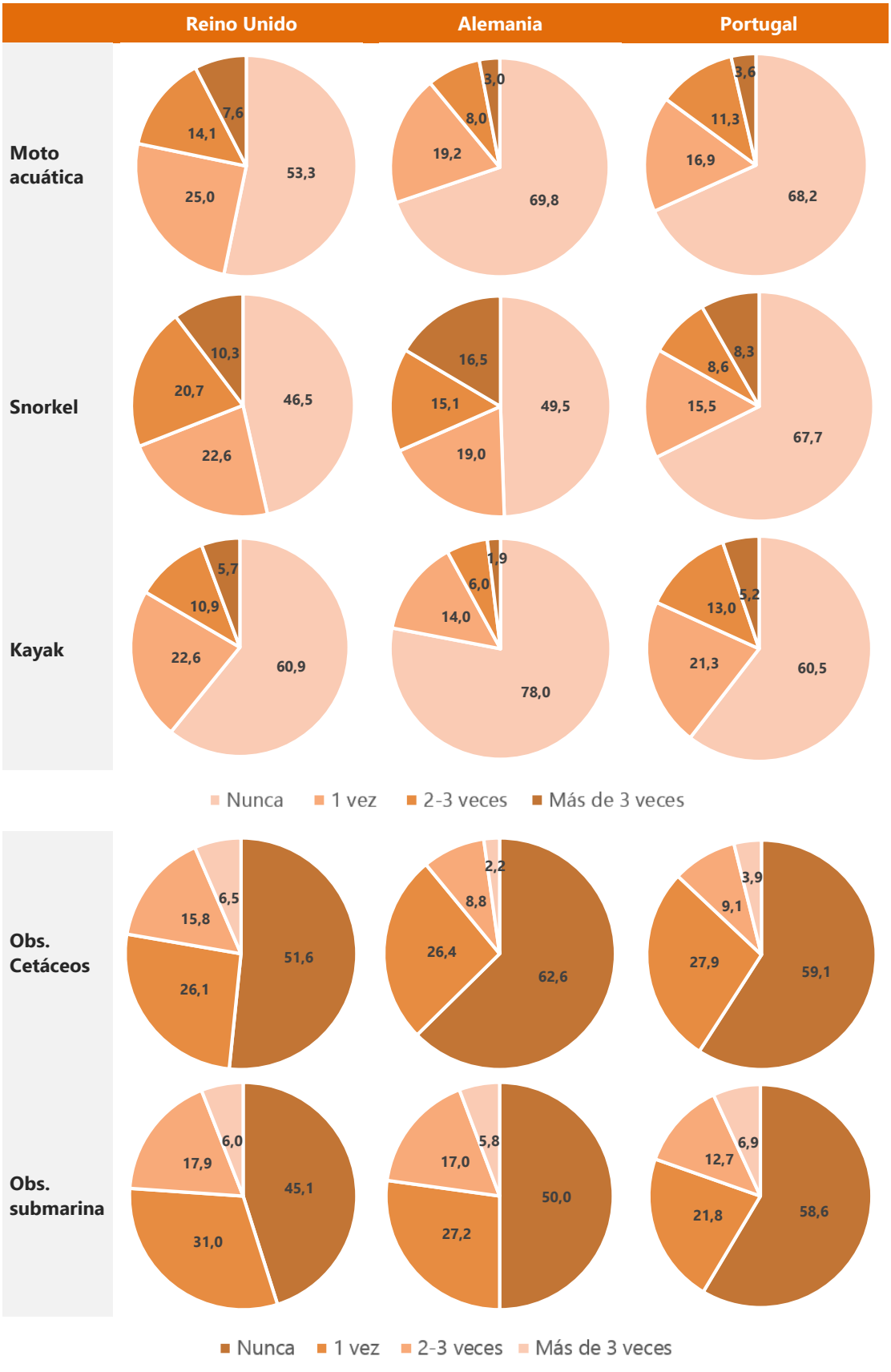
En una escala Likert del 1-5 (donde 1= ningún interés y 5= mucho interés), los británicos, alemanes y portugueses de la muestra indicaron el interés que tienen en realizar las diferentes actividades turísticas náuticas, de naturaleza y urbanas propuestas. Para determinar si existen diferencias regionales entre la opinión de la población de los diferentes mercados, se realizó un análisis ANOVA, además de calcularse las medias y su desviación típica. Tal y como se puede extraer del **Gráfico 8**, la población de los diferentes mercados emisores de turistas a los destinos de la Macaronesia, sin diferencias regionales, están, de media, algo interesados en realizar actividades como la observación submarina o visitar acuarios; mientras que mantienen una postura neutra cuando se preguntó sobre el interés que tenían en realizar snorkel. Por su parte, se observa que es la población alemana la que, de media, está menos interesada en realizar actividades náuticas activas, a saber, moto acuática (F_{ANOVA}= 11,46 - $p<0,01$) y kayak (F_{ANOVA}=

11,46 - p<0,01) y actividades de naturaleza activas como realizar una ruta guiada en bicicleta (F_{ANOVA}= 11,46 - p<0,01) o en quad (F_{ANOVA}= 11,46 - p<0,01). Por el contrario, son los portugueses los que mayor grado de interés muestran en la realización de todas las actividades en su conjunto, destacando el caso concreto del *city-tour* (Media= 4,05; F_{ANOVA}= 8,38 - p<0,01), seguido del senderismo organizado en áreas protegidas (Media= 4,04; F_{ANOVA}= 50,82 - p<0,01), visitar museos (Media= 3,95; F_{ANOVA}= 41,00 - p<0,01) y realizar la actividad de observación de cetáceos (Media= 3,92; F_{ANOVA}= 13,40 - p<0,01). A este respecto cabe resaltar que, a pesar de las diferencias regionales existentes en todos los mercados analizados, avistar cetáceos y visitar museos, acuarios o realizar un *city-tour* (actividades turísticas urbanas), son de media, las actividades por las que los turistas, sobre todo los portugueses, indicaron estar más interesados.

Gráfico 8. Interés de la población en origen por realizar las diferentes actividades turísticas náuticas, de naturaleza y urbanas propuestas.
**p<0,01 *p<0,05

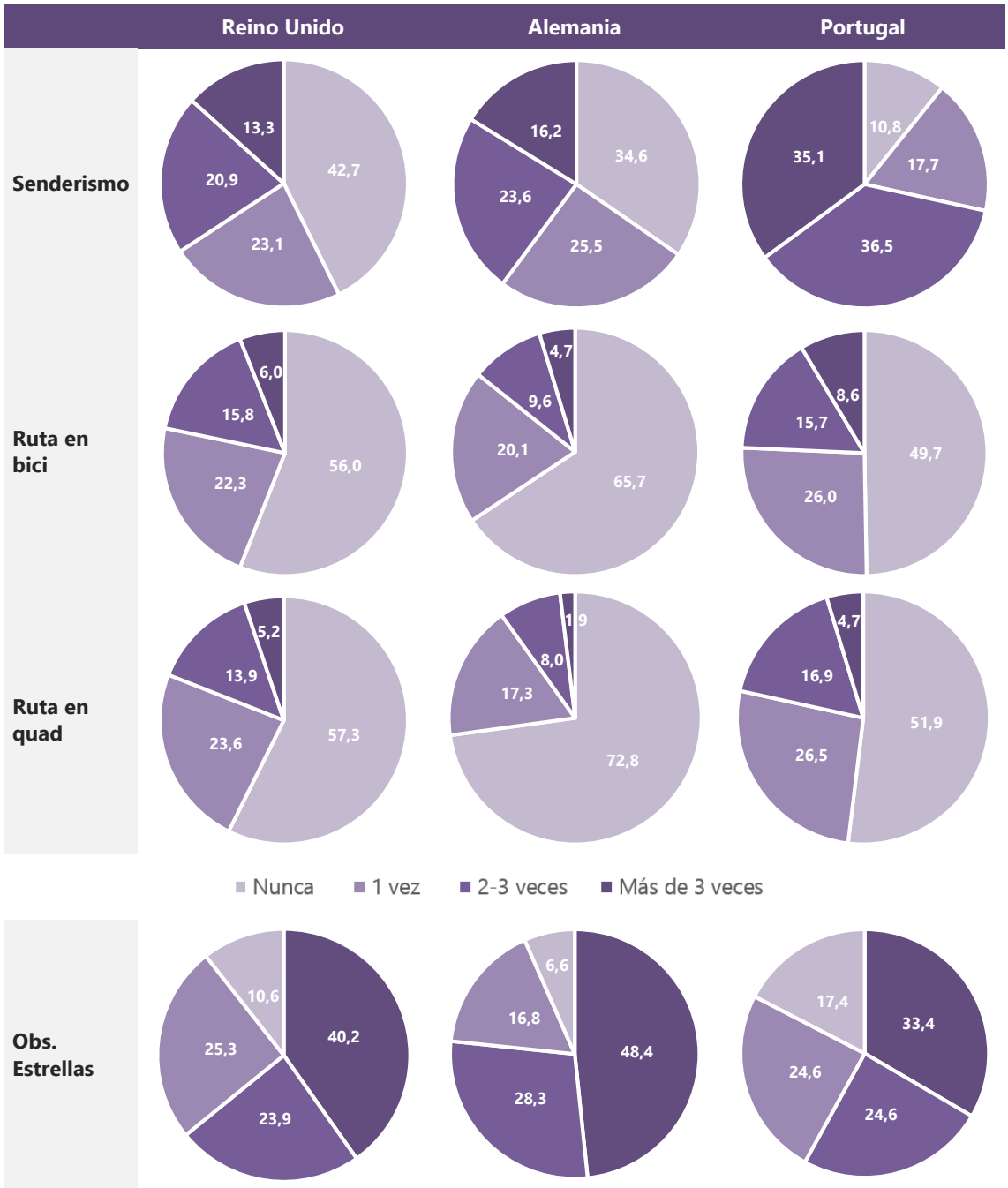
Por otro lado, se pidió a los encuestados que indicasen si habían realizado/ practicado en alguna ocasión (donde 1=nunca; 2= 1 vez; 3= 2-3 veces; 4= más de 3 veces) las actividades indicadas, relacionadas con el sector del turismo náutico, el turismo de naturaleza o con determinadas actividades turísticas urbanas. En las siguientes tablas se presenta la frecuencia (%) de las respuestas de los británicos, alemanes y portugueses de la muestra. Tal y como se observa en la **Tabla 14**, y relativo a las actividades turísticas náuticas, más de un 50% de la población encuestada en los diferentes mercados de origen nunca ha realizado/ practicado alguna de estas actividades (paseo en moto acuática o en kayak, observación de cetáceos o en submarino). A este respecto, tan sólo cabe destacar que la población de Reino Unido fue la que en menor porcentaje indicó no haber realizado nunca snorkel (46,5%) o la actividad de observación submarina (45,1%). Por su parte, y centrándonos en las actividades náuticas pasivas (observación de cetáceos y observación submarina), los encuestados indicaron en mayor porcentaje haber realizado dichas actividades una vez (a excepción de los portugueses en el caso de la observación submarina), en comparación con el porcentaje de encuestados que indicó haber realizado una vez las actividades náuticas activas (paseo en moto acuática, kayak y snorkel).

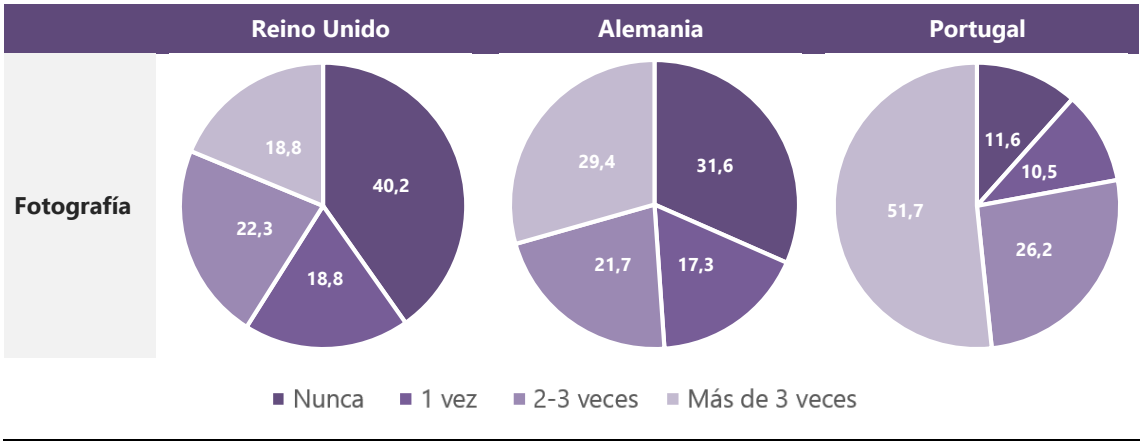
Tabla 14. Actividades turísticas náuticas (activas y pasivas) realizadas/practicadas (%).



En el caso de las actividades turísticas de naturaleza, nuevamente aquéllas de tipo pasivo son las que, de forma generalizada, los encuestados de los diferentes mercados de origen han llegado a practicar en mayor porcentaje. A este respecto, son los de Portugal los que indicaron en más de un 51,6% de las ocasiones, haber observado estrellas o haber realizado la actividad organizada de fotografía de paisajes, en una o varias ocasiones (**Tabla 15**). Por el contrario, debe resaltarse que el senderismo guiado en áreas protegidas (actividad de tipo activa) es la actividad que en mayor porcentaje han realizado los portugueses (tan sólo un 10,8% indicó no haberla practicado nunca).

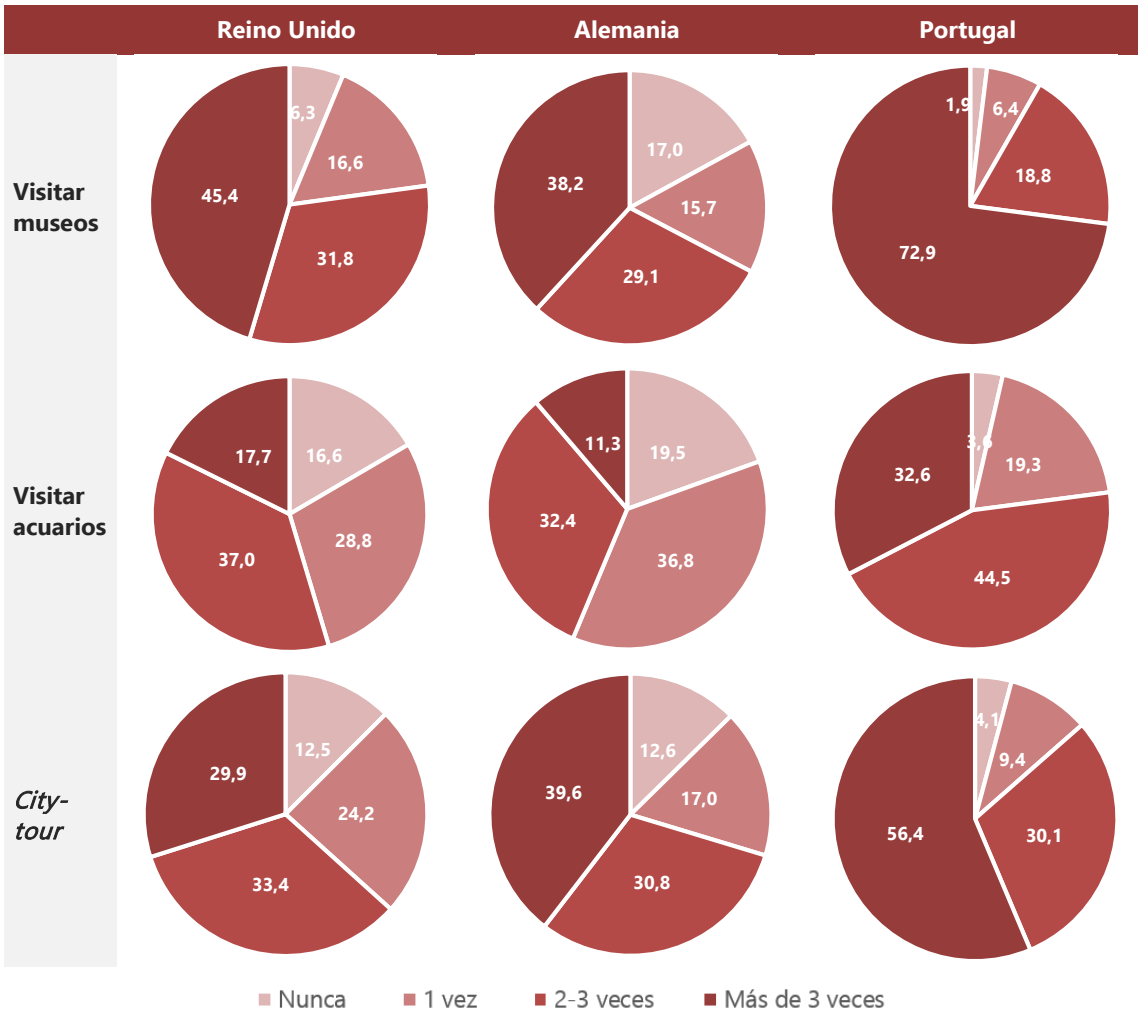
Tabla 15. Actividades turísticas de naturaleza (activas y pasivas) realizadas/practicadas (%).





Por último, de la **Tabla 16** se extrae que son las actividades turísticas urbanas las que, en mayor porcentaje realizan británicos, alemanes y portugueses, en comparación con los otros grupos de actividades. En este sentido, se ha de subrayar que, nuevamente son los portugueses los que indicaron en mayor porcentaje haber visitado, en este caso hasta más de 3 veces, museos (72,2% de las ocasiones), acuarios (32,6%), o haber realizado un *city-tour* (56,4%).

Tabla 16. Actividades turísticas de ciudad realizadas/practicadas (%).



5.4. Preferencias y disposición a pagar por la actividad de observación de cetáceos, cuando se consideran también otras actividades turísticas.

Para conocer las preferencias y disposición a pagar de la población de los principales mercados emisores de turistas a los destinos de la Macaronesia por las diferentes actividades turísticas propuestas, aquí también se utilizó el modelo de elección discreta o *Choice Experiment*. De esta forma, los encuestados debían elegir de entre un conjunto de escenarios hipotéticos, la alternativa que representara su combinación preferida de actividades turísticas náuticas, de naturaleza o urbanas ofertadas; o bien quedarse en casa (véase explicación más detallada en el *Capítulo 2. Diseño del Estudio*). Para el análisis de resultados se aplicó nuevamente el modelo de regresión mixto *Mixlogit*.

Tal y como se observa en la tabla (**Tabla 17**), la regresión muestra el signo esperado para la variable *precio* y un coeficiente significativo (Coef.= -0,01; p<0,001). Por su parte, con signo positivo y también coeficiente significativo, las 3 principales actividades que británicos, alemanes y portugueses preferirían realizar en sus próximas vacaciones, por orden de mayor a menor preferencia, son: la *observación de cetáceos* (Coef. = 0,51; p<0,001)*, el senderismo* (Coef. = 0,41; p<0,001) y la *observación de estrellas* (Coef. = 0,34; p<0,05). Por el contrario, actividades como la fotografía o el *city-tour* (Coef. = 0,11; p<0,001, en ambos casos) son las que en menor grado valoran los encuestados. Respecto a la disposición a pagar por las actividades turísticas, se obtiene que el atributo de mayor valor es la *realización de la actividad turística de observación de cetáceos*; en otras palabras, el valor promedio por persona/ día del paquete vacacional, si incluye la actividad de observación de cetáceos, es de 51,00€.

Del mismo modo que sucedía en la pregunta anterior sobre el interés en realizar las diferentes actividades propuestas, cabe resaltar que la población encuestada prefiere y valora más las actividades de tipo pasivo, ya sean náuticas o de naturaleza, que la realización de actividades más activas. A este respecto, tras el análisis de regresión realizado, tan solo se identifican dos excepciones: la mayor preferencia o disposición a pagar por el senderismo (actividad de naturaleza activa); y la menor preferencia por realizar una actividad organizada para tomar fotos a paisajes, lugares, flora, fauna, etc. únicos y diferentes (Coef. = 0,11; p<0,01).

En la regresión logística se incluyeron variables sociodemográficas como edad, género y nivel de estudios. En base al coeficiente de significatividad y los signos obtenidos, se puede afirmar que son las personas con estudios universitarios/ superiores y los jóvenes de entre 18- 34 años los que están dispuestos a elegir más la opción de viajar (bajo las condiciones propuestas en cada opción) y no la quedarse en casa (Coef. $_{Estudios}$= 0,26; p<0,05; Coef. $_{Edad}$= 0,60; p<0,001); frente a aquéllas personas mayores de 55 años y personas con estudios técnicos, que tienen una relación negativa con la probabilidad de elegir cualquiera de las opciones de pago y, por tanto, una relación negativa con la disposición a pagar (Coef. $_{Edad}$= -0,74; p<0,001; Coef. $_{Estudios}$= -0,37; p<0,001).

Tabla 17. Resultados de la estimación logística de los diferentes paquetes de actividades turísticas presentados.

	Mixlogit	
	Coef.	**DAP (€)**
Activ. Náuticas Activas		
Moto acuática	0,25*** (0,07)	25,00
Kayak	0,21** (0,07)	21,00
Snorkel	0,15** (0,07)	15,00
Activ. Náuticas Pasivas		
Observación submarina	0,29*** (0,06)	29,00
Observación cetáceos	0,51*** (0,07)	51,00
Activ. Naturaleza Activas		
Ruta bicicleta	0,28*** (0,06)	28,00
Senderismo	0,41*** (0,07)	41,00
Ruta en quad	0,19** (0,06)	19,00
Activ. Naturaleza Pasivas		
Fotografía	0,11* (0,06)	11,00
Observación estrellas	0,34*** (0,08)	34,00
Activ. en Ciudad		
Visita acuarios	0,17** (0,06)	17,00
City-tour	0,11 (0,07)	11,00
Visita museos	0,25*** (0,07)	25,00
Precio	-0,01*** (0,00)	
N	22974	

Notas: error estándar entre paréntesis
* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.001
Precio de la **constante** establecido teniendo en cuenta la no realización de ninguna de las actividades propuestas.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

La actividad de observación de cetáceos surgió como alternativa a la caza comercial de ballenas y delfines y, por consiguiente, para contribuir a las labores de educación, sensibilización y conservación de los mamíferos marinos y su hábitat (Buultjens et al., 2016; Cisneros-Montemayor et al., 2010; Plasencia, Rodríguez, Herrera y Delgado, 2001). A pesar de ello, el rápido crecimiento del sector compromete el adecuado desarrollo de la propia actividad y, por ende, a garantizar su sostenibilidad.

En primer lugar, se ha de señalar que, si bien los turistas de la Macaronesia que realizaron la actividad de observación de cetáceos están satisfechos tras la experiencia, y se sintieron alegres y fascinados durante el avistamiento; se han podido identificar que no comparten las mismas motivaciones. Mientras que los turistas de Canarias realizan la actividad principalmente porque se la recomendaron, la motivación de los de Madeira y Azores fue querer ver, específicamente, cetáceos.

Del análisis de Importancia-Rendimiento regional realizado, se extrae que:

- Aprender sobre ecología, sobre la protección de los animales, su papel en la cultura local, etc., son aspectos poco prioritarios en Gran Canaria y Tenerife.
- La educación/ interpretación en torno a los cetáceos recibida durante la experiencia en los archipiélagos portugueses ha de trabajarse de manera prioritaria.

Por el contrario, de este análisis se extrae que el sector cuenta con una serie aspectos que se deben seguir trabajando como hasta ahora. Éstos son:

- La seguridad brindada a bordo de la embarcación, la relación calidad-precio de la actividad o la presencia de un guía especializado en el equipo.
- Embarcaciones cómodas, en el caso del sector en los destinos canarios.

Por otro lado, los turistas que visitan los destinos de la Macaronesia (y no realizan la actividad de observación de cetáceos) estarían dispuestos a pagar más por la actividad si la misma se alinea con los criterios de sostenibilidad. En particular, los turistas de Canarias, Madeira y Azores prefieren realizar la actividad de observación de cetáceos si:

- El sector contribuye a la protección de ballenas y delfines y a la mitigación de los impactos generados sobre sus poblaciones y el medio marino.
- La empresa dispone de un certificado de Responsabilidad Social que acredite las buenas prácticas ambientales y un comportamiento empresarial ético y transparente.
- El sector tiene implementadas unas medidas de control del tráfico marítimo y no se contabilizan más de 3 embarcaciones alrededor de los cetáceos durante el avistamiento.

A este respecto, las cifras indican que:

- El valor promedio de la actividad de observación de cetáceos si se implementan medidas para proteger los animales, es de 59,50€.
- Si la empresa de avistamiento de cetáceos cuenta con un certificado de Responsabilidad Social, los turistas estarían dispuestos a pagar en promedio hasta 36,75€ más por realizar la actividad.

- Que haya poco tráfico marítimo durante el avistamiento, tiene un valor pormedio para el turista de 25,25€.

Por último, gracias al presente estudio, se ha podido identificar que la actividad de observación de cetáceos tiene un gran atractivo potencial para la población de los principales mercados emisores de turistas a los destinos de la Macaronesia. En otras palabras, si británicos, alemanes y portugueses tuviesen la oportunidad de disfrutar de unas vacaciones de 5 días en algún destino costero, seguro, con buena accesibilidad y buen clima, estarían dispuestos a pagar más por un paquete vacacional que incluyera, como primera opción, el avistamiento de cetáceos. Las cifras indican que:

- El valor promedio por persona/día, si el paquete vacacional incluye la actividad de observación de cetáceos, es de 51,00€.
- Británicos, alemanes y portugueses están dispuestos a pagar un 19,61% más porque se incluya en el paquete vacacional la actividad de observación de cetáceos, en lugar del senderismo organizado en un área protegida; y hasta 5 veces más por realizarla en lugar de un *tour* organizado por la ciudad *(city-tour).*

Estos resultados instan al sector turístico de observación de cetáceos de los destinos de la Macaronesia a garantizar un correcto desarrollo y promoción de la actividad. Esto no sólo contribuirá a proteger las diferentes especies de cetáceos en aguas de la Región, sino también a asegurar la actividad a largo plazo, a mejorar la imagen y fidelización del sector, a incrementar los ingresos directos e indirectos de los destinos y, por último, a elevar la satisfacción del turista que disfruta de esta experiencia.

REFERENCIAS

Agardy, M. T. (1993). Accommodating ecotourism in multiple uses planning of coastal and marine protected areas. *Ocean and Coastal Management*, 20(3), 219-239 pp.

Agersted, P. R. (2006). Evaluating ecotourism in Mexico's biosphere reserves: whale watching activities in the world heritage site of Laguna San Ignacio, Baja California Sur, Mexico 1994-2002. Doctoral dissertation, University of British Columbia.

Arechavaleta, M. & Montero, R. (1997). *La observación de cetáceos como actividad turística en Canarias. Descripción y diagnóstico.* SATURNO, S. L., Tenerife. 127 pp. (Inédito).

Arias, M., Coscarella, M. A., Romero, M. A., Svendsen, G. M., Reinaldo, M. O., Curcio, N. S., ... & González, R. A. (2018). Impact of whale-watching on Southern Right Whale (Eubalaena australis) in Patagonia: assessing the effects from its beginnings in the context of population growth. *Tourism Management Perspectives*, 27, 1-9.

Ávila-Foucat, V. S., Vargas, A. S., Jordan, A. F., & Flores, O. R. (2013). The impact of vessel crowding on the probability of tourists returning to whale watching in Banderas Bay, Mexico. Ocean & coastal management, 78, 12-17.

Bach L., and Burton M. (2017). Proximity and animal welfare in the context of tourist interactions with habituated dolphins, *Journal of Sustainable Tourism*, 25:2, 181-197 pp.

Ballantyne, R., Packer, J., Sutherland, L. (2011). Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management* 32, 770-779 pp.

Bentz, J., Lopes, F., Calado, H., & Dearden, P. (2016a). Enhancing satisfaction and sustainable management: whale watching in the Azores. *Tourism Management*, 54, 465-476.

Bentz, J., Lopes, F., Calado, H., & Dearden, P. (2016c). Managing marine wildlife tourism activities: Analysis of motivations and specialization levels of divers and whale watchers. *Tourism Management Perspectives*, 18, 74-83.

Bentz, J., Lopes, F., Calado, H., & Dearden, P. (2016b). Sustaining marine wildlife tourism through linking Limits of Acceptable Change and zoning in the Wildlife Tourism Model. *Marine Policy*, 68, 100-107.

Berrow S. (2001). *Deep Sea Case Study: an assessment of the framework, legislation and monitoring required to develop genuinely sustainable pelagic whalewatching.* Shannon Dolphin and Wildlife Foundation. A parallel project for META-Marine Ecotourism in Atlantic Areas INTERREG: EA-C1UK-No3.14, 41pp.

Berrow, S., Suárez, P. L., Jann, B., O'Brien, J., Ryan, C., Varela, J., & Hazevoet, C. J. (2015). Recent and noteworthy records of Cetacea from the Cape Verde Islands. *Zoologia Caboverdiana*, 5, 111-115.

Binkhorst, E., & Den Dekker, T. (2009). Agenda for co-creation tourism experience research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2-3), 311-327.

Brenner, L., Mayer, M., & Stadler, C. (2016). The economic benefits of whale watching in El Vizcaíno Biosphere Reserve, Mexico. *Economía Sociedad y Territorio*, 429-457.

Buultjens, J., Ratnayke, I., & Gnanapala, A. (2016). Whale watching in Sri Lanka: Perceptions of sustainability. *Tourism Management Perspectives*, 18, 125-133.

Castillo-Canalejo, A. M. & Sánchez Cañizares S.M. (2012). Turismo de sol y playa. Análisis de la demanda en Boavista (Cabo Verde) *CULTUR-Revista e Cultura e Turismo*, 6(1), 90-104.

Cater, C. & Cater, E. (2007). Marine Ecotourism: between the devil and the deep blue sea. Cambridge, MA: CABI.

Chen, C. L. (2011). From catching to watching: Moving towards quality assurance of whale/dolphin watching tourism in Taiwan. *Marine Policy*, 35(1), 10-17.

Cisneros-Montemayor, A. M., Sumaila, U. R., Kaschner, K., & Pauly, D. (2010). The global potential for whale watching. *Marine Policy*, 34(6), 1273-1278.

Corkeron, P.J. (2004). Whale watching, iconography, and marine conservation. *Conservation Biology,* 18, 847–849.

Cornejo-Ortega, J. L., Chavez-Dagostino, R. M., & Malcolm, C. D. (2018). Whale watcher characteristics, expectation-satisfaction, and opinions about whale watching for private vs community-based companies in Bahía de Banderas, Mexico. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 13(5), 790-804.

Cunningham, P. A., Huijbens, E. H., & Wearing, S. L. (2012). From whaling to whale watching: Examining sustainability and cultural rhetoric. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 143-161.

Dellaert, B., Borgers, A., & Timmermans, H. (1995). A day in the city: Using conjoint choice experiments to model urban tourists' choice of activity packages. *Tourism Management*, 16(5), 347-353.

D'Lima, C., Everingham, Y., Diedrich, A., Mustika, P. L., Hamann, M., & Marsh, H. (2018). Using multiple indicators to evaluate the sustainability of dolphin-based wildlife tourism in rural India. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1687-1707.

Ferreira, R. B. (2008). Monitorização da actividade de observação de cetáceos no Arquipélago da Madeira, Portugal. Doctoral dissertation, Universidade de Lisboa.

Finkelstein, S., Harvey, C., & Lawton, T. (2008). Vision by design: a reflexive approach to enterprise regeneration. *Journal of Business Strategy*, 29(2), 4-13.

Finkler, W., & Higham, J. (2004). The human dimensions of whale watching: An analysis based on viewing platforms. *Human Dimensions of Wildlife*, 9(2), 103-117.

Forestell, P.H. & Kaufman, G.D. (1990). The history of whale watching in Hawaii and its role in enhancing visitor appreciation for endangered species. In M.L. Miller and J. Auyong (eds) Proceedings of the 1990 Congress on Coastal and Marine Tourism Vol. 2, 399–407 pp. Newport, OR: National Coastal Resources Research and Development Institute.

Freitas, L., A. Dinis, F. Alves, F. Nóbrega (2004) *Cetáceos no Arquipélago da Madeira. Projecto para a Conservação dos Cetáceos no Arquipélago da Madeira*. Ed. Madeira WhaleMuseum, Machico. 62pp.

Garrod, B. & Fennell, D.A. (2004). An analysis of whale-watching codes of conduct. *Annals of Tourism Research* 31 (2), 334-352.

Hazevoet, C.J. & Wenzel, F.W. (2000). Whales and dolphins (Mammalia, Cetacea) of the Cape Verde Island so with special reference to the Humpback-whale *Megupteru novandeangliae*. *Contributions to Zoology*, 69 (3) 197-211 pp.

Higham, J. E. S., Bejder, L., & Lusseau, D. (2008). An integrated and adaptive management model to address the long-term sustainability of tourist interactions with cetaceans. *Environmental Conservation* 35 (4): 294–302 pp.

Higham, J., Bejder, L., & Williams, R. (Eds.). (2014). *Whale-watching: Sustainable tourism and ecological management*. Cambridge University Press.

Hoarau, H., & Kline, C. (2014). Science and industry: Sharing knowledge for innovation. *Annals of Tourism Research*, 46, 44-61.

Hoyt, E. (2001). *Whale Watching 2001: Worldwide Tourism Numbers, Expenditures and Expanding Socioeconomic Benefits*. International Fund for Animal Welfare, Yarmouth Port, Mass, USA.

Hoyt E. (2002). *Whale Watching*. In Encyclopedia of marine mammals. Ed. Perrin, W.F., Wursig, B. & Thenwissen, J.G... San Diego: Academic Press, 1305-1310 pp.

Hoyt, E. (2003). *The Best Whale Watching in Europe. A guide to seeing whales, dolphins and porpoises in all European waters*. WDCS, Unterhaching, Germany. 60 pp.

Hoyt, E. (2005). Sustainable ecotourism on Atlantic islands, with special reference to whale watching, marine protected areas and sanctuaries for cetaceans. *Biology and environment: proceedings of the Royal Irish Academy,* 141-154 pp.

Hoyt, E. (2007). *A blueprint for dolphin and whale watching development*. Humane Society International, Washington, USA. 33 pp.

Hoyt, E., & Iñíguez, M. (2008). *The state of whale watching in Latin America*. Wdcs, Chippenham, Uk.

Hu, W., Boehle, K., Cox, L., & Pan, M. (2009). Economic values of dolphin excursions in Hawaii: A stated choice analysis. *Marine Resource Economics*, 24(1), 61-76.

International Whaling Commission (1994). Chairman's Report of the Forty-Fifth Annual Meeting. Appendix 9. IWC Resolution on whale watching. *Report of the International Whaling Commission* 44, 33–34 pp.

International Whaling Commission (2019). Responsible Management. The benefits and impacts of Whale Watching. International Commission. Disponible en https://wwhandbook.iwc.int/en/responsible-management/benefits-and-impacts-of-whale-watching

International Whaling Commission (2019b). New Zealand: Kaikoura. Adaptative management of an industry in harmony with traditional values. Disponible en https://wwhandbook.iwc.int/en/case-studies/new-zealand-kaikoura

Jacobs, M. H., & Harms, M. (2014). Influence of interpretation on conservation intentions of whale tourists. Tourism Management, 42, 123-131.

Jensen, F. H., Bejder, L., Wahlberg, M., Soto, N. A., Johnson, M., & Madsen, P. T. (2009). Vessel noise effects on delphinid communication. *Marine Ecology Progress Series*, 395, 161-175.

Kemperman, A., Arentze, T., & Aksenov, P. (2019). Tourists' City Trip Activity Program Planning: A Personalized Stated Choice Experiment. In Artal-Tur, Kozak & Kozak (Eds.), Trends in Tourist Behavior (pp. 53-70). Springer, Cham.

Kessler, E., Harcourt, R., & Bradford, W. (2014). Will whale watchers sacrifice personal experience to minimize harm to whales? *Tourism in Marine Environments*, 10(1-2), 21-30.

Krasovskaya, S. (2017). Economic Contribution of the Whale-Watching Industry for the Madeira Archipelago. Master dissertation, Universidade da Madeira.

Kruger, M., van der Merwe, P., & Saayman, M. (2018). A whale of a time! An experience-based typology of visitors to a South African whale-watching festival. Journal of outdoor recreation and tourism, 24, 35-44.

Kusuma-Mustika , Putu Liza, Birtles ,A., Everingham, Y. and Marsh, H. (2013). The human dimensions of wildlife tourism in a developing country: watching spinner dolphins at Lovina, Bali, Indonesia, Journal of Sustainable Tourism.

Lai, I. K. W., & Hitchcock, M. (2015). Importance–performance analysis in tourism: A framework for researchers. *Tourism Management*, 48, 242-267.

Lambert, E., Hunter, C., Pierce, G. J., & MacLeod, C. D. (2010). Sustainable whale-watching tourism and climate change: towards a framework of resilience. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 409-427.

Lawrence, T. B., Phillips, N., & Hardy, C. (1999). Watching whale watching: Exploring the discursive foundations of collaborative relationships. T*he Journal of Applied Behavioral Science*, 35(4), 479-502.

Lee, C. K., Lee, J. H., Kim, T. K., & Mjelde, J. W. (2010). Preferences and willingness to pay for bird-watching tour and interpretive services using a choice experiment. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 695-708.

Lee, C. K., Mjelde, J. W., Kim, T. K., Lee, E., & Choi, Y. (2019). Willingness-to-pay for whale tour attributes using a choice experiment. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(6), 606-617.

Lück, M., & Porter, B. A. (2019). Experiences on swim-with-dolphins' tours: an importance–performance analysis of dolphin tour participants in Kaikoura, New Zealand. *Journal of Ecotourism*, 18(1), 25-41.

Luján Mohamed, Y. (2013). *Turismo de avistamiento de cetáceos en las Islas Canarias: estudio sobre la realidad actual del sector, el perfil de la demanda y el impacto económico de la actividad*. Tesis Doctoral. ULPGC.

Masters, D., & Carter, J. (1998). *Marine Wildlife Tourism: Developing a Quality Approach in the Highlands and Islands: a Report for the Tourism and Environment Initiative and Scottish Natural Heritage.* VisitScotland, Sustainable Tourism Unit.

Marafa, L. M., & Chau, K. C. (2016). Framework for sustainable tourism development on coastal and marine zone environment. *Tourism, Leisure and Global Change*, 1(1), TOCS-1.

Marschall, S., Granquist, S. M., & Burns, G. L. (2017). Interpretation in wildlife tourism: Assessing the effectiveness of signage on visitor behaviour at a seal watching site in Iceland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 11-19.

Martín, V. & Urquiola E. (2001). *La observación de cetáceos.* Capítulo 35. En Fernández-Palacios, J. M. & Martín Esquival, J. L. (Eds). Naturaleza de las Islas Canarias, Ecología y Conservación. Publicacaciones Turquesa, 7:289-295.

Moscardo, G., & Saltzer, R. (2005). *Understanding tourism wildlife interactions: visitor market analyses*. *Sustainable Tourism Cooperative Research*, 2005, vol. 36.

Mustika, P. L. K., Birtles, A., Everingham, Y., & Marsh, H. (2013). The human dimensions of wildlife tourism in a developing country: Watching spinner dolphins at Lovina, Bali, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 229-251.

National Geographic España (16 de marzo de 2016). Los 10 mejores lugares del mundo para avistar ballenas. Disponible en https://www.nationalgeographic.com.es/viajes/

National Geographic España (2019). Cetáceos. Disponible en https://www.nationalgeographic.com.es/animales/cetaceos/

Neves-Graça, K. (2004). Revisiting the tragedy of the commons: Ecological dilemmas of whale watching in the Azores. *Human Organization*, 289-300.

New, L. F., Hall, A. J., Harcourt, R., Kaufman, G., Parsons, E. C. M., Pearson, H. C., ... & Schick, R. S. (2015). The modelling and assessment of whale-watching impacts. *Ocean & Coastal Management*, 115, 10-16.

Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), 1141-1152.

O'Connor, S., Campbell, R., Cortez, H., and Knowles, T. (2009). *Whale Watching Worldwide: tourism numbers, expenditures and expanding economic benefits, a special report from the International Fund for Animal Welfare.* Yarmouth MA, USA, prepared by Economists at Large, 228.

Orams, M. B. (2000). Tourists getting close to whales, is it what whale-watching is all about? *Tourism Management*, 21(6), 561-569.

Orams, M. B. (2002). Humpback whales in Tonga: An economic resource for tourism. Coastal Management, 30, 361–380.arson, T. (2000). Contingent Valuation: A User's Guide. Environmental Science and Technology 2000, Vol. 34, No. 8, 1413-1418 pp.

Orams, M. B. (2002). Humpback whales in Tonga: an economic resource for tourism. *Coastal Management*, 30(4), 361-380.

Parsons, E. C. (2012). The negative impacts of whale-watching. *Journal of Marine Biology*, 2012-807294.

Parsons, E. C., & Draheim, M. (2009). A reason not to support whaling–a tourism impact case study from the Dominican Republic. Current Issues in Tourism, 12(4), 397-403.

Parsons, E. C., Warburton, C. A., Woods-Ballard, A., Hughes, A. & Johnston, P. (2003a). The value of conserving whales: the impacts of cetacean-related tourism on the economy of rural West Scotland. *Aquatic Conservation*, vol. 13, no. 5, 397–415 pp.

Parsons, E. C. M., Warburton, C. A., Woods-Ballard, A., Hughes, A., Johnston, P., Bates, H., & Lück, M. (2003b). Whale-watching tourists in West Scotland. Journal of Ecotourism, 2(2), 93-113.

Pérez-Vallaza C., Álvarez-Vásquez R., Cardona L., Pintado C. and Hernández-Brito J. 2008. Cetacean diversity of the west coast of La Palma (Canary Island). *Journal of the Marine Biological Association of the UK*. 88: 1289- 1296 pp.

Plasencia, M., Rodriguez, J. L., Herrera, H., & Delgado, A. (2001). Observación de cetáceos en Canarias; apuntes para una nueva reglamentación. *Galemys*, 13, 107-118.

Reiner, F., Santos, M. E. D., Wenzel, F. W., & Whale, A. (1996). Cetaceans of the Cape Verde archipelago. *Marine Mammal Science*, 12(3), 434-443.

Robbins, J., & Mattila, D. K. (2000). The use of commercial whale watching platforms in the study of cetaceans: benefits and limitations. *Scientific Committee of the International Whaling Commission*. *SC/52/WW8.*

Rodger, K., Moore, S. A., & Newsome, D. (2010). Wildlife tourism science and scientists: Barriers and opportunities. *Society & Natural Resources: An International Journal,* 23(8), 679–694.

SEO/BirdLife (2016). *Estrategia de Turismo Ornitológico en Canarias*. Proyecto MacaroAves. Informe inédito. S/C de Tenerife. 99 pp

Shaw, G., & Williams, A. (2009). Knowledge transfer and management in tourism organisations: An emerging research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 325-335.

Servidio, A., Elejabeitia, C., López-Yanes, T. & Iani, V. (2002). Análisis Socioeconómico de la industria de observación de cetáceos en Tenerife. Sociedad Española de Cetáceos y Gobierno de Canarias. Madrid: SEC, 203pp.

Servidio, A. & Elejabeitia, C. (2004). Estudio de seguimiento de las actividades turísticas de observación de cetáceos en Tenerife. Sociedad Española de Cetáceos y Gobierno de Canarias. Madrid: SEC, 262pp.

Shapiro, K. R. (2006). Whale watch passengers' preferences for tour attributes and marine management in Maui, Hawaii. Doctoral Dissertation - *School of Resource and Environmental Management-Simon Fraser University*.

Silva, L. (2015). How ecotourism works at the community-level: the case of whale-watching in the Azores. *Current Issues in Tourism*, 18(3), 196-211 pp.

Steiner, L., Silva, M. A., Zereba, J., & Leal, M. J. (2008). Bryde's whales, Balaenoptera edeni, observed in the Azores: a new species record for the region. *Marine Biodiversity Records*, 1.

Tilt, W.C. (1987) From whaling to whale-watching. *Transactions of the North American Wildlife and Natural Resource Conference* 52, 567–85.

Tkaczynski, A., & Rundle-Thiele, S. (2018). Identifying whale-watching tourist differences to maximize return on investment. Journal of Vacation Marketing, 1-13.

Turismo de Canarias (2015). Las ballenas también adoran las Islas Canarias. Islas Canarias, latitud de vida. Promotur, Gobierno de Canarias. Recuperado de https://www.holaislascanarias.com/quieres-ver-ballenas/

Turismo de Portugal (2013). Observación de cetáceos en las Azores. Visit Portugal. Recuperado de https://www.visitportugal.com/es/content/observacion-de-cetaceos-en-las-azores

Turismo de Tenerife (2018). Turismo de Tenerife apoya las medidas que promueven la calidad en la actividad de avistamiento de cetáceos. Tenerife 100% Vida. Recuperado de https://www.webtenerife.com/blogcorporativo/2018/04/turismo-de-tenerife-apoya-las-medidas-que-promuevan-la-calidad-en-la-actividad-de-avistamiento-de-cetaceos.html

Valentine, P. and Birtles, A. (2004). *Wildlife watching*. Common Ground Publishing, Altona, VIC, Australia.

Valentine, P. S., Birtles, A., Curnock, M., Arnold, P., & Dunstan, A. (2004). Getting closer to whales—passenger expectations and experiences, and the management of swim with dwarf minke whale interactions in the Great Barrier Reef. *Tourism Management*, 25(6), 647-655.

Vieira, J., Santos, C., Silva, F., & Lopes, F. (2018). When watching replaces hunting: An analysis of customer participation and satisfaction with cetacean-watching in the Azores. *Ocean & Coastal Management*, 160, 86-92.

Wenzel, F. W., Allen, J., Berrow, S., Hazevoet, C. J., Jann, B., Seton, R. E., ... & Whooley, P. (2009). Current knowledge on the distribution and relative abundance of humpback whales (Megaptera novaeangliae) off the Cape Verde Islands, Eastern North Atlantic. *Aquatic Mammals*, 35(4).

Williams, R., & Ashe, E. (2007). Killer whale evasive tactics vary with boat number. *Journal of Zoology*, 272(4), 390-397.

Williams, R., Lusseau, D., & Hammond, P. S. (2006). Estimating relative energetic costs of human disturbance to killer whales (Orcinus orca). *Biological Conservation*, 133(3), 301-311.

Wilson C. and Tisdell C. (2003). Conservation and Economic Benefits of Wildlife-Based Marine Tourism: Sea Turtles and Whales as Case Studies. *Human Dimensions of Wildlife*, 8:1, 49-58 pp.

Zeppel, H., & Muloin, S. (2008). Conservation benefits of interpretation on marine wildlife tours. *Human Dimensions of Wildlife,* 13(4), 280-294.

Ziegler, J., Dearden, P., & Rollins, R. (2012). But are tourists satisfied? Importance-performance analysis of the whale shark tourism industry on Isla Holbox, Mexico. *Tourism Management*, 33(3), 692-701.

ANEXOS

ANEXO I. Resultados del I Workshop con empresas y socios del proyecto MARCET.

Escenario de Trabajo

En el segmento turístico de observación de cetáceos, las Pymes desempeñan un papel clave; y es que tienen la capacidad de responder con mayor facilidad a las preferencias del turista actual, el cual demanda cada vez más, experiencias personalizadas (Novelli, Schmitz & Spencer, 2006). No obstante, para disponer de una oferta de experiencias más específicas que permitan a este sector posicionarse en el mercado, se ha de adquirir cierto conocimiento; conocimiento que no sólo surge de estudios de mercado y otras herramientas de investigación, sino también de las interacciones personales (Shaw & Williams, 2009). A este respecto, Binkhorst & Dekker (2009) proponen que es el capital social el que ha de establecerse como el epicentro de un proceso de creación conjunto; y no el servicio o experiencia ofertado por la empresa.

En consecuencia, en el marco del *I Workshop con empresas y socios* del proyecto MARCET se pretende conocer el potencial de la actividad de observación de cetáceos en la región de la Macaronesia, partiendo, entre otras, de una primera aproximación que describa el estado actual del sector empresarial de observación de cetáceos.

Para abordar este objetivo se diseñó una metodología de trabajo que, paso a paso y de forma reflexiva, logre detectar las capacidades o los problemas a los que se enfrenta este sector (Finkelstein, Harvey & Lawton, 2008; Hoarau & Kline, 2014). Con una población objetivo definida por empresas turísticas de observación de cetáceos, por universidades y centros de investigación, consorcios públicos y otras empresas asociadas al proyecto MARCET; el *Workshop* tenía como misión tratar de responder a cuestiones actuales y futuras, e impulsar el intercambio estratégico de ideas que conduzcan a soluciones innovadoras, eficientes y sostenibles para el turismo de observación de cetáceos (Hoarau & Kline, 2014).

A partir de una revisión de la literatura sobre creación conjunta de productos y servicios (Hoarau & Kline, 2014; Novelli et al., 2006; Prell, Hubacek, Quinn & Reed, 2008; Shaw & Williams, 2009) y de los objetivos generales del proyecto MARCET, el enfoque de trabajo del *Workshop* se centró en elaborar un mapa de problemas y necesidades, es decir, en describir la situación actual y los límites del sector empresarial de observación de cetáceos; y en construir un mapa de posibles soluciones o estrategias de mejora para el sector. A este respecto, se abrió un debate a partir de la formulación de una serie de preguntas que condujeron a completar ambos mapas, a saber:

Mapa de problemas y necesidades	Mapa de posibles soluciones
¿Cuáles son los principales problemas de la actividad de observación de cetáceos? ¿Qué cuestiones del día a día impiden el buen desarrollo de la actividad? ¿Cuáles son las causas de estos problemas? ¿Y sus consecuencias? ¿Cuáles son las demandas principales e inquietudes que plantean los clientes? ¿Cómo hacer frente a estas demandas e inquietudes? ¿Cuáles creen que sus fortalezas como empresa? ¿Cómo son las relaciones con los actores implicados en el sector (universidades, administración pública, otros sectores económicos, etc.)? ¿Cómo se podrían mejorar y potenciar estas relaciones?	¿Cómo se podrían solucionar los principales problemas que tiene la actividad de observación de cetáceos? Teniendo en cuenta sus recursos ¿cree que *a priori* se podría hacer frente a alguno de los problemas o necesidades identificados? ¿Cómo? ¿Qué considera podrían aportarle otros actores involucrados en el sector? ¿Y el turista? Atendiendo a los problemas, necesidades y soluciones propuestas por los empresarios, ¿Qué se podría aportar desde otros sectores?

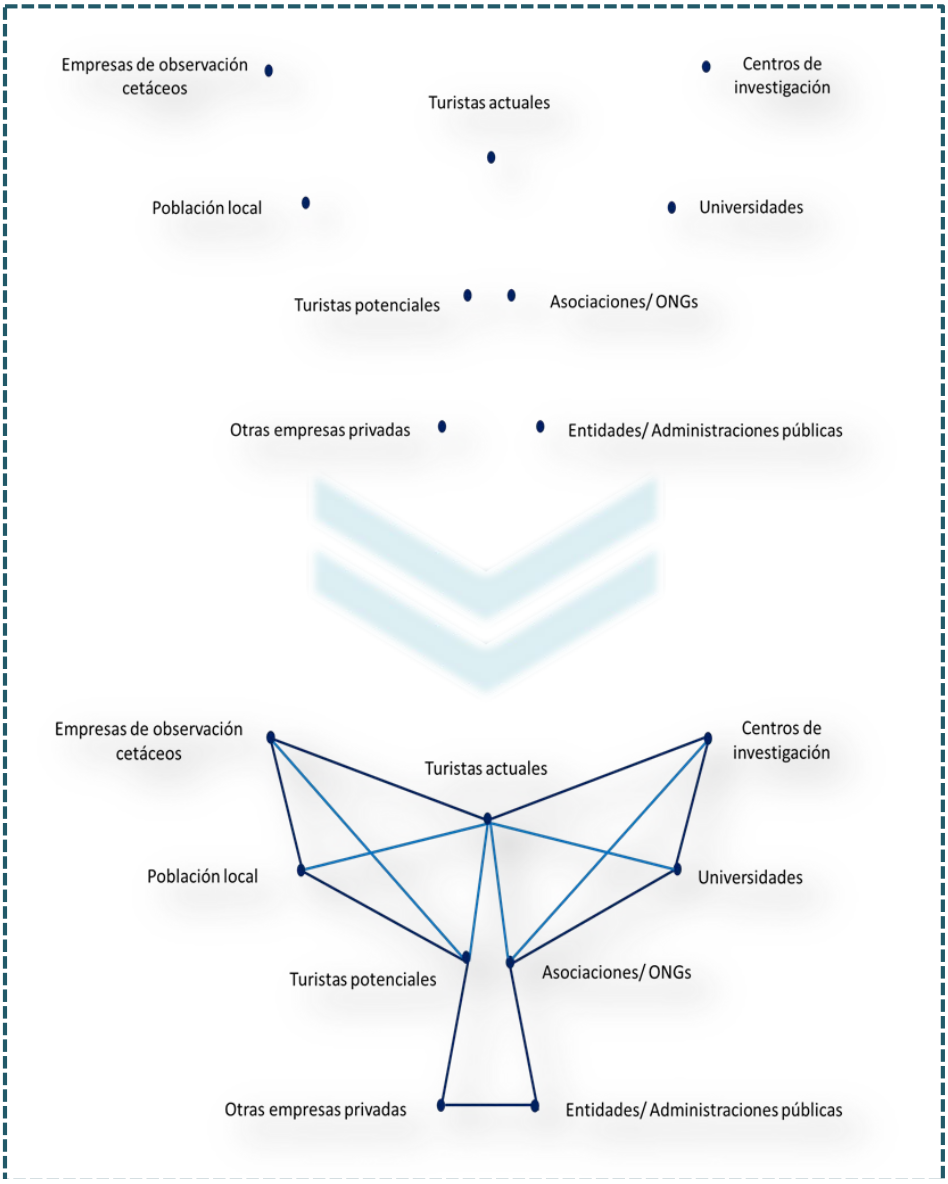


Ilustración 6. Escenario actual y esperado en torno al sector turístico de observación de cetáceos.

Resultados

Mapa de problemas y necesidades.

Resultado del *Workshop,* se pudo conocer que existen debilidades y amenazas específicas para cada región bajo el paraguas de temas comunes como el desarrollo *per se* de la industria turístico-empresarial; la normativa en torno a la actividad; o la concesión de licencias, entre otras.

Así, por ejemplo, en Canarias existe una amenaza importante con la competencia desleal y el afán por captar más clientes y turoperadores, que lleva a bajar el precio de la actividad, a permitir el regateo e, incluso, a promocionar gratuitamente el avistamiento de cetáceos durante la realización de otro tipo de actividades náuticas (desarrollo oportunista de la actividad). Bajo la opinión del empresario grancanario, el recurso cetáceo no se puede regalar, no sólo porque desestabiliza el mercado en torno al animal; sino porque devalúa su importancia como actividad de índole educativa que contribuye a la protección de las diferentes especies.

Por su parte, en Canarias y Azores los empresarios estuvieron de acuerdo en que una de sus debilidades más importantes es el comportamiento irregular de los capitanes de las embarcaciones y su tripulación; y es que los mismos, en muchos casos, no han recibido una formación específica y/o provienen de otros sectores, lo cual hace difícil que se adapten a la forma correcta de proceder durante la actividad. A esta cuestión, los de Cabo Verde suman la falta de preocupación del personal por el bienestar animal, en la medida en que no cumplen con las recomendaciones sobre maniobras y comportamiento durante el avistamiento (por ejemplo, todos quieren ir a ver la misma ballena).

Este tipo de problemas lleva consigo, además, una falta de preocupación generalizada por la satisfacción del cliente con la actividad. Por ejemplo, el empresario canario considera que, al sector empresarial de observación de cetáceos, sobre todo en la isla de Gran Canaria, le es indiferente que el cliente vea el animal, que reciba una correcta información, que se logre crear conciencia ambiental, o que el estado de la mar no sea el adecuado para realizar la actividad.

Además, con respecto al destino Canarias, los empresarios de otros sectores relacionados con la industria marítimo-náutica, universidades, administraciones y consorcios públicos participantes en el *Workshop* indicaron que su percepción, como externos, es que el sector turístico de observación de cetáceos no tiene en cuenta las preferencias y motivaciones del cliente que realiza la actividad, sino que, por el contrario, ofrecen un producto estandarizado.

Si bien esta es una debilidad importante en el sector en Canarias, Azores por el contrario considera que su principal fortaleza es la atención que dan al turista, la información que le proporcionan y la transparencia a la hora de realizar la actividad. Uno de los empresarios de Azores puntualizó que, en caso de mala mar, es el turista el que decide salir o no.

Como oportunidad añadida, los de Azores afirmaron que el perfil de clientes que contratan su producto es el de un turista especializado en la observación de cetáceos, el cual está dispuesto a pagar los 60€ que cuesta la actividad. Por el contrario, esta es otra amenaza a la que se enfrentan los operadores canarios; el turista que visita el destino Canarias no tiene entre sus principales motivos de viaje, realizar la actividad de observación de cetáceos.

Cuando se les preguntó a los empresarios sobre las causas que inducen a estos problemas, los representantes de las diferentes regiones participantes (Canarias, Azores, Madeira y Cabo Verde) coincidieron en que la principal causa es la falta de inspección por parte de las administraciones públicas. En este sentido, Azores destacó que su problema es la ausencia de un cuerpo de guardias de vigilancia con formación específica.

Como otra posible causa, el empresario grancanario también identificó la visión que la empresa tiene de la actividad; no como una actividad de índole educativa, sino como un negocio como cualquier otro. En respuesta a estas afirmaciones, el empresario caboverdiano afirmó que son las empresas las que deben reconocer su papel como principal beneficiario del recurso *cetáceo*, y que, si este recurso disminuye en aguas de la Macaronesia, o desaparece, será el sector empresarial el primer perjudicado. Además, tal y como también se expresó durante el debate, al turista (sobre todo aquel inexperto), *a priori,* no le afectaría mucho este problema, pues siempre tendrá un amplio y diverso abanico de actividades a realizar como alternativa a la observación de cetáceos.

Por otro lado, se preguntó a los empresarios cómo definirían un servicio que suponga una experiencia de calidad para el cliente. En primera instancia, todos coincidieron en que es difícil saber con exactitud, pero que lo más importante, es transmitir adecuadamente al turista en qué consiste la actividad, la probabilidad que existe de no llegar a avistar ningún cetáceo, las condiciones en las que van a navegar, así como que haya una relación proveedor- cliente basada en la transparencia.

Los participantes además hicieron hincapié en que las expectativas de los clientes, ya sean altas o bajas, muchas veces influyen más en su satisfacción final, que en el buen desarrollo de la actividad. Por ejemplo, en el caso de Canarias, el turista en muchas ocasiones tiene una imagen de la actividad idealizada y lo que busca es ver saltos espectaculares de ballenas, piruetas y acrobacias de delfines, etc., por lo que se sienten decepcionados al finalizar la actividad, a pesar de haber visto cetáceos. Por el contrario, los empresarios de las otras regiones apuntan que, por lo general, sus turistas visitan el archipiélago motivados por realizar la actividad, tienen experiencia previa y, por ende, su nivel de satisfacción tras realizar la actividad es más elevado.

Por último, y para completar el mapa de problemas y necesidades, los empresarios indicaron que, por lo general, si bien existe una buena relación con instituciones educativas, centros de investigación u otros actores, sí denotan ausencia de un *feedback* en lo referente a la utilidad de los datos que proporcionan y a las citaciones en los artículos o investigaciones que hayan derivado de esos datos cedidos por el sector turístico-empresarial.

Mapa de posibles soluciones.

En lo que respecta al *Mapa de posibles soluciones*, el empresario grancanario indica que lo primero de todo es tratar de lograr que el sector entienda la importancia del recurso del que depende. Debe existir un equilibrio entre el negocio y la protección en torno a los cetáceos, pues el crecimiento empresarial de la actividad no depende en primera instancia ni del cliente, ni de sus expectativas, sino de la existencia de ballenas, delfines y otras especies de cetáceos en aguas de la Macaronesia.

Respecto a la falta de inspección por parte de las administraciones públicas, los empresarios instan al diseño de normativas o medidas de regulación mediante un proceso *bottom-up* común para la Macaronesia en algunos ámbitos, y específico o adaptado a cada archipiélago o cada especie de cetáceos, en otros; sobre todo en cuestiones relativas al tiempo de observación, distancia al animal o número de licencias a embarcaciones. Para lograrlo, los empresarios opinan que los investigadores tienen la clave científica para hacer hincapié en este tipo de cuestiones sobre la regulación de la actividad. Gracias al proyecto MARCET se ha podido identificar que los cetáceos en aguas de la Macaronesia pertenecen a la misma población, por lo que las estrategias de conservación deberían ser comunes en la región.

Si bien los empresarios reiteran que no consideran que exista una solución única para los diferentes archipiélagos en su conjunto, al igual que indicaban en el *Mapa de problemas y necesidades;* sí reconocen que deben trabajar de forma coordinada para poner en valor el recurso y que, por ejemplo, la creación de una asociación o federación de empresarios de observación de cetáceos a nivel de la Macaronesia les llevaría no sólo a un funcionamiento sostenible y a hacer frente a problemas como el intrusismo y la competencia desleal; sino también a lograr la diferenciación empresarial y el empoderamiento del sector con el apoyo público. Y es que una asociación o *lobby* regional que contemple las "mismas reglas del juego" pondría en valor la calidad del recurso.

Miembros de la comunidad universitaria indicaron además que, un diseño adecuado de estrategias de marketing turístico también podría contribuir al crecimiento y diferenciación de la imagen del sector, a elevar la calidad de la experiencia y a cumplir con las expectativas y satisfacción del cliente. A este respecto, se propone como medida innovadora crear la marca "Macaronesia" como *spot* de observación de cetáceos y trabajar la imagen del sector a partir de la promoción de experiencias adaptadas al cliente, aunque sin olvidar que el epicentro de la actividad son los cetáceos.

Otra herramienta que los participantes en el *Workshop* consideran podría favorecer la imagen de esta industria en la Región, es la de crear mapas interactivos derivados del seguimiento satelital de los animales o del uso de aplicaciones gratuitas ya existentes, donde puedan mostrar a sus clientes los avistamientos a lo largo de un periodo y los desplazamientos que hacen las diferentes especies o poblaciones. Tal y como apuntan los empresarios, esto además supone el fortalecimiento de las relaciones entre ciencia y sector turístico-empresarial.

Teniendo en cuenta los objetivos del proyecto MARCET, se preguntó a los empresarios si creían que podría existir alguna solución a problemas generalizados como la localización de los cetáceos durante la actividad. Aparentemente sólo los de Canarias se enfrentan a este problema, ya que en Azores y Madeira disponen de unas torres de vigía desde tierra y, en Cabo Verde, dado el tamaño del sector, existe una favorable comunicación y colaboración entre empresarios. Si bien las torres de vigía no se podrían implementar en el caso de Gran Canaria (los animales están relativamente lejos de la costa), investigadores y empresarios de otros sectores proponen el uso de otros sistemas, como el estudio de las rutas realizadas por los operadores a partir de los datos de la aplicación AIS (rastreo de embarcaciones a tiempo real), o el diseño conjunto de soluciones *cost-effective* alternativas a los hidrófonos, gliders u otros sistemas de seguimiento, que actualmente son operativa y económicamente inviables de asumir por el sector empresarial. Además, los

empresarios coinciden en que, para ellos, es más interesante conocer la ubicación de los animales, que el recorrido que hacen, ya que son especies migratorias.

Como solución a los temas ligados con la educación y formación sobre cetáceos se propone, no sólo centrarse en los clientes, sino también en la población local y en lograr que la misma tenga un sentido de pertenencia hacia los animales, el entorno marino y el desarrollo de la propia actividad turística de observación de cetáceos.

Por último, y con el objetivo de alcanzar una relación transparente y productiva entre ciencia y sector privado, los empresarios sugieren que les sea reconocida su aportación; así como conocer los datos que la academia necesita, cómo deberían extraerlos, o su finalidad.

De este primer *Workshop* empresarial en el marco del turismo de observación de cetáceos en los destinos de la Macaronesia, se extrae que, considerar directamente las preocupaciones y deseos de los empresarios del sector permitiría, además de describir cuestiones no identificadas previamente en la literatura; aportar también información a los resultados derivados del análisis de preferencias, motivaciones y satisfacción de los turistas que realizan la actividad, que permitan diseñar estrategias más adaptadas a cada escenario.

ANEXO II. Resultados preliminares del cuestionario sobre el potencial de la actividad de observación de cetáceos.

Focus group

El cuestionario sobre el potencial de la actividad de observación de cetáceos diseñado para los turistas en destino se validó mediante dos focus group (grupos de enfoque) organizados en Gran Canaria. Los focus groups, que tuvieron lugar en el mes de junio en un hotel del sur de la isla, fueron moderados por investigadores del Instituto TiDES participantes en el proyecto MARCET, con el apoyo del encuestador subcontratado para la fase preliminar del trabajo de campo. Cada actividad duró aproximadamente una hora y media. En total participaron 7 turistas, hombres y mujeres de diferentes nacionalidades, a saber, Reino Unido, Noruega, Escocia, Francia y Polonia, y edades comprendidas entre los 30 -60 años.

El 42,86% de los participantes había realizado la actividad de observación de cetáceos en destinos como Gran Canaria, Tenerife y Mallorca. El resto de los participantes no tenían experiencia previa, aunque sí indicaron estar familiarizados con actividades náuticas recreativas como la pesca deportiva.

Los participantes opinaron, en una escala Likert del 1-5 (donde 1= en total desacuerdo y 5= totalmente de acuerdo), sobre actitudes relacionadas con la gestión de los cetáceos; indicando, de media, que están totalmente de acuerdo en que es *el gobierno el que tiene la obligación de proteger a los cetáceos*.

En la siguiente tabla (**Tabla 18**) se muestra el orden de preferencia y la disposición media a pagar de los participantes por cada uno de los atributos definidos para la actividad de observación de cetáceos si el operador turístico contase con estos elementos o la actividad se realizase bajo las condiciones propuestas. Se considera que estos atributos podrían reducir el impacto potencial sobre los animales y el medio marino, así como mejorar la experiencia del turista durante la actividad. De forma previa a la valoración, los atributos habían sido presentados y explicados a los turistas participantes en ambos focus group. Tal y como se puede comprobar, tanto en el orden de preferencia, como en la disposición a pagar (DAP), los participantes consideran más importante que la empresa disponga de un certificado de Responsabilidad Social, que de una plataforma web o aplicación móvil que contribuya a la co-creación de experiencias entre el usuario y el operador turístico.

Tabla 18. Orden de preferencia y DAP media por los atributos presentados en el *focus group*.

Atributos	DAP (€)
Certificado de Responsabilidad Social	20,00
Protección de Cetáceos	13,00
Tráfico Marítimo durante la actividad	11,33
Gestión del recorrido durante la actividad	11,00
Centro de interpretación	8,17
Co-creación de experiencias	7,5

Resultados del Pre-test - Modelo A

El pre-test Modelo A se llevó a cabo con turistas que habían realizado la actividad de observación de cetáceos. La muestra se compuso de un total de 22 personas que estaban de vacaciones en la isla de Gran Canaria durante el mes de junio y que habían realizado la actividad a bordo del *Spirit of the Sea*, única embarcación identificada en la isla que se dedica de forma exclusiva a la observación de ballenas y delfines. El perfil sociodemográfico y las características del viaje de la muestra se resume en hombres y mujeres de entre 31- 50 años, con formación profesional, autónomos con un nivel de renta anual menor de 12.000 € y procedentes principalmente de Reino Unido y Francia. Estos turistas viajan por lo general en pareja, han organizado sus vacaciones con una agencia de viajes, se hospedan en hoteles de 4 estrellas y permanecen en el destino una media de 7,30 noches.

En lo referente al gasto, los turistas de la muestra que realizaron la actividad de observación de cetáceos invierten la mayor parte de su dinero en alojamiento (más de 600€), seguido del transporte (entre 301- 400€), ocio nocturno, alimentación y compras (entre 101-150€ respectivamente). Por su parte, el 54,5% de la muestra indicó haber gastado entre 51-100 € en la realización de actividades turísticas (como contratación de excursiones programadas).

Los turistas de la muestra conocieron la actividad de observación de cetáceos en Gran Canaria a través de turoperadores y folletos turísticos (45,46%). Más de la mitad de los encuestados (59,09%) no tenían experiencia previa, es decir, nunca habían realizado la actividad. Por su parte, el restante 41% que sí realizó la actividad, indicó que lo había realizado en Egipto, seguido de Gran Canaria.

Por su parte, se preguntó a los turistas, en una pregunta con formato múltiple de respuesta, por los motivos por los que decidieron contratar la actividad de observación de cetáceos (**Tabla 19)**. *Estar buscando una actividad para hacer en mis vacaciones y haber encontrado ésta* es claramente el motivo por el cual estos turistas decidieron realizar la actividad. Por su parte, se destaca que, como motivo principal *haber querido ver cetáceos en su entorno natural* fue señalado por el 18,18% de la muestra y, *tener contratada la actividad en el paquete vacacional,* fue indicado tan sólo en un 4,55% de las ocasiones.

Tabla 19. Motivos por el cual el turista realizó la actividad de observación de cetáceos (%).

Motivos	Principal	Secundario	Terciario
Siempre he querido ver ballenas/ delfines en su entorno natural	18,18	--	--
Quería disfrutar de la experiencia de ver ballenas/ delfines	4,55	9,09	22,73
Estaba buscando una actividad para hacer en mis vacaciones y encontré ésta	27,27	40,91	4,55
Lo tenía contratado en el paquete vacacional	4,55	--	--
Vengo en busca de aventuras/ nuevas experiencias	9,09	4,55	22,73
Me lo recomendaron	9,09	31,82	22,73
Los niños querían hacerlo	13,64	9,09	4,55
Porque los he visto en cautividad y ahora quiero verlos en libertad	13,64	4,55	22,73

También se preguntó por el nivel de importancia que otorgan a aspectos que definen y complementan la actividad de observación de cetáceos, y el nivel de cumplimiento de los mismos

durante la actividad. De estas preguntas se extrae que, *ver cetáceos, aunque sólo sea uno* es el aspecto más importante y el que mejor cumplió las expectativas de los turistas encuestados (media= 4,77 y 4,57, respectivamente). Por el contario, todos los aspectos relacionados con la educación no sólo se consideran de media los menos importantes, sino que tampoco cumplieron con las expectativas de este grupo de encuestados. Por su parte, a pesar de no considerar importante *ver comportamientos espectaculares de los animales*, las expectativas de la muestra de encuestados se vieron cumplidas tras haber realizado la actividad. Por el contrario, en cuestiones como el *número de barcos alrededor de los animales durante la observación,* los turistas entrevistados indicaron un bajo cumplimiento durante el desarrollo de la actividad, en relación a la importancia que le habían otorgado.

Se pidió a los encuestados que valorasen su satisfacción general tras la experiencia. En una escala Likert del 1-10 (donde 1= nada satisfecho y 10= completamente satisfecho), la mediana y moda de los turistas refleja que éstos quedaron satisfechos (valor de 7 en la escala Likert). Por su parte, cabe resaltar que ninguno de los encuestados indicó haber quedado completamente satisfecho o insatisfecho una vez realizada la actividad de observación de cetáceos.

Del mismo modo que en el focus group, a esta muestra de turistas que avistaron ballenas y delfines en Gran Canaria se le pidió que indicase su postura sobre actitudes relacionadas con la gestión de los cetáceos (escala Likert del 1-5, donde 1= nada de acuerdo y 10= totalmente de acuerdo). De media, se puede afirmar que los encuestados están prácticamente en total de acuerdo con que *la cantidad de barcos cerca de los animales deber ser limitado*. Por su parte, mantienen una postura neutral ante la afirmación que indica que *la protección de los cetáceos para las generaciones futuras es importante*.

Resultados del Pre-test Modelo B

El pre-test Modelo B se destinó a turistas que estaban de vacaciones en Gran Canaria, pero que no realizaron la actividad de observación de cetáceos en este viaje. La muestra se realizó durante el mes de junio y se compuso de un total de 18 personas; mayoritariamente mujeres de entre 31-40 años, con estudios universitarios, trabajadoras contratadas, con un nivel de renta anual entre 24.001- 36.000 € y procedentes principalmente de Alemania y Polonia. Estos turistas viajaron por lo general en pareja, organizaron su viaje por cuenta propia, se hospedaron en hoteles de 3 estrellas y permanecieron en el destino una media de 7,10 noches.

Referente a la distribución del gasto, los turistas de la muestra invirtieron la mayor parte de su dinero en alojamiento (entre 301- 400€), seguido de transporte (151-200€), alimentación (151-200€) y ocio nocturno (entre 101-150€). Por su parte, el 72,2% de la muestra indicó haber gastado entre 51-100 € en la realización de actividades turísticas.

Esta muestra de turistas también opinó sobre las actitudes relacionadas con la gestión de los cetáceos, indicando que están poco de acuerdo con que *la caza de ballenas y delfines deba permitirse*. Por el contrario, los mismos están de acuerdo con que *la cantidad de barcos cerca de los animales deber ser limitado*.

En la siguiente figura (**Figura 10**) se representa la moda de las respuestas de los turistas del pre-test A y el pre-test B relativas a actitudes relacionadas con la gestión de los cetáceos. En este bloque de preguntas, los turistas que realizaron la actividad de observación de cetáceos (pre-test A) parecen estar más de acuerdo en que *pagar por la actividad debería garantizar ver cetáceos*, en comparación con los turistas que no realizaron la actividad (pre-test B).

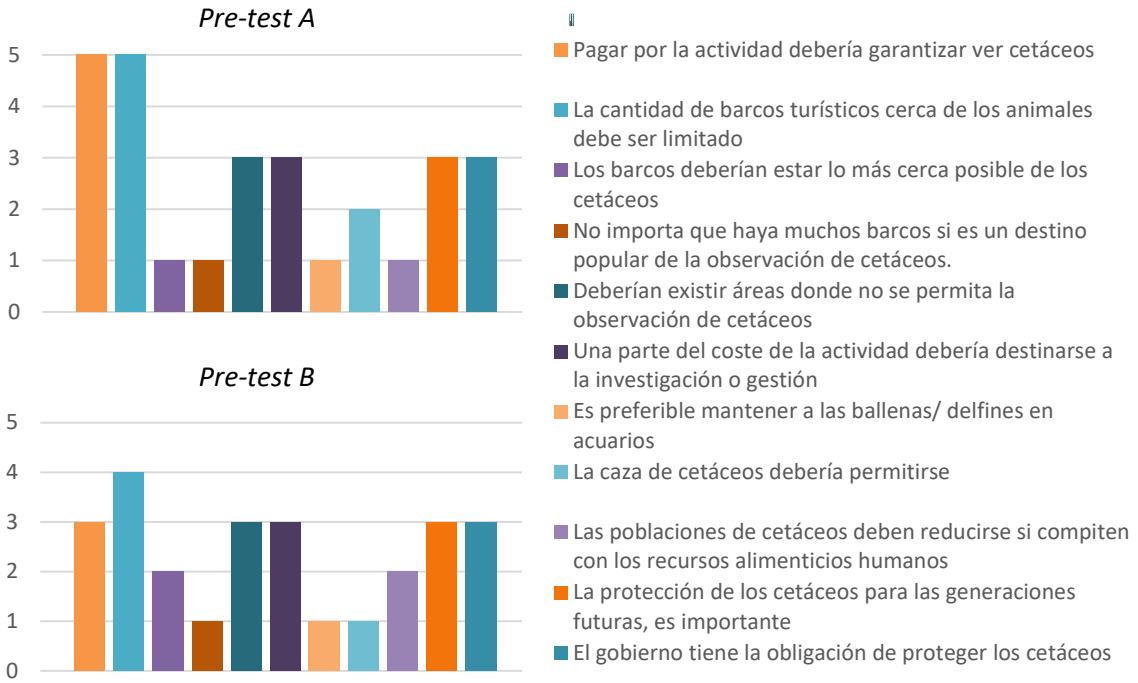


Figura 10. Moda de las afirmaciones relacionadas con actitudes hacia la gestión de los cetáceos.

En el pre-test B se aplicó el *Choice Experiment* con el objetivo de valorar las preferencias de los turistas ante determinados atributos diseñados para la actividad de observación de cetáceos, del mismo modo que se hizo en el focus group. Para el análisis se aplicó una regresión *CLogit*, la cual muestra el signo esperado para la variable *Precio* (signo negativo) mientras que, para los otros atributos no se obtiene en todos los casos un valor positivo. No obstante, en aquéllos casos en que los atributos presentaron signo negativo, su coeficiente resultó también no ser significativo. Al igual que sucedió en el focus group, lo*s r*esultados de la regresión muestran que los encuestados valoran más que la empresa disponga de un *certificado de Responsabilidad Social y* que el sector implemente *medidas de protección de cetáceos* (coeficiente significativo para ambos atributos).

Tabla 20. Estimación logística de los atributos de la actividad de observación de cetáceos.

Atributos	Coef. CLogit
Certificado de Responsabilidad Social	1,65*** (0,49)
Protección cetáceos	1,61** (0,62)
Tráfico marítimo durante la actividad	

Atributos	Coef. CLogit
Bajo	1,46 (1,05)
Medio	0,43 (0,94)
Gestión del recorrido durante la actividad	
Hidroacústico	-0,14 (0,88)
Satelital	-0,46 (0,81)
Co-creación de experiencias	-0,54 (0,76)
Centro de interpretación	-0,11 (0,57)
Precio	-0,15 (0,11)
N	144
Pseudo-R2	0,42

Notas: error estándar entre paréntesis
* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.001
Análisis realizado teniendo en cuenta tráfico marítimo alto durante la actividad y sin seguimiento tecnológico del recorrido.

Resultados del Pre-test Modelo C

Con una muestra de 35 participantes que había estado de vacaciones en el periodo 2018/2019, había visitado un destino costero, de playa o isla y que, además, había realizado alguna actividad náutica, ido a la playa o visitado algún puerto deportivo o marina; el pre-test Modelo C se destinó a la población de Reino Unido, uno de los principales mercados emisores de turistas a los diferentes archipiélagos de la Macaronesia.

La muestra estuvo compuesta por hombres y mujeres de entre 35- 55 años, con estudios de bachiller, formación profesional y universitarios, trabajadores contratados en un porcentaje superior al 50% y con un nivel de renta anual de más de 48.000 €. Además, los encuestados en más de un 90% de las ocasiones indicaron no ser miembro de ninguna asociación ambientalista o conservacionista.

A los encuestados se les preguntó sobre la imagen que tienen de los archipiélagos que conforman la Macaronesia, siendo el orden obtenido (de imagen más positiva a imagen más negativa), el siguiente: Islas Canarias, Madeira, Azores y Cabo Verde (**Gráfico 9**). Por otro lado, cabe destacar que, en el caso de Canarias, dos de los encuestados indicaron haber visitado las islas en 10 ocasiones en los últimos 5 años.

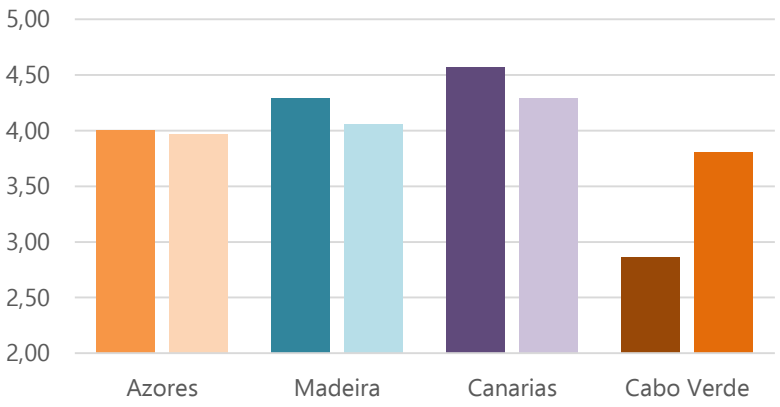


Gráfico 9. Imagen de destino Vs porcentaje visitas (‰).

A la pregunta sobre cuánto de interesado estaba en la realización de determinadas actividades turísticas (escala Likert de 5 puntos), los británicos encuestados respondieron estar interesados, de media, en la realización de la actividad de observación de cetáceos en primer lugar, precedido por la realización de un *city-tour*, visitar acuarios y visitar museos. Por el contrario, la actividad por la que los encuestados mostraron menor interés, de media, es la de alquiler de motos acuáticas.

Si bien los encuestados presentaron un interés medio-alto por las diferentes actividades presentadas, en términos generales más del 50% nunca las ha realizado o practicado, salvo en el caso de las actividades turísticas urbanas (visitar museos, acuarios o realizar tours por la ciudad). A este respecto cabe destacar que los británicos de la muestra indicaron haber visitado acuarios entre 2-3 veces en un 40% de las ocasiones.

En el pre-test C, al igual en el pre-test B, se utilizó el *Choice Experiment* con el objetivo de valorar las preferencias de los turistas ante determinados atributos diseñados para la actividad de observación de cetáceos.

Para el análisis de resultados se aplicó una regresión *CLogit*, a partir de la cual se obtuvo el signo esperado para la variable *Precio* (signo negativo) mientras que, para los otros atributos, no se obtuvo en todos los casos un valor positivo. Atendiendo a los resultados, las actividades náuticas pasivas (observación de cetáceos y observación submarina), las actividades de naturaleza pasivas (observación de estrellas y fotografía) y visitar museos, presentan un coeficiente positivo y significativo en el análisis de regresión, en otras palabras, son las actividades y destino que los británicos de la muestra, más valoran.

Tabla 21. Resultados de la estimación logística de los atributos presentados en el choice.

	CLogit Coef.
Activ. Náuticas Activas	
Moto acuática	-0.05 (0.35)
Kayak	-0.55 (0.54)
Snorkel	-0.14 (0.33)

	CLogit Coef.
Activ. Náuticas Pasivas	
Observación submarina	0.86**
	(0.35)
Observación cetáceos	1.92***
	(0.33)
Activ. Naturaleza Activas	
Ruta bicicleta	0.45
	(0.37)
Senderismo	0.33
	(0.33)
Ruta en quad	-0.21
	(0.50)
Activ. Naturaleza Pasivas	
Fotografía	0.82**
	(0.34)
Observación estrellas	2.17***
	(0.41)
Activ. en Ciudad	
Visita acuarios	0.07
	(0.37)
City-tour	0.17
	(0.36)
Visita museos	0.65*
	(0.33)
Precio	-0.01
	(0.01)
N	476
Pseudo-R2	0.17

Notas: error estándar entre paréntesis
* p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.001
Análisis realizado teniendo en cuenta la "no" realización de actividades en cada paquete de actividades.

ANEXO III. Guía del Encuestador en destino.

Objetivo del proyecto

El objetivo del proyecto **MARCET** es definir el estado actual de la actividad de observación de cetáceos en la Región de la Macaronesia mediante el análisis del perfil, motivaciones, preferencias y factores que contribuyen a elevar la satisfacción del turista que demanda este producto.

Para alcanzar este objetivo, se ha diseñado la encuesta sobre el **Potencial de la actividad de observación de cetáceos**, encuesta que se define como la herramienta principal de recopilación de datos.

Población objetivo y Modelos de encuesta

Para definir la **población objetivo**, se escogieron los siguientes grupos de turistas:

1. Turistas en la Macaronesia que han realizado la actividad de observación de cetáceos.
2. Turistas en la Macaronesia que NO han realizado la actividad de observación de cetáceos.

Existen dos modelos de cuestionarios (A y B), uno para cada población objetivo. El modelo B de cuestionario se subdivide a su vez en tres sub-modelos (B-1, B-2 y B-3).

El **Modelo A de cuestionario** está dirigido a los turistas que han realizado la actividad de observación de cetáceos y fue diseñado con el objetivo de conocer:

- La experiencia previa en la observación de cetáceos
- Los motivos por los que contrató la actividad
- La importancia y el nivel de cumplimiento de los diferentes aspectos que comprenden la actividad de observación de cetáceos
- La satisfacción tras la experiencia y las emociones que les suscitó poder avistar cetáceos.
- Su opinión sobre la gestión de la actividad de observación de cetáceos

Por su parte, el **Modelo B de cuestionario**, destinado a turistas que están de vacaciones en las diferentes regiones de estudio, se diseñó para conocer:

- La experiencia previa en la observación de cetáceos
- Su opinión sobre la gestión de la actividad de observación de cetáceos
- Sus preferencias y disposición a pagar por la actividad de observación de cetáceos

Pautas para el Trabajo de campo

Los cuestionarios se implementarán de manera **directa** (entrevista cara a cara) e **individualizada** a los turistas. Para ello, se deberá tener en cuenta:

- La encuesta está destinada a turistas:
  - Mayores de 18 años.
  - No residentes, nacionales o extranjeros.
  - Que pernoctan en el destino mínimo 1 noche.
  - Que en el momento de la entrevista hayan disfrutado al menos del 50% de su estancia.

- La encuesta NO deberá realizarse a dos personas a la vez, si son pareja.
- Si hay un grupo de más de 5 personas, solo DOS o TRES de ellas realizarán la encuesta.
- Para el modelo B, si se hace la encuesta a un grupo, cada persona deberá tener un sub-modelo diferente de cuestionario (B-1, B-2 y B-3)
- Para el modelo B, ha de hacerse un sub-modelo cada vez (NO se aconseja hacer el bloque completo de encuestas de un sub-modelo, para después pasar al otro).

Las encuestas se realizarán en **inglés**. No obstante, el encuestador dispondrá de ambos modelos de cuestionario en español, portugués, francés y alemán, y realizará la entrevista en estos idiomas cuando sea necesario.

En primer lugar, el encuestador deberá presentarse, así como presentar el objetivo del proyecto y del cuestionario. Asimismo, llevará **SIEMPRE** su acreditación. Algunas ideas son:

- *Encuestador que representa la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria*
- *Proyecto europeo de cooperación en la Macaronesia*
- *La encuesta permitirá conocer las preferencias del turista*
- *Los resultados permitirán mejorar la oferta de la actividad de observación de cetáceos y elevar la satisfacción del turista.*

Es **MUY IMPORTANTE** resaltar al inicio de la entrevista y antes de las preguntas sobre el perfil sociodemográfico, que la participación del encuestado es **totalmente anónima** y que la información será utilizada exclusivamente para los objetivos del proyecto **MARCET** (*web site*: marcet-mac.eu).

También es **MUY IMPORTANTE** que el encuestador lea la encuesta al turista. Si por algún casual el turista NO entendiese la pregunta, bien habrá que leérsela en su lengua materna (si fuese posible con el apoyo de los cuestionarios en los otros idiomas), bien habrá que explicársela con otras palabras. El encuestador **NO** deberá interpretar la pregunta o proporcionar más información de la expuesta en la encuesta al turista. Esto podría afectar a los resultados del trabajo.

Ante cualquier duda que surja durante el trabajo de campo, **contactar con**:

Xavier Martínez Sirvent.
Nautic Ocean

(e-mail; telefono de contacto)

Chaitanya Suárez Rojas.
Instituto TiDES

(e-mail; telefono de contacto)

Tides

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TURISMO
Y DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE

Interreg

MAC 2014-2020
Cooperación Territorial