

FEBRERO 2014

UNIVERSIDAD POLITECNICA
DE CARTAGENA

EMILIO DEL AMO MATENCIO
INGENIERO DE EDIFICACION



PROYECTO FINAL DE GRADO

VALORACION CONTINGENTE DEL PARQUE REGIONAL DE CALBLANQUE



RESUMEN

TÍTULO DEL PROYECTO FINAL DE GRADO:

VALORACION CONTINGENTE DEL PARQUE REGIONAL DE CALBLANQUE

ALUMNO: EMILIO DEL AMO MATENCIO

DIRECTOR: GABRIEL ROS AGUILERA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

IGNACIO SEGADO SEGADO

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

El proyecto consiste en la valoración de un espacio natural. Para ello se ha realizado un estudio de los métodos, artículos e investigaciones existentes hasta la actualidad para posteriormente, realizar una valoración contingente del Parque Regional de Calblanque.

El Parque Regional de Calblanque se localiza en la parte suroriental de la Región de Murcia, en el litoral. Ocupa el sector más oriental de las sierras de Cartagena, formando parte de la Cordillera Bética. El parque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión.



Fuente: www.losviajeros.com

El objetivo fundamental será valorar las opiniones de quinientos encuestados, a los cuales se les va a preguntar principalmente si estarían dispuestos a pagar una cantidad prefijada para poder entrar y disfrutar del parque, para posteriormente calcular el valor económico total del parque.

Los resultados obtenidos han sido una media de DAP (disposición a pagar) de unos 2,58€ por persona. Estimado dicho precio, se calculó el valor económico total del parque, que asciende a unos 3.220.660,76 €.

Este resultado es de gran importancia ya que nos ayudaría a comprender la importancia del patrimonio natural que poseemos en La Región de Murcia.

AGRADECIMIENTOS

A don Gabriel Ros Aguilera por la ayuda y dirección recibida durante la elaboración del presente proyecto.

A don Ignacio Segado Segado por la ayuda y aporte bibliográfico durante la elaboración de la parte de valoración del presente proyecto.

A mi familia por su constante apoyo y ánimo durante mi etapa universitaria, mencionando también a José María Cárcelos Rabasco y Emmanuela Gutiérrez García por su gran apoyo durante mi estancia en Cartagena.

A todas las personas que me han dedicado su valioso tiempo para la realización de las encuestas, y que sin ellos esto no hubiera sido posible realizar el presente proyecto.



Universidad
Politécnica
de Cartagena



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 INTRODUCCIÓN.....	8
1.2 OBJETIVO.....	8
1.3 DESCRIPCIÓN DEL PARQUE REGIONAL DE CALBLANQUE	9
1.3.1 Ubicación.....	9
1.3.2 Características Físico-Territorial.....	9
1.3.2.1 El clima	11
1.3.2.2 La vegetación de Calblanque.....	12
1.3.2.3 La costa.....	13
1.3.2.5 Las tierras de labor	14
1.3.2.6 Los arenales.....	15
1.3.2.7 Ramblas y barrancos	15
1.3.2.8 La fauna de Calblanque	16
2. ANTECEDENTES	20
2.1 TURISMO Y ESPACIOS NATURALES.....	21
2.1.1 Introducción.....	21
2.1.2 Fenómeno social del ocio y del turismo	22
2.1.3 Motivaciones y beneficios del turismo y del ocio en los espacios naturales.....	23
2.1.4 Situación actual en España	25
2.1.4.1 Situación por CCAA.....	29
2.1.5 Demanda de los espacios naturales.....	33
2.2 VALORACIÓN DE ESPACIOS NATURALES.....	34
2.2.1 Introducción.....	34
2.2.2 Valoración económica del medio ambiente	34
2.2.2.1 ¿Qué da valor al medio ambiente?	34
2.2.2.2 ¿Quién expresa estos valores?.....	35
2.2.2.3 ¿Cómo se expresan estos valores?	36
2.2.3 Valores de uso y valores de no-uso	36
2.2.3.1 Valor de uso.....	36
2.2.3.2 Valores de no-uso.....	37
3. METODOLOGÍA.....	39
3.1 INTRODUCCIÓN	40
3.2 MÉTODOS DE VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL	41

3.2.1 Método del coste del desplazamiento.....	41
3.2.2 Método de los precios hedónicos.....	42
3.2.3 Método de valoración contingente.	42
3.2.3.1 Historia.....	43
3.2.3.2 Procedimiento de la valoración contingente.....	44
3.2.3.3 Ventajas e inconvenientes.....	45
3.2.3.4 Sesgos.....	46
3.3 DISEÑO DEL ESTUDIO.....	48
3.3.1 Introducción.....	48
3.3.2 Estructura de la encuesta.....	49
3.3.2.1 Elección del medio de pago y diseño del cuestionario.....	51
3.3.2.2 Definición y objetivos de la encuesta.....	52
3.4 ANALISIS DE DATOS.....	53
3.4.1 Tratamiento de datos.....	53
3.4.2 Técnicas y métodos estadísticos de análisis de encuestas.....	56
3.4.3 Técnicas de análisis.....	57
3.4.1.1 Análisis univariados.....	57
3.4.1.2 Análisis bivariados.....	57
4. RESULTADOS.....	58
4.1 TRATAMIENTO DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	59
4.1.1 Perfil del encuestado.....	60
4.1.2 Actitudes y comportamientos de los encuestados.....	64
4.1.3 Modelización de la pregunta dicotómica.....	66
4.1.4 Valoración económica del parque.....	69
5. CONCLUSIONES.....	82
5.1 CONCLUSIONES FINALES.....	83
5.2 RECOMENDACIONES.....	84
6. BIBLIOGRAFÍA.....	86
7. ANEXOS.....	91
7.1 DIARIO.....	92
7.2 ENCUESTAS TIPO.....	108
7.2.1 Encuesta tipo: Precio de salida de 1€.	108
7.2.2 Encuesta tipo: Precio de salida de 2€.	110

7.2.3 Encuesta tipo: Precio de salida de 4€.	112
7.2.4 Encuesta tipo: Precio de salida de 6€.	114
7.2.5 Encuesta tipo: Precio de salida de 9€.	116
7.3 DIAGRAMA DE GANTT	118



Universidad
Politécnica
de Cartagena



1. INTRODUCCIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

El método de la valoración contingente es una de las técnicas (a menudo la única) que tenemos de estimar el valor de bienes, para los que no existe mercado. Este método es de fácil comprensión: se trata de simular un mercado mediante encuesta a los usuarios o no usuarios del bien. Se les pregunta por la máxima cantidad de dinero que pagarían por el bien si tuvieran que comprarlo o cuanto estarían dispuestos a recibir por el deterioro del mismo. De ahí se deduce el valor que para el consumidor medio tiene el bien en cuestión.

Este método puede ser utilizado por distintos estamentos y sociedades (Administración Pública, Organizaciones en favor del medio ambiente,...), que desean saber el valor social del patrimonio natural, o conocer las sanciones económicas a quienes causen daños a bienes colectivos. De hecho, la variedad de bienes que pueden valorarse por este método es casi ilimitada. Ello conlleva a una de las principales ventajas de la valoración contingente.

La aplicación del método de valoración contingente es habitual en los Estados Unidos y en los países del centro y norte de Europa. En España, el uso de esta técnica es relativamente reciente, aunque los pocos trabajos realizados en nuestro país, muestran un gran potencial para la aplicación de este método. Destacar el trabajo de *J. Calatrava (1996)*; *S. Del Saz, C. Suarez (1998)*; *J.A. Gómez (2008)*; *D. Azqueta (1996)*; entre otros.

1.2 OBJETIVO

Este documento es el resultado de una recopilación fundamentada sobre un estudio metódico del Parque Regional de Calblanque, que dará como resultado mi Proyecto Final de Grado, basado en los siguientes objetivos.

El presente proyecto tiene como objetivo obtener un valor de precio de entrada, que para los visitantes del Parque Regional de Calblanque sea aceptable. Posteriormente se calculara el valor económico total del parque, que puede ser utilizado para calcular el coste de regeneración de un entorno natural en caso de que haya una catástrofe natural. Además este proyecto sirve para familiarizarse con una herramienta nueva de valoración, en este caso la Valoración Contingente.

Desde otro punto, también tienes como objetivo, la explicación y utilización del método de valoración contingente, ya que es un método relativamente nuevo, con pocos años de vida.

1.3 DESCRIPCIÓN DEL PARQUE REGIONAL DE CALBLANQUE

1.3.1 Ubicación

El Parque Regional de Calblanque se localiza en la parte suroriental de la Región de Murcia, en el litoral. Ocupa el sector más oriental de las sierras de Cartagena, formando parte de la Cordillera Bética. El parque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión.



Fuente: www.losviajeros.com

1.3.2 Características Físico-Territorial

Sobre sus 2.822,45 hectáreas encontramos una interesante confluencia de diferentes ambientes.

El relieve es en general, de carácter montañoso y abrupto. En la parte central y occidental dichos relieves son más acentuados, con numerosos cabezos, barrancos y ramblas. Buena parte de la línea de costa presenta acantilados. En ningún caso las montañas sobrepasan los 400 metros sobre el nivel del mar. Peña del Águila (389 metros), Cabezo de la Fuente (336 metros), son los puntos más elevados del Parque. Existen también áreas de poca pendiente y relieve llano en las playas y en algunas pequeñas cuencas de sedimentación, que actualmente se aprovecha para la agricultura.



Playa de Calblanque. Fuente: Archivo de la Dirección General del Medio Natural

En Calblanque hay distintas zonas con diversas figuras de protección: en 1987 se aprobó su Plan Especial de Protección; en el año 1992 pasa a ser considerado Parque Regional mediante la Ley 4/92; su Plan de Ordenación de Recursos Naturales, PORN, se aprueba en 1995. Las salinas del Rasall forman parte de la Zona Especial de Protección para Las Aves Mar Menor y también del Sitio Ramsar Mar Menor. Calblanque pertenece a la Red Europea Natura 2000, que protege áreas naturales a escala comunitaria.



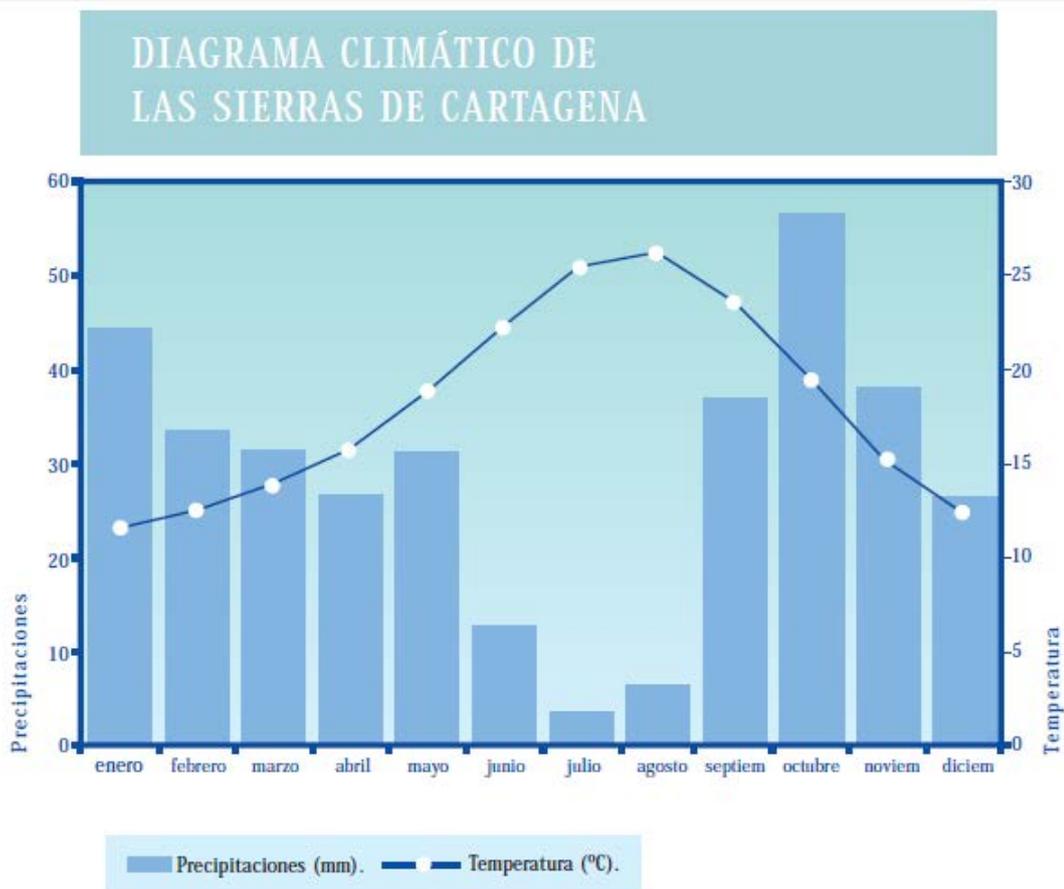
Cabezo de la Fuente. Fuente: Archivo de la Dirección General del Medio Natural.



1.3.2.1 El clima

El clima general de Calblanque es de carácter mediterráneo, y se caracteriza por la existencia de un verano cálido que coincide con la estación más seca del año. La cercanía del mar atempera el régimen térmico, de modo que tanto las temperaturas máximas como las mínimas son más suaves que en el centro de la Región de Murcia.

Las precipitaciones son muy escasas, propias de un régimen pluviométrico semiárido. Se concentran en primavera y en otoño y en muchas ocasiones tienen carácter torrencial. La siguiente tabla resumen los rasgos más característicos del clima.



Fuente: Folleto informativo sobre la flora de Calblanque. Impresión: 4444444444; depósito legal: 2222222222.

1.3.2.2 La vegetación de Calblanque

Durante el Mioceno (Hace unos 5 a 23 millones de años) se produjeron varios descensos y ascensos del nivel de mar, de manera que en épocas de desecación existía tierra firme entre Europa y África. Por el clima reinante en aquella época, muchas especies de plantas africanas pudieron aumentar su distribución hacia el norte, haciendo que mucha flora de origen africano quedara definitivamente en el sur de Europa. A este tipo de plantas se les suelen conocer por Iberoafricanismos, especies escasas y valiosas que nos revelan parte de la historia del planeta.



Fuente. www.eco-viajes.com

Es por ello que Calblanque, se convierte en una mezcla de características climáticas, históricas, geográficas y biológicas que la convierten en una reserva botánica de primer orden. De acuerdo con las divisiones propuestas por los expertos en vegetación podemos decir que el área de Calblanque se incluye dentro de la llamada Provincia Murciano Almeriense.



Fuente: Folleto informativo sobre la flora de Calblanque. Impresión: 4444444444; depósito legal: 2222222222. Edita; Conserjería de Industria y Medio Ambiente. Dirección General del Medio Natural.

1.3.2.3 La costa

Los ambientes costeros presentan unas condiciones difíciles para el establecimiento de la vida vegetal. La influencia del medio terrestre y del medio marino dificulta la supervivencia de las plantas. En Calblanque podemos encontrar dos formas fundamentales de costa: costa rocosa y costa arenosa.

Los ambientes de costa rocosa quedan representados en el Parque por los acantilados y por los restos de duna fósil de Calblanque. En la costa rocosa podemos encontrar plantas como el hinojo marítimo, el tomillo sapero y varias especies de limonios o siemprevivas y la margarita de mar.



Acantilados de Calblanque. Fuente: Archivo de la Dirección General del Medio Natural.

Las grandes playas se localizan en la parte más oriental del Parque. Las arenas de la playa carecen de vegetación puesto que están sometidas al batir de las olas. Las primeras plantas se establecen en los niveles superiores de las playas, entre las que destacan: la oruga de mar o el cardo marino.



Playa de Calblanque. Fuente: Archivo de la Dirección General del Medio Natural.

1.3.2.4 Los saladares y las salinas

Los saladares son sistemas naturales con dos características: humedad casi constante y elevada concentración de sales. Estas comunidades suelen ubicarse en depresiones del terreno donde las aguas se acumulan. Estos ecosistemas son de gran originalidad biológica, por ello, se consideran hábitats de interés comunitario por parte de la Unión Europea.

La salinidad de estos saladares costeros se debe, sobre todo, a la influencia del mar, por la presencia de aguas salinas en el subsuelo y al clima que promueve una intensa evaporación, concentrándose la sal en las capas superficiales.

Destacar entre otras, La Salina del Rasall, en la cual habitan numerosas aves acuáticas y dentro de las charcas, el Fartet, pez autóctono de la península y que esta con protección por peligro de extinción.



Salina del Rasall. Fuente: Archivo de la Dirección General del Medio Natural. Pedro Mansilla Torres.

1.3.2.5 Las tierras de labor

Ocupan las partes con relieves más suaves dentro del Parque, en su porción central y oriental. El principal aprovechamiento que han experimentado estos lugares, ha sido la agricultura de secano, principalmente cereal. Entre las zonas a destacar, citar los entornos agrícolas cerca de la población de Las Jordanas, Cobaticas o cerca de la Peña del Águila.

1.3.2.6 Los arenales

Los arenales son zonas vegetales asentadas bajo el sustrato arenoso. Dependiendo del sustrato aparecen unas plantas u otras. Si las arenas no están bien consolidadas, encontramos generalmente especies como el barrón, el cardo marítimo o el lirio de mar, entre otra gran variedad de plantas. En cambio si las arenas presentan algo de humedad y el sustrato es más estable aparecen una gran variedad de juncos.



Arenal de Calblanque. Fuente: Archivo de la Dirección General del Medio Natural

1.3.2.7 Ramblas y barrancos

Las ramblas y los barrancos forman otro de los ecosistemas con mayor importancia en el Parque. Son zonas, en cuyos taludes anidan frecuentemente aves como el abejaruco.

1.3.2.8 La fauna de Calblanque

El parque regional de Calblanque, monte de las cenizas y peña del águila, está compuesta por un conjunto numerosísimo de especies, muchas de ellas de gran singularidad y de extraordinario interés ecológico. La variedad y el contraste de hábitats presentes en este espacio natural favorecen la existencia de poblaciones animales con requerimientos ecológicos muy diversos. Las distintas zonas del parque: playas, salinas, ramblas, barrancos, arenales, saladares,... componen un mosaico en el cual la fauna puede desarrollar sus ciclos vitales.

En la zona de playa, cabe destacar la presencia de la tortuga boba, especie que se acerca a esta zona para anidar. Esta especie, aun siendo de las más numerosas dentro del gremio de las tortugas, está en peligro de extinción.



TORTUGA BOBA

En la zona de los pinares, de gran extensión, se albergan un buen número de especies forestales, entre las que destacan las aves, destacando los petirrojos, agateadores, verdecillos, mirlos, pitos reales, tórtolas y palomas torcaces.



VERDECILLO



PITO REAL

Las zonas no arboladas (de matorral), son el hábitat de otros tipos de animales. Algunos mamíferos, como el conejo, el zorro y numerosas especies de reptiles, conviven compartiendo este ecosistema. En esta zona, también es importante citar la existencia de distintos tipos de insectos, que sirven de alimento para las aves que acuden a esta zona en busca de alimento, destacando la perdiz, la tarabilla, el colirrojo común y la collalba negra.



COLLALBA NEGRA

Los abejarucos también son una especie de ave muy importante de Calblanque, habitando en las distintas zonas de las ramblas. El águila perdicera a su vez, vive en las zonas de acantilados, siendo una de las especies más emblemáticas del parque. El águila perdicera es una especie en peligro de extinción y por ello resulta imprescindible conservar los parajes donde habitan. El halcón peregrino y el búho real, son otros de los tantos tipos de aves que viven en estas zonas.



ÁGUILA PERDICERA

En las salinas del Rasall, nos encontramos también infinidad de especies animales. Uno de ellos es el Fartet, un pequeño pez en peligro de extinción. Otros son el tarro blanco, un pato de gran tamaño y un vistoso plumaje de color blanco; y la gaviota de Audouin, una especie característica del mediterráneo que utiliza a las salinas en invierno para su reposo.



FARTET



TARRO BLANCO

En los saladares, son habituales el erizo moruno, el butrón, acompañados de libélulas, escarabajos, mariposas y más invertebrados.

Todo esto, la diversidad de especies y de zonas, constituye un importante enclave para la fauna.



Universidad
Politécnica
de Cartagena



2. ANTECEDENTES

2.1 TURISMO Y ESPACIOS NATURALES

2.1.1 Introducción

El turismo ecológico o el ecoturismo es una nueva tendencia diferente al concepto de turismo tradicional que tenemos. Es una forma de turismo centrado en la naturaleza, que se caracteriza por tener como objetivo un desarrollo sostenible y que está basado en el cumplimiento de siete puntos, los cuales citaré a continuación.

1. Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad.
2. Construir respeto y conciencia ambiental y cultural.
3. Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones.
4. Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación.
5. Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local.
6. Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones.
7. Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

Aun teniendo un corto periodo de vida, el ecoturismo es visto por varios grupos conservacionistas, instituciones internacionales y gobiernos como una alternativa viable de desarrollo sostenible. Existen países como Costa Rica, Kenia, Madagascar, Nepal y Ecuador (Islas Galápagos), donde el turismo ecológico produce una parte significativa de los ingresos del sector turístico, e incluso en algunos casos, de la economía del país.



Fuente: www.viajarconhijos.es

El ecoturismo se puede clasificar en por lo menos tres grandes categorías:

1. Categoría 1. Cuando sólo se refiere a la conservación de la naturaleza.
2. Categoría 2. Si además de la conservación de la naturaleza se añade la conservación de la cultura local y de su patrimonio histórico.
3. Categoría 3. Si a la categoría 2 se le añade lo que sería un ecoturismo socialmente sustentable, es decir la oportunidad que brindaría como actividad de servicios para mejorar la calidad de vida de la población receptora y que implica añadir los aspectos medioambientales, socioculturales y de la distribución de la riqueza generada, por lo que este tipo de ecoturismo sí merecería todo el apoyo de las instituciones del estado, debido a sus múltiples impactos positivos.

2.1.2 Fenómeno social del ocio y del turismo

El turismo es una forma de utilización del tiempo libre y por lo tanto de ocio. **Según el diccionario de la lengua española (Real Academia de la Lengua): “ocio es la cesación del trabajo; inacción total o total omisión de la actividad; tiempo libre de una persona; diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas; obras de ingenio que alguien forma en los ratos que le dejan libres sus principales ocupaciones”.**

Respecto a este tema, es importante diferenciar entre ocio y tiempo libre. Según Sebastián de Grazia: **“el ocio y el tiempo libre viven en dos mundos diferentes. Nos hemos acostumbrado a pensar que son lo mismo, pero no todo el mundo puede tener tiempo libre, y no todos pueden tener ocio. El tiempo libre es una idea de la democracia realizable; el ocio no es totalmente realizable y por tanto, es ideal y no solo una idea. El tiempo libre se libera de una forma determinada para calcular una determinada clase de tiempo; el ocio es una forma de ser, una condición del hombre, que pocos desean y menos alcanzan”.**

El ocio es un ámbito de desarrollo humano, en el que disponemos de una libertad de elección, de expresión y de realización de tareas no utilitarias. Nos referimos, fundamentalmente, al ocio autotélico. Según Cuenca (1995) el verdadero ocio es aquel que se realiza de manera desinteresada económicamente, manifestándose según unas dimensiones (ocio autotélico), recogidas en la siguiente tabla:

Dimensión Lúdica	La finalidad es el descanso y la diversión: Juego, práctica cultural, turismo tradicional, paseos, tertulia, hobbies,...
Dimensión Ambiental/ecológica	La finalidad es la vinculación con el espacio, contemplación del mismo, una recreación al aire libre.
Dimensión Creativa	Desarrollo personal, reflexión, autoafirmación.
Dimensión Festiva	Se trata del tiempo de ocio aplicado a los acontecimientos sociales festivos. Socialización.
Dimensión solidaria	Ocio comunitario, vivencia del otro, participación asociativa, beneficio de los demás.

Fuente: Manuel Cuenca cabeza 1995.

2.1.3 Motivaciones y beneficios del turismo y del ocio en los espacios naturales

La motivación de la experiencia del ocio se refiere al conjunto de fuerzas que impulsan a las personas la práctica del mismo. Es decir, se refiere al fin último que impulsa la acción.

Motivaciones y necesidades en los turistas según J. Montaner, 1996.

- 1- Necesidades fisiológicas y de seguridad, necesidad de conseguir de nuevo el equilibrio físico y psíquico tanto gracias al descanso, como a las actividades deportivas de recreación y de entretenimiento. Para ciertas personas, el turismo es primordialmente una forma de protección, de seguridad psicológica, de curación del estrés. Motivaciones de cambio de actividad y de lugar geográfico, motivaciones de diversión y esparcimiento.
- 2- Necesidades Sociales. El tiempo de vacaciones es usado para estrechar las relaciones familiares y de amistad, así como el deseo de conocer a nuevas personas.
- 3- Necesidades de Status. Las actividades turísticas y de viaje crean una motivación de reconocimiento en cuanto a posición y prestigio, relacionadas con el status o con la clase social.
- 4- Necesidades de Autorrealización. El turismo satisface la necesidad de formación cultural. Estas motivaciones se identifican con el deseo de conocer otros países desde el punto de vista histórico, monumental y artístico de todas sus manifestaciones culturales. El perfil del turista con estas motivaciones se caracteriza por una formación y nivel cultural medio y alto.

Fuente: J. Montaner (1996) Psicología del Turismo.

Hablemos ahora de los beneficios subyacentes del ocio y del turismo. El turismo y el ocio generan una serie de beneficios de carácter psicológico. Los espacios naturales contribuyen a la obtención de estos beneficios, dado que a la gran mayoría de personas, al encontrarse en un entorno natural, se sienten más liberados y con menos preocupaciones de la vida cotidiana. Estos beneficios han sido estudiados por diversos autores, entre los que destacar a Driver et al (1987), que estudio el uso de los espacios naturales para terapia, desarrollo personal y educación. La siguiente tabla, a modo de ejemplo, se refleja dichos beneficios, para poder tener una idea más o menos cercana de este tema.

<p>I. Beneficios personales (relativos principalmente a individuos, podrían o no beneficiar a la sociedad en general).</p> <p>I.1. Relativos al Desarrollo (cambios deseados en concepto propio y habilidades)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conceptual de uno mismo - Ponerse al día - Desarrollo de habilidades <p>I.2. Terapéuticos / Curativos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clínico - No clínicos (meditación sobre el stress / sobrellevarlo) <p>I.3. Salud física</p> <p>I.4. Autosuficiencia</p> <p>I.5. Identidad social y unión (mantenimiento de las relaciones sociales deseadas con la familia y otros)</p> <p>I.6. Educacional</p> <p>I.7. Espiritual</p> <p>I.8. Estética / creatividad</p> <p>I.9. Simbólico / Beneficios que surgen de darse cuenta que las acciones están siendo tomadas en apoyo de las creencias relacionadas con la Preservación).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tutela de recursos - Anti-anthropocentrismo / moralístico - Demanda de opciones - Otros <p>I.10. Otros beneficios para los individuos relacionados con el recreo en los espacios naturales.</p> <p>I.11. Usos básicos relacionados (beneficios para los individuos procedentes de bienes producidos en los espacios naturales tales como los asociados al agua y el pastoreo por animales domésticos.</p> <p>I.12. Estimulación del desarrollo personal (nurturance).</p> <p>II. Beneficios sociales (conferidos a través de los individuos a la sociedad colectivamente o a grandes segmentos de la sociedad)</p> <p>II.1 Beneficios personales agregados.</p> <p>II.2 Beneficios derivados</p> <p>II.3 Beneficios culturales históricos</p> <p>II.4 Beneficios relacionados a la preservación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ecosistemas representativos. - Diversidad de especies. - Calidad y pureza del aire - Formaciones únicas de paisaje, incluyendo áreas de una belleza escénica fuera de serie. - Lugares históricos. - Valores educacionales. - Laboratorio científico - Tutelaje (opción para futuras generaciones) <p>II.5 Calidad de vida</p> <p>II.6 Usos "básicos" (agua, minerales, pastoreo,...)</p> <p>II.7 Beneficios económicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo económico nacional. - Desarrollo económico local / regional. <p>III. Beneficios intrínsecos / inherentes (beneficios para organismos no humanos)</p>

Fuente: Beneficios de los espacios naturales (Driver et al, 1987)

2.1.4 Situación actual en España

Señala el Colegio de Ingenieros de Montes en un comunicado: **“un 20% de la superficie de nuestro país está protegida con alguna de las 1.700 figuras de protección de la naturaleza que existen en la actualidad. Es todo un récord si tenemos en cuenta que comparados con el resto del mundo casi duplicamos la cifra del 12% de territorio protegido en el globo terráqueo”**.

Con esta afirmación, se deja claro, que España es uno de los países con más territorio protegido del mundo, y como dato adjunto, decir que España es uno de los que más aporta a los países europeos a la Red Natura 2000, a través de la designación LIC (lugar de interés comunitario).

Number of sites	Total area sites (km ²)	Terrestrial area (%) ^a	Number of marine sites	Marine area (km ²)	Progress	MEMBER STATES
280	3,269	10.1	2	198		BELGIUM
228	33,430	29.6	14	592		BULGARIA
1,082	7,854	10.0	-	-		CZECH REPUBLIC
261	19,319	7.4	125	16,145		DENMARK
4,622	54,342	9.7	53	19,768		GERMANY
531	11,321	16.7	46	3,752		ESTONIA
424	13,560	10.7	96	6,009		ÉIRE/IRELAND
241	28,076	16.3	134	6,604		GREECE
1,448	131,434	24.5	97	7,926		SPAIN
1,367	73,556	8.5	133	26,838		FRANCE
2,288	45,309	14.3	162	2,254		ITALY
40	883	13.1	6	129		CYPRUS**
324	7,856	11.3	6	562		LATVIA
382	9,254	13.9	2	171		LITHUANIA
48	399	15.4	-	-		LUXEMBOURG
467	13,973	15.0	-	-		HUNGARY
28	50	13.3	1	8		MALTA***
146	14,342	8.4	14	10,857		THE NETHERLANDS
168	8,978	10.7	-	-		AUSTRIA
823	38,003	11.0	6	3,600		POLAND
96	16,788	17.4	25	775		PORTUGAL
273	32,833	13.2	6	1,353		ROMANIA
259	6,360	31.4	3	-		SLOVENIA
382	5,739	11.7	-	-		SLOVAKIA
1,715	48,552	12.7	98	5,460		FINLAND
3,983	64,467	13.7	334	7,512		SWEDEN
623	29,066	6.8	49	12,409		UNITED KINGDOM
22,529	719,015	13.7	1,412	132,923		EU

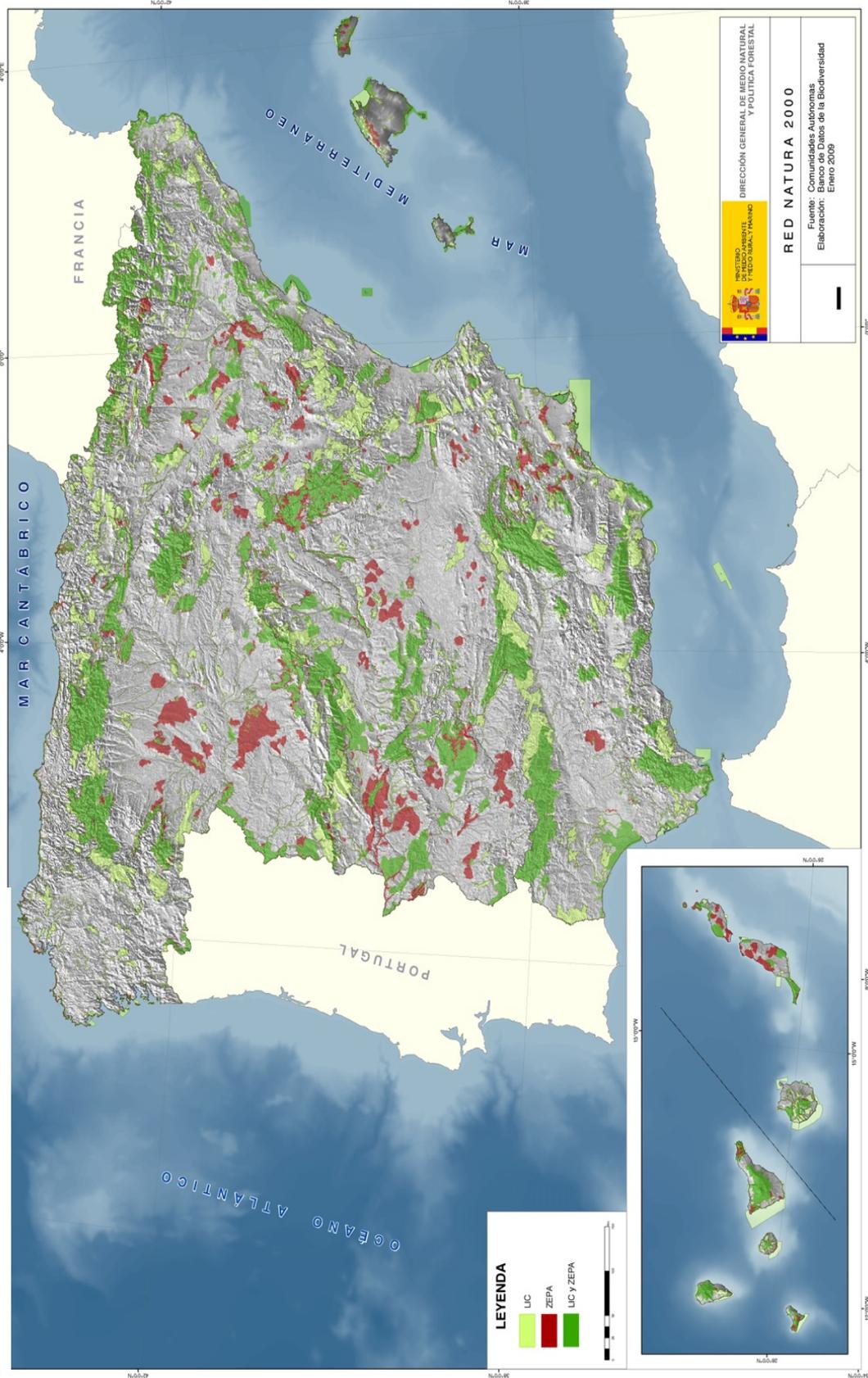
Fuente: Red Natura 2000. Diciembre 2010.

En cuanto zonas especiales de protección de aves (ZEPA), España también ocupa un buen lugar en la Red Natura 2000.

MEMBER STATES	Number of sites	Total area sites (km ²)	Terrestrial area (sq*)	Number of marine sites	Marine area (km ²)	Progress
BELGIË/BELGIQUE	234	3,282	9.7	4	315	
BULGARIA	114	23,217	20.4	14	539	
ČESKÁ REPUBLIKA	39	9,684	12.3	-	-	
DANMARK	113	14,718	5.9	59	12,180	
DEUTSCHLAND	738	59,784	12.2	15	16,055	
EESTI	66	12,592	13.5	27	6,502	
ÉIRE/IRELAND	132	3,013	3.0	71	933	
ELLÁDA	202	29,534	20.9	120	1,947	
ESPAÑA	599	105,032	20.6	33	1,034	
FRANCE	382	78,476	7.9	73	34,914	
ITALIA	597	43,777	13.6	45	2,724	
KÝPROS**	29	1,593	25.9	3	109	
LATVIJA	95	6,999	10.0	4	520	
LIETUVA	88	6,449	9.6	1	171	
LUXEMBOURG	13	145	5.6	-	-	
MAGYARORSZÁG	55	13,512	14.5	-	-	
MALTA***	13	16	5.1	0	0	
NEDERLAND	77	10,125	12.6	6	4,895	
ÖSTERREICH	96	9,869	11.8	-	-	
POLSKA	141	55,228	15.6	4	6,490	
PORTUGAL	59	10,438	10.7	10	622	
ROMÂNIA****	109	-	-	1	-	
SLOVENIJA	27	4,656	23.0	1	3	
SLOVENSKO	38	12,236	25.1	-	-	
SUOMI	468	30,838	7.5	66	5,567	
SVERIGE	531	29,873	6.2	108	4,018	
UNITED KINGDOM	260	18,401	6.2	35	3,125	
EU	5,315	593,486	11.4	700	102,663	

Fuente: Red Natura 2000. Diciembre 2010.

Distribución Nacional LIC y ZEPA



La Red Natura 2000, también ha recogido una tabla en la cual se muestra para España, los tipos de figuras de protección existentes en el país y la cantidad de los mismos. A continuación se muestra dicha tabla con lo anteriormente citado.

RED NATURA 2000 Y ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

12.6.2.1. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: Número de espacios declarados según figuras de protección, 2011

Figura de protección	Nº de espacios declarados	Superficie (ha)	% respecto al total protegido
Parque Nacional	14	337.262	4,97
Parque Natural	130	3.456.227	50,96
Parque Regional	13	360.315	5,31
Parque Rural	7	78.123	1,15
Total Otros parques	20	438.438	6,46
Reserva Natural	105	92.887	1,37
Microrreserva	48	7.432	0,11
Reserva de la Biosfera	1	22.039	0,32
Reserva de Fauna	22	1.197	0,02
Reserva Fluvial	6	4.215	0,06
Reserva Integral	3	555	0,01
Reserva Natural Concertada	5	750	0,01
Reserva Natural de Fauna Salvaje	13	5.615	0,08
Reserva Natural Dirigida	3	2.886	0,04
Reserva Natural Especial	17	16.257	0,24
Reserva Natural Integral	19	14.513	0,21
Reserva Natural Marina	4	9.227	0,14
Reserva Natural Parcial	64	15.402	0,23
Total Otras reservas	205	100.088	1,48
Paisaje Protegido	56	154.375	2,28
Monumento Natural	246	101.890	1,50
Monumento Natural de Interés Nacional	1	3	0,00
Total Monumento Natural	247	101.893	1,50
Área Marina Protegida	1	234.950	3,46
Árbol Singular	60	139	0,00
Área Natural Recreativa	2	447	0,01
Área Natural Singular	1	59	0,00
Biotope Protegido	6	5.194	0,08
Corredor Ecológico y de Biodiversidad	4	6.125	0,09
Cuevas	134	11	0,00
Enclave Natural	28	1.050	0,02
Espacio Natural Protegido	2	158	0,00
Humedal Protegido	5	2.258	0,03
Lugar de Interés científico	1	10	0,00
Paraje Natural	33	150.236	2,22
Paraje Natural de Interés Nacional	7	10.100	0,15
Paraje Natural Municipal	58	26.541	0,39
Paraje Pintoresco	1	1.539	0,02
Parque Periurbano	21	5.593	0,08
Parque Periurbano de Conservación y Ocio	4	3.000	0,04
Plan Especial de Protección (PEIN)	166	803.307	11,84
Refugio de Fauna	1	45	0,00
Sitio de Interés Científico	81	1.375	0,02
Sitio Natural de Interés Nacional	4	502	0,01
Zona de especial protección de los Valores Naturales	74	350.265	5,16
Zona de Interés regional	4	239.997	3,54
Zona de la Red Ecológica Europea Natura 2000	29	103.179	1,52
Zonas Especiales de Conservación de Importancia Comunitaria	5	142.208	2,10
Zonas húmedas	48	12.785	0,19
Total Otras figuras	779	1.866.124	27,51

Actualizaciones a diciembre de 2011

2.1.4.1 Situación por CCAA.

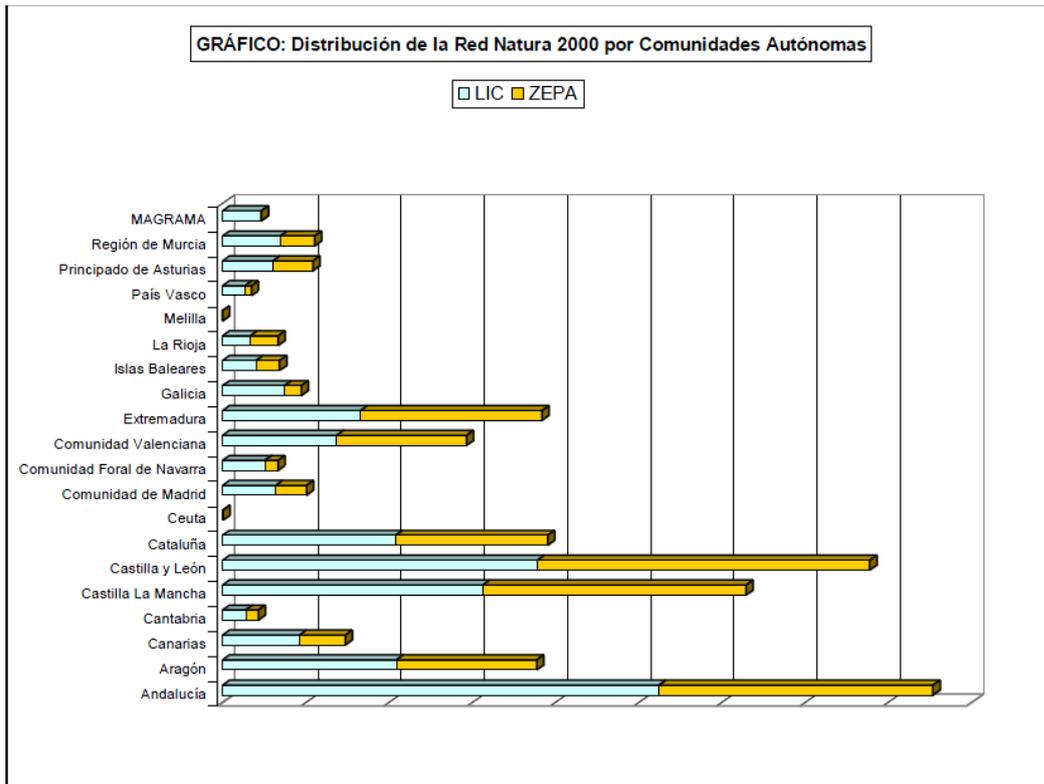
Para España, la Red Natura 2000 realiza una serie de estudios por comunidades autónomas, en los que se reflejan cuantos LIC y ZEPA hay en cada territorio. A continuación se muestra unas tablas en las que se muestra precisamente esto.

RED NATURA 2000 Y ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

12.6.1.1. RED NATURA: Análisis Autonómico del Estado de la Red Natura 2000, 2011

Comunidad Autónoma	LIC	ZEPA	TOTAL GENERAL	% terrestre protegido
Andalucía	2.624.122,4	1.644.491,1	2.697.674,53	29,53
Aragón	1.045.844,4	842.644,6	1.354.537,84	28,38
Canarias	462.424,4	277.309,0	532.386,61	46,80
Cantabria	137.594,3	79.123,7	147.676,06	27,32
Castilla La Mancha	1.564.456,8	1.579.496,9	1.838.684,39	23,15
Castilla y León	1.891.399,7	1.997.452,6	2.461.189,74	26,12
Cataluña	1.041.442,5	913.448,9	1.065.021,59	30,40
Ceuta	1.466,7	630,3	1.466,73	31,83
Comunidad de Madrid	319.873,5	185.245,3	320.111,18	39,89
Comunidad Foral de Navarra	252.869,8	80.151,8	252.959,32	24,36
Comunidad Valenciana	685.823,4	780.074,2	936.514,42	37,47
Extremadura	828.841,5	1.089.360,0	1.257.621,41	30,17
Galicia	373.951,9	101.146,6	390.228,10	11,88
Islas Baleares	203.378,8	139.469,4	222.400,76	22,38
La Rioja	167.581,3	165.897,6	167.581,29	33,24
Melilla	598,5	52,9	598,52	7,41
País Vasco	134.724,8	38.961,6	146.468,64	20,07
Principado de Asturias	303.997,1	240.459,7	307.450,15	26,48
Región de Murcia	347.713,6	205.012,9	446.748,33	23,34
MAGRAMA	234.950,3	0,0	234.950,32	0,00
ESPAÑA	12.623.055,6	10.360.428,9	14.782.269,9	27,1

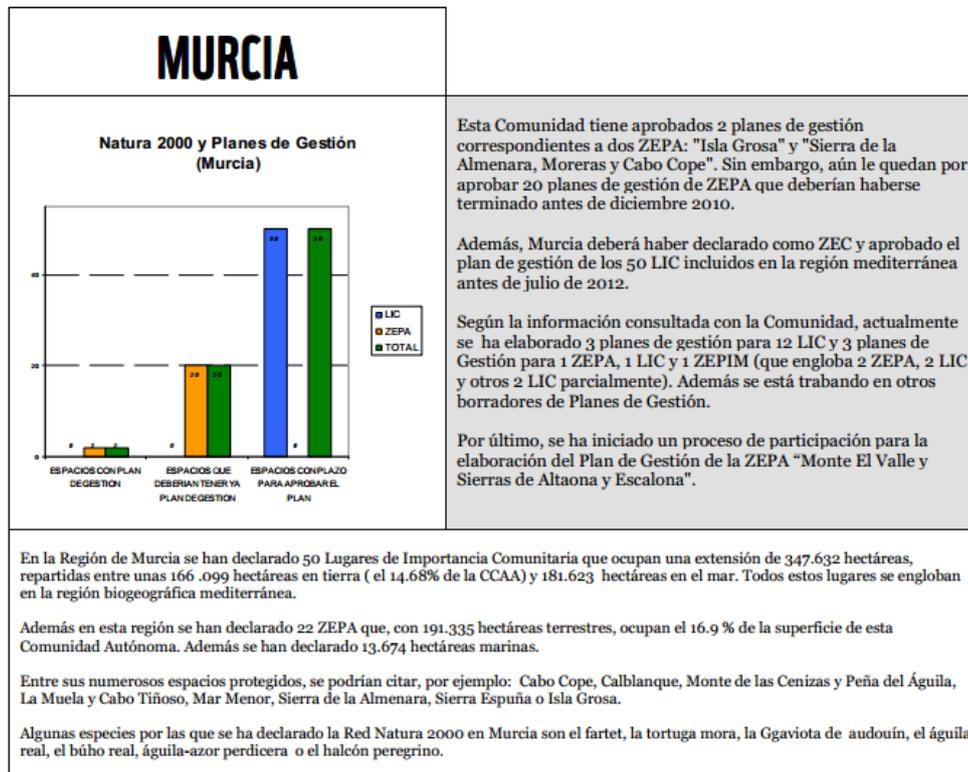
Actualizaciones a diciembre de 2011



CCAA	Nº LIC	Nº LIC con gestión	%	Nº ZEPA	Nº ZEPA con gestión	%	TOTAL LIC / ZEPA	TOTAL LIC / ZEPA con gestión	% Red Natura gestionada
Canarias	177	132	75	43	0	0	220	132	60
Madrid	7	2	29	7	2	29	14	4	29
Navarra	42	10	24	17	0	0	59	10	17
Cataluña	115	7	6	73	8	11	188	15	8
Extremadura	87	0	0	69	5	7	156	5	3
Murcia	50	0	0	22	2	9	72	2	3
Castilla y León	120	1	1	70	1	1	190	2	1
Castilla La Mancha	72	0	0	38	1	3	110	1	1
Aragón	156	0	0	45	0	0	201	0	0
Galicia	59	0	0	15	0	0	74	0	0
Cantabria	21	0	0	8	0	0	21	0	0
La Rioja	6	0	0	5	0	0	11	0	0
Valencia	94	0	0	43	0	0	137	0	0
Baleares	138	14	10	55	0	0	132	0	0
Ceuta y Melilla	5	0	0	4	0	0	8	0	0
Andalucía	195	0	0	63	0	0	258	0	0
País Vasco	52	0	0	6	0	0	58	0	0
Asturias	49	0	0	13	0	0	62	0	0
TOTAL	1445	166	11	596	19	3	1971	171	9

Fuente: Red Natura 2000. Diciembre 2010.

Para la Región de Murcia, WWF España, realizó un estudio en 2012, en el cual se especifica la distribución y los datos de la Región. En la siguiente imagen se explica de forma detallada parte de dicho estudio.



Fuente: WWF España, informe 2012. La Red Natura en España.

Para poder entender correctamente lo anteriormente citado, creo conveniente explicar algunos conceptos que pueden crear confusión.

- 1- **Parque Nacional.** Son áreas naturales destinadas a la protección y preservación, con carácter de intangible, de la flora y fauna silvestre y de la belleza paisajística que contienen. En estos parques está prohibido el aprovechamiento de los recursos naturales y el asentamiento de grupos humanos.
- 2- **Reserva natural.** Son espacios naturales, cuya creación tiene como finalidad la protección de ecosistemas, comunidades o elementos biológicos que, por su rareza, fragilidad, importancia o singularidad merecen una valoración especial. Está limitada la explotación de recursos, salvo en aquellos casos en que esta explotación sea compatible con la conservación de los valores que se pretenden proteger.

- 3- **Paisaje protegido.** Son partes del territorio que las administraciones competentes, a través del planeamiento aplicable, consideran merecedoras de una protección especial.

Añadir como dato, la siguiente tabla en la que se muestra la distribución de paisajes protegidos en España.

RED NATURA 2000 Y ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

12.6.2.2. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: Análisis Autonómico del número total, superficie total, y número de figuras de protección empleadas

Comunidad Autónoma	Nº total de espacios naturales protegidos	Superficie total de espacios naturales protegidos	Nº de figuras de protección
Andalucía	163	1.679.072,41	8
Aragón	23	157.906,45	5
Canarias	146	339.129,50	8
Cantabria*	37	154.943,04	5
Castilla La Mancha	110	580.188,66	7
Castilla y León*	26	717.628,27	5
Cataluña	264	1.068.684,40	7
Comunidad de Madrid	9	110.149,59	7
Comunidad Foral de Navarra	123	84.941,88	7
Comunidad Valenciana	297	255.803,17	9
Extremadura	57	313.559,60	10
Galicia	98	398.829,38	7
Islas Baleares	81	100.389,72	8
La Rioja	8	166.417,96	4
País Vasco	41	103.201,44	4
Principado de Asturias*	56	237.407,16	6
Región de Murcia	19	79.041,21	4
MAGRAMA	1	234.950,32	1
ESPAÑA	1.557	6.782.244,14	112

Actualizaciones a diciembre de 2011

(*) El Parque Nacional Picos de Europa es compartido por las CC.AA. de Principado de Asturias, Cantabria y Castilla y León. Está contabilizado una vez en cada una de ellas, pero **NO** en el total nacional

2.1.5 Demanda de los espacios naturales

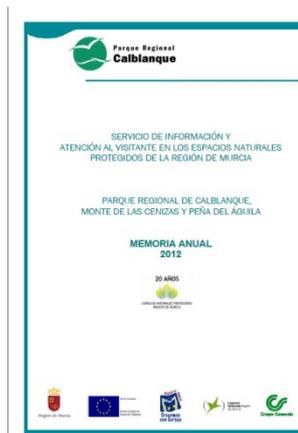
La demanda de los espacios naturales está en auge, ya que cada vez más gente se siente identificada con los valores y sentimientos que la naturaleza transmite. Cada vez más personas acuden a espacios naturales para poder disfrutar del paisaje, hacer deporte, descansar, es decir, disfrutar del uso recreativo que los parques proporcionan. Las mejoras realizadas en los servicios, las mejoras realizadas en los accesos a los parques, la mejora en la calidad de vida, etc., todo contribuye a un aumento del uso de los parques naturales.

En nuestro caso, el Parque Regional de Calblanque también ha sufrido un auge de visitantes, sobre todo la zona de playa. Tal y como se muestra a continuación, se aprecia el aumento en la cantidad de visitantes que han ido al punto de información de Las Cobaticas, encargado de dar información sobre Calblanque.

AÑO	2008	2009	2010	2011	2012
Nº VISITANTES	11.258	13.748	10865	9741	20.309

Fuente: Memoria anual 2012 servicio de información y atención al visitante. Calblanque.

Como se aprecia en la tabla, el número de visitantes permanece más o menos constante durante los años 2008, 2009, 2010 y 2011, mientras que en 2012 experimenta una enorme subida de visitantes. Desde el punto de información pronostican que para 2013 las cifras van a superar los registros de 2012. Los datos obtenidos se han obtenido de la memoria anual 2012, disponible en el punto de información de Las Cobaticas.



2.2 VALORACIÓN DE ESPACIOS NATURALES

2.2.1 Introducción

Las relaciones entre los términos economía y ecología no están del todo equilibradas.

Vivimos en una sociedad en la que el problema de decidir qué es lo que se produce, como se produce y cómo se distribuye lo producido, ha sido depositado en lo que se conoce como *mercado*.

Como ya sabemos, los espacios naturales, alimentan el interés de una sociedad a la que proporcionan toda una serie de servicios, como puede ser el recreativo, que afectan directamente al bienestar de las personas.

En España, la valoración económica de espacios naturales es un método muy reciente en comparación con otros países donde se vienen aplicando estas técnicas desde hace años, y eso a pesar del importante patrimonio natural que posee nuestro país.

2.2.2 Valoración económica del medio ambiente

Valorar económicamente el medio ambiente significa poder contar con un tipo de indicador de su importancia en el bienestar de la sociedad, que permita compararlo con otros componentes del mismo. Lo normal sería utilizar un indicador común, que en general suele ser el dinero. Esto ya supone para algunos autores un problema: ¿proponer una valoración monetaria, de algo que por definición, es invaluable?

Entrado ya en la temática del proceso de valoración económica, vamos a intentar a dar solución a las problemáticas que se plantean, las cuales se podrían resumir en una de las siguientes preguntas:

2.2.2.1 ¿Qué da valor al medio ambiente?

La primera pregunta es elemental, ¿Por qué tienen valor el medio ambiente y los recursos naturales? La respuesta, no es tan sencilla, por lo que hay dos vertientes distintas para explicar la solución:

- 1- Por un lado se sitúan todas aquellas posturas derivadas de la “*ética de la tierra*” de Aldo Leopold, para las que la naturaleza no humana tiene un valor intrínseco, inherente. Por tanto, el medio ambiente

tiene valor por sí mismo, no necesita de nada ni de nadie que se lo otorgue.

- 2- Por otro lado, están las posturas que comparte una ética antropocéntrica. Para ellas, lo que confiere valor a las cosas, incluido el medio ambiente, es su relación con el ser humano: las cosas tienen valor en la medida en que se lo dan las personas.



Imagen comparación del valor, carbón vs diamante. Fuente: www.dimensionargentina.com

El análisis económico, en general, se sitúa dentro de la segunda de las opciones, aunque con algunos matices. Es el ser humano es el que da valor a la naturaleza, a los recursos naturales y al medio ambiente en general.

2.2.2.2 ¿Quién expresa estos valores?

Una vez asimilada la primera pregunta, la siguiente cuestión es obvia: ¿Quién expresa estos valores? El medio ambiente tiene valor porque cumple una serie de funciones que afectan positivamente al bienestar de las personas de una sociedad.

Se trata de delimitar que tipo de personas pueden valorar algo, en función de si las alteraciones del bienestar suponen un cambio de calidad ambiental en la zona.

2.2.2.3 ¿Cómo se expresan estos valores?

Al igual que en los casos anteriores, son varias las posibilidades que se presentan, pero el análisis económico ha elegido una de ellas: intentar obtener la misma información que revelaría la persona sobre sus preferencias en un mercado, en caso de existir este. De esta manera, se busca obtener la misma información que proporciona el mercado con respecto a los bienes privados: un indicador de la intensidad de las preferencias individuales de cada individuo. Por lo tanto, la valoración económica no es solo una valoración individualista, sino, además de mercado; se valora tal y como lo haría un mercado hipotético.

2.2.3 Valores de uso y valores de no-uso

Este apartado está dedicado a explicar la diferencia entre los tipos de valores que puede tener el medio ambiente, ya que hay discrepancia de opiniones en función de las personas y de la sociedad. La primera gran distinción que puede realizarse es la que diferencia entre valores de uso y valores de no-uso.

2.2.3.1 Valor de uso

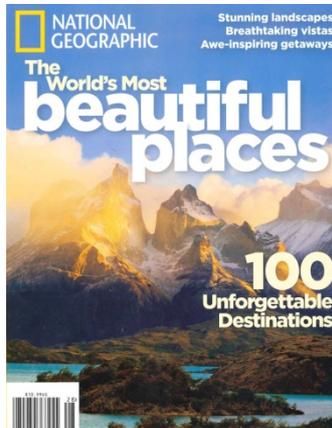
Es uno de los más elementales de todos: la persona utiliza el bien, y se ve afectada por cualquier cambio que ocurra en el mismo. En el caso de un parque natural, este tiene un valor de uso para aquellos que lo visitan.

Dentro de este tipo de valor, es importante diferenciar entre los distintos tipos de usuarios. En la práctica, consiste en estudiar la conducta de la persona con respecto a algún bien privado, que tiene mercado, y que guarda cierta relación con el bien ambiental. Un ejemplo; para disfrutar de un parque natural normalmente hay algunos mercados privados: hay que comprar un billete de tren o autobús para poder llegar al parque, comprar gasolina si es el caso, etc. El consumo de una serie de bienes de mercado, identifica el uso del bien público, en el caso del ejemplo, una visita al parque.

Ahora bien, al identificar a las personas existen dos grandes grupos:

- 1- Las que no necesitan adquirir un bien privado específico, ya que viven en las proximidades de un parque o de una ruta de aves migratorias.

- 2- Las que disfrutan del bien desde la lejanía, mediante reportajes fotográficos, lectura de revistas, películas, etc.



Portada del National Geographic. Fuente: www.qosqo.info

2.2.3.2 Valores de no-uso

Dentro de este tipo, podemos diferenciar subgrupos.

a) Valor de opción

Aquí entran las personas que en la actualidad no están utilizando el bien, pero que tiene pensamiento de utilizarlo en un futuro. Por tanto, la desaparición de un parque natural supone una pérdida del bienestar, mientras que su conservación y cuidado lo eleva.

a.1) Valor de opción propiamente dicho

Las personas tienen otras fuentes de incertidumbre (si querrá utilizarlo, los riesgos que pueden haber al utilizarlo, etc.). En este subvalor, se refiere a la posibilidad de una futura utilización del bien. Si definimos el *excedente del consumidor esperado* (EC^e)², como el producto de multiplicar el cambio en el excedente del consumidor obtenido con el consumo del bien, por la probabilidad de que el bien no desaparezca, y llamamos *precio de opción* a la cantidad máxima que la persona estaría dispuesta a pagar para asegurar la probabilidad de disfrutar del bien en un futuro, el valor de opción vendría dado por la diferencia entre las dos variables anteriores.

$$\text{Valor de Opción} = \text{Precio de Opción} - \text{Excedente Esperado}$$

a.2) Valor de cuasi-opción

En este caso, quien toma las decisiones de visitar un parque, desconoce, en muchas ocasiones, la totalidad de los costes y los beneficios de las acciones emprendidas, bien por la falta de conocimiento o por la ausencia de información sobre economía relacionada con los parques.

b) Valor de existencia

Este tercer grupo se caracteriza porque las personas pueden verse afectadas por lo que ocurra con el bien ambiental, pero que no utilizan el bien ni indirectamente ni en un futuro, pero que valoran positivamente que exista dicho bien. Puede ser diversos motivos, pero Johansson (1990), destacó los siguientes:

- 1- EL motivo de herencia o legado
- 2- La benevolencia
- 3- La simpatía
- 4- La creencia en el derecho a la existencia de otras formas de vida, incluyendo animales y plantas.

En conclusión, estos son a grandes rasgos, los distintos tipos de valor, tanto de uso como de no-uso, que puede tener un determinado bien para las personas.



Universidad
Politécnica
de Cartagena



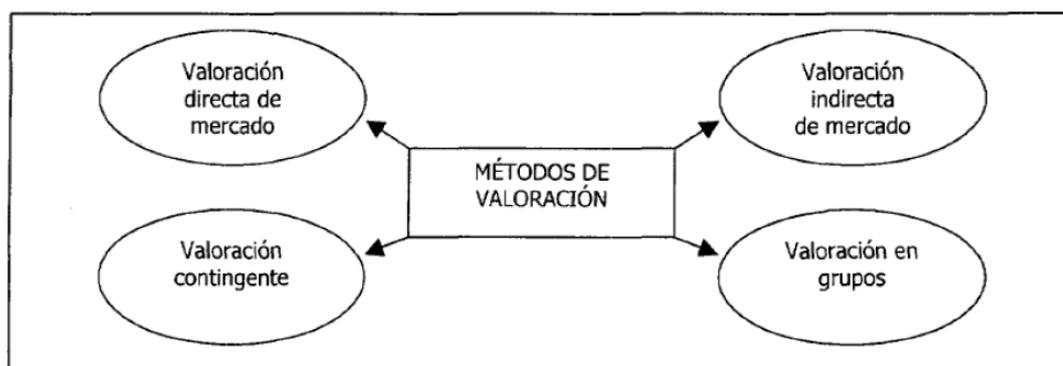
3. METODOLOGÍA

3.1 INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta todo lo anteriormente explicado, es posible construir un mecanismo que permita encontrar el valor de los bienes y servicios ambientales. Si añadimos a estos mecanismos, unas series de herramientas, como pueden ser las encuestas, que nos hacen recabar información sobre los individuos, se pueden crear métodos para obtener el valor de un bien ambiental.

Hay diversos métodos de valoración, que se diferencian entre sí a la hora de recoger la información y por la forma de aplicarlos en diferentes situaciones. Según *De Groot et al (2002)* se pueden agrupar los métodos en cuatro grupos:

- 1- Valoración directa de mercado: se encuentra el valor del bien mediante el uso de un mercado.
- 2- Valoración indirecta de mercado: no hay mercado, pero hay mecanismos que nos permiten aproximarnos a los mercados del bien, a partir de otro mercado definido.
- 3- Valoración contingente: en este método se simula un mercado real, mediante un mercado hipotético con el fin de investigar lo que estaría dispuesto a pagar una persona, DAP (o lo que estaría dispuesto a percibir por compensación, DAC) por un bien.
- 4- Valoración en grupo: consiste en aplicar la valoración contingente a un grupo de personas de manera de que puede obtener un valor de DAP o DAC grupal.



3.2 MÉTODOS DE VALORACIÓN MEDIOAMBIENTAL

Como dijimos en la introducción, apartado 1.1, el método de valoración contingente es una de las técnicas que disponemos para poder estimar el valor de bienes, productos o servicios, para los que no existe mercado. Este método consiste en simular un mercado mediante una encuesta a los consumidores del bien. Se les pregunta por la máxima cantidad de dinero que pagarían por el bien si tuvieran que comprarlo, como se hacen con los demás bienes, por ejemplo con un kilo de manzanas. De ahí se deduce el valor que tiene el bien para el consumidor medio.

La aplicación del método de valoración contingente (MVC), es habitual en los Estados Unidos y en los países del centro y norte de Europa.

Para evaluar bienes sin mercado, existen básicamente tres técnicas: el método del coste del desplazamiento, el método de los precios hedónicos y el método de valoración contingente. A continuación procedo a describir brevemente los dos primeros métodos:

3.2.1 Método del coste del desplazamiento

Este método se aplica principalmente a la valoración social de un espacio de interés medio-ambiental y recreativo concreto, pero extensible a otros bienes.

La idea es bastante sencilla. Aunque el precio de entrada a un parque sea cero, el coste generado suele ser mayor, debido a los gastos ocasionados por el desplazamiento hasta dicho parque. En general, cuanto más cerca se viva del parque, menores son los gastos y mayor suele ser el número de visitantes. Así se puede establecer la función de demanda entre el coste de desplazamientos y la cantidad de visitantes.

La comparación entre los costes y el número de personas, junto con el total de población de la zona, nos permite dibujar un punto para cada zona en la curva de demanda de los servicios del parque.

Este método nos sirve, por ejemplo, para medir los cambios en la valoración de los visitantes al producirse un daño ecológico sobre un espacio recreativo de interés natural.

Una de las mayores limitaciones de este método, es que éste solo puede aplicarse en el lugar objetivo del estudio. Un problema añadido es que, a menudo, el viaje no se justifica por un solo lugar de interés natural, por lo que surge la dificultad de estimar qué parte del coste debe adjudicarse al lugar que se pretende valorar.



3.2.2 Método de los precios hedónicos

Este método tiene como función dividir el precio de un bien privado, de mercado, en función de varias características. Estas características tienen un precio implícito cuya suma determina el precio del bien de mercado que se observa. Así por ejemplo, el precio de una vivienda puede determinarse por la agregación de precios implícitos de sus características (superficie, antigüedad, número de baños, etc.) y de la zona en la que se encuentre, por lo que dos casas idénticas, pero en distinta zona, tienen precios distintos.

El uso de este método es limitado, ya que solo permite valorar bienes públicos locales, se necesita de un bien privado con un mercado bien definido.

3.2.3 Método de valoración contingente.

Los dos modelos anteriores se suelen calificar como indirectos ya que se estima la valoración por comportamientos en un mercado real. El método de la valoración contingente se incluye dentro de las formas de valoración directa, en concreto por encuesta, es decir, se basa en una serie de preguntas que se realiza a las personas acerca de lo que estarían dispuestos a pagar (DAP) o lo que estaría dispuesta a aceptar en compensación (DAC) por tolerar una pérdida ambiental.

3.2.3.1 Historia.

En la unión Europea se viene aplicando esta técnica desde los años setenta y ello a pesar del importante patrimonio natural que posee. En Europa, los estudios tanto teóricos como empíricos son ya numerosos, aunque el reconocimiento por parte de las administraciones públicas no es tan amplio como en EE.UU.

La idea original surgió de *Ciriacy-Wantrup* (1947), que propuso la utilización de encuestas directas para determinar el valor de un bien. Llegó a dicha conclusión tras su estudio de los planes de conservación de los suelos cuyos beneficios quedaban fuera de toda valoración por parte de los mercados. En 1958, *Trice & Wood* desarrollaron el primer estudio mediante la aplicación de este método al río Delaware, en EE.UU.

Más tarde, otro estudio que hizo avanzar en el desarrollo de este método, fue el de *Davis* en 1963. Aplicó este método en los bosques del estado de Maine, en EE.UU. Preguntaba por el precio que estarían dispuestos a pagar los visitantes por el acceso a dichos bosques.

En 1989, *Mitchell & Carson* detectaron los distintos errores que suponía la aplicación del método, dado que en ocasiones el contexto de la valoración no tenía que ver con las personas encuestadas, el bien no estaba correctamente definido y tampoco se hacía referencia a los sesgos que se producen con las respuestas de los encuestados.

Randal et al (1978) y *Bishop & Heberlin* (1979) introdujeron por primera vez la pregunta dicotómica cerrada, ya que se preguntaba por la disposición a pagar (DAP) una cantidad predeterminada, debiendo de responder si aceptaban o no dicha cantidad. Ello fue aprovechado por *Hanemann* en 1984 cuando supuso que la variable DAP seguía una distribución normal. Después *Cameron* (1988) demostró que esta misma idea se podía aplicar a la distribución logística.

En 1991. *Hanemann & Looms* propusieron el enfoque binario o dicotómico simple, que consiste en plantear dos conjuntos de preguntas de valoración en vez de una sola, de tal forma que dependiendo de si la respuesta a la primera pregunta era positiva o negativa, se debía preguntar al encuestado sobre su disponibilidad a pagar una cantidad mayor o menor a la inicialmente propuesta.

Este grado alcanzó gran nivel de fama debido al estudio del Exxon Valdez, petrolero que provocó un gran impacto ambiental tras su vertido en las

costas de Alaska. Con este método, la administración Norteamericana, obtenía mayores impactos como consecuencia de la valoración de los bienes de no uso afectados, cosa que era rechazada por cualquier empresa que se encargaba de realizar un estudio paralelo.

En la actualidad, en España el método goza cada vez más de una mayor aceptación y reconocimiento, aunque su aplicación sigue siendo a nivel de estudios y publicaciones sin llegar al punto de ser una herramienta de valoración de las administraciones.

Dichos estudios, han sido llevados a cabo fundamentalmente durante los años 90 y los siguientes al 2000. Destacar el trabajo de *J. Calatrava (1996)*; *S. Del Saz, C. Suarez (1998)*; *J.A. Gómez (2008)*; *D. Azqueta (1996)*; *I. Segado (Tesis Doctoral 2003)*; y sobre todo de *Pere Riera*, realizador de una gran cantidad de estudios y de la creación del Manual de Valoración Contingente (1994).

3.2.3.2 Procedimiento de la valoración contingente.

En este método, las encuestas practican un papel fundamental, ya que simulan un mercado hipotético, donde la oferta viene representada por la persona entrevistadora y la demanda por la entrevistada.

Aunque existen algunas diferencias entre autores de la forma de aplicación del método, el fondo es el mismo en todos los casos. Así el procedimiento que se sigue para dicho análisis es siempre el mismo, y consta de los siguientes pasos:

- En primer lugar, se debe definir correctamente cuál es el bien, recurso o producto que se quiere valorar. Si el encuestado no entiende correctamente o confunde el bien, confundirá el significado de las preguntas y contestará incorrectamente.
- En segundo lugar, habrá que determinar la población muestra que vayamos a analizar. Dicha población debe tener un tamaño tal, que los resultados sean fiables para llevar a cabo el análisis de datos.
- El siguiente paso, es definir cuál será la medida de bienestar. Generalmente se asocia al precio que estaría dispuesto a pagar el visitante por entrar al parque. Debemos de considerar un precio considerable, ya que un precio incorrecto, da lugar a una respuesta protesta por parte del entrevistado.

- Para abordar la formulación de la pregunta sobre la DAP, debe quedar claro el vehículo y la frecuencia de pago. Este apartado se explicara más adelante en este proyecto.

3.2.3.3 Ventajas e inconvenientes

El potencial que muestra las valoraciones realizadas con este método es sin duda, formidable, en comparación con las valoraciones obtenidas con otros métodos.

Como señala *Azqueta (1994)*: *“el interés de este método directo es doble. Por un lado, porque en determinadas ocasiones es el único utilizable dado que es imposible establecer un vínculo entre la calidad del bien ambiental y el consumo de un bien privado como ocurre con los métodos indirectos”*.

¿Qué nos dice el párrafo anterior?, nos dice que la función de utilidad del bien es estrictamente separable y en consecuencia, lo que ocurre con los bienes ambientales no tiene un reflejo en el comportamiento de los individuos en el mercado en relación a ningún otro bien. Por lo tanto, es necesario preguntarles directamente por el cambio de bienestar experimentado por la persona entrevistada.

En definitiva, con este método se puede valorar prácticamente cualquier ente, abordando desde los efectos en la salud de las personas que provoca la contaminación, hasta poder valorar un edificio en ruinas o un bien ambiental, estimando valores de uso y de no-uso, como se ha citado anteriormente.

A pesar de las ventajas que presenta este método, ha sido objeto de infinidad de críticas como consecuencia de los posibles sesgos “errores” que pueden aparecer en un estudio de un bien con el método de valoración contingente. Por ello es necesario evitar en lo posible cualquier tipo de sesgo, para así obtener la respuesta honesta de las personas. A continuación se explicaran los distintos tipos de sesgos que se puede cometer.

3.2.3.4 Sesgos

Para entender mejor dicho método, es necesario conocer los tipos de sesgos o problemas que nos pueden afectar a la hora de utilizar el mismo.

Los sesgos son una de las principales limitaciones de la valoración hipotética. Veamos los distintos tipos de sesgos que nos podemos encontrar:

Sesgos instrumentales	Incentivos para ofrecer respuestas falsas		sesgo del promotor del estudio
			sesgo del entrevistador
	Pistas implícitas para la valoración		sesgo del punto de partida
			sesgo del rango
			sesgo relacional
			sesgo de importancia
			sesgo de posición
	Mala especificación del escenario	Mala especificación del bien a valorar	sesgo simbólico
			sesgo de incrustación
		Mala especificación del contexto de valoración	sesgo del vehículo de pago
sesgo de restricción presupuestaria			
Sesgos no instrumentales	sesgo del formato de la pregunta		
	sesgo hipotético		
	sesgo estratégico		

Fuente: D. Azqueta (1994) y Pérez et al (1998)

Como vemos, los sesgos se dividen en dos grandes grupos: sesgos instrumentales y sesgos no instrumentales.

a) Sesgos instrumentales

Los sesgos instrumentales están relacionados con la encuesta en sí. Estos están divididos en sesgos incentivados para ofrecer respuestas falsas, pistas implícitas de la valoración y mala escenificación.

Dentro de los sesgos incentivados encontramos dos: el sesgo del promotor, que aparece cuando la persona al ser entrevistada siente cierto rechazo por el encuestador y el sesgo del entrevistador, que se presenta cuando el entrevistador es él que siente rechazo por el encuestado.

En los sesgos debidos a pistas implícitas, el sesgo del punto de partida está relacionado con la DAP inicial de la encuesta ya que puede influir negativamente en la misma. El sesgo del rango es similar al anterior pero en este caso el DAP está dentro de un rango. El sesgo relacional se da cuando el entrevistador ofrece un bien como comparación para obtener la DAP. El sesgo de importancia aparece cuando el entrevistado piensa que es importante que ofrezca una buena DAP, y que participe de estos estudios. El último de este bloque, el sesgo de posición, está relacionado al lugar donde se encuentra la pregunta dentro del cuestionario.

En los sesgo de mala escenificación, encontramos dos tipos:

Por un lado, sesgos debidos a una mala especificación del bien a valorar, que a su vez está dividido en otros dos: el sesgo simbólico, que aparece cuando los entrevistados suelen dar una DAP muy alta porque sienten que están colaborando con la causa; y el sesgo de incrustación, que se da cuando el encuestado confunde el bien que se quiere valorar con otro de una magnitud diferente.

Por otro lado, están los llamados sesgos de mala especificación del contexto de valoración, que a su vez se divide en tres: el sesgo del vehículo de pago, que supone que la valoración que se obtiene está relacionada con la forma de financiar la misma; el sesgo de la restricción presupuestaria, que surge cuando el entrevistador no ha tenido en cuenta la capacidad monetaria del entrevistado al preguntarle; y por último el sesgo de formato de la pregunta, que dependiendo de su formato, se obtendrá un DAP u otra.

b) Sesgos no instrumentales

Son ajenos al diseño de la encuesta y se dividen en: sesgo hipotético, que plantea la certeza entre la relación de la DAP real y la DAP obtenida; y sesgo estratégico, que hace referencia a la actitud de la persona demostrando un interés diferente al real, a la hora de dar su DAP en la encuesta.

No siempre se dan todos los sesgos aquí expuestos, pero entre la posible aparición de algunos de ellos, hay que intentar evitarlos o bien manejarlos adecuadamente para que no alteren los resultados finales.

3.3 DISEÑO DEL ESTUDIO

3.3.1 Introducción

Este apartado está dedicado a la comprensión de la práctica de los ejercicios de valoración contingente. A continuación se van a describir, por orden cronológico, los distintos estadios por los que típicamente discurre un ejercicio de este tipo, poniendo especial atención a aquellos que más influyen en los datos obtenidos.

En primer lugar, el investigador debe tener claro qué es lo que quiere medir exactamente en unidades monetarias.

En segundo lugar, debe definirse bien y con claridad la población a la que se va a destinar el estudio.

En tercer lugar, el investigador debe asegurarse de que el método de valoración contingente es el más apropiado. Si considera que sí es el más apropiado, entonces debe definirse la simulación del mercado. Debe decidir si va a medir un DAP o un DAC, y también tienen que tomar la decisión de cómo pagar (o cobrar) por el bien.

En cuarto lugar, tiene que decidir la modalidad de entrevista: personal, telefónica o por correo. De ello va a depender el contenido de la encuesta. En este apartado es importante tener en cuenta el tiempo para la realización de la encuesta y el dinero expuesto en la misma.

En quinto lugar consiste en definir la muestra. Es importante tener en cuenta el tamaño de la muestra. Se suele seleccionar solo una parte de la población. El tamaño de la muestra viene dado por el grado de fiabilidad y ajuste que se desea obtener para los valores.

En sexto lugar, se encuentra la redacción del cuestionario: una de las fases que necesita más tiempo y atención, ya que se puede cometer infinidad de sesgo a la hora de la realización de la encuesta. Un consejo que se suele dar es, la redacción de encuesta piloto a un grupo reducido de personas, para poder llegar a si al formato final de encuesta.

El séptimo, ya es la realización de las entrevistas.

En octavo lugar, las encuestas individuales se vuelcan en códigos que el investigador pueda utilizar con el programa estadístico que haya elegido. Es seguramente el paso más agradecido, ya que es cuando empiezan a verse los resultados, después de un largo proceso y esfuerzo.

El noveno y último paso, se interpretan los resultados de acuerdo con el contexto que haya elegido el investigador.

En la siguiente tabla, se refleja lo anteriormente expuesto, en forma de resumen:

1	Definir con precios lo que se desea valorar en unidades monetarias
2	Definir la población relevante
3	Concretar los elementos de simulación del mercado
4	Decidir la modalidad de entrevista
5	Seleccionar la muestra
6	Redactar el cuestionario
7	Realizar las entrevistas
8	Explotar estadísticamente las respuestas
9	Presentar e interpretar los resultados

3.3.2 Estructura de la encuesta

Como he dicho en anteriores apartados, el MVC se basa en un enfoque directo, es decir, se pregunta a las personas acerca de lo que estarían dispuestos a pagar (DAP) por una mejora ambiental, o lo que estarían dispuestos a aceptar (DAC) como una compensación por tolerar una pérdida ambiental.

El mecanismo más simple para averiguar cómo valora una persona su cambio de bienestar, es preguntándose, por eso se realizan las encuestas. Estas encuestas deben tener una estructura y un contenido con el que se pueda obtener la mayor información posible. Para lograr esto, una encuesta está estructurada de la siguiente manera (D. Azqueta, 1996; Pera Riera, 1994):

- Un primer bloque destinado a obtener información personal del entrevistado: género, edad, niveles de estudios, etc.
- Un segundo bloque en el cual se encuentra contenida la información relevante sobre nuestro bien ambiental, de tal forma que la persona tenga la información necesaria para entender mejor el problema que se está tratando. Para facilitar esto, es aconsejable acompañarlo con fotografías y otras formas de ayudas visuales de dicho bien.
- Un tercer bloque define la modificación del bien y además se expresa la manera en la cual será financiado el pago.

- Un cuarto bloque destinado a la pregunta de valoración económica del Parque y la recogida de los motivos de porque estaría dispuesto a pagar o no el encuestado.

Además, de los cuatro bloques que constituyen la encuesta, se deben tener en cuenta otros aspectos inherentes al mismo, como por ejemplo, el formato de preguntas que contendrá, el tipo de encuesta implementada y el vehículo de pago que se quiere aplicar. A continuación se explicara algunos detalles de estos puntos:

- Existen diferentes formatos de los cuestionarios a realizar a las personas. Existe la pregunta en formato abierto en la que se pregunta acerca de lo que estaría dispuesto a pagar por ciertos servicios, pudiendo contestar con libertad. Otro modelo es el formato dicotómico, que consiste en preguntar si estaría dispuesto a pagar una determinada cantidad de dinero, siendo la respuesta *sí* o *no*. El siguiente modelo es el formato múltiple, donde se expone diferentes valores y el entrevistado escoge uno. En el formato de subasta, se le ofrece al entrevistado una cantidad y este decide si la acepta o no. (D. Azqueta y Pérez, 1996)
- En cuanto al tipo de encuesta, hay distintos tipos. Está la encuesta personal, la cual se realiza directamente frente a las personas; también no encontramos con la encuesta telefónica y la encuesta por internet, aunque estas tienen el inconveniente de que no se trata con la gente directamente, por lo que pueden dar resultado a números sesgos.
- El vehículo de pago es el medio por el cual se realiza el desembolso de dinero por parte del individuo. Este vehículo, puede ser mediante el pago de una cifra de dinero anual, mediante pago de una entrada a un área en partículas, con un incremento en los impuestos, etc. Por eso, es importantísimo elegir el vehículo apropiado, ya que afecta directamente el valor de DAP o DAC obtenido, y con la consecuente aparición del sesgo de vehículo de pago.

3.3.2.1 Elección del medio de pago y diseño del cuestionario.

Los cuestionarios para el bien objeto de estudio que se presenta se diseñaron en formato abierto, siguiendo las recomendaciones de *Pere Riera, Manual de Valoración Contingente, 1994*. En primer lugar, se realizó un muestreo sobre la población de Murcia, para analizar los posibles problemas de interpretación en las cuestiones de valoración económica. Se detectó de una serie de sesgos, como son el sesgo del promotor y el sesgo de posición, entre otros.

Una vez realizado este primer tanteo, se modificó el cuestionario para corregir estos sesgos, y así obtener el cuestionario definitivo.

El cuestionario definitivo se divide en cuatro subgrupos:

Un subgrupo dedicado a conocer una serie de datos personales necesarios para caracterizar al encuestados pero que de ninguna forma de revele su identidad. Los datos a los que se hace referencia son; la edad, el sexo, el nivel de estudios, la preferencia temporal de vacaciones y el lugar donde residen habitualmente.

Un segundo subgrupo dedicado a obtener información referida al conocimiento que tiene los encuestados sobre del parque, tanto ubicación como legislación aplicable al parque, y saber si habían visitado dicho parque y su nivel de satisfacción con dicha visita.

Un tercer subgrupo está destinado a la pregunta de valoración contingente, es decir, preguntas sobre cuando estarían dispuestos a pagar por entrar al parque y sus motivos. Es necesario que la encuesta cuente con una pregunta dicotómica, que solo da la opción de contestar “sí” o “no”, siendo esta pregunta la de si estaría dispuesto a pagar por entrar al parque. Los precios estipulados en esta pregunta son cinco: 1€, 2€, 4€, 6€ y 9€, repartidas en 100 encuestas de cada tipo, haciendo un total de 500.

Un cuarto subgrupo dedicado a la obtención de la renta mensual de cada encuestado, para poder estipular el salario medio de los encuestados, ya que esto tiene una gran relación con la disposición a pagar.

Respecto a la elección del medio de pago, se eligió la monetaria, ya que en la rutina habitual de las personas, es el más utilizado y con el que más fácil se puede obtener los datos.

3.3.2.2 Definición y objetivos de la encuesta.

El cuestionario se realizó con la finalidad de obtener la máxima información de los visitantes. Para ello, la información se va, en Cartagena y en Murcia.



El análisis del parque, se realizó mediante el citado Método de Valoración Contingente. Las preguntas de las que consta el cuestionario tienen como objetivo la determinación de la valoración económica que los visitantes hacen del bien, así como evaluar los beneficios y los atributos que perciben, para así saber el motivo real de la visita.

3.4 ANALISIS DE DATOS

3.4.1 Tratamiento de datos

Tras la realización del total de las encuestas, fue preciso codificar los datos obtenidos. Para ello, se introdujeron en una hoja Excel para el posterior tratamiento de los datos mediante el programa estadístico SPSS. Este programa nos permitió realizar tanto el análisis estadístico como la aplicación del método de valoración contingente.

El proceso de introducción de los datos en las hojas Excel fue laborioso y realmente importante, ya que hay que llevar especial cuidado para no cometer errores en la transcripción de los resultados.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23
24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24
25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26	26
27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27	27
28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33	33
34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34
35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37

Fuente: Captura de pantalla de SPSS

Una vez, codificado las encuestas en Excel, se importaron al programa estadístico SPSS versión 20.0. Este programa es capaz de administrar y de obtener datos relevantes a nuestro estudio como puede ser medias y frecuencias.

Visible: 25 de 25 variables

	N°ENTREVISTADO	RESIDENCIA	INCLINACION	SEXO	EDAD	PROFESION	ESTUDIOS	INFORMACION	VISITA	SATISFACCION
1	1	1	1	2	1	1	7	5	1	2
2	2	1	2	1	1	4	5	6	2	2
3	3	1	2	1	2	9	2	2	2	2
4	4	1	2	2	1	7	6	1	1	1
5	5	1	2	2	2	1	7	6	2	2
6	6	1	1	2	1	9	2	2	1	2
7	7	1	1	1	2	9	8	1	1	2
8	8	1	2	2	1	3	5	2	1	1
9	9	1	1	2	4	6	5	1	1	2
10	10	1	1	1	4	9	1	1	1	1
11	11	1	2	1	1	7	5	2	2	2
12	12	1	2	1	1	7	6	2	1	1
13	13	1	2	1	1	7	8	2	2	2
14	14	1	2	2	1	7	5	2	2	2
15	15	1	3	1	4	5	2	2	1	2
16	16	1	1	1	3	3	5	2	1	1
17	17	1	2	2	2	3	5	1	1	1
18	18	1	2	2	4	2	1	1	1	1
19	19	1	1	2	2	3	5	1	1	2
20	20	1	1	1	5	8	1	1	1	2
21	21	1	1	2	3	6	1	1	1	1
22	22	1	1	2	3	6	5	1	1	2
23	23	1	2	2	2	9	1	1	1	1

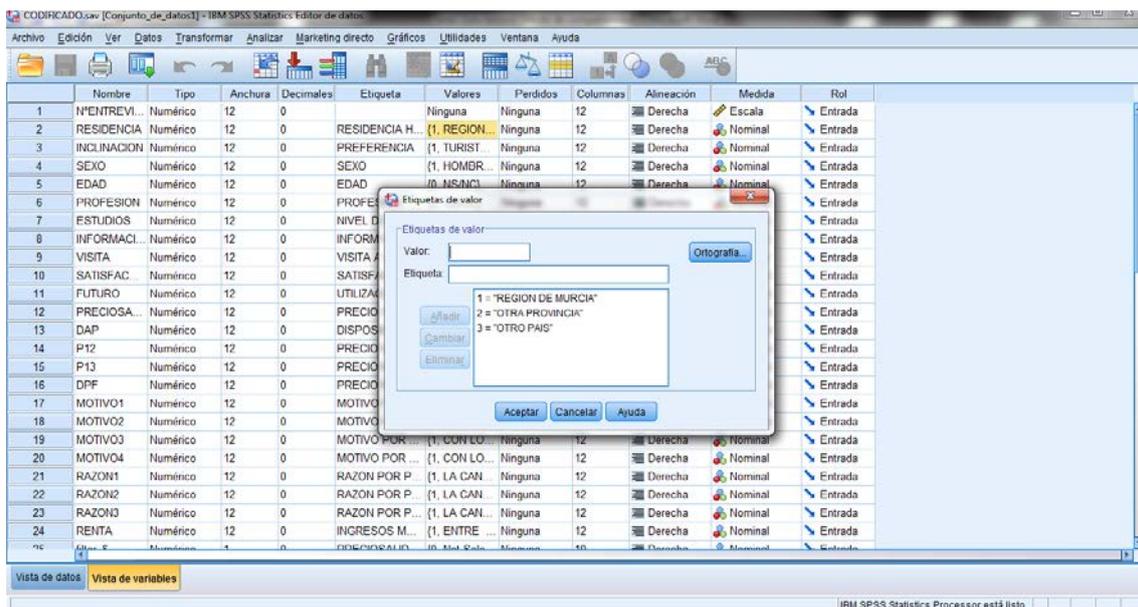
Fuente: Captura de pantalla de SPSS

Después de importar los datos, lo primero que se debe de hacer es predefinir las variables con las cuales vamos a trabajar, es decir, darle un valor. A continuación se muestra una captura de pantalla de este proceso:

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	N°ENTREVI...	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Escala	Entrada
2	RESIDENCIA	Númerico	12	0	RESIDENCIA H...	{1, REGION...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
3	INCLINACION	Númerico	12	0	PREFERENCIA	{1, TURIST...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
4	SEXO	Númerico	12	0	SEXO	{1, HOMBR...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
5	EDAD	Númerico	12	0	EDAD	{0, NS/NC}...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
6	PROFESION	Númerico	12	0	PROFESION	{0, NS/NC}...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
7	ESTUDIOS	Númerico	12	0	NIVEL DE EST.	{1, PRIMAR...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
8	INFORMACI...	Númerico	12	0	INFORMACION...	{1, SI}...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
9	VISITA	Númerico	12	0	VISITA AL PAR...	{1, SI}...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
10	SATISFAC...	Númerico	12	0	SATISFACCION	{1, MUCHO}...	Ninguna	21	Derecha	Nominal	Entrada
11	FUTURO	Númerico	12	0	UTILIZACION D.	{1, SI}...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
12	PRECIOSA...	Númerico	12	0	PRECIO SALIDA	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
13	DAP	Númerico	12	0	DISPOSICION ...	{1, SI}...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
14	P12	Númerico	12	0	PRECIO MAXI	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
15	P13	Númerico	12	0	PRECIO MAXI	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
16	DPF	Númerico	12	0	PRECIO MEDI	Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
17	MOTIVO1	Númerico	12	0	MOTIVO POR ...	{1, CON LO...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
18	MOTIVO2	Númerico	12	0	MOTIVO POR	{1, CON LO...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
19	MOTIVO3	Númerico	12	0	MOTIVO POR ...	{1, CON LO...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
20	MOTIVO4	Númerico	12	0	MOTIVO POR ...	{1, CON LO...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
21	RAZON1	Númerico	12	0	RAZON POR P.	{1, LA CAN...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
22	RAZON2	Númerico	12	0	RAZON POR P.	{1, LA CAN...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
23	RAZON3	Númerico	12	0	RAZON POR P...	{1, LA CAN...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
24	RENTA	Númerico	12	0	INGRESOS M...	{1, ENTRE ...	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada

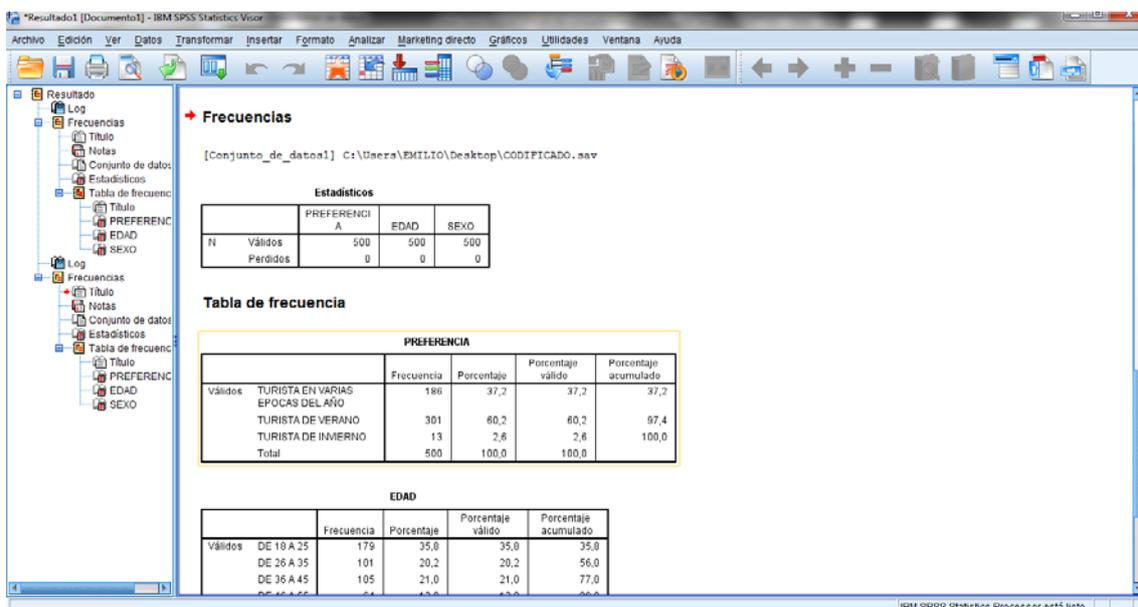
Fuente: Captura de pantalla de SPSS

En la siguiente imagen, se muestra cómo se van metiendo los valores que les vamos a dar a nuestras variables.



Fuente: Captura de pantalla de SPSS

Se puede apreciar, que a las respuestas obtenidas se le asigna un valor numérico, ya que el programa va a funcionar con valores de este tipo, y por eso el motivo de qué en la encuesta también estén las respuestas asignadas a un valor numérico. A este valor numérico, se le fijará la respuesta, para que a la hora de obtener nuestras tablas con los datos cotejados salga dicho texto, como se verá en el apartado 4 de este proyecto. Los datos obtenidos, se reflejarán en tablas en una ventana emergente nueva, la que se muestra a continuación:



Fuente: Captura de pantalla de SPSS

3.4.2 Técnicas y métodos estadísticos de análisis de encuestas

Antes de pasar a detallar las técnicas utilizadas es importante explicar los distintos tipos de variables que nos podemos encontrar a la hora de realizar el análisis de las encuestas:

1. Variables cualitativas: son aquellas cuyos valores son del tipo categórico, es decir, que indican categorías son etiquetas alfanuméricas o nombres.
 - a) Variables cualitativas nominales: son las variables categóricas que, además de sus posibles valores son mutuamente excluyente entre sí, no tienen forma natural de ordenación. Por ejemplo, cuando sus posibles valores son: “sí” y “no”
 - b) Variables cualitativas ordinales: son las variables categóricas que tienen algún orden. Por ejemplo, cuando sus posibles valores son: “nunca”, “siempre”,...
2. Variables cuantitativas: toman valores numéricos. A estas variables le corresponde las escalas de medición de intervalo. Se clasifican en:
 - a) Variables cuantitativas discretas: son las variables que únicamente toman valores enteros o numéricamente fijos.
 - b) Variables cuantitativas continuas: son aquellas que toman cualquier valor numérico, ya sea entero, fraccionario o irracional. Este tipo de variable se obtiene a través de mediciones y está sujeto a la precisión de los instrumentos de medición.

Las respuestas de la encuesta que serán tratadas como variables cualitativas son por un lado: si había visitado antes el Parque Regional de Calblanque, la disposición a pagar o no pagar por usar el Parque y los motivos de los mismos. Por otro lado, está el género, el nivel de estudios y la renta.

El resto de las preguntas son variables cuantitativas, y son valoradas en una escala del 1 al 10. En este grupo también se incluye la cantidad máxima a pagar y la edad del visitante (estando está dentro de un intervalo predefinido).

3.4.3 Técnicas de análisis

A continuación se detalla las diferentes técnicas de análisis que se han utilizado para el tratamiento de los datos de las encuestas:

1. Análisis univariados:
 - a. Medias
 - b. Frecuencias

2. Análisis bivariados:
 - a. Análisis Chi-Cuadrado
 - b. Análisis Logit

3.4.1.1 Análisis univariados

La primera fase de tratamiento estadístico empleado consiste en realizar análisis univariantes básicos como son las medias y las frecuencias. El tipo de análisis a realizar en cada pregunta depende de la naturaleza de la misma ya que dependiendo de si es una variable cuantitativa o cualitativa, se realizaran un tipo de análisis u otro.

El objetivo del análisis de las medias y frecuencias de cada una de las variables cualitativas y cuantitativas de las que se dispone es la de conocer el perfil del encuestado. El perfil del encuestado más habitual estará compuesto de aquellas características más comunes en las diferentes encuestas. Además nos permite conocer los motivos de disposición a pagar o no pagar, nivel de satisfacción, edad media, nivel de estudios,...

3.4.1.2 Análisis bivariados

Los análisis bivariantes realizados nos permiten conocer las relaciones existentes entre dos variables. Al igual que en caso de los análisis univariados el carácter cualitativo o cuantitativo influirá en el tipo de análisis. Si las dos variables relacionadas son cuantitativas se realiza la prueba de Chi-Cuadrado. Los análisis Logit se realizan estimaciones de la probabilidad de un suceso, identificar los factores de riesgo que determinan dichas probabilidades, así como la influencia o peso relativo que estos tienen sobre las mismas.



Universidad
Politécnica
de Cartagena



4. RESULTADOS

4.1 TRATAMIENTO DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Este capítulo tiene el objetivo de presentar todos aquellos resultados obtenidos mediante el tratamiento de las encuestas realizadas sobre el Parque Regional de Calblanque. Por lo tanto, se presentaran por un lado todos los resultados numéricos obtenidos y por otro se procederá a discutirlos y comentarlos.

Para proceder de una forma ordenada a su análisis, este capítulo se va a dividir en tres bloques. A continuación se exponen los apartados.

1. Perfil del encuestado

Su objetivo es exponer cuál es el perfil de los encuestados más común de los encuestados del Parque de Calblanque.

Para poder determinar estos aspectos se han tratado todas las variables sociodemográficas de las que constaba la encuesta (edad, sexo, nivel de estudios e ingresos) mediante el programa estadístico SPSS. Tras esto, se han obtenido las medias y frecuencias, y en función de los resultados conseguidos, se procederá a la debida caracterización del encuestado.

Además se relacionaran entre si las diferentes variables sociodemográficas para determinar si existen diferencias significativas entre ellas o no.

2. Actitudes y conocimientos de los encuestados

En este bloque se determinara si los encuestados poseen información sobre la temática de la encuesta (precio de entrada al parque) y sobre información del propio parque. A su vez, se va a estudiar si el encuestado ha visitado el parque alguna vez, si nivel de satisfacción con la visita, y si estaría dispuesto a visitar el parque en un futuro.

3. Valoración económica del parque

En este apartado se exponen los resultados obtenidos de la aplicación del método de valoración contingente. Estos resultados se estructuraran de la siguiente forma:

En primer lugar, se evalúa la Disponibilidad a Pagar (DAP) un precio de entrada (1, 2, 4, 6, 9€) de cada encuestado. Tras esto se pregunta cuánto estaría dispuesto a pagar como máximo en caso de ser afirmativa la primera respuesta. Por último se estudiara los motivos por los cuales se estaría a dispuesto a pagar dicha cantidad.

En segundo lugar se estudian los motivos de la no disposición a pagar por la entrada a Calblanque.

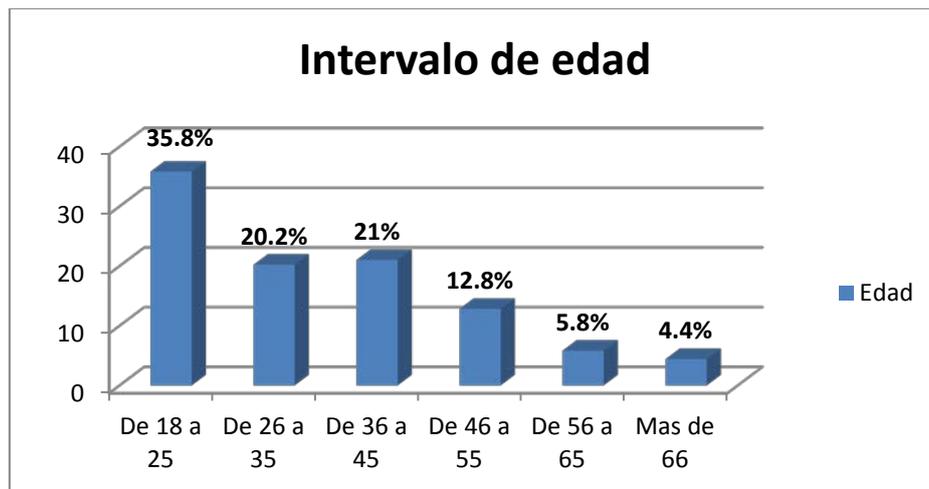
4.1.1 Perfil del encuestado

El perfil de encuestado viene fundamentalmente definido por las características sociodemográficas. Las variables que van a determinar el perfil de los encuestados son las siguientes: edad, género, nivel de estudios y nivel de renta.

Analizando los resultados obtenidos podemos decir que la gran parte de los encuestados están en una edad comprendida de entre dieciocho años y veinticinco, lo que supone un 35.8% del total de los encuestados. A continuación se muestran los datos referidos a la edad:

EDAD				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
DE 18 A 25	179	35,8	35,8	35,8
DE 26 A 35	101	20,2	20,2	56,0
DE 36 A 45	105	21,0	21,0	77,0
Válidos DE 46 A 55	64	12,8	12,8	89,8
DE 56 A 65	29	5,8	5,8	95,6
MAS DE 66	22	4,4	4,4	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0

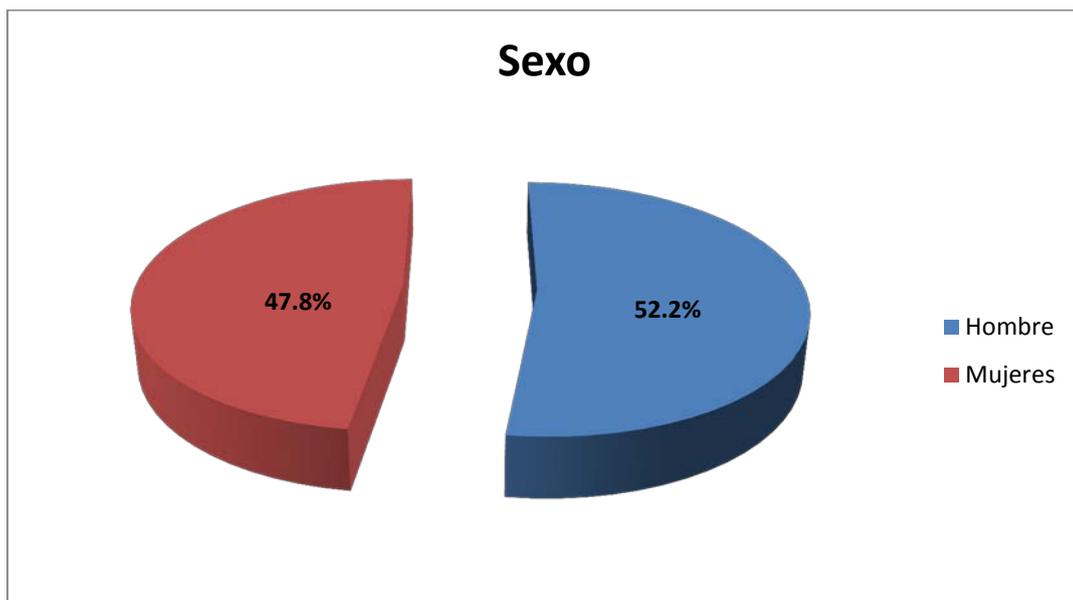


Respecto al sexo, está más equilibrado, ya que prácticamente está repartido al cincuenta/cincuenta. La cantidad de hombres que han sido encuestados supone un 52,2% del total, mientras que las mujeres suponen un 47,8%.

SEXO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
HOMBRE	261	52,2	52,2	52,2
Válidos MUJER	239	47,8	47,8	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0



Respecto al nivel de estudios de los encuestados, la gran mayoría poseen un nivel de estudios universitarios, representado un 48.4% de los 500 encuestados.

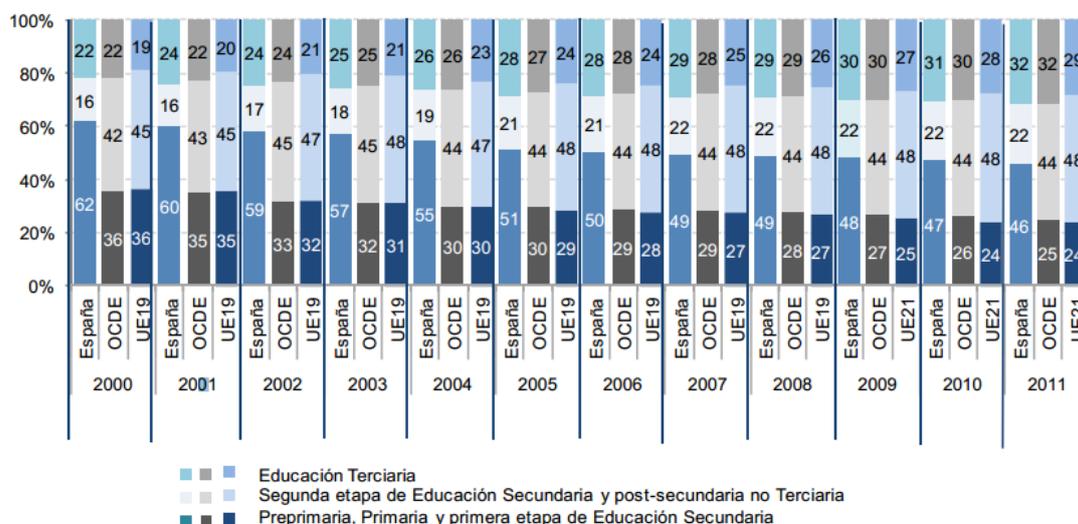
NIVEL DE ESTUDIOS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PRIMARIOS	45	9,0	9,0	9,0
ESO	34	6,8	6,8	15,8
BACHILLER	53	10,6	10,6	26,4
SELECTIVIDAD	15	3,0	3,0	29,4
FORMACION PERSONAL	96	19,2	19,2	48,6
UNIVERSITARIOS	242	48,4	48,4	97,0
OTROS	4	,8	,8	97,8
NINGUNO DE LOS ANTERIORES	11	2,2	2,2	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0

Para contrastar esta información, se ha obtenido del Ministerio de Educación, el nivel de formación de la población adulta (25-64 años) en España desde el 2000 al 2011.

Gráfico 1.1 (extracto de la Tabla A1.4a):
Evolución del nivel de formación de la población adulta (25-64 años) (2000-2011)



Fuente: Ministerio de Educación

España ha experimentado una evolución favorable desde el 2000 al 2011, disminuyendo la población con únicamente estudios hasta la primera etapa de Secundaria, y aumentando aquella que posee estudios de la segunda etapa de Secundaria o de Postsecundaria no Terciaria y estudios universitarios (del 38% al 54%.) Todo esto posee concordancia con el estudio realizado en nuestra encuesta, la que le acredita cierta veracidad.

A continuación vamos a analizar el periodo preferido por el encuestado para realizar una posible visita al parque.

PREFERENCIA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
TURISTA EN VARIAS EPOCAS DEL AÑO	186	37,2	37,2	37,2
Válidos TURISTA DE VERANO	301	60,2	60,2	97,4
TURISTA DE INVIERNO	13	2,6	2,6	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0

Como se puede apreciar en la tabla anterior, la gran mayoría, un 60.2% de los encuestados indica que realizaría la visita al parque durante la época de verano. Tiene sentido esto, ya que la gran mayoría de las personas suele cogerse las vacaciones correspondientes en estas fechas para realizar viajes, descansar, etc.

Para finalizar con el perfil sociodemográfico de los encuestados, se ha estudiado el nivel de ingresos mensuales. Un 15,2% de los encuestados han indicado que poseen una renta entre 1301€ y 1600€. Cabe destacar el alto nivel de abstenciones en este apartado, ya que a la hora de realizar las encuestas, las personas se encontraban reacias a contestar esta pregunta o porque no disponían de ningún tipo de ingreso mensual.

INGRESOS MENSUALES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ENTRE 400-700€	73	14,6	14,6	14,6
ENTRE 701-1000€	42	8,4	8,4	23,0
ENTRE 1001-1300€	59	11,8	11,8	34,8
ENTRE 1301-1600€	76	15,2	15,2	50,0
ENTRE 1601-2000€	36	7,2	7,2	57,2
ENTRE 2001-2500€	17	3,4	3,4	60,6
ENTRE 2501-3000€	11	2,2	2,2	62,8
MAS DE 3001€	11	2,2	2,2	65,0
NS/NC	175	35,0	35,0	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0

Con estos resultados podemos decir a grandes rasgos que el perfil del encuestado es: una edad comprendida entre los 18 y 25 años (35,8%), sin una gran diferencia entre mujeres (47.8%) y hombres (52.2%), con un nivel de estudios universitarios en su gran mayoría (48.4%) y un nivel de ingresos mensuales entre 1301 y 1600€ (15.2%). Sin embargo, en este último aspecto también cabe destacar otro nivel de renta muy repetido, entre 400-700€ (14.6%).

4.1.2 Actitudes y comportamientos de los encuestados.

A continuación se exponen las actitudes y comportamientos más habituales de los encuestados.

En primer lugar, se debe señalar que el 66,8% de los encuestados no sabía nada acerca de la información proporcionada en la encuesta sobre el Parque regional de Calblanque.

INFORMACION DEL PARQUE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	166	33,2	33,2	33,2
NO	334	66,8	66,8	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0

En segundo lugar, destacar que un 68.0% de los encuestados, habían visitado como mínimo una vez el Parque Regional de Calblanque. Esta información se refleja en la siguiente tabla:

VISITA AL PARQUE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	340	68,0	68,0	68,0
Válidos NO	160	32,0	32,0	100,0
Total	500	100,0	100,0	

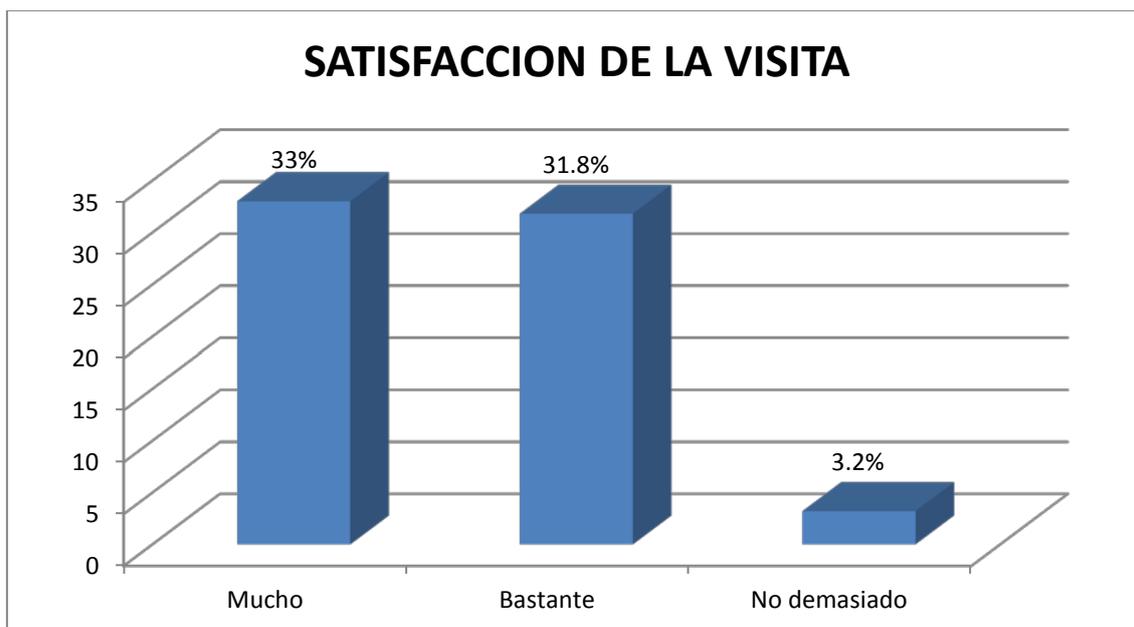
Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0

De los encuestados que respondieron que sí habían visitado el parque, se han obtenido el nivel de satisfacción de dicha visita. Este estudio está realizado sobre el 68% de los encuestados, un total de 340 encuestados.

SATISFACION DE LA VISITA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MUCHO	165	33,0	48,5	48,5
BASTANTE	159	31,8	46,8	95,3
Válidos NO DEMASIADO	16	3,2	4,7	100,0
Total	340	68,0	100,0	
Perdidos Sistema	160	32,0		
Total	500	100,0		

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0



En tercer lugar, citar que de los 500 encuestados, un total de 476 (95.2%) estarían dispuestos a utilizar/visitar en Parque Regional de Calblanque.

UTILIZACION DEL PARQUE EN EL FUTURO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	476	95,2	95,2	95,2
Válidos NO	24	4,8	4,8	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Datos obtenidos mediante SPSS versión 20.0

4.1.3 Modelización de la pregunta dicotómica

En este punto analizo la pregunta dicotómica, tratando de ver qué variables sociodemográficas afectan a la disposición a pagar por el uso del parque. En primer lugar, decir que este estudio está realizado sobre el 95,2 % de los encuestados (476), ya que son éstos, los que estarían dispuestos a visitar el parque (valor de uso).

Para explicar esta pregunta dicotómica utilizo el modelo Logit, que permite ver la importancia que tienen el precio de salida y algunas de nuestras variables sobre la probabilidad de que el individuo acepte pagar una

determinada cantidad. Las variables utilizadas han pasado por un proceso de dicotomización para así obtener preguntas con dos únicas soluciones, “sí” o “no”, “1” o “0”. Este proceso se ha realizado para facilitar la labor estadística y para facilitar la interpretación de los resultados obtenidos mediante el programa estadístico SPSS.

Muestro a continuación la relación de variables y su interpretación teniendo en cuenta que nuestra variable dependiente es la disposición a pagar una cantidad fijada y su correspondiente explicación.

Variables en la ecuación

	B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
PASO 1 ^a						
PRECIOSALIDA	-,324	,042	60,437	1	,000	,723
DNIVELESTUDIO	,066	,228	,085	1	,771	1,069
DRESIDENCIA	,135	,301	,203	1	,652	1,145
DTURISTA	-,134	,211	,405	1	,525	,874
DSEXO	-,257	,209	1,508	1	,219	,774
DEDAD	-,318	,281	1,285	1	,257	,727
DPROFESION	,222	,301	,543	1	,461	1,248
DINFORMACION	,515	,231	4,954	1	,026	1,674
DSATISFACCION	1,455	,726	4,015	1	,045	4,284
DRENTA	-,211	,263	,647	1	,421	,809
DVISITA	1,373	,733	3,505	1	,061	3,947
Constante	-,212	,747	,080	1	,777	,809

a. Variable(s) introducida(s) en el paso 1: PRECIOSALIDA, DNIVELESTUDIO, DRESIDENCIA, DTURISTA, DSEXO, DEDAD, DPROFESION, DINFORMACION, DSATISFACCION, DRENTA, DVISITA.

PRECIOSALIDA: Variable que recoge el precio inicial propuesto al visitante y que toma los valores de 1, 2, 4, 6 y 9 euros.

DNIVELESTUDIOS: Variable que recoge si el nivel de estudios de los encuestados es universitarios.

DRESIDENCIA: Variable que recoge el lugar de residencia habitual de los encuestados es la Región de Murcia.

DTURISTA: Variable que recoge si los encuestados realizan turismo en verano.

DSEXO: variable que recoge si los encuestados son hombre.

DEDAD: Variable que recoge si los encuestados son menores de 35 años.

DPROFESION: Variable que recoge si los encuestados son estudiantes.

DINFORMACION: Variable que recoge si los encuestados conocían la información aportada sobre el parque en la encuesta.

DVISITA: Variable que recoge si los encuestados habían visitado antes el parque.

DSATISFACCION: Variable que recoge si la visita ha sido satisfactoria.

DRENTA: Variable que recoge si los encuestados tienen un sueldo mileurista.

En la tabla de datos anterior del modelo Logit, tengo que la variable PRECIOSALIDA es significativa para un alpha del 1%, mientras que las variables DINFORMACION y DSATISFACCION lo son para un alpha del 5% y por ultimo tengo que DVISITA es significativa para un alpha del 10%.

La siguiente tabla es el resultado de realizar el modelo Logit solo con las variables que han resultado significativas, con la salvedad DRENTA, ya que la he introducido porque creo que la interpretación de esta variable es importante.

		Variables en la ecuación					
		B	E.T.	Wald	gl	Sig.	Exp(B)
Paso 1 ^a	PRECIOSALIDA	-,322	,040	63,329	1	,000	,725
	DINFORMACION	,549	,229	5,748	1	,017	1,731
	DSATISFACCION	1,370	,708	3,744	1	,053	3,935
	DRENTA	-,279	,252	1,224	1	,269	,757
	DVISITA	1,246	,716	3,027	1	,082	3,477
	Constante	-,287	,694	,171	1	,680	,751

a. Variable(s) introducida(s) en el paso 1: PRECIOSALIDA, DINFORMACION, DSATISFACCION, DRENTA, DVISITA.

DISPOSICION A PAGAR=

$f(\beta_0, \beta_1 \text{PRECIO SALIDA}, \beta_2 \text{DINFORMACION}, \beta_3 \text{DVISITA}, \beta_4 \text{DSATISFACCION}, \beta_5 \text{DRENTA})$

Voy a pasar a explicar los resultados obtenidos del modelo Logit. Como podemos observar, en todas las variables disponemos de un valor β asociado con signo negativo o positivo. Este signo va a ser el encargado de explicarnos todo sobre nuestras variables.

Puedo observar que, en la variable PRECIOSALIDA tengo un signo negativo, esto nos quiere decir que a medida que aumentamos el precio de salida prefijado, la probabilidad de que acepten pagar ese precio de salida, disminuye. En la variable DINFORMACION tengo un signo positivo, lo que me indica que es más probable que una persona esté dispuesta a pagar un precio

si tienen conocimiento de la situación del parque. La variable DVISITA muestra un signo positivo, esto quiere decir que es más probable que una persona esté dispuesta a pagar si ya había visitado anteriormente el parque. La variable DSATISFACCION tiene signo positivo, lo que me indica que es más probable que una persona pague si su visita ha sido satisfactoria. Por último en la variable DRENTA observamos que su signo es negativo, lo que no indica que cuanto menor es nuestro ingreso mensual, menor es la probabilidad de que se pague por entrar al parque.

4.1.4 Valoración económica del parque.

En este bloque, aplico el Método de Valoración Contingente. Este método es hipotético y directo y se basa en la información que revelan las personas cuando se les pregunta sobre la valoración del bien ambiental objeto de análisis. En este caso se va a proceder a valorar el Parque Regional de Calblanque.

Se va a valorar la disposición a pagar (DAP) de los encuestados mediante la pregunta dicotómica cerrada, es decir, contestando únicamente “sí” o “no”. La pregunta que se les realiza es acerca de la disposición a pagar un precio de entrada al parque o no. Este precio de partida será diferente, distribuyéndose entre el total de los encuestados en cinco precios distintos: 1, 2, 4, 6 y 9€, repartidas en cien encuestas de cada tipo, haciendo un total de quinientas encuestas.

Los resultados obtenidos nos dan información sobre la cantidad de personas estarían dispuestas a pagar un precio prefijado por la entrada al parque.

A continuación se presentan los resultados obtenidos:

	PRECIOS DE SALIDA					TOTAL
	1	2	4	6	9	
Si Pagarian	71.00%	61.00%	38.00%	29.00%	19.00%	43.60%
No Pagarian	29.00%	39.00%	62.00%	71.00%	81.00%	56.40%
Muestra	100	100	100	100	100	500

Fuente: Elaboración Propia

Tal y como podemos observar, un 43,6% (218 encuestados) estaría dispuesto a pagar un precio de entrada prefijado, mientras que el 56,4% (282 encuestados) restantes no están dispuestos a pagar por entrar al parque un precio prefijado.

Si analizamos por separado cada precio, observamos que se cumplen las expectativas. A medida que aumenta el precio de entrada al parque, la disposición a pagar disminuye. Para el precio de partida de 1€, estarían dispuestos a pagar el 71% de 100, mientras que para un precio de partida de 9€, este porcentaje se disminuye hasta el 19% sobre 100.

Sin embargo, la gran mayoría que ha indicado que no pagaría un precio prefijado de entrada, si pagaría una entrada pero de coste menor, por lo que a continuación se va a mostrar el porcentaje real de personas que pagarían o que no pagarían por entrar, independientemente del precio prefijado por nosotros: el 31,8% de encuestados (159 en total) no pagaría nada, o sea 0€ por entrar al parque, mientras que el 62,8% restante (341 en total) si pagaría por entrar algún precio, independientemente de que haya aceptado el precio de entrada prefijado por nosotros, por ejemplo una persona puede que haya respondido que no pagaría 9€ por entrar al parque, pero que si pagaría como máximo 3€. De aquí la existencia de la pregunta abierta, necesaria para obtener el precio medio de entrada.

Tras la pregunta dicotómica cerrada se formula la pregunta abierta en la que se pregunta cuánto dinero más a parte del precio de entrada prefijado en cada caso estaría dispuesto a pagar cada encuestado. Esta pregunta, tiene como objetivo descubrir la cantidad máxima de dinero que estaría dispuesto a pagar por la entrada cada encuestado en caso de que su respuesta a la pregunta dicotómica cerrada haya sido afirmativa.

Si la respuesta es negativa se procede a preguntar cuál es la máxima disposición a pagar teniendo en cuenta que no pagarían el precio de partida señalado con anterioridad.

Es importante tener en cuenta, que cuando el encuestado responde que no a la pregunta dicotómica cerrada, puede contestar a la pregunta de cuál sería la cantidad máxima a pagar en caso de no aceptar el precio de salida, con un cero. Por esto es importante diferenciar entre ceros reales y ceros protesta. A continuación se van a definir ambos:

- El Cero Real corresponde a aquellas personas que no estarían dispuestas a pagar porque consideran que el bien o producto no tiene valor, por lo que no están dispuestos a pagar.
- Los Ceros Protesta son ceros que están motivados por una respuesta protesta, es decir, el encuestado responde que no pagaría pero no porque considere que el bien en si no tiene valor, sino porque le molesta que se tenga que pagar por ello.

Según la bibliografía existente, existe una clasificación de los tipos de ceros reales y protesta que nos podemos encontrar en un estudio medioambiental como este. A continuación se muestran los tipos de ceros existentes para Pere Riera (1994).

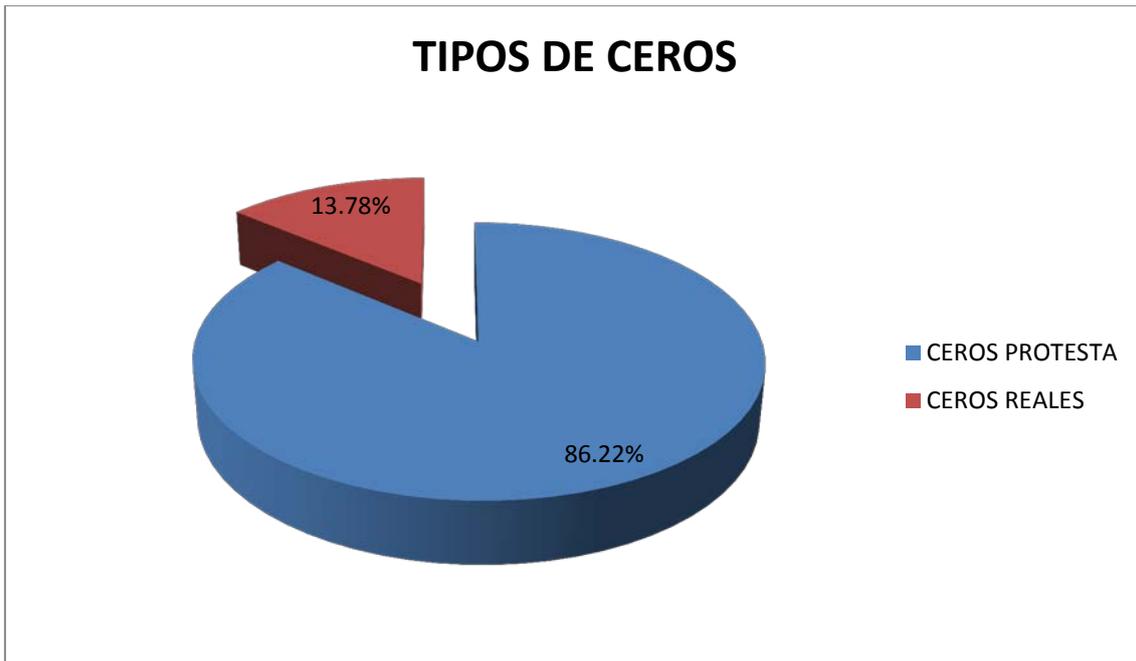
Ceros protesta	Ya pago impuestos No debo pagar nada Deben pagar las instituciones La naturaleza no tiene precio La naturaleza es de todos
Ceros reales	Pagaría por servicios Iría a otros espacios naturales No tengo recursos económicos El bien no tiene valor

Fuente: Pere Riera 1994

Siguiendo dicha clasificación, se han identificado cada una de las afirmaciones existentes en la encuesta que determinan los motivos por los que los visitantes no están dispuestos a pagar. De esta forma, podemos obtener la siguiente tabla, que determinan los ceros reales y los ceros protesta de nuestro estudio.

Ceros protesta	Con los impuestos que pago es suficiente Desconfía del destino del dinero Cree que el acceso debería ser gratuito La responsabilidad es de otros organismos
Ceros reales	No puedo permitirme pagar nada Mi renta no me permite pagar nada No tengo pensado acceder al parque Otros No sabe/No contesta

A continuación, se representa la proporción de ceros reales respecto a ceros protesta obtenidos en la encuesta.



La cantidad total de motivos que los 159 encuestados han indicado son de 392, de los cuales el 86,22% son ceros protesta y un 13,78% son ceros reales.

Dentro de los ceros protesta, se va a indicar el motivo específico que se ha indicado:

MOTIVOS DE CERO PROTESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Con los impuestos que pago es suficiente	79	23.37%
Desconfía del destino del dinero	44	13.01%
Cree que el acceso debería ser gratuito	155	45.86%
La responsabilidad es de otro organismo	60	17.75%
TOTAL	338	100%

Fuente: SPSS versión 20.0

Dentro de los ceros reales, no encontramos:

MOTIVOS DE CERO REALES	CANTIDAD	PORCENTAJE
No puedo permitirme pagar nada	19	35.18%
Mi renta no me permite pagar nada	11	20.37%
No tengo pensado acceder al parque	13	24.07%
Otros	11	20.37%
No sabe/No contesta	0	0.00%
TOTAL	54	100%

Fuente: SPSS versión 20.0

Resumiendo, el motivo más utilizado corresponde a un cero protesta, en concreto el que corresponde a “cree que acceso debería ser gratuito”, con un total de 155 de encuestados que han indicado este motivo.

A continuación se va a indicar los motivos por los cuales los 341 encuestados que si estarían dispuestos a pagar algo por entrar al parque.

MOTIVOS POR LOS QUE SI PAGAN	CANTIDAD	PORCENTAJE
La cantidad declarada es suficiente para ayudar a las conservación del parque	254	28.25%
Me preocupa el estado del parque	184	20.47%
Me preocupa el estado de los parques naturales de la Región de Murcia	162	18.02%
Mi renta me permite pagar dicha cantidad	22	2.45%
Deberíamos preservar el estado del Parque para generaciones futuras	264	29.37%
Otros	13	1.45%
TOTAL	899	100%

Fuente: SPSS versión 20.0

Como podemos observar, los tres motivos o razones que los encuestados nos han indicado a la hora de pagar el precio de entrada al parque son: la cantidad declarada es suficiente para ayudar a la conservación del parque (28.25%); me preocupa el estado del parque (20.47%) y deberíamos preservar el estado del Parque para generaciones futuras (29.37%).

Para concluir con la DAP de los encuestados, se calcula cuál es la máxima disposición a pagar por éstos. Esta cantidad, representa el máximo

precio que los encuestados estarían dispuestos a pagar por la entrada al Parque Regional de Calblanque.

Tal y como acabamos de ver, la disposición a pagar es diferente en función del precio de partida propuesto a los visitantes, por lo que a continuación se presentan los resultados en función del tipo de precio de salida, teniendo en cuenta que la gente que pagaría menos o más que el precio prefijado:

MEDIA	PRECIOS DE SALIDA					PRECIO MEDIO
	1 €	2 €	4 €	6 €	9 €	
	1.86 €	1.92 €	2.36 €	3.16 €	3.59 €	2.58 €

En esta tabla podemos observar el precio medio que los encuestados estarían dispuestos a pagar en función del precio de salida, es decir, para un precio de 1€, los encuestados pagarían como máximo 1,86€ por entrar, mientras que para un precio de salida de 9€, los encuestados pagarían 3,59€.

Es importante observar que, mientras que el precio de salida aumenta, también aumenta el precio medio de entrada, ya que al poner un precio alto hace que la gente esté dispuesto a pagar un poco más, al contrario de si ponemos un precio bajo, pero ahora bien, esto de poner un precio alto conlleva una pega y es, como se dijo anteriormente, habrá menos personas dispuestas a utilizar el parque. Por ello se ha calculado el precio medio entre las quinientas encuestas, es decir, entre todos los precios de salida, para así obtener un precio medio real, incluyendo los precios obtenidos en la pregunta abierta. Este precio medio es de un total de 2,58€.

Podemos determinar que 2,58€ es el precio medio que el total de los encuestados estarían dispuestos a pagar por entrar al Parque, y por lo tanto, su uso y disfrute.

Resumiendo este último apartado de valoración económica del parque, obtenemos que: un 43,6% de los encuestados si estarían dispuestos a pagar un precio de entrada al parque; que los tres motivos o razones por las que si pagarían son: “la cantidad declarada es suficiente para la conservación del parque”, “me preocupa el estado del parque” y “debemos preservar el parque para generaciones futuras”; y que el precio medio que los encuestados estarían dispuesto a pagar es de 2.58€/persona.

VALORACION ECONOMICA TOTAL

A continuación voy a estimar a la baja, debido que el precio obtenido anteriormente de 2.58€/persona es un valor de uso. Vamos a excluir el valor de no-uso ya que es un porcentaje relativamente pequeño (4.8%) en comparación con el de utilización (95.2%).

UTILIZACION DEL PARQUE EN EL FUTURO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	476	95,2	95,2	95,2
Válidos NO	24	4,8	4,8	100,0
Total	500	100,0	100,0	

Fuente: Programa estadístico SPSS Versión 20.

He obtenido un precio de entrada de 2,58€ por persona al realizar el estudio de las encuestas realizadas en la valoración contingente.

El valor económico total (VET) es igual a las ganancias comerciales (MNE) más los beneficios ambientales (MNA).

$$\text{VET} = \text{MNE} + \text{MNA}$$

Los MNA están directamente relacionados con el bienestar de las personas, que en definitiva son los que otorgan y dan cuantía a este beneficio. Ahora bien, ¿cómo se obtiene este beneficio para las personas?, conservando la integridad y belleza del parque, respetando las especies autóctonas de la zona, protegiendo las especies en peligro de extinción, reforestando y repoblando la flora y la fauna, etc. Para calcular este MNA, vamos a utilizar el dinero destinado a la conservación y mejora del parque, expuesto en su MEMORIA ANUAL DE GESTION DEL 2011 del parque de Calblanque, por lo que el VET calculado será un VET anual, en este caso correspondiente al año 2011.



Fuente: Memoria Anual de Gestión de Calblanque.

- Mantenimiento y limpieza del parque:	53.935,49 €
- Conservación del entorno:	203.567,97 €
- Infraestructura y defensa del Medio Ambiente:	17.480 €
- Equipamiento de uso público:	7.870 €
TOTAL:	282.853,46 €

Para calcular las MNE, se debería de tener en cuenta el precio de entrada y el número de visitantes anuales al parque, pero este dato es desconocido ya que es imposible contabilizar este dato, por ello voy a utilizar la siguiente hipótesis:

- En nuestra encuesta el 85.6% son personas cuya residencia habitual es la Región del Murcia, lo que supone la gran mayoría, por lo que para esta hipótesis se va a coger la población mayor de 16 años de la Región de Murcia, obtenida del Instituto de estadística de la Región de Murcia.
- El 95.2% estaría dispuesto a utilizar el parque en un futuro, por lo que a la población cogida, se le va aplicar este porcentaje para tener concordancia con nuestras encuestas.

	AMBOS SEXOS		
	Menores de 16 años	De 16 a 64 años	De 65 y más años
MURCIA (Región de)	275.951	982.187	213.911

Fuente: http://www.carm.es/econet/sicrem/PU_padron/p13/sec4.html#

Por lo que la población obtenida para el estudio es la siguiente:

- $982.187 + 213.911 = 1.196.098$ de personas mayores de 16 X 95.2% = **1.138.685,29** de personas.

Una vez obtenido el número de visitantes que vamos a utilizar en mi estudio, pasaremos a obtener el valor correspondiente:

$$\text{MNE} = 1.138.685 \text{ personas} \times 2.58 \text{ €/persona} = 2.937.807,3 \text{ €}$$

Terminado el cálculo de los MNA y las MNE, se obtiene el valor económico total anual (VET)

$$\text{VET}_{\text{anual}} = 2.937.807,3 \text{ €} + 282.853,46 = 3.220.660,76 \text{ €}$$

El valor económico total anual, del año 2011, que he obtenido corresponde a 3.220.660,76 €, un precio relativamente bajo. Decir que el valor del suelo no está incluido dentro del VET, sino que es un valor ambiental del parque, dado por las personas, en cuanto a riqueza paisajista, fauna y flora se refiere. Podemos obtener la siguiente conclusión: las personas aún no valoramos totalmente lo que tenemos, es decir, no somos conscientes de la gran riqueza que tiene un parque natural, en nuestro caso, el Parque Regional de Calblanque.

¿Para qué podemos utilizar este VETanual?

Con este VETanual, se podría calcular, de forma aproximada, que cantidad de dinero sería necesaria para regenerar el Parque en caso de una catástrofe natural.

Un ejemplo sería que un incendio afectara a gran parte de la flora y de la fauna de Calblanque. Las labores de regeneración de este entorno pueden durar X años, pongamos por ejemplo unos 12 años en regenerar el Parque tal y como estaba antes de la catástrofe. El valor mínimo aproximado que sería necesario para esto, se obtendría mediante este VETanual:

Valor/coste de regeneración = VETanual x 12 años

3.220.660,76 €/año, x 12 años = 38.647.929,12 €

VALORACIÓN DEL SUELO

A continuación se va a proceder a realizar un cálculo aproximado del valor económico del suelo de Calblanque.

Lo primero de todo hay que dejar claro que, este estudio es hipotético. Calblanque es un entorno protegido por lo que no se puede vender y no hay intención por ninguna parte de realizar un proceso de urbanización de la zona, por lo que vamos a realizar una hipótesis ficticia para calcular un valor de suelo.

Para esta hipótesis, vamos a considerar que el suelo es considerado suelo rustico, por lo que para obtener su valor voy a realizar el método de comparación, con seis testigos de fincas de suelo rustico con características parecidas.

Testigo 1

Situada en Albacete, con una extensión de 1.000 hectáreas. Paisaje de monte de encina, carrasca y sabinas. Hábitat de conejos y de perdiz autóctonas de la zona. Precio: 3.500 €/ha.



Fuente: www.milanuncios.com

Testigo 2

Situada en Málaga, con una extensión de 5000 hectáreas. Paisaje de sierra, monte y campiña. Vegetación de encinas, alcornoques y olivos. Zona de caza menor. Precio: 4.500 €/ha.

Testigo 3

Situada en Caravaca (Murcia). Con una extensión de 1.150 hectáreas. Paisaje de monte, con plantación de olivos y almendros. Finca con tres cortijos y naves agrícolas. Precio: 8.000 €/ha.

Testigo 4

Situada en Alicante. Con una extensión de 850 hectáreas. Paisaje de monte, destinada parcialmente a caza menor con almendros, viña y olivos. Precio: 3.176 €/ha.



Fuente: www.milanuncios.com

Testigo 5

Situada en Mula (Murcia). Con una extensión de 1.000 hectáreas. Destinada a caza menor y zona de recreo. Dispone de embalse y de río. Precio: 2.000 €/ha.



Fuente: www.milanuncios.com

Testigo 6

Situada en Sevilla. Con una extensión de 1.000 hectáreas. Paisaje típico de la dehesa. Destinado a la ganadería de vacuno. Precio: 6.000 €/ha.

milanuncios



Fuente: www.milanuncios.com

Criterios de comparación:

- ±2% Paisaje: Será mejor, cuanto mayor sea la variedad de paisajes.
- ±5% Localización: Sera mejor cuando sea una provincia del litoral y no del interior.
- ±1% Superficie: ±1% Cada 500 hectáreas.
- ±2% Actividad: Mejor la actividad ambiental. Peor la caza.

Tabla de comparación.

TABLA COMPARACION							
Calblanque	TESTIGO 1	TESTIGO 2	TESTIGO 3	TESTIGO 4	TESTIGO 5	TESTIGO 6	
Paisaje	1,02	1,02	1,02	1,00	1,00	1,02	
Localizacion	1,05	1,00	1,00	1,00	1,00	1,05	
Actividad	1,02	1,02	1,02	1,02	1,02	1,02	
superficie	0,97	1,02	0,98	0,97	0,97	0,97	
Kh	1,06	1,06	1,02	0,99	0,99	1,06	
Vu (€/ha)	3.500,00	4.500,00	8.000,00	3.176,00	2.000,00	6.000,00	PROMEDIO
Vuh (€/ha)	3.708,77	4.775,44	8.156,74	3.142,33	1.978,80	6.357,88	4.686,66

Una vez realizado el método de comparación, obtengo un valor unitario homogeneizado igual a 4.686,66 €/ha. Este valor es el que voy a utilizar para calcular el precio del suelo de Calblanque.

Calblanque tiene una superficie de 2.822,45 hectáreas, multiplicado por Vuh, nos da un precio de 13.227.861,96 €. Éste sería el valor aproximado si consideramos que el suelo del Parque de Calblanque fuese suelo rústico.



Universidad
Politécnica
de Cartagena



5. CONCLUSIONES

5.1 CONCLUSIONES FINALES

Las personas que acuden al Parque Regional de Calblanque, visitan o utilizan el espacio con el propósito de satisfacer diferentes expectativas personales. Esta satisfacción viene determinada por las características que posee el entorno y por el grado de bienestar que se obtiene durante su uso y disfrute.

El Parque Regional de Calblanque se localiza en la parte suroriental de la Región de Murcia, en el litoral. Ocupa el sector más oriental de las sierras de Cartagena, formando parte de la Cordillera Bética. El parque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión. Cuenta con numerosas zonas, totalmente distintas entre sí: arenales, saladares, zonas de acantilados y barrancos, playas, zonas de senderismo, zonas de ocio y recreativas (asadores, y mesas), y con un punto de información al que puedes acudir para conocer aún más el parque mediante folletos, videos, excursiones guiadas...

El presente proyecto tiene como objetivo obtener un valor de precio de entrada, que para los visitantes del Parque Regional de Calblanque sea aceptable. Posteriormente se calculara el valor económico total del parque, que puede ser utilizado para calcular el coste de regeneración de un entorno natural en caso de que haya una catástrofe. Además este proyecto sirve para familiarizarse con una herramienta nueva de valoración, en este caso la Valoración Contingente y puede servir como punto de apoyo y de partida para posible proyectos futuros.

El perfil del encuestado que se ha obtenido es: una persona de edad comprendida entre los 18 y 25 años, sin una gran diferencia significativa entre mujeres y hombres, con un nivel de estudios universitarios en su gran mayoría y un nivel de ingresos mensuales entre 1301 y 1600€.

Además, puedo concluir que la mayoría de los encuestados que visitarían el Parque Regional de Calblanque lo harían durante la época de verano, coincidiendo con el periodo vacacional que las personas suelen cogerse de forma general en esta época del año.

En la valoración contingente del Parque Regional de Calblanque que he realizado, a través de la disposición a pagar un precio de entrada, se han obtenido los siguientes datos: el 31.8% de las personas no pagarían un precio de entrada, ya que consideran inapropiado la imposición de un precio prefijado para el uso y disfrute del parque, señalando en nuestra encuesta los motivos de ello (obtenidos en el apartado 4.1.3 VALORACION ECONOMICA DEL PARQUE), mientras que el 68.2% restante sí pagaría algo por entrar al

parque, también indicándonos sus motivos de ello (obtenidos en el apartado 4.1.3 VALORACION ECONOMICA DEL PARQUE).

Una vez finalizado el estudio de valoración del parque se ha obtenido un precio medio de entrada, que satisfaría a la gran mayoría de los encuestados, y que según nuestra información sí estarían dispuestos a pagar. Este precio es el de 2.58€/persona. Con este precio y con lo destinado a la conservación del parque, se ha obtenido el valor económico total anual del parque, que asciende a 3.220.660,76 €. A su vez, se ha calculado el valor del suelo de calblanque, creando la hipótesis de que se considera suelo rustico. Este valor asciende a un total de 13.227.861,96 €.

5.2 RECOMENDACIONES

En este apartado se plantean diferentes recomendaciones que han podido ser planteadas por los resultados obtenidos por un lado y de la experiencia y del contacto con los encuestados por otro. Los objetivos principales que se buscan son el aumento de la satisfacción por parte de los usuarios y la mejora de la gestión y promoción del Parque Regional de Calblanque.

La visita al parque se concentra, como se ha dicho anteriormente, en la época de verano, por lo que conviene pensar y obtener algún instrumento o estrategia que nos permita descongestionar la afluencia de personas en esta época y que motive las visitas al parque en la época de otoño-invierno. Esto podría ser excursiones guiadas, exposiciones,...

Como se ha observado en el apartado de valoración económica del parque, la imposición de un precio de entrada prefijado al parque hace que un porcentaje de la población rechace esta propuesta, lo que a la larga conllevaría a que cada vez menos gente decidiera acceder al mismo. Por lo que no sería aconsejable imponer un precio de entrada al parque. Se tendría que encontrar otra forma de conseguir el sustento económico necesario para la conservación del parque.

A continuación, se plantean una serie aspectos que podrían enriquecer el estado actual del Parque Regional de Calblanque:

- Mejora del estado de conservación del parque. Una limpieza más habitual y eficiente para mejorar el aspecto del mismo, sobre todo en las épocas de primavera y verano que es cuando más gente acude.

- Concienciar a las personas y visitantes de que deben mantener el parque lo más limpio posible. Para ello se puede crear un aula didáctica destinada para las personas de todas las edades explicándoles la importancia de porque es importante mantener el parque en óptimas condiciones. Además, sería una gran idea realizar visitar escolares durante el curso escolar, para también concienciar a los niños.
- Protección de la flora y la fauna. Para minimizar la degradación medioambiental que puede ocasionar una excesiva afluencia de personas al parque, se puede plantear el incremento de vigilancia en parque, sobre todo en épocas de mayor concurrencia, ya que en el parque hay numerosas especies en peligro de extinción.
- Intentar repoblar el parque, con las especies autóctonas de la zona.

Por tanto, teniendo en consideración todos estos puntos valorables y partiendo de las conclusiones obtenidas de este proyecto, el Parque Regional de Calblanque seguiría siendo un paraje único para el disfrute de las generaciones venideras.



Universidad
Politécnica
de Cartagena



6. BIBLIOGRAFÍA

- **ÁLVAREZ DÍAZ, M. Y GONZÁLEZ GÓMEZ** (2003) MODELIZACIÓN SEMISEPARAMÉTRICA Y VALIDACIÓN TEÓRICA DEL MÉTODO DE VALORACIÓN CONTINGENTE. APLICACIÓN DE UN ALGORITMO GENÉRICO. INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES.
- **ARRIAZA, M.; GONZÁLEZ ARENAS, J.; RUIZ AVILÉS, P.Y CAÑAS MADUEÑO, J.A.** (2002) DETERMINACIÓN DEL VALOR DE USO DE CINCO ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS DE CORDOBA Y JAEN. Estudios agrosociales y pesqueros.
- **AZQUETA D.** (1994), VALORACIÓN ECONÓMICA DE LA CALIDAD AMBIENTAL. EDIT: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A., Madrid.
- **AZQUETA D., PÉREZ Y PÉREZ L.** (1996), GESTIÓN DE ESPACIOS NATURALES. LA DEMANDA DE SERVICIOS RECREATIVOS. EDIT: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A., Madrid.
- **BARREIRO J, PÉREZ Y PÉREZ L.** (1996), EL VALOR DE USO RECREATIVO DEL PARQUE NACIONAL DE ORDESA Y MONTE PERDIDO. EN: AZQUETA D., PÉREZ Y PÉREZ L. GESTIÓN ESPACIOS NATURALES, EDIT: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A., Madrid.
- **BOADA JUNCÁ M, BENAYAS del ALAMO J.** (2007), NATURALEZA Y USO PÚBLICO: MOVILIDAD, IMPACTOS Y PROPUESTAS. FUNDACION ABERTIS.
- **CALATRAVA J.** (1996), VALORACIÓN ECONÓMICA DE PAISAJES AGRARIOS: CONSIDERACIONES GENERALES DE APLICACIÓN DEL MÉTODO DE VALORACIÓN CONTINGENTE AL CASO DE LA CAÑA DE AZÚCAR EN LA VEGA DE MOTRIL-SALOBREÑA. EN: AZQUETA D., PÉREZ Y PÉREZ L. GESTIÓN ESPACIOS NATURALES, EDIT: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A., Madrid.

- **CAMPOS P; DE ANDRÉS R; URZAINQUI E; RIERA P.** (1996). VALOR ECONÓMICO TOTAL DE UN ESPACIO DE INTERÉS NATURAL. LA DEHESA DEL ÁREA DE MONFRAGÜE. EN: AZQUETA D., PÉREZ Y PÉREZ L. GESTIÓN ESPACIOS NATURALES, EDIT: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A., Madrid.
- **CUENCA CABEZA, M** (2012) PRESENTACION ARBOR CIENCIA, PENSAMIENTO Y CULTURA. VOL 188-754 marzo-abril (2012). INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO, UNIVERSIDAD DE DEUSTO, BILBAO.
- **DEL SAZ SALVADOR, S Y SUAREZ BURGUET, C.** (1998). EL VALOR DE USO RECREATIVO DE ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: APLICACIÓN DEL MÉTODO DE VALORACIÓN CONTINGENTE AL PARQUE NATURAL DE L'ALBUFERA.
- **DEL SAZ SALVADOR, S.** (1999). VALORACIÓN CONTINGENTE DE ESPACIOS NATURALES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA: UN FENÓMENO RECIENTE.
- **DEL SAZ SALAZAR, S.** (2000) VALORACIÓN CONTINGENTE, PROVISIÓN DE INFRAESTRUCTURAS PÚBLICAS Y EFECTOS EXTERNOS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA. SITUACIÓN, SERIE ESTUDIOS REGIONALES COMUNIDAD VALENCIANA, FUNDACIÓN BBVA
- **DEL SAZ SALAZAR, S; BENGOCHEA, A. Y FUERTES, A.M.** (2007) ANÁLISIS CONJUNTO Y ESPACIOS NATURALES: UNA APLICACIÓN AL PARAJE NATURAL DEL DESERT DE LES PALMES.
- **DEL VALLE, S Y ORTEGA NUERE C** OCIO E INNOVACIÓN PARA UN COMPROMISO SOCIAL, RESPONSABLE Y SOSTENIBLE. DOCUMENTOS DE ESTUDIO DE OCIO NÚM. 47. UNIVERSIDAD DE DEUSTO. BILBAO.
- **E. MANNING ROBERT** (2009), PARKS AND PEOPLE, MANAGING OUTDOOR RECREATION AT ACADIA NATIONAL PARK. EDIT: Vermont.

- **FARRÉ, M.** (2003) EL VALOR DE USO RECREATIVO DE LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS. UNA APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE VALORACIÓN CONTINGENTE Y DEL COSTE DEL VIAJE. Estudios de economía aplicada. Vol. 21-2.
- **FERNANDEZ CARREIDO, C** (2006) MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA EL SECTOR DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS NATURALES DE CASTILLA Y LEON.
- **GOYTIA, A.** (2007) LA EXPERIENCIA DE OCIO Y SU RELACIÓN CON EL ENVEJECIMIENTO ACTIVO. INSTITUTO DE ESTUDIOS DE OCIO, UNIVERSIDAD DE DEUSTO, BILBAO.
- **LEON, C** (1995) EL MÉTODO DICOTÓMICO DE VALORACIÓN CONTINGENTE: UNA APLICACIÓN A LOS ESPACIOS NATURALES EN GRAN CANARIA. Investigaciones económicas. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. Volumen 19.
- **LEON, C** (1996), VALORACIÓN CONTINGENTE DE ESPACIOS NATURALES EN GRAN CANARIA: EL VALOR DE NO USO Y EL EFECTO DEL FORMATO. EN: AZQUETA D., PÉREZ Y PÉREZ L. GESTIÓN ESPACIOS NATURALES, EDIT: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A., Madrid.
- **MANGANO, S.** (2007), EL TURISMO EN LOS ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS. ANÁLISIS DE LOS OBJETOS DE CONSUMO TURÍSTICO Y DEL COMPORTAMIENTO DE LOS TURISTAS EN LOS PARQUES NATURALES DE LIGURIA. TESIS DOCTORAL.
- **OTERO LÓPEZ, J.C.** (2009) LA PEDAGOGÍA DEL OCIO: NUEVOS DESAFÍOS. EDIT: Axac. LUGO.
- **PÁEZ BLÁZQUEZ, M. Y MUÑOZ CORBALÁN, ANDRES.** FLORA DE CALBLANQUE. CONSERJERIA DE INDUSTRIA Y MEDIO AMBIENTE. DIRECCION GENERAL DEL MEDIO AMBIENTE. FOLLERO INFORMATIVO.
- **PERAN LÓPEZ, J** (2005), DEMANDA DE ESPACIOS NATURALES: MODELOS DE CAPACIDAD DE ACOGIDA PERCEPTUAL. APLICACIÓN A LOS PARQUES NACIONALES DE TIMANFAYA Y ORDESA Y MONTE PERDIDO. TESIS DOCTORAL.

- **MONTANER, J.** (1996) PSICOSOCIOLOGÍA DEL TURISMO. FORMATO ONLINE.
- **RIERA, P.** (1994) MANUAL DE VALORACION CONTINGENTE. INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES.
- **SÁENZ FRANCIA, A.M.** (2010) VALORACIÓN DEL USO RECREATIVO DEL PARQUE NATURAL DE LA GRAJERA. UNA APLICACIÓN DE LA CADENA DE MEDIO FIN. PROYECTO FINAL DE CARRERA DE LA ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIEROS AGRÓNOMOS DE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA.
- **SEGADO SEGADO, I.** (2003). VALORACIÓN CONTINGENTE. VALOR DE NO USO POR LA REGENERACIÓN DE LA PLAYA DE LA BAHÍA DE PORTMÁN. TESIS DOCTORAL



Universidad
Politécnica
de Cartagena



7. ANEXOS

7.1 DIARIO

05/09/2013

En este primer día de la realización del proyecto final de grado, me he reunido por la mañana con mi tutor, Gabriel Ros Aguilera, el cual me ha explicado en que va a consistir mi proyecto y me ha dado información y ejemplos respecto a la valoración contingente, tema principal de mi proyecto. Esa misma tarde, me he dedicado a la lectura y comprensión de la información proporcionada por Gabriel.

06/09/2013

Durante este día me he dedicado a seguir leyendo la información recibida por parte de Gabriel y he realizado una búsqueda más amplia de información por internet.

07/09/2013

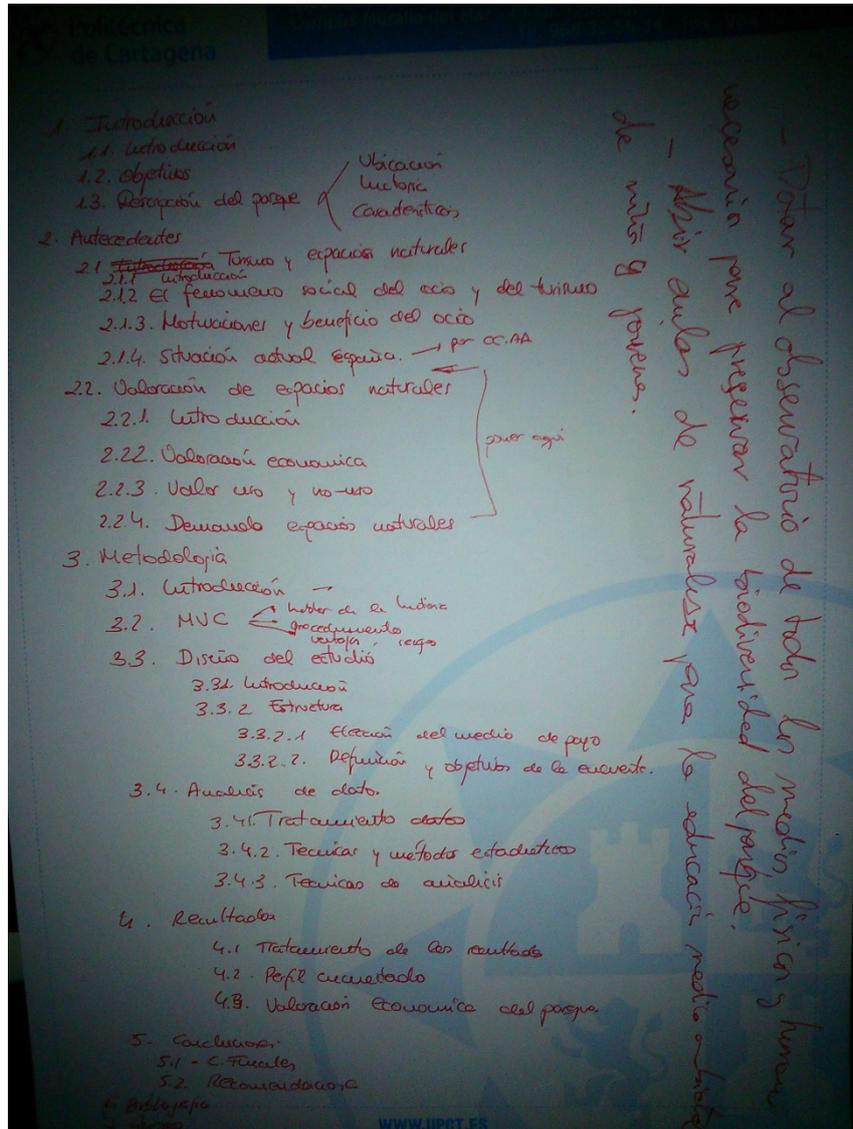
He continuado leyendo y buscando más información, ya que esta primera semana está dedicada a familiarizarme con la temática del proyecto.

08/09/2013

Ultimo día de lectura, comprensión y búsqueda de información, entre la cual destacar el hallazgo de numerosos libros de D. Azqueta, uno de los primeros profesionales que puso en práctica el método de valoración contingente en España.

10/09/2013

Después de terminar la semana de recopilar información, este día lo he dedicado a crear la plantilla base de Word, sobre la cual ira mi proyecto. También he realizado el primer borrador del índice, junto a los objetivos que van a marcar las pautas de mi proyecto.



15/09/2013

Realización de la introducción de mi proyecto, tal y como me aconsejo mi tutor Gabriel, yendo paso a paso, escribiendo o buscando información cada día y sobretodo siguiendo las pautas expuestas en el libro de D. Azqueta “VALORACION ECONOMICA DE LA CALIDAD AMBIENTAL”.

17/09/2013

Búsqueda de información acerca del Parque Regional de Calblanque mediante internet, ya que este parque es el objeto de estudio de este presente proyecto.

19/09/2013

Tutoría con Gabriel para corregir la introducción una vez terminada, dándome unos consejos para ello, y para hablar acerca de cómo obtener más información del Parque Regional de Calblanque, aconsejándome que visite el punto de información situado en Las Cobaticas. Esa misma tarde me dedique a obtener más información sobre el parque a través de internet.



Fotografía del punto de Información de Calblanque. Fuente propia.

20/09/2013

Día dedicado a redactar el apartado de antecedentes del proyecto y realización de primera llamada al punto de información de Las Cobaticas para pedir información acerca de flora y fauna de Calblanque.

26/09/2013

Tutoría con Gabriel para dar por finalizado el apartado de Introducción del proyecto y redactado del apartado de antecedentes del mismo.

01/10/2013

Tutoría con Gabriel para retocar la plantilla base sobre la cual se hará el proyecto y presentación de Ignacio Segado Segado, profesor del departamento de economía de la UPCT, el cual me ofrece su ayuda para realizar todo el estudio estadístico del proyecto. Esa misma tarde, continúe rellenando el apartado de antecedentes del proyecto.

04/10/2013

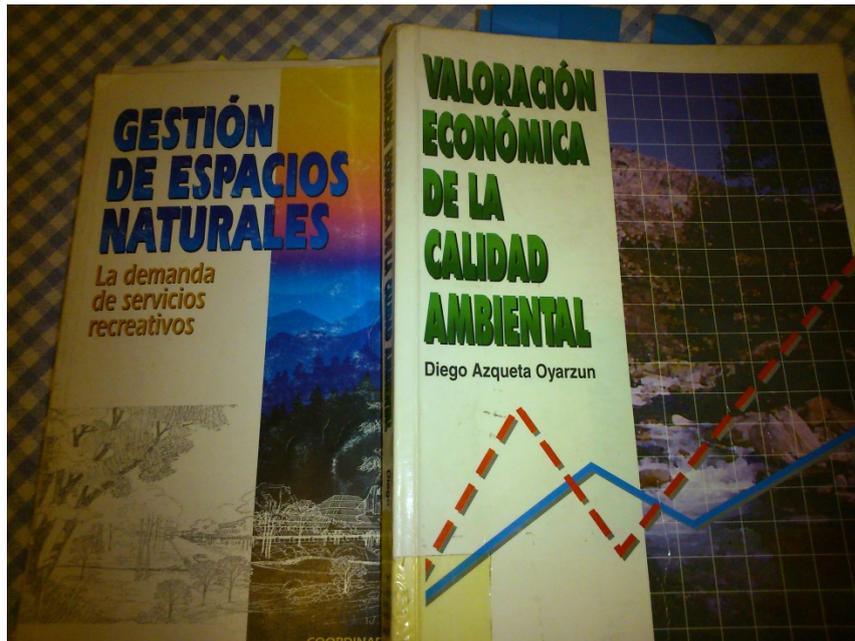
Búsqueda de información sobre el concepto de turismo y ocio, la situación de Lugares de Interés Comunitario (LIC) en España en la página oficial de la Red Natura 2000 y redacción de los apartados 2.1.1 al 2.1.3 de este proyecto.

05/10/2013

Búsqueda en internet del libro de Manuel Cuenca, acerca del concepto de turismo y ocio, y lectura del mismo a lo largo del día.

10/10/2013

Primera tutoría con Ignacio Segado Segado, en la cual se habló acerca de los objetivos propuestos con Gabriel sobre el proyecto, Segado me facilitó más material sobre valoración contingente, destacando otro gran libro de D. Azqueta, junto a una copia de su tesis doctoral, cuyo tema principal es una valoración de este tipo. Esa misma tarde lectura de la tesis que Ignacio me facilitó.



Fotografía de los libros de D. Azqueta. Fuente propia.

11/10/2013

Lectura y comprensión del libro de D. Azqueta proporcionado por Ignacio y redacción final del apartado de Antecedentes del presente proyecto.

12/10/2013

Finalización del apartado de Antecedentes del presente proyecto, junto con búsqueda de información sobre el concepto de turismo y ocio.

13/10/2013

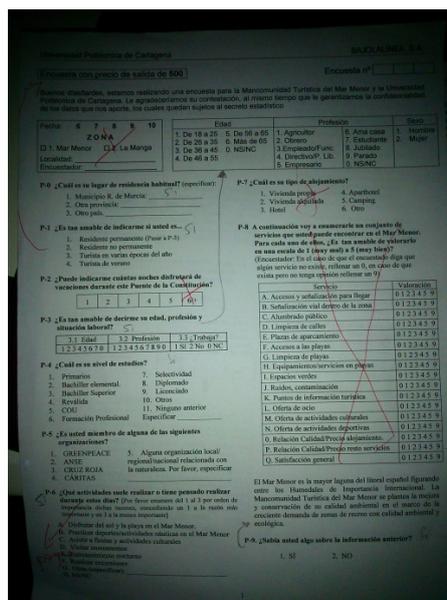
Lectura y subrayado del segundo libro de D. Azqueta y de la tesis doctoral de Ignacio.



Fotografía de la Tesis Doctoral de Ignacio Segado. Fuente propia.

17/10/2013

Tutoría con Ignacio Segado en la cual me explico las pautas a seguir para realizar la encuesta necesaria para realizar el método de valoración contingente, proporcionándome ejemplos de encuestas, tanto suyas, como de otros autores.



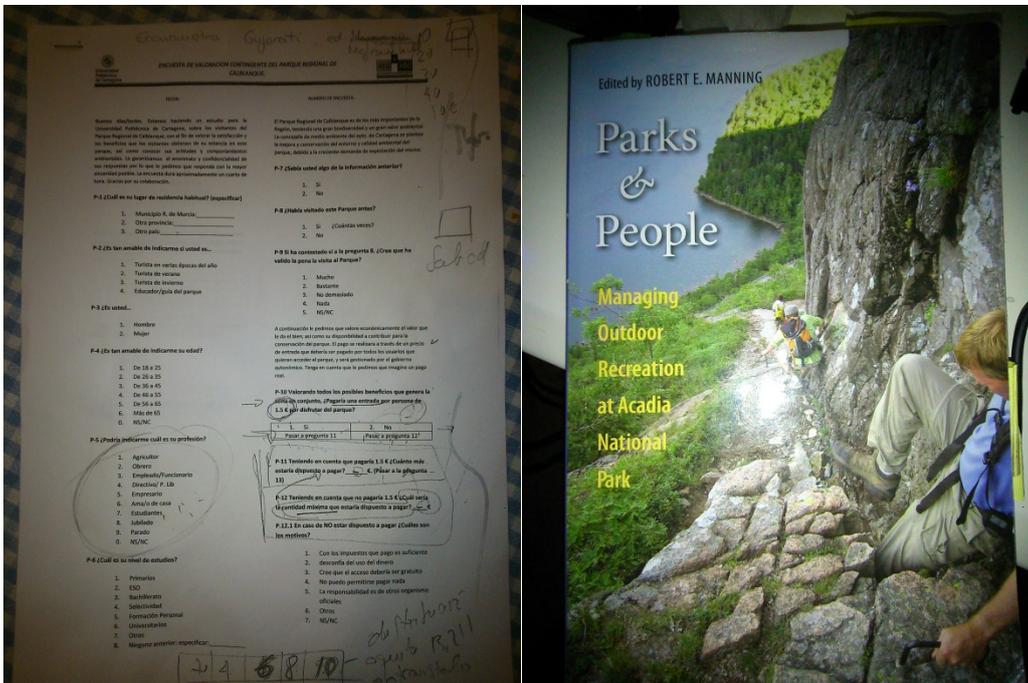
Fotografía de las encuestas de ejemplo. Fuente propia.

20/10/2013

Realización de la preencuesta de mi proyecto, siguiendo las pautas proporcionadas por Ignacio, y siguiendo el Manual de valoración contingente de Pere Riera, proporcionada tanto por Gabriel como por Ignacio.

24/10/2013

Tutoría con Ignacio para corregir los fallos y dar los últimos retoque a la preencuesta realizada anteriormente. Ignacio me volvió a recomendar más libros, en este caso del autor Robert E. Manning. Esa tarde lectura y traducción de este libro en inglés.



Fotografía del libro de E. Manning. Fuente propia.

25/10/2013

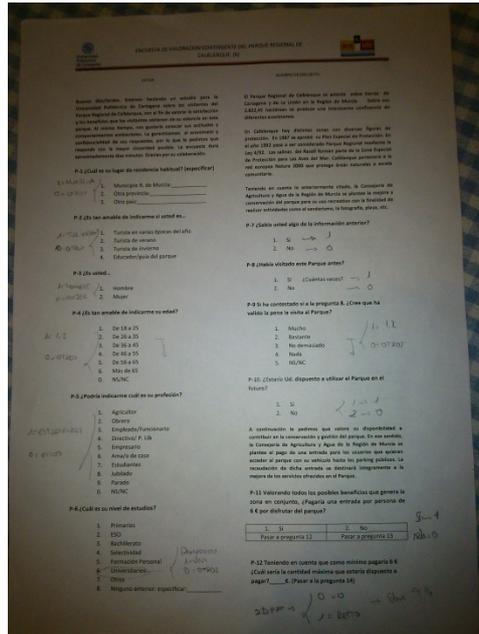
Realización de la encuesta final del proyecto, compuesta de 15 preguntas en total.

27/10/2013

Lectura y traducción del libro de Robert E. Manning

31/10/2013

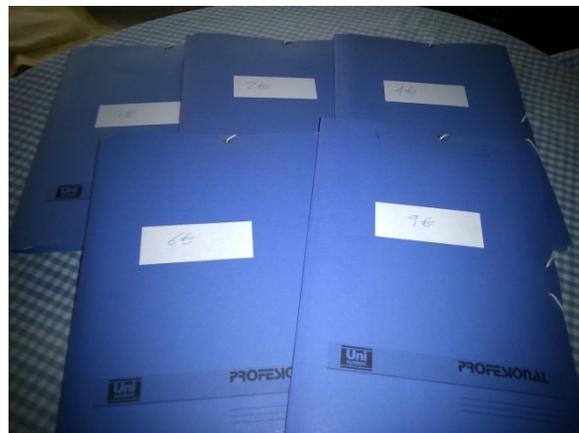
Tutoría con Ignacio para dar el visto bueno a la encuesta definitiva del proyecto, junto al encargo de las quinientas encuestas necesarias en el CIM.



Fotografía de la encuesta tipo. Fuente propia.

06/11/2013

Tutoría con Ignacio para la recogida en el CIM de las quinientas encuestas encargadas. Al terminar con la tutoría por la mañana, realización de las primeras encuestas en la calle mayor de Cartagena. Esa misma tarde, vuelta a la calle mayor de Cartagena para continuar con las encuestas.



Fotografía de las 500 encuestas. Fuente propia.

07/11/2013

Realización de encuestas en el campus de Alfonso 13 de Cartagena y entre alumnos y profesores de dicho campus.

08/11/2013

Realización de encuestas en la calle mayor de Cartagena.

14/11/2013

Tutoría con Gabriel para retocar apartados del Índice y añadir más información a la introducción del Parque Regional de Calblanque. Realización de encuestas por la tarde en Cartagena

15/11/2013

Realización de encuestas en el Campus de la Merced y en la Plaza del Cardenal Belluga en Murcia. Retoque al índice y ampliación información de la introducción a petición de mi tutor Gabriel.

18/11/2013

Realización de encuestas por la zona de Alfonso X de Murcia.

21/11/2013

Tutoría con Gabriel en la cual me recomendó ampliar más información acerca de la fauna de Calblanque y visto bueno del proyecto realizado hasta el momento. Realización de encuestas en el centro comercial Espacio Mediterráneo de Cartagena.

22/11/2013

Realización de la ampliación de la fauna de Calblanque y realización de encuestas en Murcia.

25, 26 y 27/11/2013

Realización de encuestas en Cartagena, sobre todo en la calle Mayor.

29/11/2013

Inicio de redactado del apartado de datos del presente proyecto. Vuelta lectura de ejemplos de Valoración contingente de D. Azqueta para ver cómo realizar el análisis de datos.

02/12/2013

Realización de encuestas en Cartagena

03/12/2013

Realización de encuestas en Cartagena y redactado del apartado 3.4 del presente proyecto.

04/12/2013

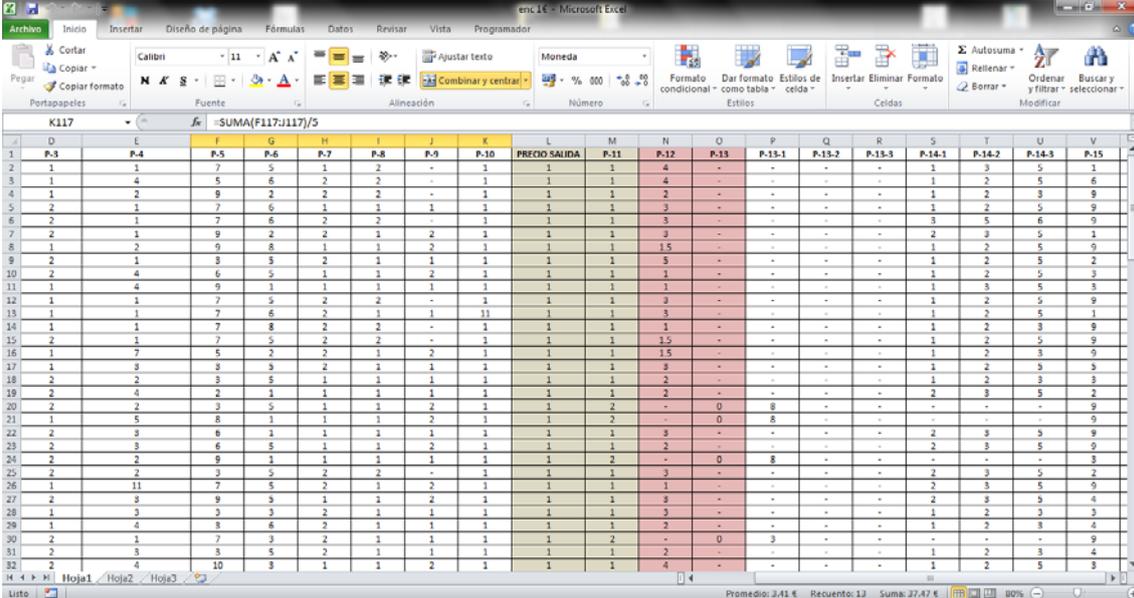
En este día, Ignacio me envió un email con las pautas y ejemplos a seguir para empezar a codificar las encuestas en el programa informático Excel, para su posterior importación al programa estadístico SPSS. Codificación de encuestas en Excel.

05 y 06/12/2013

Realización de encuestas en Murcia.

11/12/2013

Realización de las últimas encuestas necesaria en Cartagena, con la posterior codificación en Excel.



The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following data (approximate values from the visible grid):

	P-3	P-4	P-5	P-6	P-7	P-8	P-9	P-10	PRECIO SALIDA	P-11	P-12	P-13	P-13-1	P-13-2	P-13-3	P-14-1	P-14-2	P-14-3	P-15
1	1	1	7	5	1	2	-	1	1	4	-	-	-	-	-	1	3	5	1
2	1	4	5	6	2	2	-	1	1	4	-	-	-	-	-	1	2	5	6
3	1	2	9	2	2	2	-	1	1	2	-	-	-	-	-	1	2	3	9
4	2	1	7	6	1	1	1	1	1	3	-	-	-	-	-	1	2	5	9
5	2	1	7	6	2	2	-	1	1	3	-	-	-	-	-	3	5	6	9
6	2	1	9	2	2	1	2	1	1	3	-	-	-	-	-	2	3	5	1
7	1	2	9	8	1	1	2	1	1	15	-	-	-	-	-	1	2	5	9
8	2	1	3	5	2	1	1	1	1	5	-	-	-	-	-	1	2	5	2
9	2	4	6	5	1	1	2	1	1	1	-	-	-	-	-	1	2	5	3
10	1	4	9	1	1	1	1	1	1	1	-	-	-	-	-	1	5	5	3
11	1	1	7	5	2	2	-	1	1	3	-	-	-	-	-	1	2	5	9
12	1	1	7	6	2	1	-	1	1	5	-	-	-	-	-	1	2	5	1
13	1	1	7	8	2	2	-	1	1	1	-	-	-	-	-	1	2	3	9
14	2	1	7	5	2	2	-	1	1	15	-	-	-	-	-	1	2	5	9
15	1	7	5	2	2	1	2	1	1	15	-	-	-	-	-	1	2	3	9
16	1	3	3	5	2	1	1	1	1	3	-	-	-	-	-	1	2	5	3
17	2	2	3	5	1	1	1	1	1	2	-	-	-	-	-	1	2	3	3
18	2	4	2	1	1	1	1	1	1	2	-	-	-	-	-	2	3	3	2
19	2	2	3	5	1	1	2	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	9
20	1	5	8	1	1	1	2	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	9
21	2	3	3	1	1	1	1	1	1	3	-	-	-	-	-	2	3	5	9
22	2	3	6	5	1	1	2	1	1	2	-	-	-	-	-	2	3	5	9
23	2	2	9	1	1	1	1	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	3
24	2	2	3	5	2	2	-	1	1	3	-	-	-	-	-	2	3	5	2
25	1	11	7	5	2	1	2	1	1	1	-	-	-	-	-	2	5	5	9
26	2	3	3	9	1	1	2	1	1	3	-	-	-	-	-	2	3	3	4
27	1	3	3	3	2	1	1	1	1	3	-	-	-	-	-	1	2	3	3
28	1	4	3	6	2	1	1	1	1	2	-	-	-	-	-	1	2	3	4
29	2	1	7	3	2	1	1	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	9
30	2	3	5	5	2	1	1	1	1	2	-	-	-	-	-	1	2	3	4
31	2	4	3	5	2	1	1	1	1	2	-	-	-	-	-	1	2	3	4
32	2	2	10	3	1	1	2	1	1	4	-	-	-	-	-	1	2	5	3

Captura de pantalla del Excel. Fuente propia.

12/12/2013

Tutoría con Ignacio en la cual me explico el funcionamiento del programa estadístico SPSS. Ignacio también me proporciono temario utilizado en la facultad de economía de la UPCT acerca del SPSS.

13, 14, 15, y 16/12/2013

Estos días han estado dedicados a la visualización de tutorías acerca del programa SPSS a través de internet, junto a la realización de ejemplos de datos ya codificados para la comprensión del mismo.

17/12/2013

Tutoría con Ignacio para resolver preguntas acerca del programa estadístico SPSS. Importación de los datos de las encuestas del Excel al programa estadístico SPSS y obtención de los primeros datos para cotejar que toda la tabla está correctamente codificada.

02/01/14

Obtención en SPSS de los datos de edad, sexo, nivel de estudios e ingresos, para poder así realizar los apartados 4.1 y 4.2 del presente proyecto.

07/01/14

Ampliación y corrección del apartado 4.1 ya que cometí un error al obtener as tablas en el programa estadístico SPSS.

08/01/14

Realización del apartado 4.2 con las tablas correspondientes del SPSS.

09/01/14

Realización del apartado 4.2 con las tablas correspondientes del SPSS.

10/01/14

Realización de la portada del presente proyecto y creación del índice en Word con la función “tabla de contenidos”.

11/01/14

Redactado del apartado de Conclusiones y del apartado de Recomendaciones del presente proyecto.

12/01/14

Modificación de la estructura del contenido del apartado 4 de datos del presente proyecto.

13/01/14

He realizado una llamada telefónica al punto de Información de Cobaticas para cotejar y observar si se ha producido algún cambio en la información del Parque de Calblanque.

14/01/14

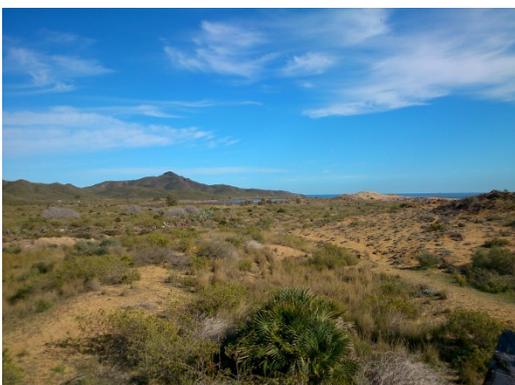
Realización del apartado de Bibliografía del presente proyecto.

16/01/14

Tutoría con Gabriel para una revisión rutinaria del proyecto y obtener información sobre el encuadernado del mismo.

17/01/14

Visita al Parque Regional de Calblanque, en el cual pude presenciar el aspecto actual del mismo, conociendo a las encargadas del punto de información de las Cobaticas y manteniendo una charla con ellas en la cual les explique me proyecto. Realización de fotografías del parque.



20/01/14

Tutoría con Ignacio, para enseñarme el proceso de dicotomización para poder aplicar el modelo Logit en el programa SPSS y así poder obtener con más facilidad los perfiles de los encuestados y sus probabilidades asociadas.

21/01/14

Dicotomización de las variables y obtención de los nuevos datos y perfiles de los encuestados.

24/01/14

Investigación sobre el dinero destinado a la conservación del parque, necesario para calcular el valor económico total del mismo.

26/01/14

Cálculo del valor ambiental (MNA) asociado al parque, escogiendo los datos obtenidos de la memoria de gestión anual del 2011.

27/01/14

Formulación de la hipótesis sobre la cantidad de visitantes al Parque y cálculo de las ganancias comerciales del parque (MNE) y posterior cálculo del valor económico total (VET).

29/01/14

Redactado de las conclusiones sobre el VET y revisión de gran parte del proyecto, corrigiendo errores y fallos ortográficos.

06/02/14

Tutoría con Gabriel para discutir y dar el visto bueno al VET calculado y explicación del Diagrama de Gantt, para su posterior realización.

07/02/14

Paso a Word del Diagrama de Gantt y redactado de parte del diario.

13/02/14

Tutoría con Gabriel para revisar el diagrama de Gantt y realización de un ejemplo de catástrofe para utilizar el VET calculado y de un calculo estimativo del valor del suelo de Calblanque. Tutoría con Ignacio para revisar errores sobre la alineación del texto, e informarle de las peticiones de Gabriel, para que me diera su opinión acerca de ello.

14/02/14

Realización del ejemplo de catástrofe natural, para calcular el coste de regeneración del hábitat dañado. Retoque del Diagrama de Gantt. Realización de la tabla de comparación para el cálculo del valor del precio del suelo de Calblanque, formulando la hipótesis en la cual considero el suelo como rustico.

7.2 ENCUESTAS TIPO

7.2.1 Encuesta tipo: Precio de salida de 1€

Buenos días/tardes. Estamos haciendo un estudio para la Universidad Politécnica de Cartagena sobre los visitantes del Parque Regional de Calblanque, con el fin de valorar la satisfacción y los beneficios que los visitantes obtienen de su estancia en este parque. Al mismo tiempo, nos gustaría conocer sus actitudes y comportamientos ambientales. Le garantizamos el anonimato y confidencialidad de sus respuestas, por lo que le pedimos que responda con la mayor sinceridad posible. La encuesta dura aproximadamente diez minutos. Gracias por su colaboración.

P-1 ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? (especificar)

1. Municipio R. de Murcia: _____
2. Otra provincia: _____
3. Otro país: _____

P-2 ¿Es tan amable de indicarme si usted es...

1. Turista en varias épocas del año
2. Turista de verano
3. Turista de invierno

P-3 ¿Es usted...

1. Hombre
2. Mujer

P-4 ¿Es tan amable de indicarme su edad?

1. De 18 a 25
2. De 26 a 35
3. De 36 a 45
4. De 46 a 55
5. De 56 a 65
6. Más de 66
0. NS/NC

P-5 ¿Podría indicarme cuál es su profesión?

1. Agricultor
2. Obrero
3. Empleado/Funcionario
4. Directivo/ P. Lib
5. Empresario
6. Ama/o de casa
7. Estudiantes
8. Jubilado
9. Parado
10. Otro
0. NS/NC

P-6 ¿Cuál es su nivel de estudios?

1. Primarios
2. ESO
3. Bachillerato
4. Selectividad
5. Formación Personal
6. Universitarios
7. Otros
8. Ninguno anterior: especificar: _____

El Parque Regional de Calblanque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión en la Región de Murcia. Sobre sus 2.822,45 hectáreas se produce una interesante confluencia de diferentes ecosistemas

En Calblanque hay distintas zonas con diversas figuras de protección. En 1987 se aprobó su Plan Especial de Protección. En el año 1992 pasa a ser considerado Parque Regional mediante la Ley 4/92. Las salinas del Rasall forman parte de la Zona Especial de Protección para Las Aves del Mar. Calblanque pertenece a la red europea Natura 2000 que protege áreas naturales a escala comunitaria.

Teniendo en cuenta lo anteriormente citado, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea la mejora y conservación del parque para su uso recreativo con la finalidad de realizar actividades como el senderismo, la fotografía, playa, etc.

P-7 ¿Sabía usted algo de la información anterior?

1. Sí
2. No

P-8 ¿Había visitado este Parque antes?

1. Sí ¿Cuántas veces?
2. No

P-9 Si ha contestado si a la pregunta 8. ¿Cree que ha valido la pena la visita al Parque?

1. Mucho
2. Bastante
3. No demasiado
4. Nada
5. NS/NC

P-10. ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar el Parque en el futuro?

1. Sí
2. No

A continuación le pedimos que valore su disponibilidad a contribuir en la conservación y gestión del parque. En ese sentido, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea el pago de una entrada para los usuarios que quieran acceder al parque con su vehículo hasta los parking públicos. La recaudación de dicha entrada se destinará íntegramente a la mejora de los servicios ofrecidos en el Parque.

P-11 Valorando todos los posibles beneficios que genera la zona en conjunto, ¿Pagaría una entrada por persona de 1 € por disfrutar del parque?

1. Si	2. No
Pasar a pregunta 12	Pasar a pregunta 13

P-12 Teniendo en cuenta que como mínimo pagaría 1 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €. (Pasará a la pregunta 14)

P-13 Teniendo en cuenta que no pagaría 1 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €.

P.13.1 En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

1. Con los impuestos que pago es suficiente.
2. Desconfía del destino del dinero recaudado para el Parque.
3. Cree que el acceso debería ser gratuito.
4. No puedo permitirme pagar nada
5. La responsabilidad es de otros organismos oficiales
6. Mi renta no permite pagar dicha cantidad
7. No tengo pensado acceder al Parque.
8. Otros
9. NS/NC

P- 14 ¿Cuáles son las tres principales razones por la que estaría usted dispuesto a donar dicha cantidad?

1. La cantidad declarada es suficiente para ayudar a la conservación del parque.
2. Me preocupa el estado del Parque de Calblanque
3. Me preocupa el estado de los Parques naturales de La Región de Murcia
4. Mi renta me permite pagar dicha cantidad
5. Deberíamos preservar el estado del Parque para generaciones futuras
6. Otros (por favor especifique)

P-15 Para finalizar, ¿Podría decirme cuál de las siguientes opciones que se muestran a continuación, refleja mejor sus ingresos mensuales? Seleccione la casilla correspondiente.

1. Entre 400-700 €	
2. Entre 701-1000 €	
3. Entre 1001-1300 €	
4. Entre 1301-1600 €	
5. Entre 1601-2000 €	
6. Entre 2001-2500 €	
7. Entre 2500-3000 €	
8. Más de 3000 €	
9. NS/NC	

Le agradecemos su valiosa contribución a este proyecto. Gracias por su colaboración.

7.2.2 Encuesta tipo: Precio de salida de 2€

Buenos días/tardes. Estamos haciendo un estudio para la Universidad Politécnica de Cartagena sobre los visitantes del Parque Regional de Calblanque, con el fin de valorar la satisfacción y los beneficios que los visitantes obtienen de su estancia en este parque. Al mismo tiempo, nos gustaría conocer sus actitudes y comportamientos ambientales. Le garantizamos el anonimato y confidencialidad de sus respuestas, por lo que le pedimos que responda con la mayor sinceridad posible. La encuesta dura aproximadamente diez minutos. Gracias por su colaboración.

P-1 ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? (especificar)

1. Municipio R. de Murcia: _____
2. Otra provincia: _____
3. Otro país: _____

P-2 ¿Es tan amable de indicarme si usted es...

1. Turista en varias épocas del año
2. Turista de verano
3. Turista de invierno

P-3 ¿Es usted...

1. Hombre
2. Mujer

P-4 ¿Es tan amable de indicarme su edad?

1. De 18 a 25
2. De 26 a 35
3. De 36 a 45
4. De 46 a 55
5. De 56 a 65
6. Más de 66
0. NS/NC

P-5 ¿Podría indicarme cuál es su profesión?

1. Agricultor
2. Obrero
3. Empleado/Funcionario
4. Directivo/ P. Lib
5. Empresario
6. Ama/o de casa
7. Estudiantes
8. Jubilado
9. Parado
10. Otro
0. NS/NC

P-6 ¿Cuál es su nivel de estudios?

1. Primarios
2. ESO
3. Bachillerato
4. Selectividad
5. Formación Personal
6. Universitarios
7. Otros
8. Ninguno anterior: especificar: _____

El Parque Regional de Calblanque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión en la Región de Murcia. Sobre sus 2.822,45 hectáreas se produce una interesante confluencia de diferentes ecosistemas

En Calblanque hay distintas zonas con diversas figuras de protección. En 1987 se aprobó su Plan Especial de Protección. En el año 1992 pasa a ser considerado Parque Regional mediante la Ley 4/92. Las salinas del Rasall forman parte de la Zona Especial de Protección para Las Aves del Mar. Calblanque pertenece a la red europea Natura 2000 que protege áreas naturales a escala comunitaria.

Teniendo en cuenta lo anteriormente citado, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea la mejora y conservación del parque para su uso recreativo con la finalidad de realizar actividades como el senderismo, la fotografía, playa, etc.

P-7 ¿Sabía usted algo de la información anterior?

1. Sí
2. No

P-8 ¿Había visitado este Parque antes?

1. Sí ¿Cuántas veces?
2. No

P-9 Si ha contestado si a la pregunta 8. ¿Cree que ha valido la pena la visita al Parque?

1. Mucho
2. Bastante
3. No demasiado
4. Nada
5. NS/NC

P-10. ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar el Parque en el futuro?

1. Sí
2. No

A continuación le pedimos que valore su disponibilidad a contribuir en la conservación y gestión del parque. En ese sentido, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea el pago de una entrada para los usuarios que quieran acceder al parque con su vehículo hasta los parking públicos. La recaudación de dicha entrada se destinará íntegramente a la mejora de los servicios ofrecidos en el Parque.

P-11 Valorando todos los posibles beneficios que genera la zona en conjunto, ¿Pagaría una entrada por persona de 2 € por disfrutar del parque?

1. Si	2. No
Pasar a pregunta 12	Pasar a pregunta 13

P-12 Teniendo en cuenta que como mínimo pagaría 2 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €. (Pasará a la pregunta 14)

P-13 Teniendo en cuenta que no pagaría 2 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €.

P.13.1 En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

1. Con los impuestos que pago es suficiente.
2. Desconfía del destino del dinero recaudado para el Parque.
3. Cree que el acceso debería ser gratuito.
4. No puedo permitirme pagar nada
5. La responsabilidad es de otros organismos oficiales
6. Mi renta no permite pagar dicha cantidad
7. No tengo pensado acceder al Parque.
8. Otros
9. NS/NC

P- 14 ¿Cuáles son las tres principales razones por la que estaría usted dispuesto a donar dicha cantidad?

1. La cantidad declarada es suficiente para ayudar a la conservación del parque.
2. Me preocupa el estado del Parque de Calblanque
3. Me preocupa el estado de los Parques naturales de La Región de Murcia
4. Mi renta me permite pagar dicha cantidad
5. Deberíamos preservar el estado del Parque para generaciones futuras
6. Otros (por favor especifique)

P-15 Para finalizar, ¿Podría decirme cuál de las siguientes opciones que se muestran a continuación, refleja mejor sus ingresos mensuales? Seleccione la casilla correspondiente.

1. Entre 400-700 €	
2. Entre 701-1000 €	
3. Entre 1001-1300 €	
4. Entre 1301-1600 €	
5. Entre 1601-2000 €	
6. Entre 2001-2500 €	
7. Entre 2500-3000 €	
8. Más de 3000 €	
9. NS/NC	

Le agradecemos su valiosa contribución a este proyecto. Gracias por su colaboración.

7.2.3 Encuesta tipo: Precio de salida de 4€

Buenos días/tardes. Estamos haciendo un estudio para la Universidad Politécnica de Cartagena sobre los visitantes del Parque Regional de Calblanque, con el fin de valorar la satisfacción y los beneficios que los visitantes obtienen de su estancia en este parque. Al mismo tiempo, nos gustaría conocer sus actitudes y comportamientos ambientales. Le garantizamos el anonimato y confidencialidad de sus respuestas, por lo que le pedimos que responda con la mayor sinceridad posible. La encuesta dura aproximadamente diez minutos. Gracias por su colaboración.

P-1 ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? (especificar)

1. Municipio R. de Murcia: _____
2. Otra provincia: _____
3. Otro país: _____

P-2 ¿Es tan amable de indicarme si usted es...

1. Turista en varias épocas del año
2. Turista de verano
3. Turista de invierno

P-3 ¿Es usted...

1. Hombre
2. Mujer

P-4 ¿Es tan amable de indicarme su edad?

1. De 18 a 25
2. De 26 a 35
3. De 36 a 45
4. De 46 a 55
5. De 56 a 65
6. Más de 66
0. NS/NC

P-5 ¿Podría indicarme cuál es su profesión?

1. Agricultor
2. Obrero
3. Empleado/Funcionario
4. Directivo/ P. Lib
5. Empresario
6. Ama/o de casa
7. Estudiantes
8. Jubilado
9. Parado
10. Otro
0. NS/NC

P-6 ¿Cuál es su nivel de estudios?

1. Primarios
2. ESO
3. Bachillerato
4. Selectividad
5. Formación Personal
6. Universitarios
7. Otros
8. Ninguno anterior: especificar: _____

El Parque Regional de Calblanque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión en la Región de Murcia. Sobre sus 2.822,45 hectáreas se produce una interesante confluencia de diferentes ecosistemas

En Calblanque hay distintas zonas con diversas figuras de protección. En 1987 se aprobó su Plan Especial de Protección. En el año 1992 pasa a ser considerado Parque Regional mediante la Ley 4/92. Las salinas del Rasall forman parte de la Zona Especial de Protección para Las Aves del Mar. Calblanque pertenece a la red europea Natura 2000 que protege áreas naturales a escala comunitaria.

Teniendo en cuenta lo anteriormente citado, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea la mejora y conservación del parque para su uso recreativo con la finalidad de realizar actividades como el senderismo, la fotografía, playa, etc.

P-7 ¿Sabía usted algo de la información anterior?

1. Sí
2. No

P-8 ¿Había visitado este Parque antes?

1. Sí ¿Cuántas veces?
2. No

P-9 Si ha contestado si a la pregunta 8. ¿Cree que ha valido la pena la visita al Parque?

1. Mucho
2. Bastante
3. No demasiado
4. Nada
5. NS/NC

P-10. ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar el Parque en el futuro?

1. Sí
2. No

A continuación le pedimos que valore su disponibilidad a contribuir en la conservación y gestión del parque. En ese sentido, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea el pago de una entrada para los usuarios que quieran acceder al parque con su vehículo hasta los parking públicos. La recaudación de dicha entrada se destinará íntegramente a la mejora de los servicios ofrecidos en el Parque.

P-11 Valorando todos los posibles beneficios que genera la zona en conjunto, ¿Pagaría una entrada por persona de 4 € por disfrutar del parque?

1. Si	2. No
Pasar a pregunta 12	Pasar a pregunta 13

P-12 Teniendo en cuenta que como mínimo pagaría 4 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €. (Pasar a la pregunta 14)

P-13 Teniendo en cuenta que no pagaría 4 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €.

P.13.1 En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

1. Con los impuestos que pago es suficiente.
2. Desconfía del destino del dinero recaudado para el Parque.
3. Cree que el acceso debería ser gratuito.
4. No puedo permitirme pagar nada
5. La responsabilidad es de otros organismos oficiales
6. Mi renta no permite pagar dicha cantidad
7. No tengo pensado acceder al Parque.
8. Otros
9. NS/NC

P- 14 ¿Cuáles son las tres principales razones por la que estaría usted dispuesto a donar dicha cantidad?

1. La cantidad declarada es suficiente para ayudar a la conservación del parque.
2. Me preocupa el estado del Parque de Calblanque
3. Me preocupa el estado de los Parques naturales de La Región de Murcia
4. Mi renta me permite pagar dicha cantidad
5. Deberíamos preservar el estado del Parque para generaciones futuras
6. Otros (por favor especifique)

P-15 Para finalizar, ¿Podría decirme cuál de las siguientes opciones que se muestran a continuación, refleja mejor sus ingresos mensuales? Seleccione la casilla correspondiente.

1. Entre 400-700 €	
2. Entre 701-1000 €	
3. Entre 1001-1300 €	
4. Entre 1301-1600 €	
5. Entre 1601-2000 €	
6. Entre 2001-2500 €	
7. Entre 2500-3000 €	
8. Más de 3000 €	
9. NS/NC	

Le agradecemos su valiosa contribución a este proyecto. Gracias por su colaboración.

7.2.4 Encuesta tipo: Precio de salida de 6€

Buenos días/tardes. Estamos haciendo un estudio para la Universidad Politécnica de Cartagena sobre los visitantes del Parque Regional de Calblanque, con el fin de valorar la satisfacción y los beneficios que los visitantes obtienen de su estancia en este parque. Al mismo tiempo, nos gustaría conocer sus actitudes y comportamientos ambientales. Le garantizamos el anonimato y confidencialidad de sus respuestas, por lo que le pedimos que responda con la mayor sinceridad posible. La encuesta dura aproximadamente diez minutos. Gracias por su colaboración.

P-1 ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? (especificar)

1. Municipio R. de Murcia: _____
2. Otra provincia: _____
3. Otro país: _____

P-2 ¿Es tan amable de indicarme si usted es...

1. Turista en varias épocas del año
2. Turista de verano
3. Turista de invierno

P-3 ¿Es usted...

1. Hombre
2. Mujer

P-4 ¿Es tan amable de indicarme su edad?

1. De 18 a 25
2. De 26 a 35
3. De 36 a 45
4. De 46 a 55
5. De 56 a 65
6. Más de 66
0. NS/NC

P-5 ¿Podría indicarme cuál es su profesión?

1. Agricultor
2. Obrero
3. Empleado/Funcionario
4. Directivo/ P. Lib
5. Empresario
6. Ama/o de casa
7. Estudiantes
8. Jubilado
9. Parado
10. Otro
0. NS/NC

P-6 ¿Cuál es su nivel de estudios?

1. Primarios
2. ESO
3. Bachillerato
4. Selectividad
5. Formación Personal
6. Universitarios
7. Otros
8. Ninguno anterior: especificar: _____

El Parque Regional de Calblanque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión en la Región de Murcia. Sobre sus 2.822,45 hectáreas se produce una interesante confluencia de diferentes ecosistemas

En Calblanque hay distintas zonas con diversas figuras de protección. En 1987 se aprobó su Plan Especial de Protección. En el año 1992 pasa a ser considerado Parque Regional mediante la Ley 4/92. Las salinas del Rasall forman parte de la Zona Especial de Protección para Las Aves del Mar. Calblanque pertenece a la red europea Natura 2000 que protege áreas naturales a escala comunitaria.

Teniendo en cuenta lo anteriormente citado, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea la mejora y conservación del parque para su uso recreativo con la finalidad de realizar actividades como el senderismo, la fotografía, playa, etc.

P-7 ¿Sabía usted algo de la información anterior?

1. Sí
2. No

P-8 ¿Había visitado este Parque antes?

1. Sí ¿Cuántas veces?
2. No

P-9 Si ha contestado si a la pregunta 8. ¿Cree que ha valido la pena la visita al Parque?

1. Mucho
2. Bastante
3. No demasiado
4. Nada
5. NS/NC

P-10. ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar el Parque en el futuro?

1. Sí
2. No

A continuación le pedimos que valore su disponibilidad a contribuir en la conservación y gestión del parque. En ese sentido, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea el pago de una entrada para los usuarios que quieran acceder al parque con su vehículo hasta los parking públicos. La recaudación de dicha entrada se destinará íntegramente a la mejora de los servicios ofrecidos en el Parque.

P-11 Valorando todos los posibles beneficios que genera la zona en conjunto, ¿Pagaría una entrada por persona de 6 € por disfrutar del parque?

1. Si	2. No
Pasar a pregunta 12	Pasar a pregunta 13

P-12 Teniendo en cuenta que como mínimo pagaría 6 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €. (Pasará a la pregunta 14)

P-13 Teniendo en cuenta que no pagaría 6 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €.

P.13.1 En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

1. Con los impuestos que pago es suficiente.
2. Desconfía del destino del dinero recaudado para el Parque.
3. Cree que el acceso debería ser gratuito.
4. No puedo permitirme pagar nada
5. La responsabilidad es de otros organismos oficiales
6. Mi renta no permite pagar dicha cantidad
7. No tengo pensado acceder al Parque.
8. Otros
9. NS/NC

P- 14 ¿Cuáles son las tres principales razones por la que estaría usted dispuesto a donar dicha cantidad?

1. La cantidad declarada es suficiente para ayudar a la conservación del parque.
2. Me preocupa el estado del Parque de Calblanque
3. Me preocupa el estado de los Parques naturales de La Región de Murcia
4. Mi renta me permite pagar dicha cantidad
5. Deberíamos preservar el estado del Parque para generaciones futuras
6. Otros (por favor especifique)

P-15 Para finalizar, ¿Podría decirme cuál de las siguientes opciones que se muestran a continuación, refleja mejor sus ingresos mensuales? Seleccione la casilla correspondiente.

1. Entre 400-700 €	
2. Entre 701-1000 €	
3. Entre 1001-1300 €	
4. Entre 1301-1600 €	
5. Entre 1601-2000 €	
6. Entre 2001-2500 €	
7. Entre 2500-3000 €	
8. Más de 3000 €	
9. NS/NC	

Le agradecemos su valiosa contribución a este proyecto. Gracias por su colaboración.

7.2.5 Encuesta tipo: Precio de salida de 9€

Buenos días/tardes. Estamos haciendo un estudio para la Universidad Politécnica de Cartagena sobre los visitantes del Parque Regional de Calblanque, con el fin de valorar la satisfacción y los beneficios que los visitantes obtienen de su estancia en este parque. Al mismo tiempo, nos gustaría conocer sus actitudes y comportamientos ambientales. Le garantizamos el anonimato y confidencialidad de sus respuestas, por lo que le pedimos que responda con la mayor sinceridad posible. La encuesta dura aproximadamente diez minutos. Gracias por su colaboración.

P-1 ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? (especificar)

1. Municipio R. de Murcia: _____
2. Otra provincia: _____
3. Otro país: _____

P-2 ¿Es tan amable de indicarme si usted es...

1. Turista en varias épocas del año
2. Turista de verano
3. Turista de invierno

P-3 ¿Es usted...

1. Hombre
2. Mujer

P-4 ¿Es tan amable de indicarme su edad?

1. De 18 a 25
2. De 26 a 35
3. De 36 a 45
4. De 46 a 55
5. De 56 a 65
6. Más de 66
0. NS/NC

P-5 ¿Podría indicarme cuál es su profesión?

1. Agricultor
2. Obrero
3. Empleado/Funcionario
4. Directivo/ P. Lib
5. Empresario
6. Ama/o de casa
7. Estudiantes
8. Jubilado
9. Parado
10. Otro
0. NS/NC

P-6 ¿Cuál es su nivel de estudios?

1. Primarios
2. ESO
3. Bachillerato
4. Selectividad
5. Formación Personal
6. Universitarios
7. Otros
8. Ninguno anterior: especificar: _____

El Parque Regional de Calblanque se asienta sobre tierras de Cartagena y de La Unión en la Región de Murcia. Sobre sus 2.822,45 hectáreas se produce una interesante confluencia de diferentes ecosistemas

En Calblanque hay distintas zonas con diversas figuras de protección. En 1987 se aprobó su Plan Especial de Protección. En el año 1992 pasa a ser considerado Parque Regional mediante la Ley 4/92. Las salinas del Rasall forman parte de la Zona Especial de Protección para Las Aves del Mar. Calblanque pertenece a la red europea Natura 2000 que protege áreas naturales a escala comunitaria.

Teniendo en cuenta lo anteriormente citado, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea la mejora y conservación del parque para su uso recreativo con la finalidad de realizar actividades como el senderismo, la fotografía, playa, etc.

P-7 ¿Sabía usted algo de la información anterior?

1. Sí
2. No

P-8 ¿Había visitado este Parque antes?

1. Sí ¿Cuántas veces?
2. No

P-9 Si ha contestado si a la pregunta 8. ¿Cree que ha valido la pena la visita al Parque?

1. Mucho
2. Bastante
3. No demasiado
4. Nada
5. NS/NC

P-10. ¿Estaría Ud. dispuesto a utilizar el Parque en el futuro?

1. Sí
2. No

A continuación le pedimos que valore su disponibilidad a contribuir en la conservación y gestión del parque. En ese sentido, la Consejería de Agricultura y Agua de la Región de Murcia se plantea el pago de una entrada para los usuarios que quieran acceder al parque con su vehículo hasta los parking públicos. La recaudación de dicha entrada se destinará íntegramente a la mejora de los servicios ofrecidos en el Parque.

P-11 Valorando todos los posibles beneficios que genera la zona en conjunto, ¿Pagaría una entrada por persona de 9 € por disfrutar del parque?

1. Si	2. No
Pasar a pregunta 12	Pasar a pregunta 13

P-12 Teniendo en cuenta que como mínimo pagaría 9 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €. (Pasar a la pregunta 14)

P-13 Teniendo en cuenta que no pagaría 9 € ¿Cuál sería la cantidad máxima que estaría dispuesto a pagar? ____ €.

P.13.1 En caso de NO estar dispuesto a pagar ¿Cuáles son los motivos?

1. Con los impuestos que pago es suficiente.
2. Desconfía del destino del dinero recaudado para el Parque.
3. Cree que el acceso debería ser gratuito.
4. No puedo permitirme pagar nada
5. La responsabilidad es de otros organismos oficiales
6. Mi renta no permite pagar dicha cantidad
7. No tengo pensado acceder al Parque.
8. Otros
9. NS/NC

P- 14 ¿Cuáles son las tres principales razones por la que estaría usted dispuesto a donar dicha cantidad?

1. La cantidad declarada es suficiente para ayudar a la conservación del parque.
2. Me preocupa el estado del Parque de Calblanque
3. Me preocupa el estado de los Parques naturales de La Región de Murcia
4. Mi renta me permite pagar dicha cantidad
5. Deberíamos preservar el estado del Parque para generaciones futuras
6. Otros (por favor especifique)

P-15 Para finalizar, ¿Podría decirme cuál de las siguientes opciones que se muestran a continuación, refleja mejor sus ingresos mensuales? Seleccione la casilla correspondiente.

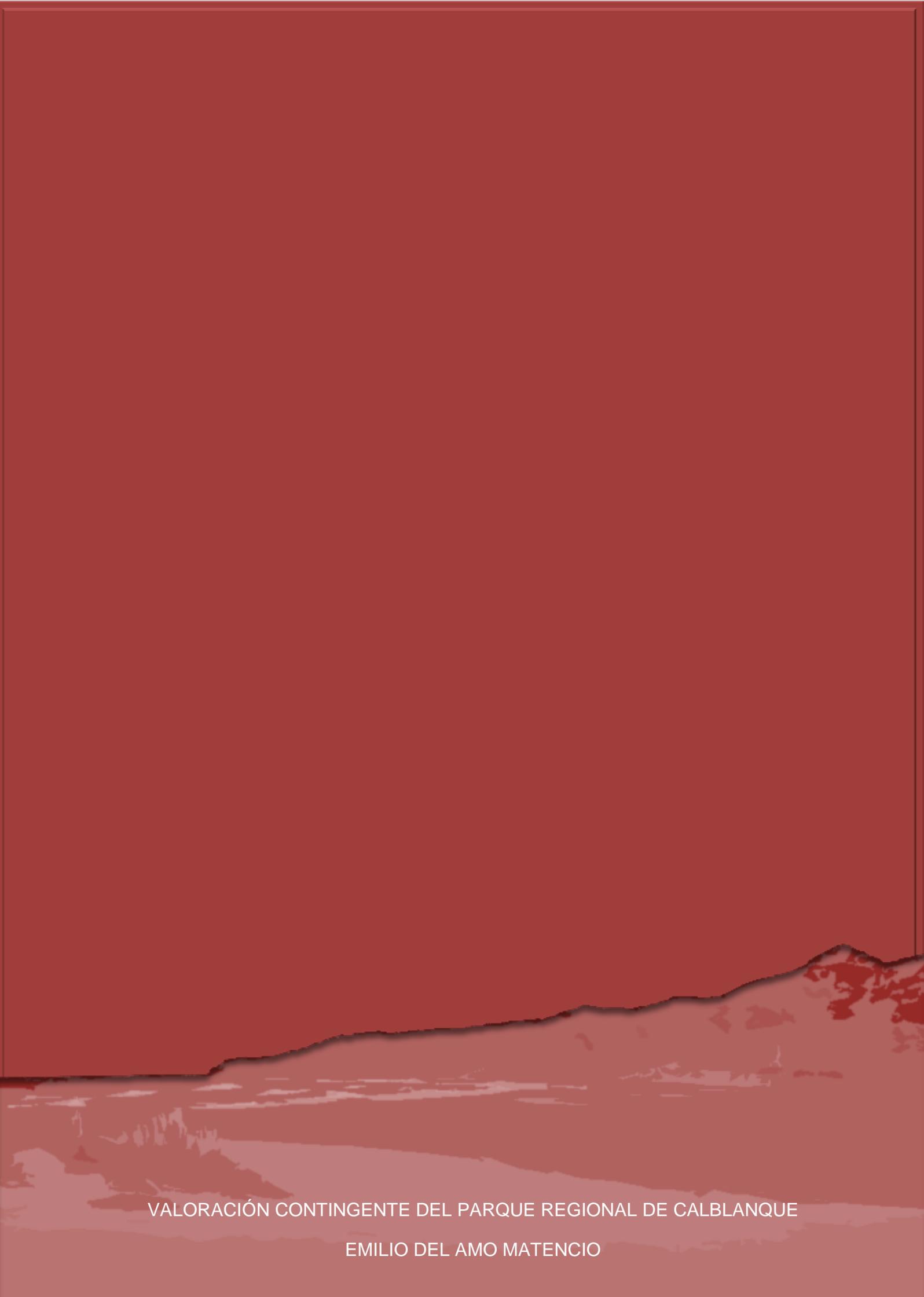
1. Entre 400-700 €	
2. Entre 701-1000 €	
3. Entre 1001-1300 €	
4. Entre 1301-1600 €	
5. Entre 1601-2000 €	
6. Entre 2001-2500 €	
7. Entre 2500-3000 €	
8. Más de 3000 €	
9. NS/NC	

Le agradecemos su valiosa contribución a este proyecto. Gracias por su colaboración.

7.3 DIAGRAMA DE GANTT

TAREA	MES	sep-13				oct-13					nov-13				dic-13			ene-14					feb-14					
	SEMANAS	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	1ª	2ª	3ª	4ª	1ª	2ª	3ª	1ª	2ª	3ª	4ª	5ª	1ª	2ª	3ª			
	HORAS																											
TUTORIAS GABRIEL	23	3	2	2	3	2						2	3								2				2	2		
TURORIAS IGNACIO	26						4	3	4	3	2						3	2				3					2	
RECOPIACION INFORMACION	17	2		3		3	2		3								4											
ESTUDIO/ANALISIS DEL METODO	69	15	6	6		5	11		8					4			11	3										
DISEÑO ENCUESTAS	8							2	4	2																		
REALIZACION ENCUESTAS	63										11	8	12	12	16	4												
VISITA AL PARQUE	8																					8						
ESTUDIO PROGRAMA SPSS	19																13	6										
OBTENCION DATOS EN SPSS	17																4	6	2			5						
REDACCION DEL PROTECTO	119		7	5	4	7	9				6	8	10					8	26	15	5				5	4		
TOTAL	369	TOTAL DE HORAS: 46				TOTAL DE HORAS: 67					TOTAL DE HORAS: 56				TOTAL DE HORAS: 62			TOTAL DE HORAS: 67					TOTAL DE HORAS:					

sep-13		oct-13		nov-13		dic-13		ene-14		feb-14	
1ª SEMANA	del 2 al 8	1ª SEMANA	del 1 al 6	1ª SEMANA	del 4 al 10	1ª SEMANA	del 2 al 8	1ª SEMANA	del 1 al 5	1ª SEMANA	del 3 al 9
2ª SEMANA	del 9 al 15	2ª SEMANA	del 7 al 13	2ª SEMANA	del 11 al 17	2ª SEMANA	del 9 al 15	2ª SEMANA	del 6 al 12	2ª SEMANA	del 10 al 16
3ª SEMANA	del 16 al 22	3ª SEMANA	del 14 al 20	3ª SEMANA	del 18 al 24	3ª SEMANA	del 16 al 22	3ª SEMANA	del 13 al 19	3ª SEMANA	del 17 al 23
4ª SEMANA	del 23 al 29	4ª SEMANA	del 21 al 27	4ª SEMANA	del 25 al 30			4ª SEMANA	del 20 al 26		
		5ª SEMANA	del 28 al 31					5ª SEMANA	del 27 al 31		



VALORACIÓN CONTINGENTE DEL PARQUE REGIONAL DE CALBLANQUE

EMILIO DEL AMO MATENCIO