

FITEMIEL2: El apiturismo como producto turístico innovador en Aragón



Pilar Uldemolins Gómez
Tiziana de Magistris

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA
AGROALIMENTARIA DE ARAGÓN

Objetivo 01

Investigar la intención de realizar ecoturismo e investigar cómo afectan los **factores personales** a esta intención

Objetivo 02

Investigar el potencial de mercado y las preferencias por actividades turísticas relacionadas con la apicultura

Objetivo 03

Investigar si mostrar imágenes del paisaje apícola en diferentes formatos induce a diferencias en la disposición a pagar por actividades de apiturismo

OBJETIVO 1

Investigar la intención de realizar ecoturismo e investigar cómo afectan los factores personales a esta intención

Productos turísticos innovadores:

- El turismo se encuadra en el sector servicios
- Innovar en el sector servicios es proporcionar emociones nuevas a los turistas
- Las innovaciones pueden ser de producto, de proceso, de mercado u organizacionales

Turismo sostenible

Agroturismo
Micoturismo
Trufiturismo

Turismo experiencial

Ecoturismo
Turismo deportivo
Turismo gastronómico

Turismo emocional

Turismo del bienestar
Turismo espiritual

Turismo creativo

Muy relacionado con
el turismo
experiencial

Turismo cultural

Museos
Arte
Historia

Certificación y nuevas tecnologías

Realidad virtual

OBJETIVO 1

METODOLOGIA: recogida de datos sobre factores que influyen en comportamiento mediante encuesta a 400 individuos

Cuestionario:

Conciencia de sostenibilidad:

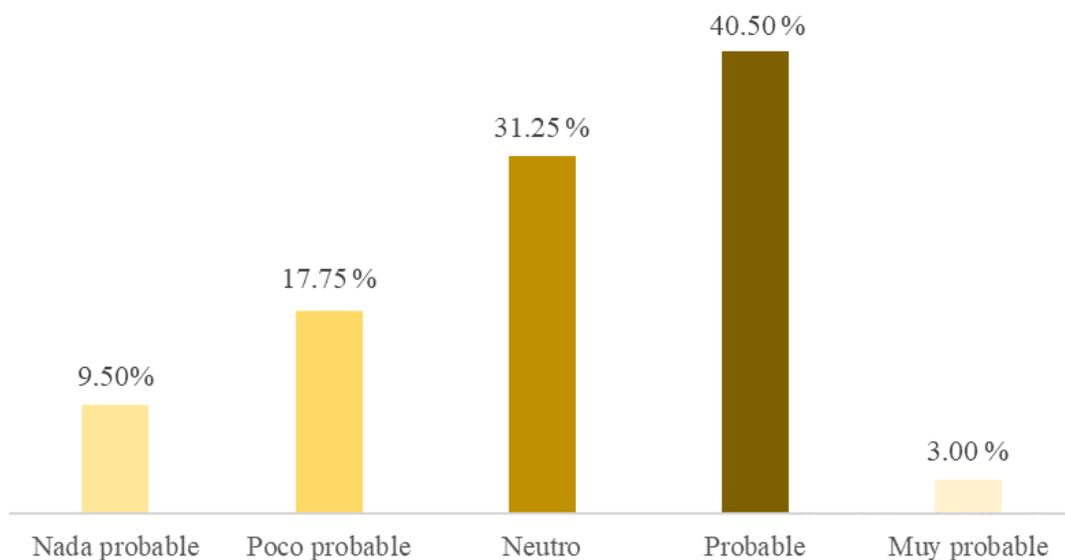
- Conocimiento sobre sostenibilidad (creencias)
- Actitudes sobre sostenibilidad
- Comportamiento sostenible
- Sentimiento de responsabilidad hacia la sostenibilidad

Intención de realizar ecoturismo:

- Haré el esfuerzo de realizar actividades de ecoturismo en lugar de actividades de turismo convencional
- Tengo la intención de realizar actividades de ecoturismo en lugar de turismo convencional de manera regular
- En el futuro, cuando quieras realizar una actividad turística, ¿con qué frecuencia realizarás ecoturismo?

Cómo afectan los factores personales

Porcentaje de respuesta para cada categoría de "tengo la intención de practicar ecoturismo"



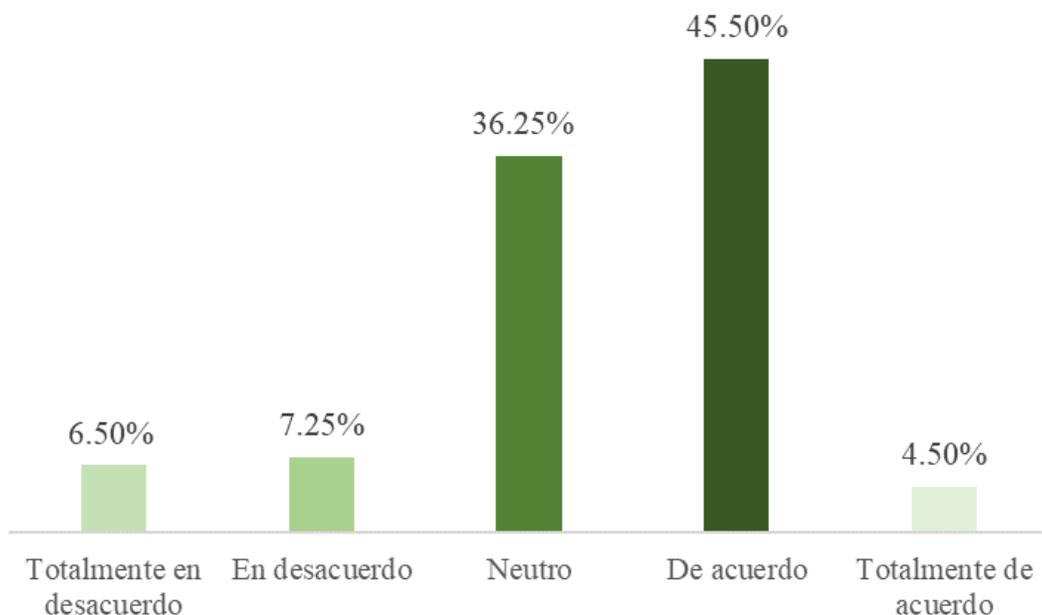
Regresión logística ordinal

"Tengo la intención de practicar ecoturismo"

intencion_ecot_rec	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
female	.8011561	.1572817	-1.13	0.259	.5452688	1.177128
veinte	1.32158	.3747947	0.98	0.326	.7580467	2.304043
treinta	1.386373	.3620592	1.25	0.211	.8309678	2.313003
cuarenta	1.180765	.3138821	0.63	0.532	.7012764	1.988099
basicos	.8693029	.3121678	-0.39	0.697	.4300348	1.757271
medios	.8173482	.1691235	-0.97	0.330	.5448523	1.226127
lowinc	1.488952	.4367637	1.36	0.175	.8379002	2.645873
midinc	1.289904	.3346149	0.98	0.326	.7757946	2.144708
highinc	1.741053	.5256939	1.84	0.066	.9633852	3.146472
sos_conocimiento	1.209667	.369761	0.62	0.533	.6644731	2.202186
sos_actitudes	.7312606	.2472136	-0.93	0.355	.3769735	1.418514
sos_comportamiento	4.691297	1.281739	5.66	0.000	2.74619	8.014107
sos_responsabilidad	1.56129	.3269596	2.13	0.033	1.035686	2.353635

Cómo afectan los factores personales a estas preferencias

Porcentaje de respuesta para cada categoría de "haré el esfuerzo de realizar actividades de ecoturismo"



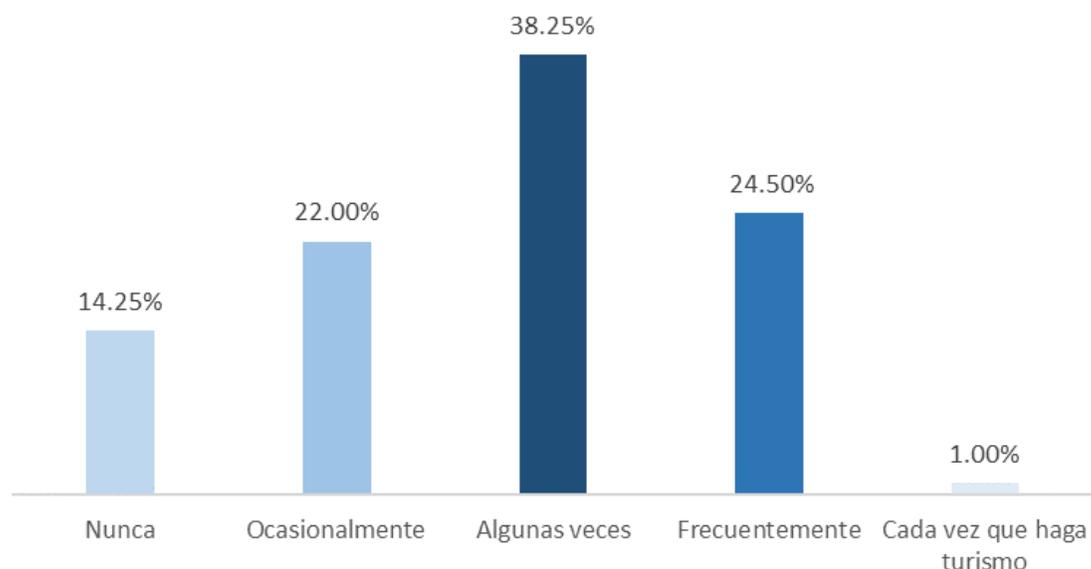
Regresión logística ordinal

"Haré el esfuerzo de realizar actividades de ecoturismo"

esfu_ecot_r	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
female	.8708433	.1760235	-0.68	0.494	.5859854	1.294176
veinte	1.96058	.5808724	2.27	0.023	1.096968	3.504088
treinta	1.37203	.3676868	1.18	0.238	.8114318	2.31993
cuarenta	.9733279	.2654856	-0.10	0.921	.5702756	1.661244
basicos	1.35236	.4877542	0.84	0.403	.6669453	2.742169
medios	.8971748	.1927713	-0.50	0.614	.5888217	1.367006
lowinc	1.703289	.5182941	1.75	0.080	.9381583	3.092435
midinc	1.495279	.4010669	1.50	0.134	.8839162	2.529492
highinc	1.70203	.5328998	1.70	0.089	.9214229	3.14395
sos_conocimiento	.7334277	.2298011	-0.99	0.322	.3968759	1.355376
sos_actitudes	1.822934	.6300237	1.74	0.082	.9259501	3.588843
sos_comportamiento	3.567413	.9819658	4.62	0.000	2.079944	6.118642
sos_responsabilidad	1.718421	.3730768	2.49	0.013	1.122871	2.629839

Cómo afectan los factores personales a estas preferencias

Porcentaje de respuesta para cada categoría de "¿con qué frecuencia realizarías ecoturismo?"



Regresión logística ordinal

"¿Con qué frecuencia realizarías ecoturismo?"

	frec_ecot_r	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
female		.6554526	.1266628	-2.19	0.029	.4487981	.9572635
veinte		1.954315	.5434276	2.41	0.016	1.133195	3.370422
treinta		1.277272	.3258461	0.96	0.337	.7746984	2.105883
cuarenta		1.060339	.2808292	0.22	0.825	.6309647	1.781903
estudiosbasicos		.6906986	.2465025	-1.04	0.300	.3431661	1.390186
estudios medios		.7871238	.1601035	-1.18	0.239	.5283308	1.172682
lowinc		1.269464	.3733298	0.81	0.417	.713338	2.259153
midinc		1.275691	.3286384	0.95	0.345	.7699501	2.113629
highinc		1.463646	.4344509	1.28	0.199	.8180426	2.618764
sos_conocimiento		.6966233	.2085782	-1.21	0.227	.3873799	1.252734
sos_actitudes		1.001014	.333876	0.00	0.998	.5206341	1.924634
sos_comportamiento		4.937846	1.307141	6.03	0.000	2.93906	8.295961
sos_responsabilidad		1.41703	.2894022	1.71	0.088	.9495919	2.114566

Cómo afectan los factores personales a estas preferencias

Intención de practicar ecoturismo muestra asociación con comportamiento sostenible y sentido de responsabilidad hacia sostenibilidad

Esfuerzo de realizar actividades de ecoturismo muestra asociación con edad entre 20 y 35 años, comportamiento sostenible y sentido de responsabilidad

Frecuencia realizar ecoturismo muestra asociación con género (femenino) edad entre 20 y 35 y comportamiento sostenible



OBJETIVO 2

Investigar el potencial de mercado y las preferencias por actividades turísticas relacionadas con la apicultura

Apiturismo

Forma de turismo relacionada con la apicultura como profesión tradicional y con los productos apícolas en aspectos ecológicos, alimentarios y medicinales

Funciones: Educativa, Terapéutica, Social

Actividades: Visitar colmenares, museos de la miel y las abejas, dar a conocer otros productos de la colmena, rutas senderismo, bienestar, gastronomía

Medioambiente: Turismo ecológico y agrícola, turismo de naturaleza y cultural. Los turistas buscan la oportunidad de adquirir nuevas experiencias. Conocer la riqueza natural y cultural de una región.

OBJETIVO 2

Investigar el potencial de mercado y la disposición a pagar por actividades turísticas relacionadas con la apicultura

Metodología: experimento de elección

Consiste en una simulación de compra. Ejercicio hipotético

Responder a 12 escenarios de compra en los que elegir qué actividad de apiturismo te gustaría contratar

En cada escenario presentamos 5 actividades relacionadas con la apicultura y los productos de la colmena.

En cada escenario varían los precios de las actividades presentadas. Elegir la actividad que prefieres al precio que se indica. También se puede elegir no comprar NINGUNA

ELEGIR solamente 1 alternativa o la opción de no contratar ninguna

OBJETIVO 2

Investigar el potencial de mercado y la disposición a pagar por actividades turísticas relacionadas con la apicultura

Metodología: breve descripción de las actividades relacionadas con la apicultura entre las que podrás elegir:

Visita guiada a museo de la apicultura: se explica la elaboración de la miel desde la antigüedad hasta la actualidad, se muestra una colección de herramientas para la extracción y el tratamiento de la miel y se describen los tipos de miel de Teruel su origen, épocas de recolección, los pólenes predominantes, las características sensoriales, composición físico química etc. En una sala especial se recrea el interior de una colmena donde se dará a conocer el mundo de las abejas y se explica su comportamiento y jerarquía de trabajo.

Ruta de senderismo guiada con explicación de flora y fauna, con una duración de 2,5h se recorre el paisaje que rodea los colmenares.

Cata de mieles con experiencia gastronómica: se probarán los diferentes tipos de mieles de Teruel, se explicarán las características sensoriales propias de cada una de ellas y se acompañarán con productos típicos de la zona como queso, jamón, tapas y postres elaborados con miel.

Visita guiada a las colmenas: la actividad consiste en vestirse con el traje de protección (de apicultor) para ir a visitar las colmenas de cerca y recibir explicaciones sobre la vida de las abejas, cómo se organizan y cómo generan los diferentes productos de la colmena.

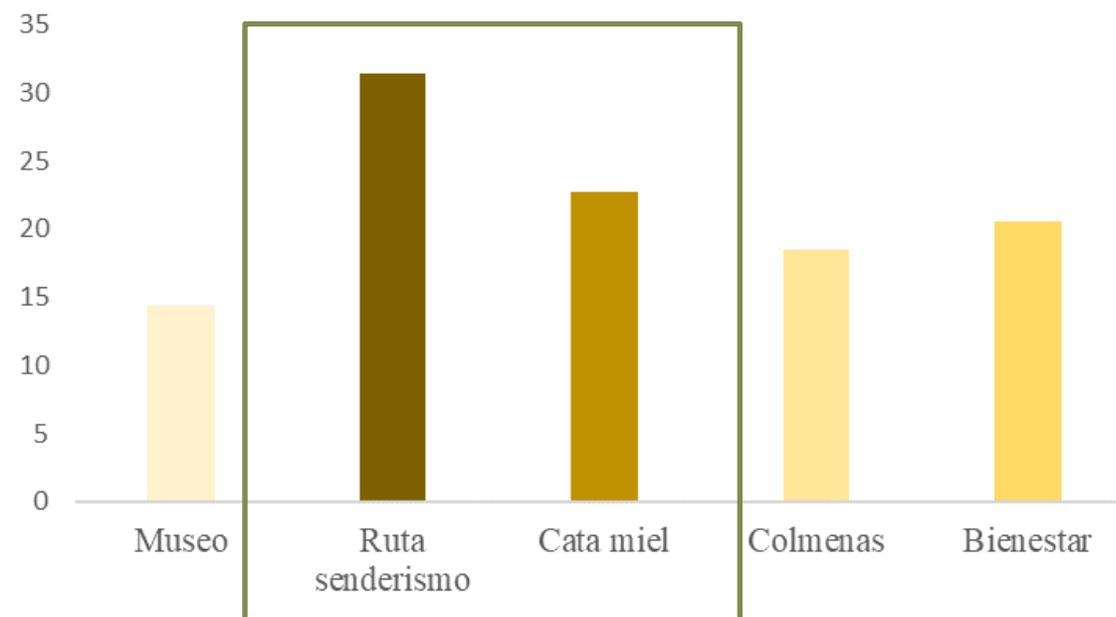
Experiencia de bienestar: un masaje con miel o inhalación de aire de la colmena (el precio indicado será el mismo elijas masaje o inhalación). La inhalación de aire de la colmena consiste en respirar a través de un dispositivo que extrae y conduce el aire del panal por un tubo hacia una máscara de inhalación. La corriente de aire está separada de las abejas por un tamiz, lo que evita el contacto con ellas. La actividad se realiza en una cabaña ubicada en el medio natural, sentado o tumbado en el interior, sin contacto con las abejas. El aire dentro de la colmena contiene aerosoles con aceites esenciales, flavonoides, propóleos, miel, polen y cera de abeja que se emiten debido al calor en la colmena (36°C) y a la ventilación que generan las abejas con sus alas.

Preferencias por actividades turísticas relacionadas con la apicultura

Grupo control

CHOICE1	Coefficient	Standard Error	z	Prob. > z >Z*	95% Confidence Interval	
-----+-----						
Random parameters in utility functions.....						
MUSEUM	4.95867***	1.14490	4.33	.0000	2.71470	7.20263
HIKING	5.45614***	1.15782	4.71	.0000	3.18686	7.72541
TASTING	5.68416***	1.25373	4.53	.0000	3.22690	8.14142
BEEKEEPER	3.58283***	1.31683	2.72	.0065	1.00190	6.16377
WELLNESS	5.13106***	1.89715	2.70	.0068	1.41272	8.84940

Disposicion a pagar grupo control



OBJETIVO 3

Investigar si mostrar imágenes del paisaje apícola en diferentes formatos induce a diferencias en la disposición a pagar por actividades de apiturismo

Fotos



Video 2D



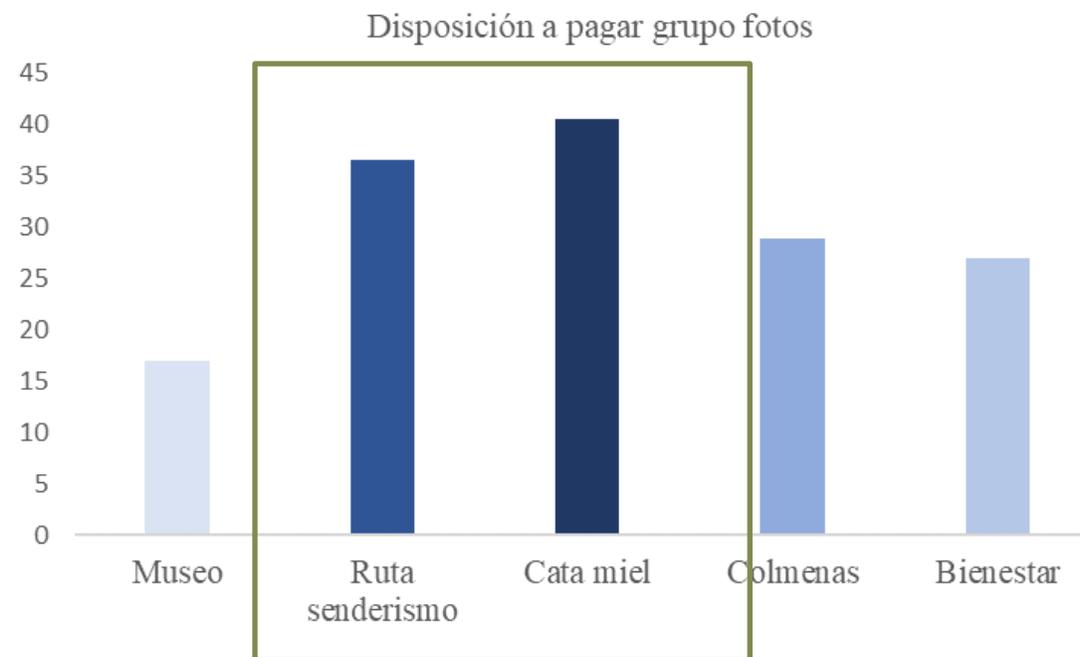
Video 360º



Visualización de imágenes del paisaje apícola en diferentes formatos

Coefficientes de preferencia grupo 2: fotos

CHOICE1	Coefficient	Standard Error	z	Prob. > z >Z*	95% Confidence Interval	
Random parameters in utility functions.....						
MUSEUM	7.34943***	1.26683	5.80	.0000	4.86650	9.83236
HIKING	8.45471***	1.34235	6.30	.0000	5.82375	11.08567
TASTING	8.92583***	1.49173	5.98	.0000	6.00208	11.84958
BEEKEEPER	6.47710***	1.43906	4.50	.0000	3.65659	9.29761
WELLNESS	5.20461***	1.58145	3.29	.0010	2.10503	8.30419

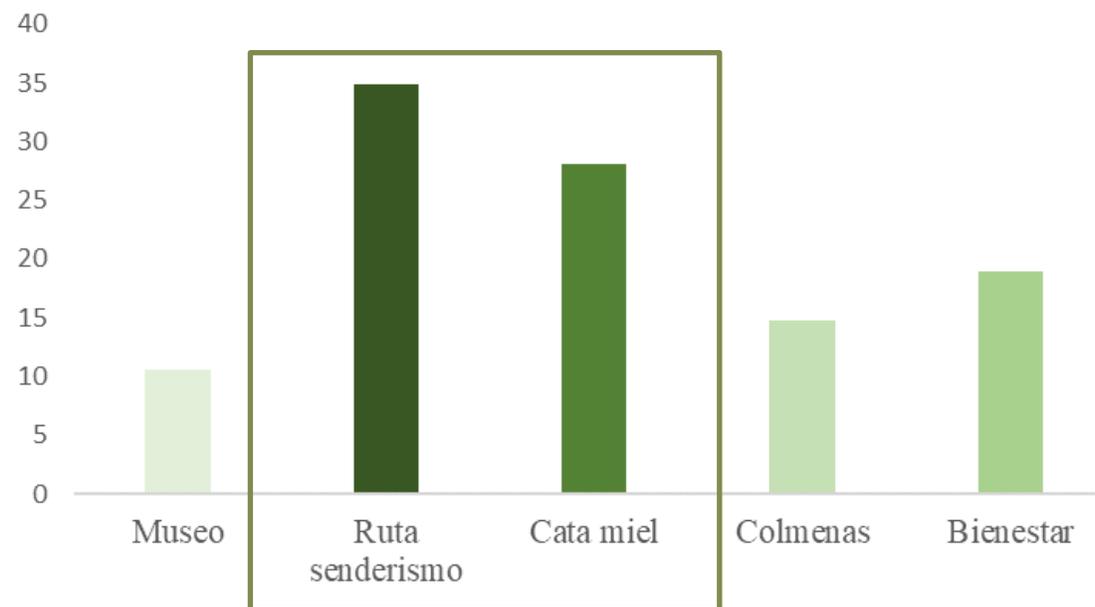


Visualización de imágenes del paisaje apícola en diferentes formatos

Coeficientes de preferencia grupo 3: videos

CHOICE1	Coefficient	Standard Error	z	Prob. > z >Z*	95% Confidence Interval
-----+-----					
Random parameters in utility functions.....					
MUSEUM	4.11620***	.98421	4.18	.0000	2.18719 6.04521
HIKING	6.16598***	.82116	7.51	.0000	4.55653 7.77543
TASTING	5.09763***	1.00572	5.07	.0000	3.12646 7.06881
BEEKEEPER	3.60203***	1.28684	2.80	.0051	1.07986 6.12420
WELLNESS	6.02579***	1.39347	4.32	.0000	3.29465 8.75693

Disposición a pagar grupo video

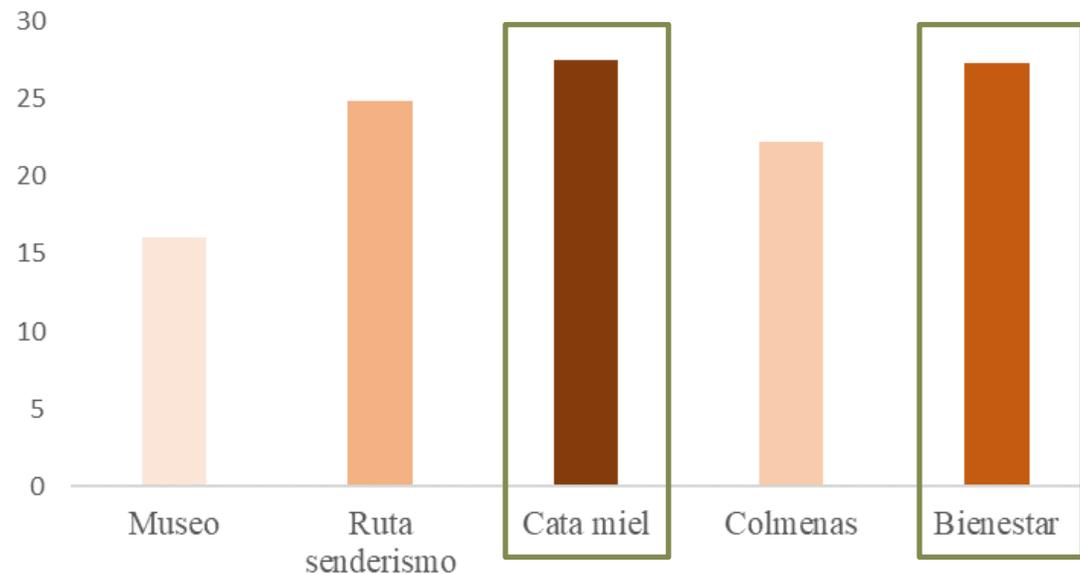


Visualización de imágenes del paisaje apícola en diferentes formatos

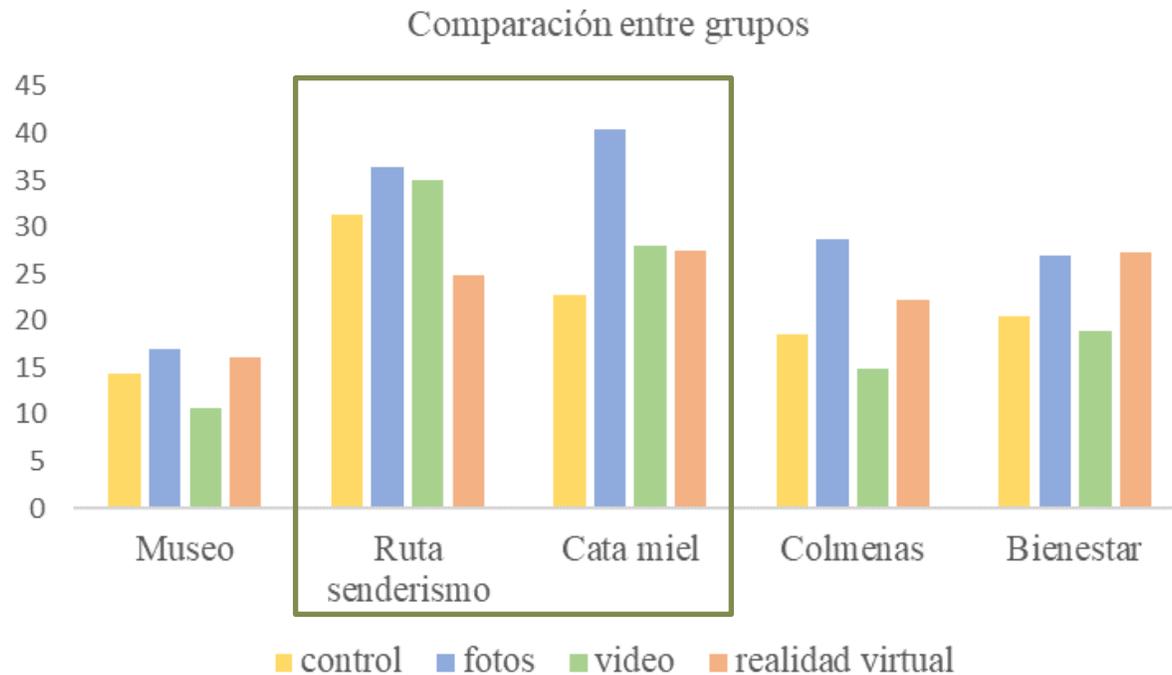
Coeficientes de preferencia grupo 4: realidad virtual

CHOICE1	Coefficient	Standard Error	z	Prob. > z >Z*	95% Confidence Interval	
-----+-----						
-----+-----						
	Random parameters in utility functions.....					
MUSEUM	5.80948***	.76021	7.64	.0000	4.31951	7.29946
HIKING	7.73336***	.89367	8.65	.0000	5.98180	9.48492
TASTING	7.03963***	.85232	8.26	.0000	5.36911	8.71016
BEEKEEPER	7.20509***	.89155	8.08	.0000	5.45768	8.95251
WELLNESS	6.00327***	1.09042	5.51	.0000	3.86609	8.14044

Disposición a pagar grupo realidad virtual



Visualización de imágenes del paisaje apícola en diferentes formatos



Las estimaciones sugieren que los turistas prefieren las rutas de senderismo y la cata de miel (actividad deportiva ligada a la naturaleza y experiencia gastronómica)

Gracias por vuestra atención

Agradecimientos

FITE MIEL 2 “Recuperar la miel para recuperar el territorio” y
Ayuda *PRE2019-087635* financiada por MCIN/AEI
/10.13039/501100011033 y FSE “El FSE invierte en tu futuro”.